



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE LAS
PLAZAS Y MERCADOS DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE
COTOPAXI EN EL PERÍODO 2014 - 2015”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

AUTORAS:

Aguayo García Mayra Azucena

Albarrasín Bassantes Ana Belén

TUTOR:

MSc. Walter Humberto Navas Olmedo

Latacunga - Ecuador

Noviembre 2015

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE LAS PLAZAS Y MERCADOS DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2014 - 2015”**, son de exclusiva responsabilidad de las autoras

.....
Aguayo García Mayra Azucena

050320977-7

.....
Albarrasín Bassantes Ana Belén

050340319-8

AVAL DEL TUTOR DE TESIS

En calidad de Tutor de Tesis bajo el Título:

“ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE LAS PLAZAS Y MERCADOS DEL CANTÓN PUJILÍ EN LOS PERÍODOS 2014 - 2015, de Aguayo García Mayra Azucena y Albarrasín Bassantes Ana Belén, postulantes de la CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL, considero que el presente anteproyecto cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a evaluación del Tribunal de Validación de Anteproyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio.

Latacunga, Agosto del 2014

El Tutor

MSc. Walter Humberto Navas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga- Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, las postulantes: Aguayo García Mayra Azucena y Albarrasín Bassantes Ana Belén, con el título de tesis: **“ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE LAS PLAZAS Y MERCADOS DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2014 – 2015.”** ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Julio, 2015.

.....
Ing. Ibeth Jácome

PRESIDENTE

.....
Ing. Marlon Tinajero

MIEMBRO

.....
Ing. Roberto Arias

OPOSITOR

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA PRELIMINARES

AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DE TESIS.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
AGRADECIMIENTO.....	xix
DEDICATORIA.....	xx
RESUMEN.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
INTRODUCCIÓN.....	xxiii

CAPÍTULO I

1.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	25
1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	26
1.3. MARCO TEÓRICO.....	27
1.3.1. Economía y Finanzas.....	27
1.3.1.1. Economía.....	27
1.3.1.2. Macroeconomía.....	32
1.3.1.3. Microeconomía.....	33
1.3.1.4. Finanzas.....	40
1.3.2. Finanza Popular y Solidaria.....	41
1.3.3. Comercio.....	43
1.3.3.1. Tipos de comercio.....	44
1.3.3.2. Comercialización.....	45
1.3.3.3. Comercializar.....	45
1.3.3.4. Comercio Formal.....	47
1.3.3.5. Comercio Informal.....	48
1.3.4. Estudio Socioeconómico.....	50
1.3.4.1. Variables Socioeconómicas.....	51

CAPÍTULO II

2.1.	CARACTERIZACIÓN.....	57
2.1.1.	Generalidades del Cantón Pujilí.....	57
2.1.1.1.	Población.....	58
2.1.2.	Plazas y Mercados del sector urbano del cantón.....	59
2.1.2.1.	Plaza Sucre.....	59
2.1.2.2.	Mercado Augusto Lema Enríquez.....	60
2.1.2.3.	Mercado Rosalino Ruiz.....	60
2.1.2.4.	Plaza Luis Felipe Chávez.....	60
2.1.2.5.	Normas que regulan las actividades de comercio en el cantón Pujilí...	61
2.1.3.	Comerciantes del Sector Urbano del Cantón Pujilí.....	62
2.1.3.1.	Situación social de los comerciantes de los comerciantes del Sector Urbano del Cantón Pujilí.....	62
2.1.3.2.	Situación Económica de los comerciantes del Sector Urbano del Cantón Pujilí.....	63
2.2.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	65
2.2.1.	Tipos de Investigación.....	65
2.2.2.	Metodología.....	65
2.2.3.	Técnicas de Investigación.....	66
2.3.	UNIDAD DE ESTUDIO.....	67
2.3.1.	Población o Universo.....	67
2.3.2.	Muestra.....	67
2.3.3.	Tamaño de la muestra.....	68
2.3.4.	Criterios de Selección Muestral.....	68
2.3.5.	Plan de Muestreo.....	69
2.4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	70
2.5.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA.....	313
2.6.	CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO.....	315

CAPÍTULO III

3.1.	PROPUESTA.....	322
3.1.1.	Tema: Programa Continuo de Capacitación en Educación Administrativa y Financiera.....	322
3.1.2.	Datos Informativos.....	322
3.1.3.	Justificación.....	322
3.1.4.	Objetivos.....	323
3.1.5.	Desarrollo de la Propuesta.....	324
3.1.5.1.	Inventario De Necesidades.....	325
3.1.5.2.	Temas de Capacitación Resultante del Inventario de Necesidades.....	325

3.1.5.3.	Programas Continuo de Capacitación en Educación Administrativa y Financiero.....	326
3.1.5.4.	Presupuesto.....	327
3.2.	Resultados Generales de Aplicación de la Propuesta.....	328
3.3.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	330
	Bibliografía Citada.....	330
	Bibliografía Consultada.....	331
	Bibliografía Virtual.....	333
4	ANEXOS.....	334

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1	LUGAR DE RESIDENCIA.....	71
TABLA N° 2	GÉNERO.....	73
TABLA N° 3	OCUPACIÓN.....	74
TABLA N° 4	EDAD.....	75
TABLA N° 5	ESTADO CIVIL.....	76
TABLA N° 6	NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	77
TABLA N° 7	NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE.....	78
TABLA N° 8	NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	80
TABLA N° 9	HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN.....	81
TABLA N° 10	NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS.....	82
TABLA N° 11	NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE.....	84
TABLA N° 12	IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA.....	85
TABLA N° 13	CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.....	86
TABLA N° 14	NIVELES DE BASURA.....	88
TABLA N° 15	NIVELES DE CONTAMINACIÓN.....	89
TABLA N° 16	NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA.....	90
TABLA N° 17	TIPO PRODUCTOS QUE VENDE.....	91
TABLA N° 18	OTROS; ESPECIFICACIÓN.....	93
TABLA N° 19	CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD...	95
TABLA N° 20	SUGERENCIAS.....	96
TABLA N° 21	AÑOS DEL NEGOCIO.....	97
TABLA N° 22	DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO.....	98
TABLA N° 23	HORAS AL DÍA DE LABOR.....	100
TABLA N° 24	NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA.....	101
TABLA N° 25	INVERSIÓN SEMANAL.....	102
TABLA N° 26	RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO.....	104
TABLA N° 27	BENEFICIOS.....	105
TABLA N° 28	DESVENTAJAS.....	107
TABLA N° 29	RENTABILIDAD DEL OFICIO.....	108
TABLA N° 30	ES RENTABLE.....	109
TABLA N° 31	NO ES RENTABLE.....	110
TABLA N° 32	PERSONAL DE APOYO.....	111
TABLA N° 33	RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR.....	112
TABLA N° 34	PAGO AL PERSONAL DE APOYO.....	113
TABLA N° 35	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO.....	114
TABLA N° 36	CONDICIONES DE PAGO.....	115
TABLA N° 37	PORCENTAJE DE VENTA DIARIO.....	116
TABLA N° 38	TIPOS DE IMPUESTOS.....	118

TABLA N° 39	NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES.....	119
TABLA N° 40	RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO...	120
TABLA N° 41	LUGAR DE RESIDENCIA.....	122
TABLA N° 42	GÉNERO.....	123
TABLA N° 43	OCUPACIÓN.....	124
TABLA N° 44	EDAD.....	125
TABLA N° 45	ESTADO CIVIL.....	126
TABLA N° 46	NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	127
TABLA N° 47	NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE.....	128
TABLA N° 48	NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	130
TABLA N° 49	HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN.....	131
TABLA N° 50	NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS.....	132
TABLA N° 51	NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE.....	133
TABLA N° 52	IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA.....	134
TABLA N° 53	CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.....	135
TABLA N° 54	NIVELES DE BASURA.....	136
TABLA N° 55	NIVELES DE CONTAMINACIÓN.....	137
TABLA N° 56	NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA.....	138
TABLA N° 57	TIPO PRODUCTOS QUE VENDE.....	139
TABLA N° 58	OTROS; ESPECIFICACIÓN.....	140
TABLA N° 59	CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD...	141
TABLA N° 60	SUGERENCIAS.....	142
TABLA N° 61	AÑOS DEL NEGOCIO.....	143
TABLA N° 62	DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO.....	144
TABLA N° 63	HORAS AL DÍA DE LABOR.....	145
TABLA N° 64	NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA.....	146
TABLA N° 65	INVERSIÓN SEMANAL.....	147
TABLA N° 66	RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO.....	149
TABLA N° 67	BENEFICIOS.....	151
TABLA N° 68	DESVENTAJAS.....	153
TABLA N° 69	RENTABILIDAD DEL OFICIO.....	154
TABLA N° 70	ES RENTABLE.....	155
TABLA N° 71	NO ES RENTABLE.....	156
TABLA N° 72	PERSONAL DE APOYO.....	157
TABLA N° 73	RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR.....	158
TABLA N° 74	PAGO AL PERSONAL DE APOYO.....	159
TABLA N° 75	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO.....	160
TABLA N° 76	CONDICIONES DE PAGO.....	161
TABLA N° 77	PORCENTAJE DE VENTA DIARIO.....	162
TABLA N° 78	TIPOS DE IMPUESTOS.....	164

TABLA N° 79	NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES.....	165
TABLA N° 80	RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO...	166
TABLA N° 81	LUGAR DE RESIDENCIA.....	168
TABLA N° 82	GÉNERO.....	170
TABLA N° 83	OCUPACIÓN.....	171
TABLA N° 84	EDAD.....	173
TABLA N° 85	ESTADO CIVIL.....	175
TABLA N° 86	NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	177
TABLA N° 87	NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE.....	178
TABLA N° 88	NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	180
TABLA N° 89	HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN.....	182
TABLA N° 90	NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS.....	184
TABLA N° 91	NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE.....	186
TABLA N° 92	IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA.....	188
TABLA N° 93	CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.....	190
TABLA N° 94	NIVELES DE BASURA.....	192
TABLA N° 95	NIVELES DE CONTAMINACIÓN.....	194
TABLA N° 96	NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA.....	195
TABLA N° 97	TIPO PRODUCTOS QUE VENDE.....	196
TABLA N° 98	OTROS; ESPECIFICACIÓN.....	197
TABLA N° 99	CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD...	199
TABLA N° 100	SUGERENCIAS.....	200
TABLA N° 101	AÑOS DEL NEGOCIO.....	202
TABLA N° 102	DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO.....	204
TABLA N° 103	HORAS AL DÍA DE LABOR.....	206
TABLA N° 104	NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA.....	208
TABLA N° 105	INVERSIÓN SEMANAL.....	210
TABLA N° 106	RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO.....	212
TABLA N° 107	BENEFICIOS.....	214
TABLA N° 108	DESVENTAJAS.....	216
TABLA N° 109	RENTABILIDAD DEL OFICIO.....	218
TABLA N° 110	ES RENTABLE.....	219
TABLA N° 111	NO ES RENTABLE.....	219
TABLA N° 112	PERSONAL DE APOYO.....	221
TABLA N° 113	RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR.....	223
TABLA N° 114	PAGO AL PERSONAL DE APOYO.....	224
TABLA N° 115	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO.....	226
TABLA N° 116	CONDICIONES DE PAGO.....	228
TABLA N° 117	PORCENTAJE DE VENTA DIARIO.....	230
TABLA N° 118	TIPOS DE IMPUESTOS.....	232

TABLA N° 119	NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES.....	234
TABLA N° 120	RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO...	236
TABLA N° 121	LUGAR DE RESIDENCIA.....	238
TABLA N° 122	GÉNERO.....	240
TABLA N° 123	OCUPACIÓN.....	241
TABLA N° 124	EDAD.....	243
TABLA N° 125	ESTADO CIVIL.....	245
TABLA N° 126	NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	247
TABLA N° 127	NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE.....	249
TABLA N° 128	NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	251
TABLA N° 129	HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN.....	253
TABLA N° 130	NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS.....	255
TABLA N° 131	NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE.....	257
TABLA N° 132	IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA.....	259
TABLA N° 133	CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.....	261
TABLA N° 134	NIVELES DE BASURA.....	263
TABLA N° 135	NIVELES DE CONTAMINACIÓN.....	265
TABLA N° 136	NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA.....	267
TABLA N° 137	TIPO PRODUCTOS QUE VENDE.....	269
TABLA N° 138	OTROS; ESPECIFICACIÓN.....	270
TABLA N° 139	CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD...	272
TABLA N° 140	SUGERENCIAS.....	274
TABLA N° 141	AÑOS DEL NEGOCIO.....	276
TABLA N° 142	DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO.....	278
TABLA N° 143	HORAS AL DÍA DE LABOR.....	280
TABLA N° 144	NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA.....	282
TABLA N° 145	INVERSIÓN SEMANAL.....	284
TABLA N° 146	RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO.....	287
TABLA N° 147	BENEFICIOS.....	289
TABLA N° 148	DESVENTAJAS.....	291
TABLA N° 149	RENTABILIDAD DEL OFICIO.....	293
TABLA N° 150	ES RENTABLE.....	294
TABLA N° 151	NO ES RENTABLE.....	295
TABLA N° 152	PERSONAL DE APOYO.....	297
TABLA N° 153	RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR.....	299
TABLA N° 154	PAGO AL PERSONAL DE APOYO.....	300
TABLA N° 155	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO.....	301
TABLA N° 156	CONDICIONES DE PAGO.....	303
TABLA N° 157	PORCENTAJE DE VENTA DIARIO.....	305
TABLA N° 158	TIPOS DE IMPUESTOS.....	307

TABLA N° 159	NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES.....	309
TABLA N° 160	RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO...	311

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	LUGAR DE RESIDENCIA.....	71
GRÁFICO N° 2	GÉNERO.....	73
GRÁFICO N° 3	OCUPACIÓN.....	74
GRÁFICO N° 4	EDAD.....	75
GRÁFICO N° 5	ESTADO CIVIL.....	76
GRÁFICO N° 6	NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	77
GRÁFICO N° 7	NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE.....	78
GRÁFICO N° 8	NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	80
GRÁFICO N° 9	HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN.....	81
GRÁFICO N° 10	NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS.....	82
GRÁFICO N° 11	NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE.....	84
GRÁFICO N° 12	IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA.....	85
GRÁFICO N° 13	CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.....	86
GRÁFICO N° 14	NIVELES DE BASURA.....	88
GRÁFICO N° 15	NIVELES DE CONTAMINACIÓN.....	89
GRÁFICO N° 16	NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA.....	90
GRÁFICO N° 17	TIPO PRODUCTOS QUE VENDE.....	91
GRÁFICO N° 18	OTROS; ESPECIFICACIÓN.....	94
GRÁFICO N° 19	CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD.....	95
GRÁFICO N° 20	SUGERENCIAS.....	96
GRÁFICO N° 21	AÑOS DEL NEGOCIO.....	97
GRÁFICO N° 22	DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO.....	98
GRÁFICO N° 23	HORAS AL DÍA DE LABOR.....	100
GRÁFICO N° 24	NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA.....	101
GRÁFICO N° 25	INVERSIÓN SEMANAL.....	102
GRÁFICO N° 26	RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO.....	104
GRÁFICO N° 27	BENEFICIOS.....	105
GRÁFICO N° 28	DESVENTAJAS.....	107
GRÁFICO N° 29	RENTABILIDAD DEL OFICIO.....	108
GRÁFICO N° 30	ES RENTABLE.....	109
GRÁFICO N° 31	NO ES RENTABLE.....	110
GRÁFICO N° 32	PERSONAL DE APOYO.....	111
GRÁFICO N° 33	RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR.....	112
GRÁFICO N° 34	PAGO AL PERSONAL DE APOYO.....	113
GRÁFICO N° 35	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO.....	114
GRÁFICO N° 36	CONDICIONES DE PAGO.....	115
GRÁFICO N° 37	PORCENTAJE DE VENTA DIARIO.....	116

GRÁFICO N° 38	TIPOS DE IMPUESTOS.....	118
GRÁFICO N° 39	NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES.....	119
GRÁFICO N° 40	RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO.....	120
GRÁFICO N° 41	LUGAR DE RESIDENCIA.....	122
GRÁFICO N° 42	GÉNERO.....	123
GRÁFICO N° 43	OCUPACIÓN.....	124
GRÁFICO N° 44	EDAD.....	125
GRÁFICO N° 45	ESTADO CIVIL.....	126
GRÁFICO N° 46	NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	127
GRÁFICO N° 47	NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE.....	128
GRÁFICO N° 48	NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	130
GRÁFICO N° 49	HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN.....	131
GRÁFICO N° 50	NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS.....	132
GRÁFICO N° 51	NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE.....	133
GRÁFICO N° 52	IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA.....	134
GRÁFICO N° 53	CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.....	135
GRÁFICO N° 54	NIVELES DE BASURA.....	136
GRÁFICO N° 55	NIVELES DE CONTAMINACIÓN.....	137
GRÁFICO N° 56	NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA.....	138
GRÁFICO N° 57	TIPO PRODUCTOS QUE VENDE.....	139
GRÁFICO N° 58	OTROS; ESPECIFICACIÓN.....	140
GRÁFICO N° 59	CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD.....	141
GRÁFICO N° 60	SUGERENCIAS.....	142
GRÁFICO N° 61	AÑOS DEL NEGOCIO.....	143
GRÁFICO N° 62	DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO.....	144
GRÁFICO N° 63	HORAS AL DÍA DE LABOR.....	145
GRÁFICO N° 64	NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA.....	146
GRÁFICO N° 65	INVERSIÓN SEMANAL.....	147
GRÁFICO N° 66	RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO.....	149
GRÁFICO N° 67	BENEFICIOS.....	151
GRÁFICO N° 68	DESVENTAJAS.....	153
GRÁFICO N° 69	RENTABILIDAD DEL OFICIO.....	154
GRÁFICO N° 70	ES RENTABLE.....	155
GRÁFICO N° 71	NO ES RENTABLE.....	156
GRÁFICO N° 72	PERSONAL DE APOYO.....	157
GRÁFICO N° 73	RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR.....	158
GRÁFICO N° 74	PAGO AL PERSONAL DE APOYO.....	159
GRÁFICO N° 75	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO.....	160

GRÁFICO N° 76	CONDICIONES DE PAGO.....	161
GRÁFICO N° 77	PORCENTAJE DE VENTA DIARIO.....	162
GRÁFICO N° 78	TIPOS DE IMPUESTOS.....	164
GRÁFICO N° 79	NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES.....	165
GRÁFICO N° 80	RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO.....	166
GRÁFICO N° 81	LUGAR DE RESIDENCIA.....	168
GRÁFICO N° 82	GÉNERO.....	170
GRÁFICO N° 83	OCUPACIÓN.....	171
GRÁFICO N° 84	EDAD.....	173
GRÁFICO N° 85	ESTADO CIVIL.....	175
GRÁFICO N° 86	NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	177
GRÁFICO N° 87	NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE.....	178
GRÁFICO N° 88	NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	180
GRÁFICO N° 89	HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN.....	182
GRÁFICO N° 90	NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS.....	184
GRÁFICO N° 91	NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE.....	186
GRÁFICO N° 92	IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA.....	188
GRÁFICO N° 93	CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.....	190
GRÁFICO N° 94	NIVELES DE BASURA.....	192
GRÁFICO N° 95	NIVELES DE CONTAMINACIÓN.....	194
GRÁFICO N° 96	NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA.....	195
GRÁFICO N° 97	TIPO PRODUCTOS QUE VENDE.....	196
GRÁFICO N° 98	OTROS; ESPECIFICACIÓN.....	198
GRÁFICO N° 99	CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD.....	199
GRÁFICO N° 100	SUGERENCIAS.....	200
GRÁFICO N° 101	AÑOS DEL NEGOCIO.....	202
GRÁFICO N° 102	DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO.....	204
GRÁFICO N° 103	HORAS AL DÍA DE LABOR.....	206
GRÁFICO N° 104	NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA.....	208
GRÁFICO N° 105	INVERSIÓN SEMANAL.....	211
GRÁFICO N° 106	RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO.....	212
GRÁFICO N° 107	BENEFICIOS.....	214
GRÁFICO N° 108	DESVENTAJAS.....	216
GRÁFICO N° 109	RENTABILIDAD DEL OFICIO.....	218
GRÁFICO N° 110	ES RENTABLE.....	219
GRÁFICO N° 111	NO ES RENTABLE.....	220
GRÁFICO N° 112	PERSONAL DE APOYO.....	221
GRÁFICO N° 113	RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR.....	223

GRÁFICO N° 114	PAGO AL PERSONAL DE APOYO.....	224
GRÁFICO N° 115	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO.....	226
GRÁFICO N° 116	CONDICIONES DE PAGO.....	228
GRÁFICO N° 117	PORCENTAJE DE VENTA DIARIO.....	230
GRÁFICO N° 118	TIPOS DE IMPUESTOS.....	232
GRÁFICO N° 119	NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES.....	234
GRÁFICO N° 120	RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO.....	237
GRÁFICO N° 121	LUGAR DE RESIDENCIA.....	239
GRÁFICO N° 122	GÉNERO.....	240
GRÁFICO N° 123	OCUPACIÓN.....	241
GRÁFICO N° 124	EDAD.....	243
GRÁFICO N° 125	ESTADO CIVIL.....	245
GRÁFICO N° 126	NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	247
GRÁFICO N° 127	NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE.....	249
GRÁFICO N° 128	NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	251
GRÁFICO N° 129	HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN.....	253
GRÁFICO N° 130	NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS.....	255
GRÁFICO N° 131	NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE.....	257
GRÁFICO N° 132	IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA.....	259
GRÁFICO N° 133	CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.....	261
GRÁFICO N° 134	NIVELES DE BASURA.....	263
GRÁFICO N° 135	NIVELES DE CONTAMINACIÓN.....	265
GRÁFICO N° 136	NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA.....	267
GRÁFICO N° 137	TIPO PRODUCTOS QUE VENDE.....	269
GRÁFICO N° 138	OTROS; ESPECIFICACIÓN.....	270
GRÁFICO N° 139	CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD.....	272
GRÁFICO N° 140	SUGERENCIAS.....	274
GRÁFICO N° 141	AÑOS DEL NEGOCIO.....	276
GRÁFICO N° 142	DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO.....	278
GRÁFICO N° 143	HORAS AL DÍA DE LABOR.....	280
GRÁFICO N° 144	NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA.....	282
GRÁFICO N° 145	INVERSIÓN SEMANAL.....	285
GRÁFICO N° 146	RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO.....	287
GRÁFICO N° 147	BENEFICIOS.....	289
GRÁFICO N° 148	DESVENTAJAS.....	291
GRÁFICO N° 149	RENTABILIDAD DEL OFICIO.....	293
GRÁFICO N° 150	ES RENTABLE.....	294
GRÁFICO N° 151	NO ES RENTABLE.....	295

GRÁFICO N° 152	PERSONAL DE APOYO.....	297
GRÁFICO N° 153	RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR.....	299
GRÁFICO N° 154	PAGO AL PERSONAL DE APOYO.....	300
GRÁFICO N° 155	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO.....	301
GRÁFICO N° 156	CONDICIONES DE PAGO.....	303
GRÁFICO N° 157	PORCENTAJE DE VENTA DIARIO.....	305
GRÁFICO N° 158	TIPOS DE IMPUESTOS.....	307
GRÁFICO N° 159	NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES.....	309
GRÁFICO N° 160	RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO.....	312

ÍNDICE DE ANEXOS

ENCUESTA SOCIOECONÓMICA A LOS COMERCIANTES	ANEXO N° 1
ENTREVISTA RESPECTO A AL COMERCIO AL ENCARGADO DE LAS PLAZAS Y MERCADOS	ANEXO N° 2
REFORMA A LA ORDENANZA DEL FUNCIONAMIENTO Y OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS Y MERCADOS	ANEXO N° 3
ORDENANZA DEL FUNCIONAMIENTO Y OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS Y MERCADOS.....	ANEXO N° 4
FOTOGRAFÍAS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PLAZAS Y MERCADOS.....	ANEXO N° 5
RESOLUCIÓN DE LA FIJACIÓN DEL VALOR POR METRO CUADRADO EN LAS DIFERENTES PLAZAS Y MERCADOS, PATIO DE COMIDAS Y COOPERATIVAS DE TRANSPORTE	ANEXO N° 6
MARCO CONCEPTUAL.....	ANEXO N° 7
DECRETO DE CANTONIZACIÓN DE PUJILI.....	ANEXO N° 8

AGRADECIMIENTO

“El gran amor de Dios nunca se acaba, y su compasión jamás se agota”

Jeremías

A aquellos quienes a pesar de las dificultades por las que han pasado en la vida han sabido brindarnos todo su apoyo, protección y sobre todo su amor de manera incondicional, y que han logrado hacer de nosotras lo que hasta hoy somos, para ellos y en agradecimiento de todo el esfuerzo, esmero y confianza que han depositado en nosotras; para ustedes papis con toda nuestra gratitud y amor este reconocimiento que no superará jamás todo lo que han hecho sin esperar nada a cambio.

Mayra Aguayo - Belén Albarrasín

DEDICATORIA

Dedicamos este esfuerzo de manera especial a Gloria García y Rosa Bassantes por ser las mejores madres que Dios puso sobre la tierra, Mónica Albarrasín por ser más que hermana una madre y por su apoyo incondicional, a Yilenita Montero por ser un ejemplo de maestra y brindarnos su apoyo desinteresado, Mabel Cevallos porque este fue su sueño y nos hubiera encantado que este logro sea suyo también, a Santiago Vargas por su preocupación constante y a cada una de las personas que han sabido brindarnos su apoyo a lo largo de nuestra vida estudiantil; maestros a quienes llegamos a apreciar tanto, amigos y familiares.

Y aunque sale de lo convencional le dedicamos esto a nuestra mejor amiga, quien compartió cada palabra de esta tesis.

Mayra Aguayo - Belén Albarrasín



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga- Ecuador

TEMA: “ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE LAS PLAZAS Y MERCADOS DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERÍODO 2014 - 2015”

Autoras: Aguayo García Mayra Azucena

Albarrasín Bassantes Ana Belén

RESUMEN

En la actualidad es notoria la falta de educación financiera en los comerciantes de las plazas y mercados del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi ya que la capacidad de ahorro para este grupo es baja por el desconocimiento mismo, es por ello que fue necesario elaborar un estudio socio-económico del grupo ya mencionado para ello se utilizó varias técnicas de investigación, como la encuesta y entrevista mismas que reflejaron resultados con un bajo nivel económico. Dados los resultados de la investigación, se propuso un programa continuo de capacitación en educación administrativa y financiera, para mejorar así la situación económica de los comerciantes y a la par su situación social.

PALABRAS CLAVES: Estudio socio-económico, Estatus, Escolaridad



TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE SCIENCES AND HUMANITIES

Latacunga- Ecuador

**TOPIC: “ANALYSIS SOCIO-ECONOMIC OF THE TRADERS OF THE
SQUARES AND MARKETS OF PUJILÍ CITY OF COTOPAXI PROVINCE
IN THE 2014 – 2015 PERIOD”**

Authors: Aguayo García Mayra Azucena

Albarrasín Bassantes Ana Belén

ABSTRACT

Nowadays, the lack management is notorious in merchants of shopping places and markets in Pujilí of Cotopaxi province, reason why it was necessary to develop a socio-economic research about mentioned group; several investigative techniques were used to carry out this research, they were the survey and interview. It was observed a low economic level in the merchants of these sites by inadequate organization of trade at this town, it was necessary to analyze their status and observe the current situation how they live. According to the results of the investigation, it is proposed a reorganization of posts, better waste management and healthiness, to ensure that the situation of traders improves.

KEY WORDS: Socio-Economic, Status, Schooling

INTRODUCCIÓN

El presente tema fue planteado al notar un problema importante en la situación económica y social de los 1150 comerciantes del sector urbano de Pujilí, pero, ¿será que un Estudio Socioeconómico ayudará a mejorar el desarrollo económico y social de los comerciantes?

La formación académica de las autoras, como Ingenieras Comerciales en temas como el comercio, economía y finanzas, ha profundizado en este tipo de investigaciones, es decir por el interés de investigar, y la utilidad práctica que tendrá el mismo, ya que los objetivos de este estudio son de gran relevancia porque ayudará a que la economía a futuro de los comerciantes refleje un progreso y por ende una mejora del aspecto social.

Para lo que se realizará una investigación de tipo descriptiva en la cual utilizaremos instrumentos de utilidad metodológica, como las encuestas y entrevistas a los sujetos objeto de análisis y métodos teóricos empíricos y estadísticos mismos que reflejarán factibilidad ya que los recursos son de fácil accesibilidad, y todo ello permite la realización del proyecto. En relación a otros proyectos la novedad científica de este es fundamental por lo diferente de esta investigación en el sitio para con otros estudios socioeconómicos. La posibilidad de que exista alguna dificultad o limitación en el avance del proyecto, se daría si los sujetos a investigar, omitieren información o a su vez esta sea falsa o alterada, ya que esto no nos permitirá conocer la posición real de los mismos, este problema ocurre por el temor de sufrir alguna represaría en cuanto a diversos aspectos como por ejemplo el que se les suprima el Bono de desarrollo social.

El presente tema de estudio está estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I, se detalla cada una de las variables de la categorización dentro de la fundamentación teórica, referente al estudio socio-económico y cada una de sus variables así como las diversas estructuras del comercio.

Capítulo II, este capítulo tiene como finalidad el conocer la situación socioeconómica real de los comerciantes de las plazas y mercados del cantón, mediante la interpretación y análisis de datos a través de la aplicación de un instrumento de investigación; la encuesta.

Capítulo III, Un principio básico de las finanzas establece que la función primordial del sistema es satisfacer las preferencias de consumo de la gente, incluyendo todas las necesidades básicas de la vida, entre ellas la alimentación, el vestido y la vivienda para ello el ahorro es un aspecto sumamente fundamental en el presente capítulo y por ser el más importante se presenta la propuesta, misma que es una recopilación de aspectos comunes entre los diversos sitios de comercio, donde se profundiza un programa continuo de capacitación en educación administrativa y financiera.

Consecuentemente se presenta las conclusiones y recomendaciones resultantes a este estudio.

CAPÍTULO I

1.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El presente trabajo se sustenta en el análisis final de los estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y contables de la Universidad Central tomado de la conclusión más relevante, donde nos dicen que:

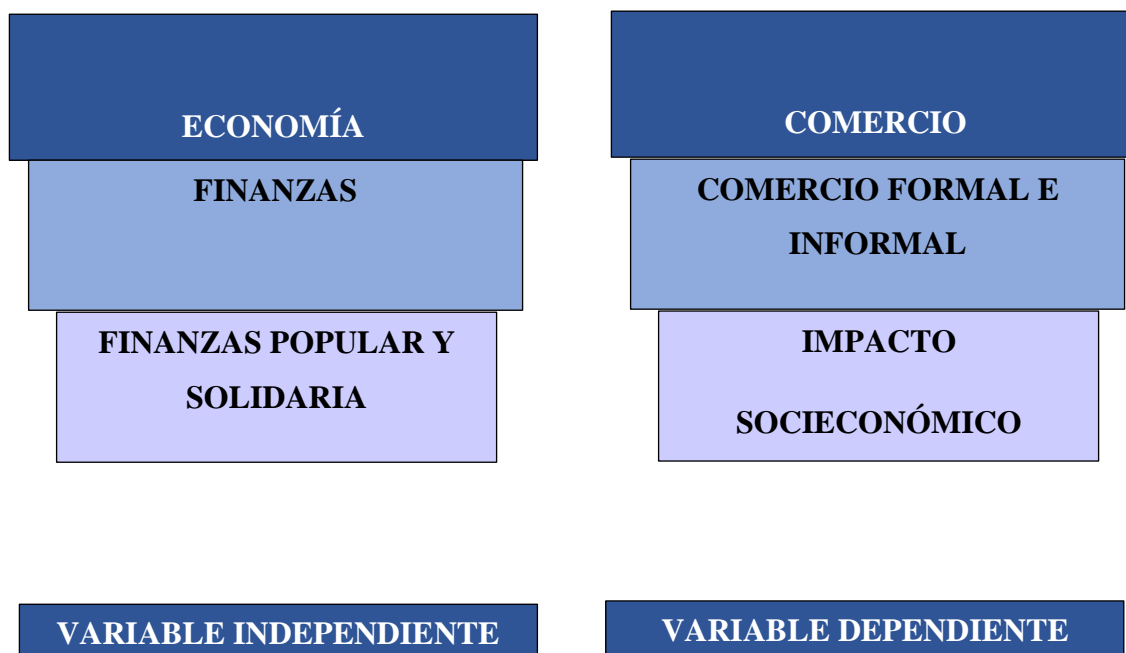
GONZÁLEZ Paula, LÓPEZ Jorge (2012) *Los comerciantes que ofrecen productos y servicios en la Minorista deben agremiarse y direccionar su estrategia no solo a los compradores familiares, sino además a compradores como tenderos, mini mercados, fundaciones, otros agentes económicos que puedan conseguir productos al por mayor con buenos precios y buena calidad para surtir sus negocios.*

Los clientes y visitantes de la PMMA no ven una organización en la misma, este punto nos invita a seguir consolidando una excelente relación entre la Administración y los comerciantes de la Plaza para ofrecer al público en general unas instalaciones locativas en buen estado, agradables para los demandantes, con exhibiciones novedosas y adecuadas, respeto por los espacios comunes y una buena presentación personal de todas las personas que de una u otra manera laboral en la Minorista.

La Administración Municipal es la directamente encargada de adelantar las gestiones necesarias para mejorar la infraestructura locativa y hacer mantenimiento

permanente a las instalaciones físicas de la Plaza (hace tres años los comerciantes de la PMMA locativa, esta se encuentra en proceso).

1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



1.3. MARCO TEÓRICO

VARIABLE INDEPENDIENTE

1.3.1. Economía y Finanzas

Se debe establecer el concepto de economía y finanzas de manera individual debido a la importancia dentro del desarrollo de este documento; es decir por la significancia con el tema principal del presente.

1.3.1.1. Economía

Parte de las Ciencias Sociales es la economía, y esta estudia las leyes de la producción social y de la distribución de los bienes materiales en la sociedad y cada fase de ella en la humanidad. La base de la vida de la Economía es la producción material; que no es otra cosa que la actividad racional humana dedicada precisamente a la producción de bienes tangibles necesarios para vivir, como alimento, vestido, y otros bienes materiales. Para poseer estos bienes tienen que; como se menciona anteriormente producirlos y por tanto tienen que trabajar, ahora a qué entendemos como producción, es lo que hace progresar a la sociedad humana, y es la fabricación o elaboración mediante el trabajo humano.

La producción de bienes materiales es y será siempre una característica de las sociedades. Entonces, esta ciencia estudia aspectos relacionados al trabajo, la producción, la distribución y manejo de la riqueza, sea esta individual, familiar, empresarial, etc. Las condiciones en las que se encuentra el mundo actual, como las grandes cantidades de población son a las que los procesos influye, Por lo cual debe analizar los efectos de los procesos mundiales, regionales, locales aspectos como la

globalización, los acuerdos de integración económica los modelos económicos, entre otros.

La comprensión de lo que es economía no es un concepto fácil de entender, de tal modo con el objetivo de una mejor comprensión, se citará los conceptos de dos autores importantes en la economía.

Como es el de, **ROBBINS** Lionel. Recuperado el 06 de diciembre del 2014, dice que, “la economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar”.
<http://econiaparatosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>

Según el economista inglés **MARSHALL Alfred** (1842-1924). Concepto de Economía. Recuperado el 06 de diciembre del 2014, “la economía es la ciencia que examina la parte de la actividad individual y social especialmente consagrada a alcanzar y a utilizar las condiciones materiales del bienestar”.
<http://econiaparatosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>

La economía a pesar de ser una materia muy difícil de entender y extensa de conocer, tiene un concepto muy sencillo y práctico de comprender, pues como vemos, economía es el estudio de las leyes que rige la producción, que lleva a cabo el ser humano para la sobrevivencia, así también como el manejo adecuado de la misma, o el cómo obtener una mejora en dichas producciones o creaciones para lograr obtener mejores ingresos con pocos esfuerzos; es decir, la economía estudia la forma de subsistir de los seres humanos. Las

personas necesitan alimentarse, vestirse, recibir una educación, etc., para ello tiene unos recursos o ingresos que siempre son insuficientes a la hora de conseguir todos los beneficios y servicios que desean para satisfacer sus necesidades.

1.3.1.1.1. *Sociedad y Economía*

Como sociedad, esta forma parte del mundo material necesariamente e independiente de la naturaleza, dentro de la economía representa las formas de actividad humana, que se desarrollan históricamente. Ahora bien, sociedad es un sistema y su principal elemento son tanto hombres como mujeres, puesto que los sujetos del proceso histórico son estos elementos. Sin hombres y mujeres no existiera sociedad, sin sociedad no existiría la economía; No se podría definir a la sociedad como una simple suma de individuos, sino que son parte de la sociedad los distintos procesos y fenómenos sociales que son reflejo de la actividad humana: la producción material; como ya se lo mencionó, las creencias, las tradiciones y la cultura de los pueblos, su ideología, la agricultura, la industria, las relaciones y lucha de clases, los procesos políticos.

Para **LARROULET Cristián y MONCHÓN Francisco(1996)** en su libro **ECONOMÍA** “La economía estudia la forma en que los individuos y la sociedad efectúan las elecciones y decisiones para que los recursos disponibles, que siempre son escasos, puedan contribuir de la mejor forma a satisfacer las necesidades individuales y colectivas de la sociedad” pag 5

Además **LARROULET Cristián y MONCHÓN Francisco (1996)** dicen en su libro **ECONOMÍA** “puede decirse que la economía se ocupa de la forma en que los individuos “economizan” sus recursos, es decir de como emplean su ingreso de forma cuidadosa y sabia en orden a obtener la máxima satisfacción. Desde el

punto de vista de la sociedad en su conjunto, la Economía trata de como los individuos alcanzan el nivel de bienestar material más alto posible a partir de los recursos que ellos tienen disponibles” Pag 6

Esto se resume en que son los individuos los que conforman una sociedad y son ellos los actores principales de la economía, para ello existen un sinnúmero de acciones que cada individuo dentro de la sociedad desempeña, como el de crear empresas, negocios o sitios de trabajo para otros, todo ello se convierten en decisiones que deben ser tomadas, pensando siempre en la economía; es decir en los beneficios o riesgos que estas decisiones representen.

1.3.1.1.2. Sectores de la Economía

Sector primario.- Es el conjunto de las actividades económicas directamente vinculadas con la obtención de productos de la tierra: agricultura, ganadería, silvicultura, caza, pesca, minería, petróleo, etc. Las sociedades tradicionales y los países menos desarrollados tienden a tener un sector primario considerable, con baja incorporación de tecnología y escasa productividad; gran parte de la población económicamente activa se concentra en el mismo y sus exportaciones, del mismo modo, se componen mayormente de materias prima sin elaborar y productos alimenticios básicos.

Sector secundario.- Es el sector que agrupa todas las actividades de transformación. Este sector comprende las industrias manufactureras y otras actividades similares: construcción, generación de energía, etc. Este sector se expandió mucho en países que hicieron la llamada revolución industrial, lo que produjo una disminución paralela del sector primario dentro del conjunto de la economía.

Sector terciario.- Este sector es el que se dedica a los servicios de todo tipo. Entre éstos se incluye las actividades gubernamentales salvo la de empresas públicas que pueden pertenecer a los sectores primario o secundario al comercio, la educación, la salud, la banca y las finanzas, el transporte y las comunicaciones.

1.3.1.1.3. El carácter científico de Economía Política

Refiriéndose a la Economía Política se dice que es la ciencia que estudia leyes económicas que rigen la producción, distribución y consumo de bienes materiales de la sociedad a lo largo de la historia de la sociedad. Trata en esencia de la evolución de relaciones entre producción y fuerzas productivas a través de la cronología temporal. Debido a ello, determina cómo se produce el cambio de un modo de producción a otro superior y cómo las bases sociales se ven alteradas.

1.3.1.1.4. Definición de Economía Política

Es la ciencia de administración de recursos escasos por tanto estudia las modalidades que acoge el comportamiento humano dentro de las posibilidades que ofrecen tales recursos, analiza y explica las modalidades según las cuales un individuo o una sociedad deben utilizar limitadamente medios de modo que logren satisfacer de la misma manera limitada sus necesidades y determinados requerimientos. Por ello es que la ciencia económica estudia cada una de las formas del comportamiento humano en la lucha constante contra la escasez. La administración, de los recursos escasos como ya se mencionó, comporta el uso de la presión ejercidas por el Estado, por agentes económicos poderosos o por grupos; respectivamente pública y privada. Incluye también la dádiva, o la transferencia sin contrapartida, de productos o moneda como las prestaciones sociales; es decir beneficios por los que se debe asumir un costo entonces los sujetos económicos lo que buscan es satisfacer sus necesidades, esforzándose así por modificar sus preferencias e intervenir sobre sus respectivas conductas.

Las bases de estudio para la ciencia económica son las relaciones que existen entre los fines de la actividad humana y los medios que se han de utilizar para esos fines, mismos que se caracterizan por ser múltiples y diversos. No debe la ciencia económica ni explicarlos, ni apreciarlos como esos fines, a pesar de ello debe mostrar cómo es que los fines condicionan la actividad económica de la humanidad, cómo su transformación es capaz de influir en las modalidades de dicha actividad. En conclusión, la razón de ser de esta ciencia es, buscar entre aquellos múltiples fines de la acción aquellos que son compatibles entre sí y aquellos otros que son realizables; además debe determinar los medios económicos más adecuados para su ejecución.

1.3.1.2. Macroeconomía

Esta ciencia es la encargada del análisis del crecimiento y fluctuaciones de la economía de una nación desde una perspectiva amplia, refiriéndose con esto a que no comprende un estudio basado en demasiados detalles acerca de un sector o negocio en particular. Con ello se puede establecer una directa relación con la respuesta a varias interrogantes de un país y con ello poder conocer como un país se enriquece o empobrece en un tiempo determinado, como se origina el desempleo, que circunstancia causa la inflación (punto de la economía de gran importancia en el desarrollo de este documento), los motivos que permiten que economía fluctúe en el corto plazo.

El proceder de la macroeconomía se basa en tres procesos fundamentales; primero, trata de comprender los procesos individuales de toma de decisiones, es decir; de empresas y familias en un nivel teórico. Así los modelos macroeconómicos surgen de la suposición de que existe una empresa y una familia promedio, para con el uso de herramientas macroeconómicas, estudia varias circunstancias económicas. Segundo, se intenta explicar el comportamiento de la economía ya en un nivel general, a partir

de la recopilación de cada una de las familias y empresas individuales de la economía, para con ello permitirse predecir el comportamiento agregado de la economía con variables como precios, producto, consumo, etc. Y tercero, luego del análisis se aporta con el conocimiento empírico a la teoría, para probar algún supuesto o hipótesis, para dar a conocer el desempeño histórico de una economía, o para dar respaldo a un estimado económico a futuro.

La influencia de las políticas monetarias y fiscales con los resultados macroeconómicos como el crecimiento, el desempleo o las fluctuaciones económicas, se ha constituido como uno de los dilemas más debatidos por los economistas, a lo algunos afirman que los cambios de las políticas tienen efectos fuertes y muy predecibles, ya que creen firmemente que el gobierno debería manejar sus políticas de manera que influyan en las tendencias de la economía, otros por su parte que las repercusiones son demasiado impredecibles e inestables como para proporcionar una base para administrar la economía.

1.3.1.3. Microeconomía

Para definir a la microeconomía se toma en cuenta las diversas teorías que se han establecido a través de la historia.

FROYEN, Richard, (1996) "La Microeconomía explica el comportamiento de las unidades económicas consideradas individualmente, analiza la conducta del consumidor y de la empresa relacionada con la asignación de recursos y la toma de decisiones de éstas en el mercado de bienes y factores. El estudio de la materia es importante para el análisis del entorno externo a la empresa". (pág 255).

La microeconomía, o teoría de precios como se conoce algunas veces, se refiere básicamente al estudio del comportamiento de los individuos, las familias, las empresas y los mercados en los cuales ellos operan. El análisis es microeconómico, contrario al que se conoce como análisis macroeconómico. Este último incluye el estudio de fenómenos de la economía considerada como un todo, tales como la inflación y el desempleo. La teoría microeconómica, de otro lado, utiliza modelos que pretenden explicar y predecir el comportamiento de los consumidores y los productores.

Teoría de precios como se conoce algunas veces o microeconomía, que es la que se encarga del estudio del comportamiento de los individuos, las familias, las empresas y los mercados en los cuales ellos operan. Esta utiliza modelos que pretenden explicar y predecir el comportamiento de los consumidores y los productores.

1.3.1.3.1. Supuestos en microeconomía

Los economistas utilizan dos clases de supuestos:

La primera: Que no es sino otra cosa que una estipulación de las definiciones de los términos económicos y una exposición de las reglas del juego.

La teoría económica del comportamiento del consumidor, esta supone que los individuos pretenden extender su satisfacción o beneficio en las elecciones que realizan. Dicho supuesto refiere sobre la manera como los consumidores realizan conscientemente sus elecciones.

Poyer, M. (1990). En su libro Teoría Microeconomía, Microeconomía Moderna señala “es, en cambio, una regla a seguir por el economista al construir explicaciones de las elecciones particulares que han hecho o que harán, los consumidores. La única comprobación posible de los supuestos que

delimitan las fronteras de un campo de estudio tiene lugar mediante un examen de los logros del programa de investigación basado en estos supuestos.” (pág. 6-703).

Todas las personas al tomar una decisión o al hacer una elección de algo, analizamos si está o esto nos traerá algún beneficio positivo al respecto, nada más; sin embargo para los economistas dicha decisión, es un objeto de estudio y análisis detallado del porque la persona toma ciertas decisiones, planteándose así un sinnúmero de supuestos que pudieren ayudar a determinar cuáles pudieren ser las causas de esta decisión.

Mientras más amplia sea la calidad de cosas que este pueda explicar, y mientras más apropiadas o acertadas sean sus producciones acerca de las mismas, más productivo será el programa de investigación. Dichos supuestos y sus convenientes programas de investigación nunca serán “verdaderos” o “falsos”. Estos simplemente consiguen resultar más o menos útiles para hallar las respuestas a problemas particulares.

La segunda: son los relacionados con supuestos empíricos, que son los que distinguen la forma como funciona el mundo en la realidad de las múltiples formas como éste puede imaginariamente funcionar.

1.3.1.3.2. *Definición de Oferta y Demanda*

Para referirse al concepto de Oferta se ha visto la necesidad de citar el pensamiento de conocedores en el tema.

Definición.de (2008). Definición General de Oferta: Oferta. Recuperación el 30 de noviembre del 2014 “Oferta, término que deriva del latín offerre, es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. La persona que

anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte”. <http://definicion.de/oferta>.

Es decir que la oferta no si no otra cosa que ofrecer a la venta y a un precio determinado un bien o un servicio que satisfaga las necesidades del consumidor.

Demanda: Se refiere a la calidad y cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por los consumidores en los diferentes precios del mercado.

Así también existe la demanda independiente y la dependiente

Demanda Independiente: Esta es la que se concibe a partir de decisiones ajenas a la empresa, es decir que la demanda de productos terminados es externa a la empresa ya que las decisiones de los clientes no son controlables por la empresa, aunque claro no está demás mencionar que sí pueden ser influidas.

Demanda dependiente: Esta se refiere a que las decisiones que se genera son tomadas propiamente por la empresa. Así mismo vale referir a que esta se genera a partir de la demanda independiente de productos finales para el cálculo de las materias primas y productos semielaborados que intervienen en su fabricación.

1.3.1.3.3. *Los Recursos*

Resulta necesario, para el estudio de la microeconomía, empaparse de conceptos que la constituyan como tal; debido a ello se hace referencia en el presente, el detalle de los tipos de recursos existentes en una economía.

Clasificación de los recursos

Se pueden clasificar los recursos de diversas maneras. Es considerable recalcar que cada esquema de clasificación es, en alguna medida, arbitrario. Sin embargo, si podemos considerar como categorías de clasificación a los recursos humanos, naturales, y los de capital.

- **Recursos naturales:**

Que son la tierra y depósitos minerales: esencialmente al pensar en la tierra como recurso natural, se está considerando los depósitos minerales dentro de este recurso genérico. No obstante, también existe un recurso natural en la superficie de la tierra, encima y arriba de la misma: la fertilidad, la topografía y el clima. Por ejemplo está claro mencionar que en algunos terrenos se pueden cultivar volúmenes considerables de cosechas, sin que haya la necesidad de manipular mucha agua o fertilizantes; sin embargo otras tierras, por el contrario, son incapaces de producir nada, sin una alteración sustancial de sus características físicas y químicas mismas.

- **Recursos de trabajo:**

Estos recursos de trabajo, no se podrían producir sin la utilización de los recursos humanos, pues para producir las cosas que deseamos, se necesita la intervención de estos. Dichos recursos radican en las contribuciones beneficiosas o productivas de la mano de obra, realizadas por los individuos al trabajo.

- **Recursos de capital:**

Se comprende como recursos de capital o manufacturados, a la combinación de los recursos ya mencionados que son la tierra y el trabajo, esto quiere decir la aplicación de la mano de obra a la tierra para, por ejemplo, cultivar maíz, se utiliza algo adicional. Usualmente, un arado o un tractor que nos ayudara a producir las cosas que deseamos. El capital consiste de máquinas, construcciones y herramientas. Como ejemplo se dice, que de forma adicional está constituido por las mejoras en los

recursos naturales, tales como la nivelación de la tierra sobre la cual se podrán constituir más fábricas.

- **Otro recurso humano el actor empresarial:**

En efecto, existe una cuarta categoría de insumo que se maneja en el proceso de producción. Este es un recurso humano, que está constituido por el talento empresarial o factor empresarial. Para que se pueda comprender dicho factor, se muestra que este consiste en definir lo que un empresario hace, o se espera que haga.

Como por ejemplo un empresario puede definirse como una persona que podrá realizar las siguientes tareas:

1. La gran iniciativa de combinar tierra, trabajo y capital, para originar un bien.
2. La toma de decisiones básicas que afectan el destino de un negocio.
3. Asumir los riesgos, obteniendo ganancias como recompensa.
4. La formación de organizaciones de negocios e introducción de nuevas técnicas y productos en el mercado.

Virtualmente sin el factor empresarial ninguna organización de negocios de gran escala podría funcionar. Perceptiblemente, se puede entender que el factor empresarial, como recurso humano, es considerablemente un tanto escaso, esto se debe a que no todo el mundo está dispuesto a asumir riesgos o tiene la habilidad de tomar decisiones apropiadas de negocios.

KRUGMAN Raúl R. (1933) “No siempre se puede conseguir lo que se quiere. Un recurso es algo que se puede usar para producir otra cosa. La lista de los recursos de la economía normalmente empieza con la tierra, el trabajo (tiempo disponible de los trabajadores), el capital (maquinaria, edificios y otros recursos productivos elaborados por el hombre) y el capital humano (el resultado de la educación y la cualificación de los trabajadores). Un recurso es

escaso cuando las cantidades en que se disponen no son suficientes para satisfacer las necesidades productivas”.Pág 6

A pesar de la gran clasificación de recursos existentes en el mundo no es algo seguro que se pueda obtener todo lo que se requiere, también los recursos llegan a limitarse y por ende por más de que se llegue a prescindir de ellos no siempre estarán disponibles es por ello que dentro de una economía debe considerarse el aprender a saber manejar los recursos para obtener mejoras y no caer en crisis.

1.3.1.3.4. Los Bienes

- **Bienes Económicos**

Para la producción de los llamados bienes económicos, los recursos escasos se combinan. Esto significa que cualquier bien o servicio, producido a partir de recursos escasos, es asimismo escaso. Ya que los bienes económicos son escasos, de forma constante desafiamos decisiones sobre el modo de cómo utilizarlos. Después de todo, la cantidad de bienes que desean o se demandan excede el monto que está utilizable claramente de la naturaleza a un precio cero.

Sin embargo, no todos los bienes son económicos; algunos de ellos son libres.

- **Bienes Libres**

Constan un sin número de cosas en torno a nosotros que se denominan como bienes libres. Sin embargo ningún bien es verdaderamente libre, puesto que algunos sencillamente no poseen precio de mercado en la realidad, a estos entonces se los trata como si fuesen bienes libres.

En los antiguos libros de texto de economía consideraban el aire como un bien libre, pero para **ROGER LE ROY Miller, ROGER E Meiner** (1990), quienes señalan no estar de acuerdo diciendo “Esto no es cierto ya en todos los lugares del planeta, en muchas ciudades la polución convierte al aire en inadecuado para respirar” (Pág. 4)

1.3.1.4. Finanzas

Las finanzas son consideradas dentro de la rama de la economía, las actividades destinadas para el intercambio de distintos bienes entre empresas e individuos, se las conoce como finanzas estas conllevan también un cierto margen de riesgo.

La teoría de las finanzas consta de un grupo de conceptos que ayudan a organizar la forma de asignar recursos a través del tiempo, así como de un conjunto de modelos cuantitativos que auxilian en la evaluación de alternativas, la toma de decisiones y la puesta en práctica de las mismas. Es decir las finanzas pueden ser un fascinante campo de estudio desde un punto de vista estrictamente intelectual, y amplían nuestra comprensión de lo que sucede en el mundo real.

Su principal actividad es la obtención del capital para la inversión en bienes productivos; es decir en la buena toma de decisiones con respecto al uso del dinero,

sea para las empresas o no, así como su gestión y obtención. Además conlleva una relación con la administración ya que la gestión del dinero también tendrá que estar en dependencia de lo planificado para el logro de metas.

1.3.2. Finanza Popular y Solidaria

Se entienden las finanzas solidarias como un sistema financiero concebido para aportar, a través de estructuras y de herramientas especializadas, financiamientos a proyectos que generan el desarrollo económico sostenible y la integración social.

Las finanzas solidarias son un conjunto de instituciones que aplican al sector financiero los principios de economía solidaria. Organismos de financiamiento con estatutos específicos proveen préstamos o participaciones en capital a otras estructuras de economía solidaria (ONGs, cooperativas etc.), o también a personas excluidas de los circuitos bancarios y financieros clásicos. Reciben el ahorro de personas que desean que sus fondos estén colocados a base de solidaridad, aceptando menos lucros.

SOLECOPEDIA (2004)”Lo que distingue la finanza solidaria de otros tipos de finanza es su visión y su capacidad a aumentar el capital social. O sea, la finanza solidaria es un sistema de finanza que aumenta la capacidad de un grupo particular de personas a cooperar y a actuar juntos para enfrentar el problema de exclusión desde el sistema financiero existente (tradicional) y conseguir un desarrollo sostenible y equitativo”

[http://es.solecopedia.org/index.php?title=Finanza_Solidaria.](http://es.solecopedia.org/index.php?title=Finanza_Solidaria)

La finanza solidaria trata de aportar una respuesta a las tres crisis mayores de la sociedad: la crisis entre el ser humano y sí mismo, la crisis entre los seres humanos y

la crisis entre el ser humano y su entorno. Frente a estas crisis, como ella refuerza el capital social, o sea ella re vincula la sociedad con valores personales, la finanza solidaria contribuye a crear las condiciones de un desarrollo sostenible.

Finanzas Solidarias

Utilizan herramientas financieras para conseguir el desarrollo equitativo y sostenible de la población excluida de financiamiento, con criterios de solidaridad.

A estas también se la conoce como banca social, sostenible, alternativa o responsable, combina beneficios sociales y medioambientales con la rentabilidad económica como un componente ético, las micro finanzas vinculan a personas que desean colocar sus ahorros al servicio de actividades con fuerte utilidad social y a personas de terreno que desean implementar proyectos pero que no tienen un acceso suficiente a los financiamientos clásicos. Su función esencial es de servir a los pobres y a los excluidos, está ampliamente reconocida hoy como una « palanca para el desarrollo » que contribuye a la lucha contra la pobreza. Sin embargo, por su doble vocación, debe poder conciliar un desempeño tanto social como financiero.

Las finanzas solidarias se plantean como una herramienta al servicio del desarrollo humano y de la sociedad: apuntan a estar dirigidas a los pobres y los excluidos, a promover la creación de empleos Son unas finanzas que ganan en eficiencia al tomar en consideración las situaciones sociales existentes, mejorando su estabilidad y haciéndose menos vulnerable a los cambios y crisis, lo que es lejos de ser menor en estos tiempos agitados.

VARIABLE DEPENDIENTE

1.3.3. Comercio

Para una adecuada comprensión de lo que es el comercio empezaremos por definir el significado de la palabra comercio. Esta proviene del latín “*comercium*” que viene de la unión de dos palabras “*cum*”, que quiere decir *con*, y *mercis*, que quiere decir *mercancía*, que es todo aquello que se puede vender comprar, “*comercium*” se refiere a la transacción que se da con el objeto de adquirir, comprar o vender un bien o un servicio. Entonces diremos que se llama comercio a la intermediación que se da entre una persona (vendedor) que tiene bienes o servicios a ofertar con otra persona (comprador) que quiere o necesita adquirirlos, así vemos que el comercio se da por la advertencia del hombre al ver poseía la existencia de cosas que le sobraban y otras que le faltaban.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, venta o transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor

Pero en comparación con esta definición, se puede mencionar a otro autor, el mismo que amplía su teoría a algo un poco más abarcador pero que si se lo analiza a profundidad entonces se encontrará similitudes.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación.

El comercio es una acción social y económica que se refiere a la adquisición y a la entrega de bienes o servicios en un tiempo o fecha determinada, a cambio de un valor monetario designado a los mismos.

1.3.3.1. Tipos de comercio

El comercio mayorista (conocido también como «comercio al por mayor» o «comercio al mayor») es la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador por lo regular no es el consumidor final de la mercancía: la compra con el objetivo de vendérsela a otro comerciante o a una empresa manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto.

El comercio minorista (conocido también como «comercio al por menor», «comercio al menor», «comercio detallista» o simplemente «al detalle») es la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía; es decir, quien usa o consume la mercancía.

El comercio interior es el que se realiza entre personas que se hallan presentes en el mismo país, sujetos a la misma jurisdicción.

El comercio exterior es el que se efectúa entre personas de un país y las que viven en otro.

Comercio terrestre, comercio marítimo, comercio aéreo y comercio fluvial hacen referencia al modo de transportar la mercancía y cada uno es propio de una rama del derecho mercantil, que lleva el mismo nombre.

El comercio por cuenta propia es el que se realiza por cuenta propia, para sí mismo.

El comercio por comisión es el que se realiza a cuenta de otro.

El comercio electrónico el término comercio electrónico (o e - commerce), hace referencia a cualquier forma de transacción o intercambio electrónico de bienes, información o servicios, la cual facilita las operaciones comerciales y que genera políticas gubernamentales específicas para mejorar la posición competitividad de las economías; cuyo intercambio se basa en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como internet.

El comercio es una fuente de recursos tanto para el empresario como para el país en el que esté constituido: entre más empresas vendan el mismo producto o brinden el mismo servicio se abaratan los servicios.

1.3.3.2. Comercialización

Son las actividades que aligeran el adecuado movimiento de los distintos bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, estos a su vez incluye todo lo relacionado a marketing como es la publicidad, promoción, planificación del producto, técnicas de mercado, investigación y desarrollo de bienes y servicios así como también la distribución de los mismos.

1.3.3.2.1. Comercialización Cooperativa

Esta se refiere a la fusión de los comerciantes mayoristas, detallistas, independientes o en cualquier combinación de ellos trabajen colectivamente y sea para comprar o vender un determinado producto.

1.3.3.2.2. Comercialización Masiva

Son técnicas que se usan para vender cantidades grandes de artículos a todo el mundo. Este requiere habitualmente la distribución de los distintos productos en almacenes populares y supermercados.

1.3.3.3. Comercializar

Se entiende al acto por cual se intercambia un bien o un servicio a cambio de dinero, así como también se establecen condiciones, vías o medios de distribución para su venta, de modo que se pueda ofrecer una correcta y adecuada atención al consumidor o compradores, logrando de este modo la mayor satisfacción del mismo.

1.3.3.3.1. Comerciante

Se refiere a la persona que se desempeña laboralmente a la comercialización, que es la compra y venta de bienes o servicios, y que lo toman como una actividad

económica, esto se refiere que se dedican a comprar productos a un determinado precio, para después de ello venderlos a un precio mayor, lo que les dará una ganancia. En muchos de los casos dichos comerciantes manipulan la mercadería transformándola en un producto distinto y único a modo de darle un valor agregado al producto, esto permitirá que el producto sea solicitado y necesario, permitiendo así que se obtenga una ganancia mucho más alta de la ya calculada.

Los comerciantes pueden ser mayorista o minorista.

Comerciante Mayorista

Las empresas o empresarios no tienen contacto directo con los consumidores, para ello entregan esta tarea a personas expertas, las mismas que cumplirán con el papel de ser intermediarios entre ellos. Los Mayoristas son los que se encargan de adquirir la mercadería a empresas o fábricas al costo, para luego de ello venderla al comerciante detallista conocido también como comerciante que vende al por menor que es el que se encargará de ponerla de venta al público en pequeñas cantidades al consumidor final

Comerciantes Minoristas

Como ya su nombre lo señala es aquella persona que se encarga de vender un producto al por menor o al detalle directamente al público o consumidor final, este adquiere su mercadería a los comerciantes mayorista, a fábricas o empresas e incluso en muchos de los casos a otros minoristas. Existe un sin número de instituciones minoristas como por ejemplo están los grandes almacenes, tiendas de especialidades, supermercados, tiendas de descuentos etcétera. Los minoristas realizan un sin número de funciones importantes para el comercio y la economía en general es por ello que se han convertido en uno de los elementos más importantes de la cadena de distribución.

1.3.3.4. Comercio Formal

Este es el que está regido bajo las normas de comercio del país en el que realiza el acto del comercio, el cual se ampara en los estatutos legales que se encuentren vigentes. Tiene que ver con la formalidad en el ser humano, las normas de comportamiento que son las que administran a toda la sociedad en general, la disposición y atrevimiento para dar cumplimiento a las leyes y reglamentos que están escritas por decreto gubernamental, logrando de este modo una adecuada aportación en cuanto al desarrollo y progreso del país, entregando así una adecuada aportación a la solución de problemas existentes en el mismo.

Al mismo tiempo se dice que al realizar un comercio formal se está entregando al público un producto de excelente calidad y con garantías seguras, con un sin número de formas de pago que ayudan a que la adquisición del producto o servicio sea más fácil y rápida para el consumidor, como podemos mencionar también que están amparados por la ley y los reglamentos, haciendo que cualquier acto de comercio que este ejecute sea abalado y amparado por el gobierno en turno. Sin embargo es de vital importancia mencionar que también tiene varias desventajas y una de ellas es que, al ser un comercio formal deberá pagar varios impuestos, lo que arrojará como resultado que tengan que vender los productos o servicios a costos elevados, haciendo que su adquisición sea difícil y casi imposible para las personas de escasos recursos económicos.

El comercio formal es aquel que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa por lo cual se ampara en los estatutos legales vigentes. El comercio formal requiere de reglas más claras y más justas para desarrollar su actividad.

Es aquel que está registrado ante las autoridades y que reportan sus movimientos económicos. Pueden ser personas físicas o morales con actividad empresarial y que cuentan con un local comercial, una marca y una razón social o nombre.

Ventajas del comercio formal.

El comercio formal presenta diversas ventajas dentro de las que se pueden mencionar.

- Garantía en los productos que se ofertan
- Instalaciones adecuadas e higiénicas
- Ambiente seguro
- Proporcionan un alto grado de confianza
- Diversas formas de pago
- Está amparado por la ley
- Productos de calidad
- Variedad de productos y servicios

Desventajas del comercio formal.

- Tiene un costo elevado
- A las familias de escasos recursos económicos, les resulta difícil adquirir los productos ofrecidos.

1.3.3.5. Comercio Informal

Este se lo entiende como el acto de comercio que no está supeditado o regido por alguna ley existente pues hace caso omiso de ella, es una actividad económica antigua que trata en el intercambio de bienes o servicios que tienen a ofertar con personas que demandan el mismo, con el único afán de conseguir lucro, rapidez en el movimiento de la moneda como también en la mayoría de casos por la especulación y la acumulación de ganancias considerables, dado que este no tiene que pagar algún tipo de impuesto o arancel por la comercialización de su producto, colocándose de este modo en un puesto amenazante ante los comerciantes formales pero como una

oportunidad que no se puede dejar pasar para los consumidores. Debido a que se encuentran expedidos en las calles y espacios públicos con características similares y por lo general a bajos costos.

Comercio informal

Se denomina comercio informal a la actividad económica oculta solo por razones de evasión fiscal o de control meramente administrativo.

Porque se da el comercio informal?

- La primera razón es el estatus económico.
- La segunda tiene que ver con la baja eficiencia gubernamental
- La tercera es la deficiencia cultural

Ventajas del comercio informal

- Precios más bajos
- Posibilidad de regatear el precio
- Calidad aceptable en los productos
- Lugar accesible para realizar las compras
- Se enfoca en la población que tiene menos recursos económicos
- Genera trabajo informal para cualquier persona

Desventajas de comercio informal

- Falta de garantía en los productos y servicios
- Se pueden encontrar productos robados o piratas
- Falta de higiene
- Instalaciones inadecuadas
- Única forma de pago efectivo
- El estado no recibe ingresos por impuestos
- La población viola las leyes

- Deshumaniza a la sociedad
- Genera inseguridad ciudadana
- Prácticas ilegales

A pesar de todos los beneficios económicos que se pueda obtener con la aplicación de dicho comercio es importante señalar que no es nada seguro ya que los comerciantes siempre habrán de estar pendientes de que no sean capturados o decomisados sus productos debido a que la actividad que están realizando no está cumpliendo con las normas establecidas en la leyes o reglamentos que rige al comercio legal o formal. Y la pérdida para los consumidores será notable ya que el producto o servicio adquirido no ofrecerá ninguna garantía de que el producto sea de calidad.

1.3.4. Impacto Socioeconómico

El impacto socioeconómico como tal consiste en un documento que permite conocer; el medio; tanto económico y social de una persona en particular, este estudio consiste en un análisis de tipo investigativo cuya intención es la de saber de primer plano, aspectos propios de un individuo, persona a quien se le ha de investigar, entre los aspectos se puede mencionar; su situación económica actual, su forma de vida, su entorno familiar y social, factores que sirven para así poder conocer el ambiente en el cual un sujeto está inmerso. El material a obtener de un estudio socioeconómico depende de la finalidad que el mismo tenga, ya que no siempre se realiza un estudio socioeconómico con el mismo fin, es importante recalcar que en cualquier tipo de estudio socioeconómico existen datos en común, como los datos personales del investigado, documentación revisada y cotejada de sujeto de estudio, datos económicos de la persona evaluada, entorno familiar y social del sujeto, en fin son datos cuyo fin permite conocer al sujeto dentro del campo social y económico.

Es de acuerdo a la finalidad del análisis socioeconómico, que el enfoque de la información evaluada, cambie; los tipos de análisis socioeconómicos son con fines de

crédito, para contratación de personal, para otorgamientos de becas escolares, para la validación de datos personales, y según su fin será el requerimiento de información.

1.3.4.1. Variables Socioeconómicas

ILUSTRACIÓN N° 1

VARIABLES SOCIOECONÓMICAS



Elaborado por: Tesistas

Para poder entonces realizar un estudio o análisis socioeconómico, existen un sinnúmero de variables a ser analizadas entre ellas las más comunes y que son de gran relevancia dentro de este tipo de estudios son las que posteriormente se verán detalladamente, y con ello se podrá establecer un conocimiento fundamentado de todos estos aspectos clave, que si no fueran tomados en cuenta el análisis no cumpliría su finalidad, es decir el poder conocer el estado social y económico real del individuo objeto de estudio. Entonces para ser específicos se toma en consideración los posteriores aspectos:

1.3.4.1.1. Edad

Esta variable no será siempre interpretada de la misma manera, puesto que existen diversos significados; entre ellos está la edad geológica, la edad de oro la edad prehistórica, la edad media, pero para el estudio o análisis del que se hace mención el presente documento se hace referencia a la edad biológica; es decir, aquella que refleja el tiempo que ha transcurrido desde el nacimiento hasta un punto en el presente de cierto individuo, comúnmente dicho, los años de vida que tiene determinada persona, entonces una vez determinado este, se puede etiquetar al individuo dentro de un grupo al que pueda pertenecer, como: bebe, niño, adolescente, adulto, adulto mayor o del modo que se lo considere.

1.3.4.1.2. Género

De igual forma las definiciones de esta palabra toma varios contextos, mismos a los cuales no se hará referencia, más bien, Dentro de las ciencias sociales y de manera directa se puede decir que género es la categoría en la que se establece al ser humano estas categorías son diferentes; es decir hombre y mujer y porque este concepto se relaciona con las ciencias sociales, pues por el hecho que las características de cada género se determina con las diferencias sociales pre establecidas, y más que una condición biológica este se basa a una construcción social.

1.3.4.1.3. Estatus Económico

Estatus se refiere al estado o situación en que se encuentra un ente determinado y al complementarse con la palabra económico denota entonces el estado o situación económica en que se encuentra un individuo o grupo de individuos, esto se puede reconocer mediante el análisis de la cuantía de sus ingresos, puesto que este mide su capacidad de adquisición y por ende el nivel en el que determinada persona se ubique, es relevante mencionar que existen 4 tipos de estatus económicos el objetivo; son los que se han establecido mediante la asignación por parte de la sociedad, el subjetivo; aquel que el individuo cree poseer, el adquirido cuestiones que tienen que ver con

aspectos como la raza, el género y más y el adscrito; es decir los asignados, los que se gana como los reconocimientos y demás de la misma característica.

1.3.4.1.4. Estructura Económica

Es aquella que se ha constituido por tres sectores principales productores de bienes y de servicios: el primario (o sector agropecuario), el secundario (o sector de la industria) y el terciario (sector de servicios). Estos sectores han venido desarrollándose desde tiempos anteriores hasta la actualidad, con elementos que han permitido en varios aspectos la mejora en los procesos para la obtención de resultados en cada uno de ellos.

1.3.4.1.5. Carga Familiar

Se entiende por carga familiar a aquel factor de carácter medible dentro de una sociedad, que es el conjunto que está a cargo de un cuidador familiar; es decir aquel que está encargado de cuidar a su familia y a cada miembro de la misma, su salud, educación, ocio, entre otros; incluso descuidando sus intereses y necesidades propias, pueden ser hijos, nietos, hermanos, padres, tíos etc. Son diversos los modos de medición que se han establecido, como lo es el cuestionario mismo que debe ser elaborado de manera detenida debido a la importancia que tiene la obtención de resultados, ya que estos deben reflejar en lo mayor posible la realidad de los individuos a investigar.

1.3.4.1.6. La Familia

La célula social básica es la familia es la primera forma de organización que se pueda mencionar y es la de mayor relevancia en la sociedad, esta es el núcleo de una sociedad ya que de no existir familias no habría sociedad, la familia es el conjunto de personas con categoría de unidad básica, con características biológicas similares, como también características como la integralidad; con un ambiente idóneo para desarrollarse, libertad y solidaridad, espontaneidad y reflexión; haciendo referencia a

la aplicación de valores en forma libre, socialización del individuo; dejando de lado el egoísmo y unificador generacional; facilitando la convivencia.

1.3.4.1.7. *Estado Civil*

La característica más relevante de esta variable es que existe una gran dificultad de generación de conflictos al momento de la comprensión del contexto al que esté término se refiere ya que bien hablando jurídicamente, el estado civil se determina por la situación jurídica social del individuo que englobaría un conjunto extra de otras variables como la nacionalidad, el matrimonio, la edad, el sexo, la incapacitación, la vecindad civil y la ausencia, o bien en un contexto general, donde es la situación en que se encuentra una determinada persona dentro de este puede identificarse en grupos como soltera, casada, separada, divorciada o viuda.

1.3.4.1.8. *Nivel de Estudio*

Esta variable es una de las más representativas para el individuo dentro de una sociedad, debido a que esta podría condicionar ciertos aspectos dentro de ella. Entonces definiendo este término es el nivel académico en el que una determinada persona se sitúa es decir la formación educativa que ha recibido hasta un determinado punto en el tiempo así como puede que el individuo sea de nulo nivel de estudio o tener nivel primario, secundario, universitario, masterados, doctorados u otros más, según la posibilidad que haya tenido en su trayectoria formativa, estas posibilidades dependen también de otros factores como el nivel económico por ejemplo.

1.3.4.1.9. *Vivienda*

Es el espacio físico delimitado para la protección de una persona contra factores como el clima o amenazas del entorno, la vivienda también es un aspecto muy importante a tomar en cuenta en un análisis socioeconómico, ya que determina si esta es óptima para la cantidad de personas que en ella habitan, si cuentan con las necesarias condiciones de vida, así mismo existen otras formas de vivienda como las viviendas sociales que son de provisión pública y están destinadas para servir como

domicilio habitual de aquellas personas que así lo necesiten ya que con de condiciones económicas bajas, y en el Ecuador hay artículos que garantizan el buen vivir de las personas, aportando con viviendas.

1.3.4.1.10. Servicios básicos

Al referirse a servicios básicos quiere decir que debieran ser de uso común mismos que garanticen una vida saludable para pobladores de una sociedad, estos son de carácter de infraestructura y bienes como las vías, el gas, el agua, asistencia médica, seguridad, educación, aguas servidas, etc. Estos servicios que están contemplados como derechos de la ciudadanía garantizados por el estado, esta variable determina si las condiciones de vida de los sujetos investigados en un análisis socioeconómico.

1.3.4.1.11. Ingresos

Llamamos ingresos a aquel dinero que es ganado o recibido como contrapartida por la venta de bienes y servicios o la remuneración que percibe una persona que como trabajador y durante un período de tiempo ha generado, contemplando en ellos las comisiones, horas extras u otros rubros, es además el total de los recursos obtenidos por las ventas de un producto o un servicio de una organización durante un periodo, este es una entrada por pagos que determinada persona obtiene por la entrega de algo puede ser su trabajo o por la venta de; sean artículos o servicios el ingreso aparece sea como un organismo como se dice anteriormente o individuales con ser independiente, y como variable de análisis y es este último el necesario para los análisis socioeconómicos. Entre los ingresos tenemos tipos como los ingresos anuales, los ingresos brutos; es decir, antes de deducciones para devoluciones o descuentos, el ingreso monetario.

1.3.4.1.12. Gastos

Los gastos pueden ser un coste de determinado recurso que es usado para crear un ingreso, es la cantidad en la cuenta de pérdidas y ganancias dentro de la contabilidad como deducción para los ingresos, no es lo mismo gasto con coste, ya que no es lo

mismo este concepto se puede describir dentro de las sociedades como el de dinero usado para satisfacer las necesidades existentes ya sea de individuos o de agrupaciones, en sí es el rubro usado para obtener algo por él.

1.3.4.1.13. Salud

Es un indicador o variable para el estudio, este está más interrelacionado con el factor social, ya que es una variable a la que todo individuo dentro de la sociedad debe tener alcance acceso, y se la define como un estado de bienestar sea físico o social, en el que las personas lo pueden ver como un aspecto favorable o no para sí mismo, este es el estado óptimo físico, mental, o social y su ausencia es decir; la ausencia de salud representa la presencia de una enfermedad en el individuo.

1.3.4.1.14. Salario

El salario es aquel rubro que consta como una remuneración al trabajo, en otras palabras es el valor asignado a la fuerza de trabajo, o la cantidad monetaria entregada al trabajador por los esfuerzos entregados a la constitución de una meta organizacional o a la culminación de una determinada tarea, este salario puede ser retribuido de formas diversas sea en dinero o en especie; de ahí se desglosa el salario básico que es la remuneración que se percibe sin importancia de la actividad que se realice es decir es una cantidad predeterminada, en la que de nada sirve la especificación de la realización de tareas, el salario nominal, este es en dependencia de las horas trabajadas, salario único; es la remuneración idéntica entre todos los trabajadores.

CAPÍTULO II

2.1. CARACTERIZACIÓN

2.1.1. Generalidades del Cantón Pujilí

El cantón **Pujilí** perteneciente a la Provincia de Cotopaxi. Su cabecera cantonal es la ciudad de Pujilí, lugar donde se agrupa gran parte de su población total. La cabecera cantonal se encuentra a 2.961 msnm, en las laderas del monte Sinchaguasín. El cantón presenta varios climas: templado en su zona urbana, frío en las regiones altas y cálido en áreas del subtrópico. El cantón tiene un área de 1.305 km².

Etimológicamente **Pujilí** en quichua significa posada de juguetes. Inicialmente fué un lugar habitado antes de la llegada de los españoles, este continua con su tradición alfarera de primer orden, que entre otras cosas se producen tejas esmaltadas de diversos colores.

Reseña histórica

Pujilí al igual que el resto de pueblos situados en los páramos del occidente de la Cordillera de los Andes estuvo habitada por “Aborígenes Panzaleos”, a quienes se los describe como personas dedicadas a las labores agrícolas, a la alfarería y al pastoreo del ganado. Cosechaban cereales y frutos, debido a que estas tierras eran un bosque de clima templado.

En el siglo XV Pujilí enfrentó la conquista de los Incas, afrontando los rigores, frustraciones e influencias de los invasores, en la actualidad apellidos, así como las características de la cerámica evidencian el paso de los incas en esta geografía.

Durante el periodo de la Colonia el pueblo pujilense desarrolló la producción de especies vegetales y animales autóctonos, con ello hicieron posible la implantación de mitas, obrajes y batanes, el considerable grado de desarrollo humano, económico y social de este sector de la Real Audiencia de Quito, constituyeron méritos suficientes para la fundación de ASIEN TO DOCTRINERO en el año de 1657, con el nombre de DOCTRINA del DR. SN. BUENAVENTURA DE PUXILI. Dentro del mismo periodo histórico le correspondió la categoría de VILLA conformada por innumerables asientos y jurisdicción de la ciudad administrada por el CABILDO.

Dentro del periodo republicano, a escasos veinte y dos años de la fundación de la República del Ecuador, Pujilí es distinguido y reconocido el 14 de octubre de 1852 con la jerarquía de CANTÓN.

2.1.1.1. Población

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), del último Censo de Población y Vivienda, realizado en el país (21 de febrero 2014), Pujilí presenta 69.1 mil habitantes.

La tasa media de crecimiento anual de la población es de 2,9 %.

En el área rural del cantón se encuentra concentrada un 85,4% y un 14,6% en el área urbana de la población de Pujilí. La población femenina alcanza el 52,6%, mientras que la masculina, el 47,4%. El analfabetismo en mujeres se presenta en 37,08%, mientras que en varones: 20,09%.

2.1.2. Plazas y Mercados del Sector Urbano del Cantón

La Ciudad de Pujilí cuenta varios mercados que en sus orígenes fueron indígenas, que en la actualidad ofrecen ferias los días miércoles y domingos.

2.1.2.1. Plaza Sucre

Antes llamada plaza de feria y deporte San Gabriel donde más de 500 comerciantes minoristas, que provienen además de Pujilí, de los cantones Salcedo, Saquisilí, Latacunga y Sigchos, donde interactúan en este espacio desde antes de las 06:00, ubicada entre la av. Velasco Ibarra, Calles Antonio José de Sucre, Belisario Quevedo y José Joaquín de Olmedo.

Este mercado funciona al aire libre. Los compradores y vendedores se fusionan en una inmensa masa humana cuya alternabilidad y variedad permiten que se genere la necesaria empatía con los “caseritos”

El nuevo nombre que toma esta plaza lo hace en honor a Antonio José Francisco de Sucre quien nace en Cumandá, actual Venezuela en 1795 y muere en Sierra de Berruecos, Colombia en 1830 fue Militar y político venezolano, prócer de la independencia hispanoamericana. Tempranamente adherido a la causa emancipadora, la figura de Sucre empezó a cobrar protagonismo cuando, a partir de 1819, se convirtió en uno de los principales lugartenientes de Simón Bolívar, entre los que sobresalió por su pericia estratégica y su inquebrantable lealtad.

El éxito acompañó a Sucre desde las primeras operaciones militares; obtuvo un gran triunfo en Yaguachi (mayo de 1821), y, tras sufrir un único revés en Huachi, la campaña del Sur concluyó con la batalla de Pichincha (24 de mayo de 1822), en la

que cayó abatido el ejército realista. Pocas horas después, Melchor de Aymerich, presidente de la Real Audiencia de Quito, firmó la capitulación”.

Con su victoria en la actual nación de Ecuador por lo que Sucre se consolidó la independencia de la Gran Colombia, lo que lo a hecho protagonista de varios sitios culturales de varias naciones, y por ello su nombre luce en este sitio de comercio.

2.1.2.2. Mercado Augusto Lema Enríquez

En el centro del mercado se levanta el sector de comidas preparadas. Allí, en 14 puestos, se ofrecen caldo de gallina, tortillas de papa y maíz, caucara (carne que se sirve con las tortillas), almuerzos, caldo de pata, fritada y chicha de jora.

La zona sur de la plaza está ocupada por los comerciantes de ropa y zapatos. También hay mochilas, llaveros, fajas, collares, aretes, pasadores, pañoletas, bolsos y otros.

2.1.2.3. Mercado Rosalino Ruiz

El mercado Rosalino Ruiz fue creado en el año 1999 bajo el mandato de Marcelo Arroyo, junto con el puente y el parque infantil, lo que facilitó el comercio, trasladando a los comerciantes de papas, hortalizas y algunas comidas.

Este mercado está ubicado en las calles José Joaquín de Olmedo y Marcelo Arroyo y la feria se realiza únicamente los días miércoles y domingos hasta el mediodía.

2.1.2.4. Plaza Luis Felipe Chávez

Este sitio es sede del fin del recorrido del desfile autóctono de danzantes del cantón, aspecto clave en la cultura. Está ubicada en el barrio Rosita Paredes, donde se realiza la toma de castillos que son palos encebados llenos de utensilios de cocina, prendas de vestir, artículos de plástico, entre otros, donados por el Municipio de Pujilí o por algún prioste de honor. En la plaza también se ubican los huertos y jardines de Corpus que se decoran con plantas de maíz, zambo, caña de azúcar y árboles frutales.

Pero en los días domingos se realiza la tradicional feria de hierba, en este sitio desde tiempos anteriores no se ha vendido ningún otro artículo, pero en la actualidad se ha visto una pequeña afluencia de otros tipos de mercaderías como comidas.

García L. Paúl/Revista Pujilí, Cuna del Danzante, Patrimonio Cultural Intangible de la Nación 1852, 2001. “Es en honor al Dr. Luis Felipe Chávez Obregón que se asigna este nombre al sitio Chávez nació en el caserío de Isinche - Sumaló, perteneciente al cantón de Pujilí, el 21 de junio de 1882 hijo legítimo de Antonio Chávez y de Asunción Obregón, huérfano de madre al poco tiempo, el 22 de julio de 1912 se graduó de licenciado con la tesis "Cuestiones Económicas: Proteccionismo y libre Cambio". El 23 de enero del 13 recibió el doctorado en Jurisprudencia luego de incorporarse en la Corte Suprema como abogado. Paralelamente en lúcido inicio de su profesión, también ejerció la dirección de “La Prensa”, “periódico del pueblo” y escribió los editoriales tratando temas tan interesantes como el avance del imperialismo norteamericano en América, la realidad de la clase obrera, la Incorporación de la mujer y el sufragio obligatorio entre otros. Falleció a las 5h00 de la madrugada del lunes 26 de marzo de 1938 "en la pobreza más espantosa" pues la enfermedad había liquidado su escaso capital adquirido en buena ley como abogado de amplia clientela y prestigio” **Págs. 53- 65.**

2.1.2.5. Normas que regulan las actividades de comercio en el cantón Pujilí

Las normativas que serán mencionadas en el presente documento, son aquellas cuyo fin es el de regular de manera directa a los y las comerciantes de las plazas y mercados del sector. Mismas que se podrán revisar con mayor detalle los anexos n° 3 y 4.

2.1.3. Comerciantes del Sector Urbano del Cantón Pujilí

En el sector urbano del Cantón Pujilí, se desarrolla varias actividades de comercio en distintos sitios del mismo, que dan un total de comerciantes formales con su respectivo registro municipal de 1152 comerciantes en el año 2015; distribuidos de la siguiente manera: Plaza Sucre 642 comerciantes, Plaza Luis Felipe Chávez 39 comerciantes, Mercado Augusto Lema, parte interior 69 comerciantes, patio de comida³⁶ comerciantes, cubierta 140 comerciantes, Mercado Rosalino Ruiz 195 comerciantes, Anden 31 comerciantes.

2.1.3.1. Situación social de los comerciantes del Sector Urbano del Cantón Pujilí

Las madres, adultos mayores y personas con discapacidad pueden acceder a programas sociales de gobierno como el Bono de Desarrollo Humano, Crédito de Desarrollo Humano y al hablar del Instituto de la Niñez y la Familia pueden acceder los niños y niñas.

Educación

Un aspecto social de gran prioridad es el de la escolaridad de los individuos es por eso que en el SENSU del 2014 se determina que un 5,2 años para las mujeres y un 6,5 años para los hombres, además de un porcentaje de analfabetismo en mujeres se presenta en 30,07%, mientras que en varones: 16,08%.

Servicios básicos

Un significativo porcentaje de la población carece de alcantarillado, apenas lo poseen el 15% de viviendas, mientras que el 44,07% dispone de algún sistema de eliminación de excretas.

Otros indicadores de cobertura de los servicios básicos son:

- Agua entubada por red pública dentro de la vivienda: 19%.

- Energía eléctrica 68,97%.
- Servicio telefónico 9,97%.
- Servicio de recolección de basuras: 12,23% de las viviendas.

En síntesis, el déficit de servicios residenciales básicos alcanza al 89,79% de viviendas.

Según el plan de trabajo del candidato a la alcaldía del cantón Pujilí **CHUGCHILAN Manuel** “se pudieron determinar que los principales problemas que percibe la población son: Vivienda económica, capacitación y organización al sector informal, limitaciones en atención social mediante el Patronato Municipal, en especial atención a los grupos vulnerables, ausencia de programas sociales para fomento de la economía popular, áreas de riesgo sin atención” **Pág. 5**

Es decir un trabajo más a fondo es necesario en estas áreas, los planes de desarrollo social no pueden desarrollarse solos, las personas afectadas necesitan del apoyo de autoridades, para poder llevar una vida con decorosa.

Además de todo ello algunos de los comerciantes en ocasiones son partícipes de programas sociales como el bono de desarrollo humano, crédito de desarrollo humano, Instituto de la Niñez y Adolescencia, o programas locales como capacitaciones en gastronomía, atención al cliente, gestión de riesgo,

2.1.3.2. Situación Económica de los comerciantes del Sector Urbano del Cantón Pujilí

El desarrollo económico del cantón Pujilí se ha realizado en mayor escala en las actividades agrícolas y comerciales, motivo de ello es el crecimiento del número y tipos de locales dedicados al comercio en el perímetro urbano, es así que en la

actualidad, según la base catastral se tienen registrados 740 negocios y 1152 puestos de venta en las plazas y mercados en la Parroquia Matriz en el año 2015, lo cual denota que existe actividad económica, que cada vez va tomando mayor fuerza.

Una de sus principales actividades económicas es el comercio, ya que esta ciudad cuenta con varias plazas y mercados como se lo ha mencionado previamente, las mismas que son de gran relevancia y no solo a nivel local, también es necesario mencionar que el comercio ha tomado una importante participación en la ciudad debido que un número considerable de la población son quienes participan activamente en esta actividad económica los días miércoles y domingos (días principales de feria) así como ciertas personas participan de esta actividad todos los días de la semana.

Los sitios de comercio como plazas y mercados en esta ciudad son numerosos, resultando de ellos un total de 1152 personas constan en el registro oficial, en las oficinas de la Comisaría cantonal, ubicados en las diversas plazas y mercados del sector.

Pobreza (2011)

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas en el año 2011, alcanza el 87,8% de la población total del cantón. La población económicamente activa alcanza a 22.181 habitantes.

2.2. DISEÑO METODOLÓGICO

2.2.1. Tipos de Investigación

Por el carácter detallista que esta investigación requiere el tipo de investigación a utilizar será el estudio descriptivo, y debido a que no se intenta comprobar un hecho, simplemente describir los resultados de un análisis minucioso de la recolección de datos sobre la realidad de los comerciantes de las Plazas y Mercados.

Investigación Descriptiva.- Este tipo de investigación es utilizada con el objeto de describir de manera amplia una realidad; es decir la situación social y económica de un grupo específico, como lo son los comerciantes de la ciudad de Pujilí

2.2.2. Metodología

El tipo de metodología a utilizar en esta investigación es no experimental y transeccional ya que el estudio y recolección de datos se realizará en un tiempo único.

Métodos Teóricos- En el desarrollo del presente se ha determinado el uso de estos métodos, para así poder reconocer en esencia que es lo que se va a determinar como objeto de investigación y las variables del mismo, en él que se desglosó las categorías fundamentales dentro del marco teórico, mismos que ampliarán las bases del conocimiento.

Métodos Empíricos.- Para la obtención de la información del sujeto de estudio, es decir de las personas a las que se han investigado temas de relevancia dentro de la presente, se tomarán en consideración las siguientes técnicas de recolección de datos; encuesta a los comerciantes y entrevista a quienes están a cargo de estos sitios de comercio, y con la utilización de instrumentos como; el cuestionario y la guía de entrevista.

Métodos Estadísticos.- Estos se utilizarán dentro de la investigación al momento de realizar el análisis e interpretación de los datos obtenidos de la utilización del método anterior (método empírico) que se realizará utilizando las debidas técnicas e instrumentos de investigación, y serán los más usuales, entre ellos moda, frecuencia, media.

2.2.3. Técnicas de Investigación

Encuesta.- Se llama así al conjunto de preguntas formuladas dentro de un cuestionario, con la finalidad de obtener información del sentir de cierto grupo de personas. Esto ayudará a conocer la situación económica y social de la muestra en la investigación, para en lo posterior sea factible tomar decisiones coherentes y bien direccionadas; es decir para que no se obtenga aquellas decisiones al azar nada favorables.

Entrevista.- Esta es en cambio una técnica en la que la información proviene de la formulación de un cuestionario, pero que no es obtenida de varias personas o de un grupo de estas sino más bien de ciertos individuos en específico; mismos que son conocedores del tema que se ha investigado, se hace referencia a aquellos conocedores del comercio en la ciudad y de las personas que lo efectúan, así como los aspectos que se relacionen con ellos y que cuyo aporte tenga validez en el estudio.

2.3. UNIDAD DE ESTUDIO

2.3.1. Población o Universo

El total de comerciantes de las plazas y mercados en el sector urbano del cantón Pujilí es de 1152 personas en el registro del CATASTRO en el año 2014, detallando cada plaza y mercado de la siguiente forma:

PLAZAS Y MERCADOS DEL CANTÓN PUJILÍ

LUGAR	NÚMERO DE COMERCIANTES
Plaza Sucre	642
Plaza Luis Felipe Chávez	39
Mercado Augusto Lema (interior)	69
Mercado Augusto Lema (patio de comida)	36
Mercado Augusto Lema (cubierta)	140
Mercado Rosalino Ruiz	195
Mercado Rosalino Ruiz (Anden)	31
TOTALES	1152

Fuente: Comisaría Municipal (Anexo 1)

Elaborado por: Tesistas

2.3.2. Muestra

Dado al tamaño total de la población, en la investigación se torna necesario el cálculo de una fracción del total del tamaño de la población.

2.3.3. Tamaño de la muestra

Mediante el cálculo de la Muestra se ha determinado la cantidad de individuos a analizar es 297; y cuyo cálculo se determina a continuación:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1)(E^2/K^2) + PQ}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

PQ= Varianza Media de la población (0,25)

N= Población o Universo

E= Error admisible

K= Coeficiente de correlación de error

$$n = \frac{0,25(1152)}{(1152 - 1)(0,05^2/2^2) + 0,25}$$

$$n = \frac{288}{0.969375}$$

$$n = 297,09$$

2.3.4. Criterios de Selección Muestral

El tipo de selección de la muestra para la presente investigación pertenece al método probabilístico por conglomerado, ya que en la población existen agrupaciones o sectores de forma natural.

2.3.5. Plan de Muestreo

LUGAR	NÚMERO COMERCIANTES	PORCENTAJE (%)	NÚMERO COMERCIANTES A ENCUESTAR
Plaza Sucre	642	55,73	166
Plaza Luis Felipe Chávez	39	3,39	10
Mercado Augusto Lema (interior + patio de comida + cubierta)	245	21,26	63
Mercado Rosalino Ruiz (Mercado + Anden)	226	19,62	58
TOTALES	1152	100	297

2.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para realizar un análisis socio-económico es imperativo que el grupo a investigar tenga características comunes, es decir; que tengan un grupo de características similares, es debido a todo esto y a que las diferentes plazas y mercados del cantón Pujilí no son ni en un solo sitio, ni los mismos días, ni mucho menos las mismas personas; por ello las características en un análisis no darán resultados en común, aunque si los resultados no llegan a coincidir.

Sería muy difícil dar una posible propuesta a varios conflictos, ya que no se observa las mismas circunstancias en todos los grupos analizados en la presente investigación.

Por todo lo anteriormente mencionado, se ha decidido dar a este análisis un desglose a cada plaza, mercado, feria libre y/o acto comercio, con el objeto de obtener resultados individuales que a su vez reflejen las realidades actuales según cada sector de la muestra que ha sido considerado; a la vez esto permitirá que se pueda elaborar un resumen que sustraiga toda la información similar que se haya recolectado.

2.4.1. Plaza Sucre

Lugar de Residencia

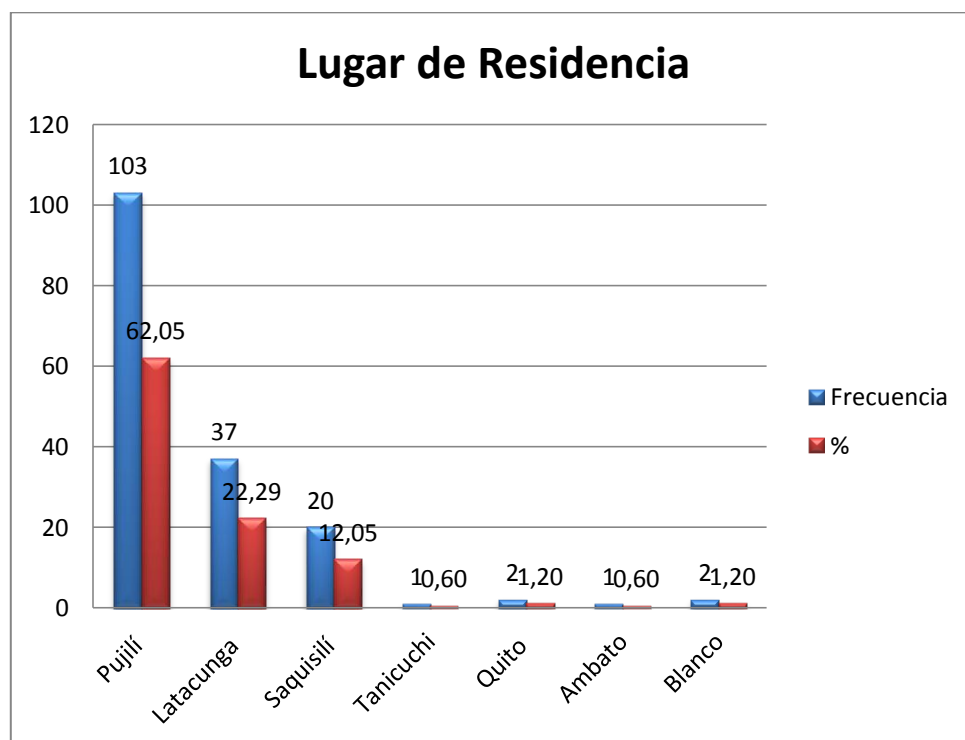
TABLA N° 1
LUGAR DE RESIDENCIA

N°	Lugar de residencia	Frecuencia	%
1	Pujilí	103	62.05
2	Latacunga	37	22.29
3	Saquisilí	20	12.05
4	Tanicuchí	1	0.60
5	Quito	2	1.20
6	Ambato	1	0.60
7	Blanco	2	1.20
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 1
LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- En este sitio de comercialización son 103 las personas que son residentes del cantón lo que representa un 61,27% del total de la muestra y la diferencia lo conforman 31 personas en Latacunga representando el 21,83%, 18 personas 12,68% en Saquisilí, 1 persona 0,70% en Tanicuchi, 2 personas 1,41% en Quito 1 persona 0,70% en Ambato y por último 2 personas sin especificar el lugar.

Interpretación.- Los resultados obtenidos del levantamiento de información en la plaza Sucre muestran que una gran mayoría de la muestra es residente del cantón Pujilí lo que implica que no hay mucha afluencia de personas ajenas al cantón ya que representan porcentajes muy bajos comparados con el de las personas del cantón , es decir es un gran número de personas con las que se podría trabajar a futuro ya que son de lugares de fácil acceso; dicho de mejor manera ellos están en cercanía ante cualquier acción.

Género

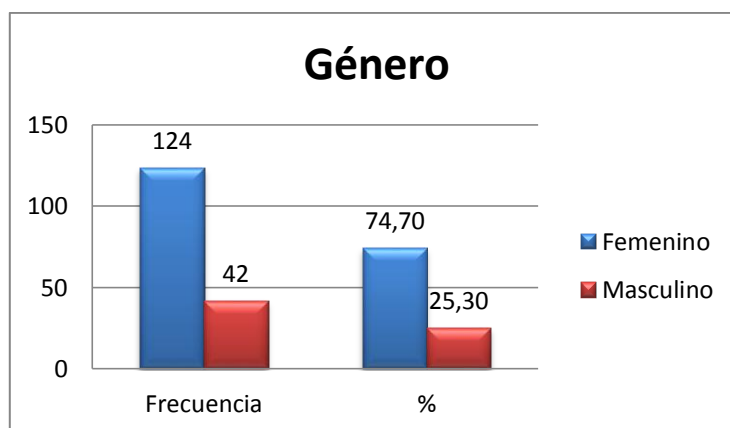
TABLA N° 2
GÉNERO

N°	Género	Frecuencia	%
1	Femenino	124	74.70
2	Masculino	42	25.30
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 2
GÉNERO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Del total de la muestra encuestada como se puede observar en la gráfica, 124 son del sexo femenino representando un 74.70% y 42 personas del sexo masculino siendo un porcentaje del 25,30%.

Interpretación.- Es notable la diferencia que hay entre estas dos alternativas, lo que demuestra que es significativo el elevado número de mujeres quienes se dedican al negocio de la comercialización, pero además se puede decir que esto es resultado de la necesidad de la mujer por colaborar en la economía del hogar.

Ocupación

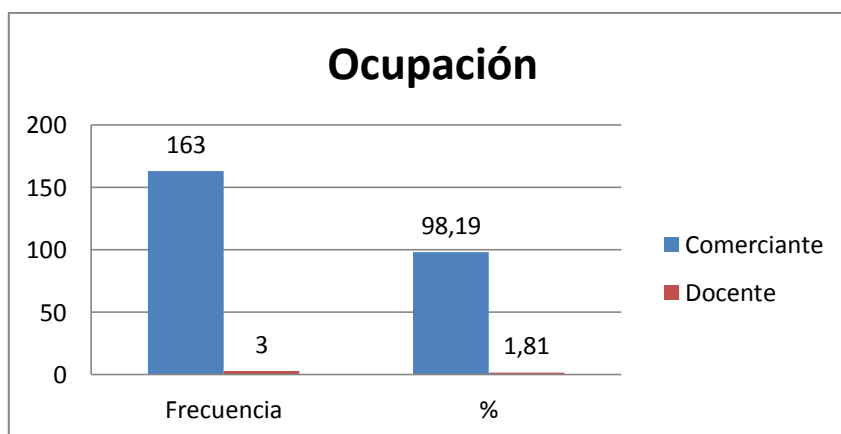
TABLA N° 3
OCUPACIÓN

N°	Ocupación	Frecuencia	%
1	Comerciante	166	100
-	Docente	3	1.81
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 3
OCUPACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Es evidente y lógico que sea el total de la población encuestada comerciante, pero adicional a esto el 1,81% de la muestra es además de comerciante; docente es decir una persona.

Interpretación.- Si se habla en términos económicos el hecho de tener otra ocupación es decir una profesión que incluye un salario solo nos lleva a concluir dos situaciones; su ingreso es mejor o que su necesidad es tanta que debió dedicarse además al comercio.

Edad

TABLA N° 4

EDAD

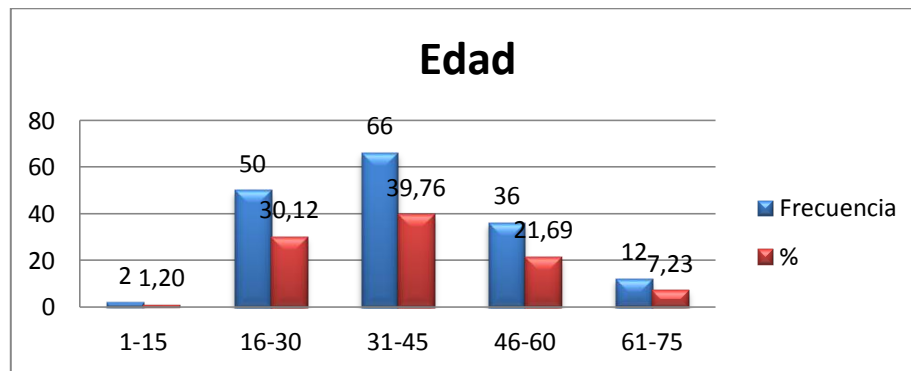
N°	Edad	Frecuencia	%
1	1-15	2	1.20
2	16-30	50	30.12
3	31-45	66	39.76
4	46-60	36	21.69
5	61-75	12	7.23
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 4

EDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Representando el 1,20% es decir que dos personas son las que se encuentran en el intervalo de edad de 1 a 15, 50 personas con un porcentaje de 30,12% entre los 16 a 30 años, 66 las personas que van de 31 a 45 años siendo un 39,76% de la muestra, 36 personas de 46 a 60 años representando un 21,69% y 12 de 61 a 75 con un 7,23% de la muestra.

Interpretación.- Podemos notar que, como es por ley no hay un gran número de personas menores de edad trabajando, y que la mayoría de comerciantes oscilan entre los 31 y 45 años con menos porcentaje pero con gran relevancia también aquellos de 16 a 30 años lo que quiere decir que desde la mayoría de edad hasta una edad de más o menos 50 años es lo usual en esta actividad.

Estado Civil

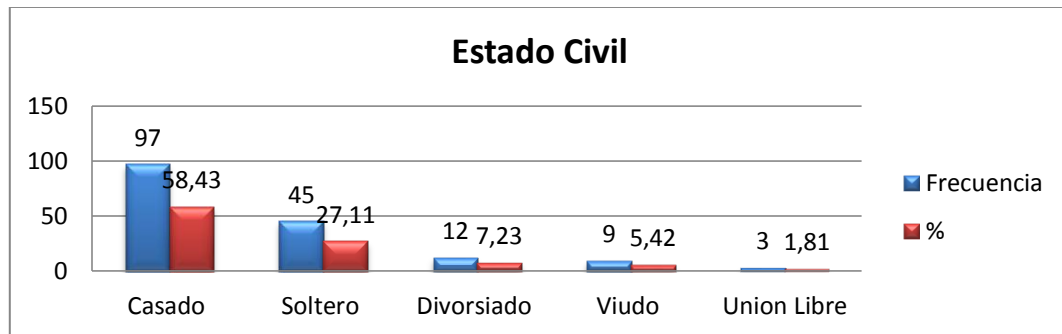
TABLA N° 5
ESTADO CIVIL

N°	Estado Civil	Frecuencia	%
1	Casado	97	58.43
2	Soltero	45	27.11
3	Divorciado	12	7.23
4	Viudo	9	5.42
5	Unión Libre	3	1.81
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 5
ESTADO CIVIL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- El mayor número de personas están casados 97 en total representando el 58,43%, de ahí en cantidad le siguen las personas solteras con 45 individuos siendo el 27,11%, Divorciadas 12 personas con 7,23%, Viudas 9 personas con 5,42%, en unión Libre 3 individuos siendo el 1,81% de la muestra

Interpretación.- La mayoría de los comerciantes de esta muestra son casados lo que representa que tienen un hogar al cual sostener, no con eso se dice que son los únicos con hogar, en el caso de solteros hay quienes también tienen hijos esta es una situación más complicada aún, ya que no tienen el apoyo de pareja del mismo modo para quienes se han divorciado o han quedado viudos, sin embargo ya son un número menor de la muestra.

Ingresos Económicos

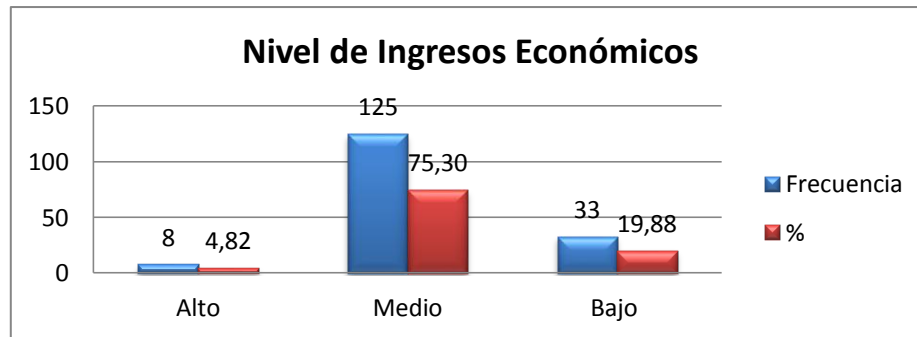
TABLA N° 6
NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS

N°	Ingresos Económicos	Frecuencia	%
1	Alto	8	4.82
2	Medio	125	75.30
3	Bajo	33	19.88
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 6
NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Desde un punto de vista jerárquico son 125 las personas con un nivel de ingresos medio es decir un 75,30 de la muestra, 33 de ingresos bajos siendo 19,88% y 8 quienes consideran tener un nivel de ingresos altos es decir el 4,82 %

Interpretación.- Estos resultados denotan que un alto número de los comerciantes cree tener un nivel de ingresos medio, pero en la situación actual al nivel medio se lo ve como uno en el que simplemente se puede solo sobrevivir, ahora se puede ver que existen comerciantes; y estos no son pocos que consideran tener un nivel de ingresos bajo, eso preocupa ya que muy difícilmente tendrán siempre estabilidad es más sus días deben ser complejos de sobrellevar, pero son varios las variables que afectan su economía; es decir no solo sus ingresos sino que por lo general los gastos por más importantes que sean deben ser superiores a lo que tienen como ingresos.

Número de hijos que conviven con usted

TABLA N° 7

NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE

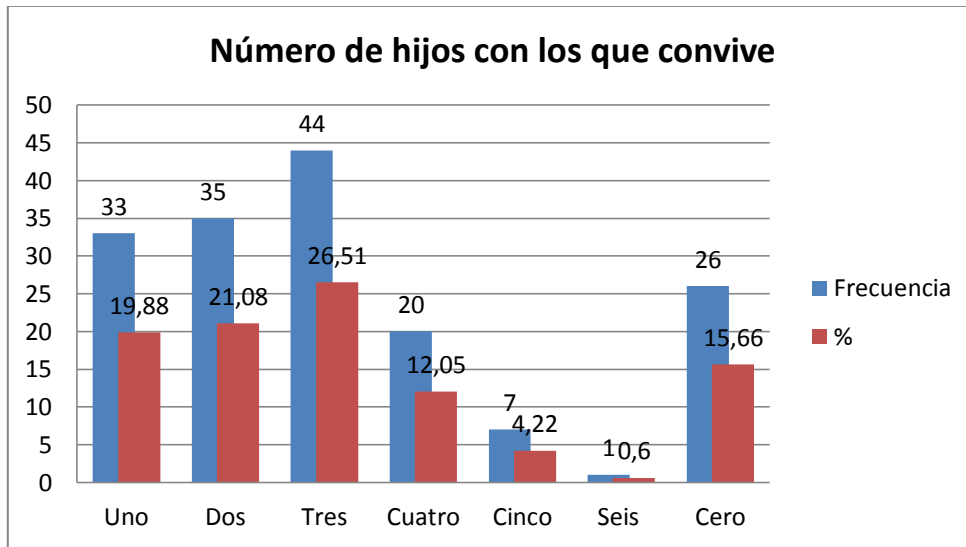
N°	Hijos con los que convive	Frecuencia	%
1	Uno	33	19.88
2	Dos	35	21.08
3	Tres	44	26.51
4	Cuatro	20	12.05
5	Cinco	7	4.22
6	Seis	1	0.60
7	Cero	26	15.66
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 7

NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Como bien lo muestra la tabla los 33 comerciantes conviven con un hijo son el 19,88% con dos hijos 35 personas 21,08% con tres 44 personas siendo 26,51%, con cuatro 20 con 12,05%, cinco hijos 7 personas con 4,22%, con seis hijos una persona 0,60% y quienes no tienen hijos son 26 los comerciantes representando el 15,66% de la muestra.

Interpretación.- Volviendo al punto en que se habla del sustento al hogar, son los hijos quienes representan un mayor cargo y una mayor responsabilidad, entonces el darles el sustento solo mencionando de alimento, vestido, salud y educación hablamos de un peso económico bastante fuerte, esta variable por cada hijo con el que se convive, ahora según la investigación la mayoría convive con dos hijos, uno, cuatro, cinco seis en cantidad respectivamente, a pesar de haber quienes no lo tienen q por lo general eran las personas solteras o las personas ya demasiado adultas, pero que debieron en su momento convivir con ellos.

Nivel Instrucción

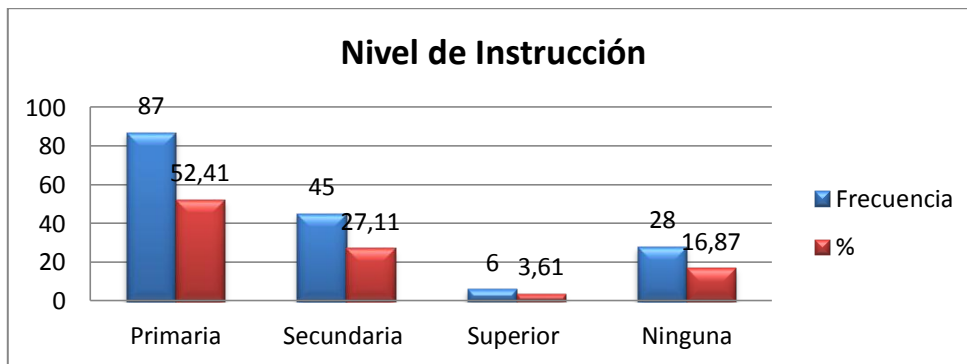
TABLA N° 8
NIVEL DE INSTRUCCIÓN

N°	Escolaridad	Frecuencia	%
1	Primaria	87	52.41
2	Secundaria	45	27.11
3	Superior	6	3.61
4	Ninguna	28	16.87
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 8
NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 87 comerciantes quienes cursaron la primaria, 45 quienes siguieron la secundaria 28 quienes no tienen nivel alguno de instrucción educativa y 6 quienes obtuvieron o están cursando el nivel superior cada uno con un porcentaje del 52,41-27,11 -16,87 y 3,61% respectivamente.

Interpretación.- El nivel de instrucción educativa según los gráficos anteriores, el de primaria sobresale de los demás y esta es una de las variables socio-económicas que influye mayoritariamente en el oficio que estas personas decidieron tomar; el comercio, bueno además de otras razones que inciden también como la tradición o costumbre familiar, pero la educación en bajos niveles provocan que la búsqueda de un trabajo mejor remunerado sea más difícil para una persona.

Número de hijos que estudian

TABLA N° 9

HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN

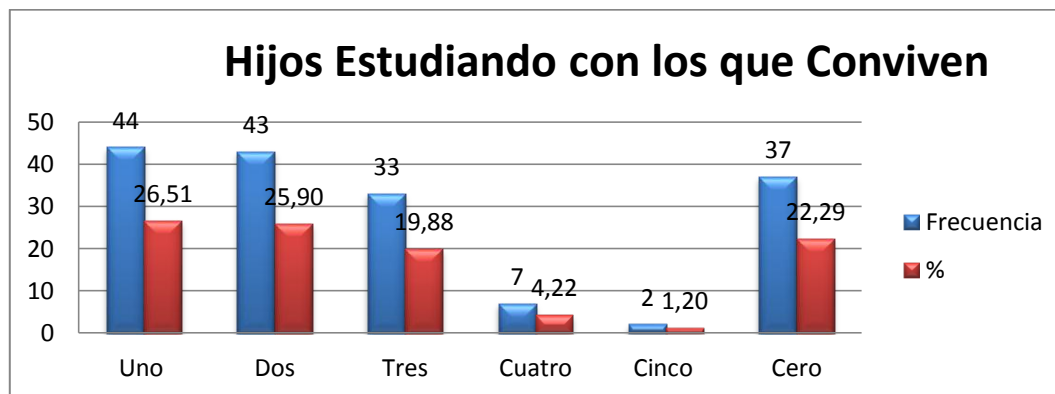
N°	Hijos con los que convive y que estudian	Frecuencia	%
1	Uno	44	26.51
2	Dos	43	25.90
3	Tres	33	19.88
4	Cuatro	7	4.22
5	Cinco	2	1.20
6	Cero	37	22.29
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 9

HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 44 comerciantes que educan aun hijo es decir el 26,51%, 43 a dos hijos con 25,90%, 16 a tres hijos con 11,27%, 5 a cuatro hijos con 3,52%, 2 a cinco hijos con 1,41%, 37 quienes no educan a ningún hijo o a su vez no los tienen 22,29%.

Interpretación.- Son algunas las variables que influyen en la situación del comerciante, pero con un peso mayor, los hijos y su sustento dentro de ello la educación ya que anhelan mejores oportunidades, con mucha relevancia se toma en cuenta el número de hijos a los que sus padres deciden darles la educación, a pesar de no tener mayores ingresos ya que esta es una de sus prioridades.

Número de hijos que trabajan

TABLA N° 10

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS

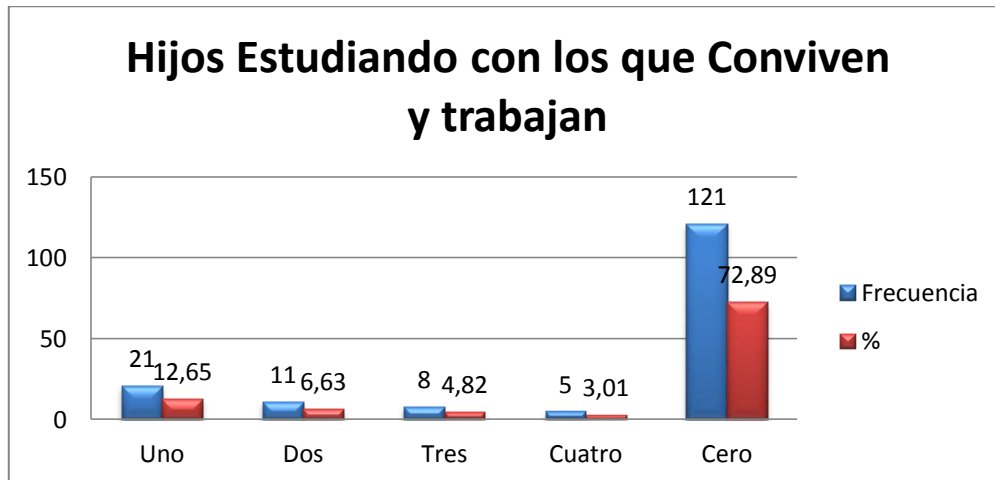
N°	Hijos con los que convive y que trabajan	Frecuencia	%
1	Uno	21	12.65
2	Dos	11	6.63
3	Tres	8	4.82
4	Cuatro	5	3.01
6	Cero	121	72.89
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 10

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De los hijos que conviven para 21 comerciantes un hijo trabaja siendo 12,65%, para 11 son dos con 6,63% para 8 son tres hijos con 4,82 para 5 fueron cuatro hijos con 3,01% y para los 121 comerciantes no tienen hijos trabajando representando un 72,89% y siendo este último la mayoría.

Interpretación.- Podemos notar que una gran parte de los comerciantes no tiene hijos trabajando o bien los que los tenían especificaban que ya no convivían con ellos, por lo general los hijos que ya trabajaban era porque se han independizado, esto nos muestra que si el hijo o hija viviera en el hogar y además trabajara este podría colaborar en la economía del mismo, pero existen tantos aspectos que debe de analizarse dentro de este cuestionamiento.

De los hijos que trabajan, estos aportan al hogar

TABLA N° 11

NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE

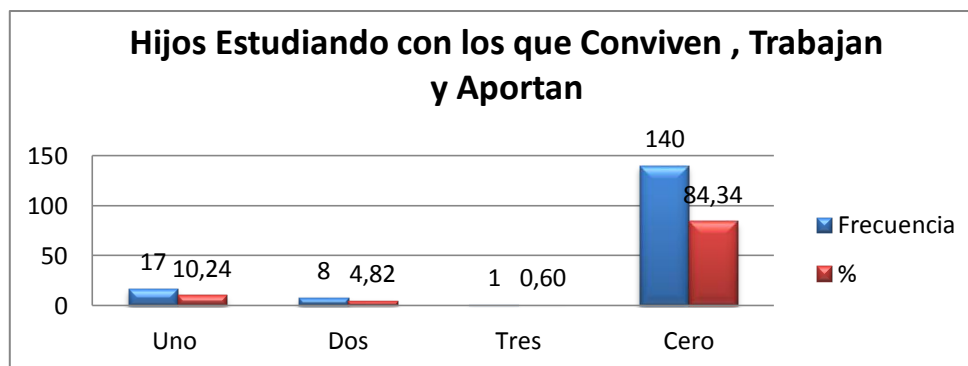
N°	Hijos con los que convive, que trabajan y aportan	Frecuencia	%
1	Uno	17	10.24
2	Dos	8	4.82
3	Tres	1	0.60
4	Cero	140	84.34
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 11

NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- 17 comerciantes tienen un hijo aportando a la economía y representa un 10,24%, otros 8 que dos hijos aportan con 4,82%, uno dice 3 que aportan el 0,60% y 140 dicen que no tienen hijos trabajando, aquí se considera que no tienen hijos, todos estudian o ninguno de los que trabaja aportan este último representa la mayoría es decir el 84,34%.

Interpretación.- La mayoría de personas al empezar a trabajar empieza a independizarse, no son muchos los casos de aquellos que siguen conviviendo con sus padres, sino que ya empiezan a ser un apoyo para sus padres en la economía del hogar, pero si comparamos con el gráfico anterior a este, son 16 personas que trabajan pero no aportan al hogar a pesar de estar conviviendo.

1) ¿Considera que este es uno de los mercados más importantes con que cuenta la ciudad?

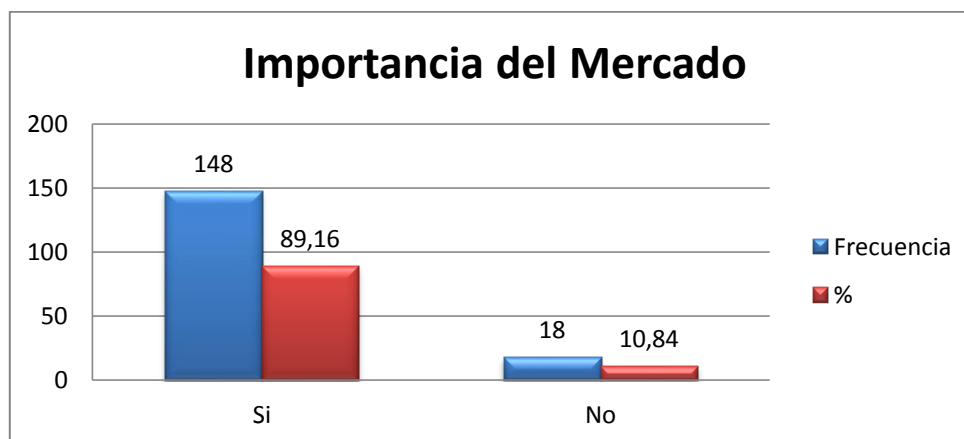
TABLA N° 12
IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA

N°	Importancia del mercado	Frecuencia	%
1	Si	148	89.16
2	No	18	10.84
TOTALES		166	100.00

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 12
IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Se puede observar que a 148 comerciantes que forman el 89,16%, que ya es mayoría; les parece que la plaza Sucre es la más importante del cantón y 18 comerciantes no lo consideran así, siendo la minoría con 10,84%

Interpretación.- Al ser la más grande y concurrida y porque la gran mayoría de comerciantes así lo cree, se considera a la Plaza Sucre como una de las más importantes dentro del Cantón, es además por el hecho de que acoge más cantidad de comerciantes y por un mayor número de días.

2) ¿Cómo evalúa las condiciones higiénico sanitarias del mercado?

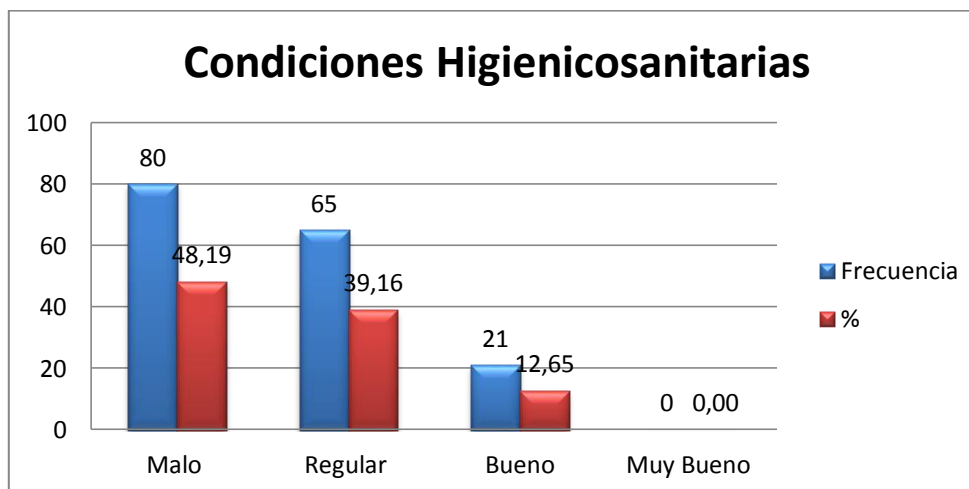
TABLA N° 13
CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS

N°	Condiciones higiénico sanitarias	Frecuencia	%
1	Malo	80	48.19
2	Regular	65	39.16
3	Bueno	21	12.65
4	Muy Bueno	0	0.00
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 13
CONDICIONES HIGENICO SANITARIAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 80 personas que piensan que son malas, es decir el 48,19% 65 comerciantes creyéndolas regulares siendo el 39,16% y la mayoría, 21 comerciantes piensan que son buenas dando el 12,65% y en absoluto nadie las considera muy buenas.

Interpretación.- Desde un principio si ninguna persona considera las condiciones higiénico sanitarias como muy buenas eso significa que hay mucho por mejorar en este aspecto por parte de las autoridades pertinentes, y además la mayoría opina que estas son regulares; es decir no están ni bien ni mal, entonces son solo sobre llevables, pero esto no garantiza la situación social de los comerciantes, el ambiente en el que laboran es importante para poder determinar la calidad de este.

3) ¿Cómo evalúa los niveles de basura que se genera en el mercado?

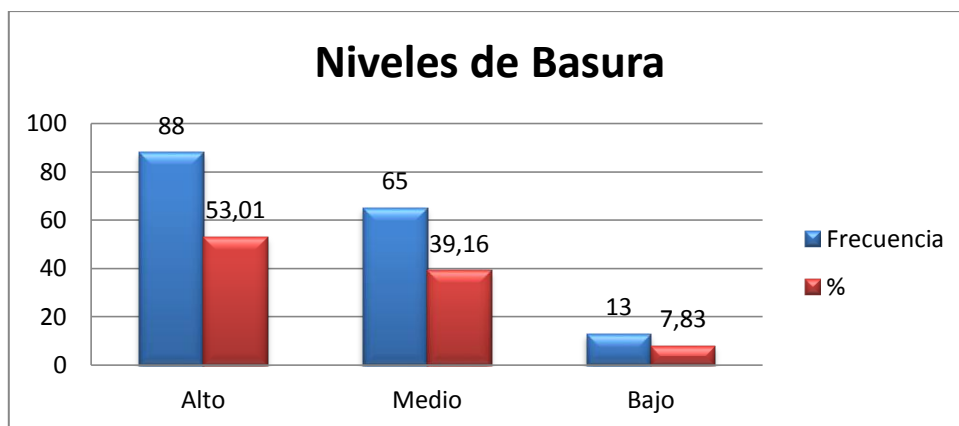
TABLA N° 14
NIVELES DE BASURA

N°	Niveles de Basura	Frecuencia	%
1	Alto	88	53.01
2	Medio	65	39.16
3	Bajo	13	7.83
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 14
NIVELES DE BASURA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De acuerdo a los resultados los niveles de basura que se generan en el mercado según criterio de los encuestados son: 53,01% altos y 39,16% medios y 7,83% bajos.

Interpretación.- Basados en los resultados del análisis es relevante mencionar que en los días de feria los niveles de basura son tan altos que los tachos recolectores de basura no son suficientes para la cantidad de basura que se genera, por ello se necesita o bien incrementar los tachos o un plan de recolección de estos sitios más frecuentes, quizá unas tres veces al día lo compense.

4) ¿Cómo evalúa los niveles de contaminación ambiental por smog, gases y emisión vehicular que se genera alrededor del mercado?

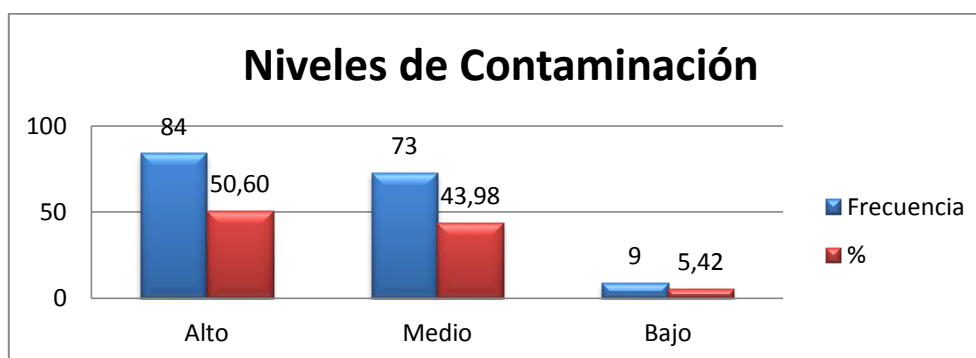
TABLA N° 15
NIVELES DE CONTAMINACIÓN

N°	Niveles de Contaminación	Frecuencia	%
1	Alto	84	50.60
2	Medio	73	43.98
3	Bajo	9	5.42
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 15
NIVELES DE CONTAMINACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Los niveles de contaminación por smog, gases y emisión vehicular son altos ya que el 50,60% lo cree así; es decir la mayoría, en cambio el 43,98% cree que es medio y el 5,42% cree que es bajo,

Interpretación.- En especial en los días de feria la contaminación ambiental aumenta en comparación a los días que no son de feria, además esta plaza está localizada cerca de la avenida principal por donde transitan la mayoría de vehículos, también se encuentra a lado de la parada de buses del cantón por lo que en suma de cada factor, los niveles de contaminación no podrían ser bajos.

5) **¿Considera necesario promover cambios en la infraestructura del lugar donde se ubica el mercado?**

TABLA N° 16

NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA

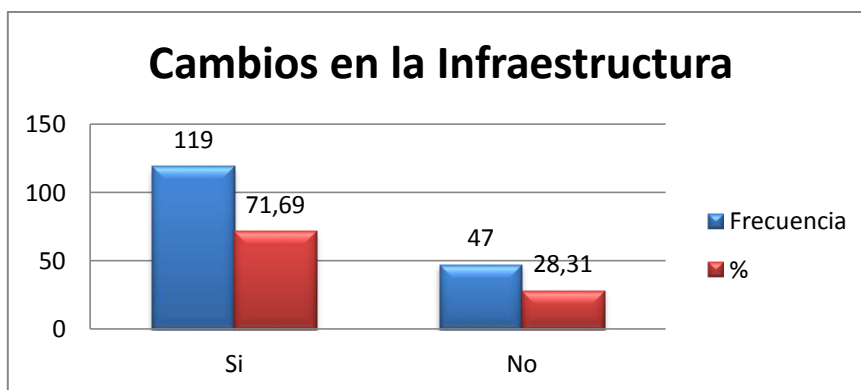
N°	Necesidad de cambios en el mercado	Frecuencia	%
1	Si	119	71.69
2	No	47	28.31
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 16

NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Siendo 119 los comerciantes que dicen que es necesario promover cambios en la infraestructura de la plaza, y con un porcentaje del 71,69% muestran ser mayoría contra 47 personas que piensan que no son necesarios dichos cambios con 28,31% de minoría.

Interpretación.- Las personas que no desean que haya cambios en el lugar por lo general es porque le temen a los cambios y no desean hacer sacrificios por cambios necesarios, o bien les parece irrelevante y solamente son conformistas con la situación actual; sin una visión futurista de progreso.

6) Mencione Usted el tipo de mercancía vende

TABLA N° 17

TIPO PRODUCTOS QUE VENDE

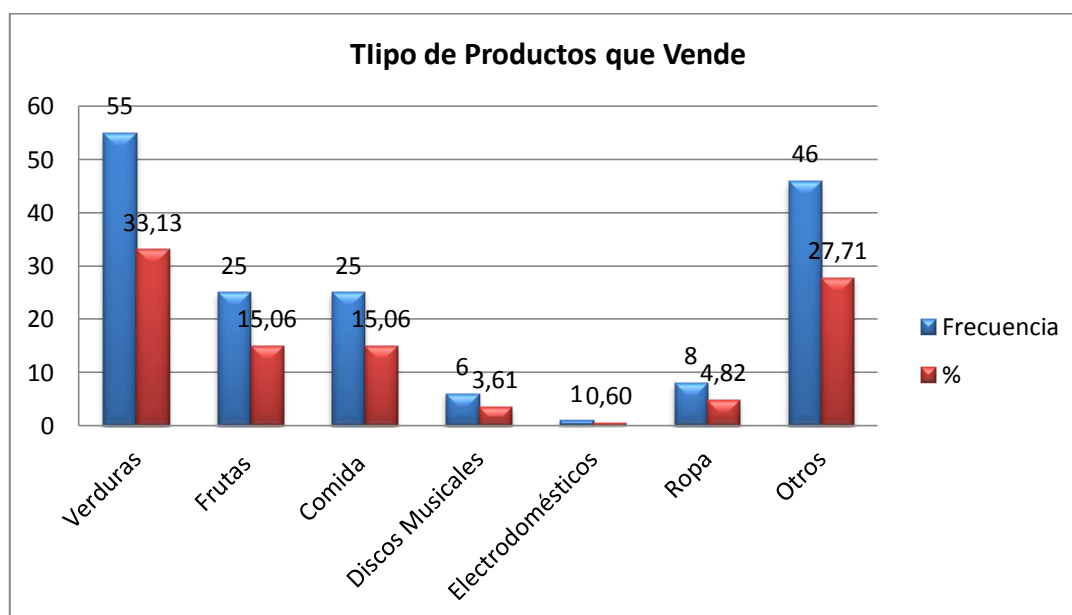
N°	Tipo de Mercancía	Frecuencia	%
1	Verduras	55	33.13
2	Frutas	25	15.06
3	Comida	25	15.06
4	Discos Musicales	6	3.61
5	Electrodomésticos	1	0.60
6	Ropa	8	4.82
7	Otros	46	27.71
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 17

TIPO DE PRODUCTOS QUE VENDE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Los comerciantes a los que se los encuestó y que son más comunes son los que venden verduras ya que son 55 con 33,13% luego los de comida 25 personas con 15,06%, Frutas 25 personas que dan 15,06%, Ropa 8 personas con 4,82% Discos Musicales 6 personas con 3,61%, Electrodomésticos una persona 0,60% y Otros 46 personas pero entre ellas y formando el 27,71% están: Granos Secos, Lácteos, Pan, Pollos, Bazar, Betuneros, Plantas, Abarrotes, Pescados, Jugos, Huevos, Productos Naturales, Accesorios de celular, Bisutería, Lanas, Chacinería mismos que están especificados en la tabla posterior al presente análisis.

Interpretación.- Como la investigación se la hizo de acuerdo a una muestra y en varias plazas y mercados estos valores en cuanto al tipo de mercancía que venden no es la totalidad real, pero para lo que esto nos ayuda dentro de esta investigación es para poder estimar la variedad de productos que se comercializan en este lugar y con ello poder hacer conclusiones posteriores, como podemos ver son una infinidad de variedad de productos; es decir la población puede adquirir todo lo que necesitara para su hogar.

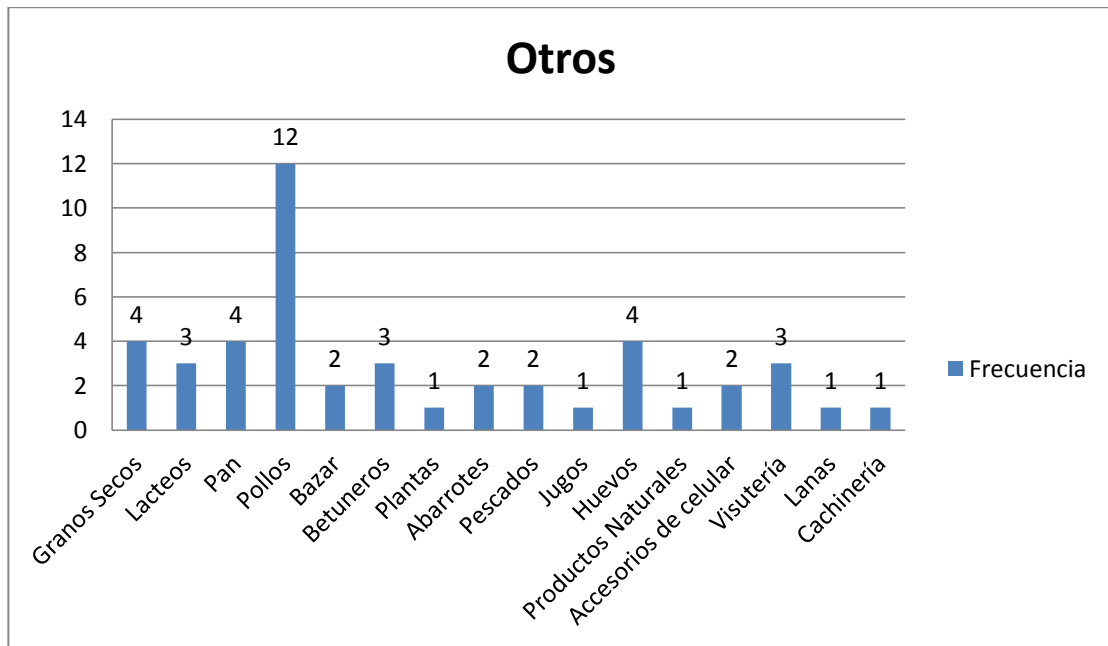
TABLA N° 18
OTROS; ESPECIFICACIÓN

Otros: Especificaciones			
N°	Tipo de Mercancía	Frecuencia	%
7.1	Granos Secos	4	2.41
7.2	Lácteos	3	1.81
7.3	Pan	4	2.41
7.4	Pollos	12	7.23
7.5	Bazar	2	1.20
7.6	Betuneros	3	1.81
7.7	Plantas	1	0.60
7.8	Abarrotes	2	1.20
7.9	Pescados	2	1.20
7.10	Jugos	1	0.60
7.11	Huevos	4	2.41
7.12	Productos Naturales	1	0.60
7.13	Accesorios de celular	2	1.20
7.14	Bisutería	3	1.81
7.15	Lanas	1	0.60
7.16	Chacinería	1	0.60
Totales Subcategoría		46	27.71

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 18
OTROS; ESPECIFICACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

7) ¿Estaría en condiciones de apoyar a la Municipalidad en caso de que se necesitara hacer cambios al mercado?

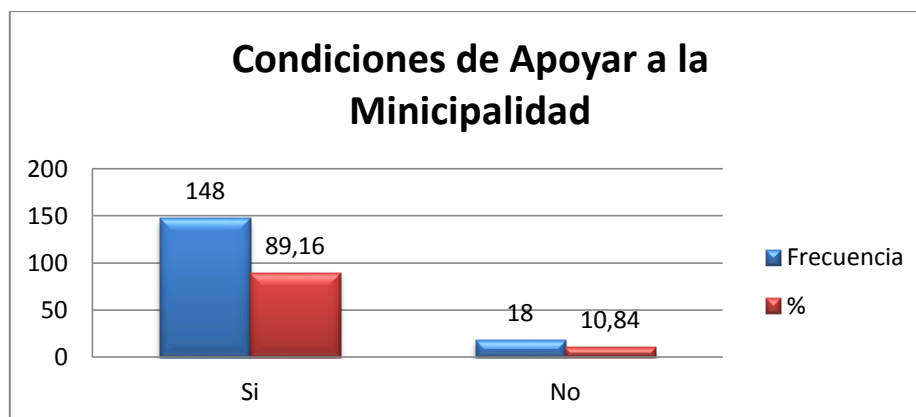
TABLA N° 19
CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD

N°	Condiciones de apoyar a la Municipalidad	Frecuencia	%
1	Si	148	89.16
2	No	18	10.84
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 19
CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- A favor de colaborar con la municipalidad están un 89,16% de los encuestados en total 148 personas y en contra 18 personas representando en minoría 10,82% de esta muestra.

Interpretación.- Si se viera necesario efectuar algún cambio en estos sitios de comercio, es importante que las personas que ahí laboran tengan la predisposición de colaborar en caso de que haga falta su apoyo y como lo podemos notar son mayoría quienes tienen esta predisposición.

8) ¿Qué necesidades considera usted que se deberían cubrir en este lugar?

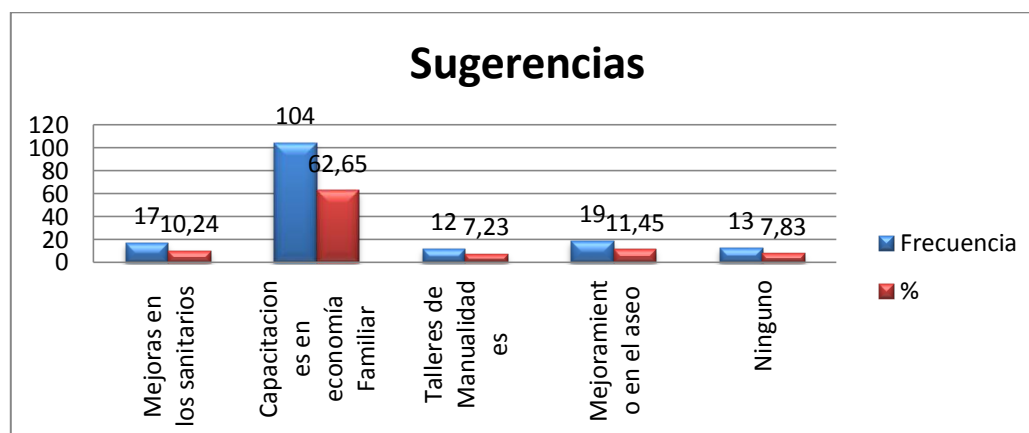
TABLA N° 20
SUGERENCIAS

N°	Sugerencias	Frecuencia	%
1	Mejoras en los sanitarios	17	10.24
2	Capacitaciones en economía Familiar	104	62.65
3	Talleres de Manualidades	12	7.23
4	Mejoramiento en el aseo	19	11.45
6	Ninguno	13	7.83
TOTALES		165	99

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 20
SUGERENCIAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Notando desde el de más frecuencia es el tema de las capacitaciones, con 104 personas a favor es decir el 62,25%, 19 personas con 11,45% mejoramiento en aseo, 17 personas el 10,24 con mejoramiento de sanitarios, escépticas 13 personas el 7,38% no sugieren nada y 12 personas sugieren talleres de manualidades con un 7,23% de la población.

Interpretación.- La mayor inquietud de los comerciantes radica en que no existe una adecuada organización, por lo que se ve necesaria que existan programas de capacitación a los y las comerciantes ya que como es evidente ellos no han podido culminar su educación en muchos de los casos y ellos están prestos a aprender.

9) Mencione aproximadamente cuantos años tiene en este negocio

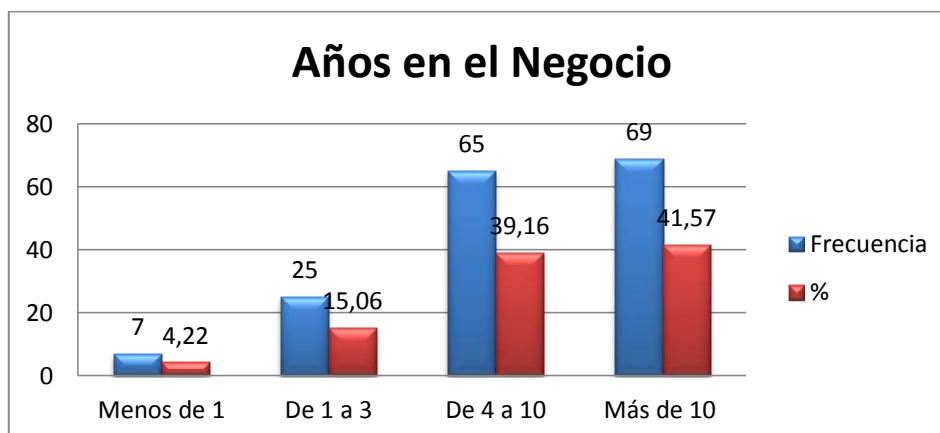
TABLA N° 21
AÑOS DEL NEGOCIO

N°	Años en el Negocio	Frecuencia	%
1	Menos de 1	7	4.22
2	De 1 a 3	25	15.06
3	De 4 a 10	65	39.16
4	Más de 10	69	41.57
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 21
AÑOS DEL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- La mayor parte de comerciantes lleva en este oficio más de 10 años 69 personas específicamente 65 personas de 4 a 10 años, 25 comerciantes llevan de 1 a 3 años y apenas 7 comerciantes se encuentran menos de un año en el negocio.

Interpretación.- Puede decirse que las personas que laboran en este negocio en especial ese 40,14% que están más de 10 años de ese grupo puede creerse que llevan casi toda su vida en esta actividad. Y que pocas son las personas que se integran es decir hay pocas personas nuevas dedicadas a este negocio.

10) ¿Podría indicar qué días de la semana labora usted en este oficio?

TABLA N° 22

DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO

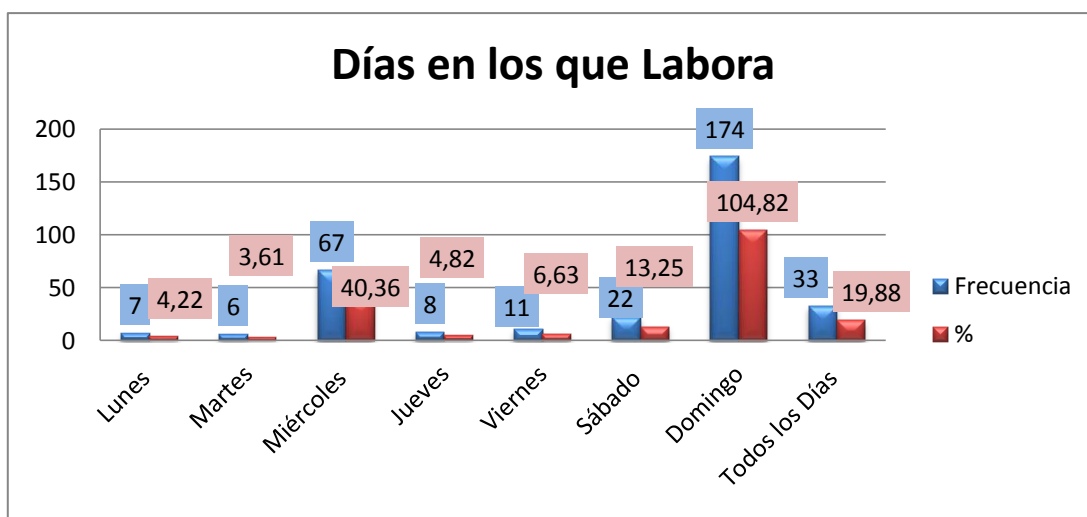
N°	Días de venta	Frecuencia	%
1	Lunes	7	4.22
2	Martes	6	3.61
3	Miércoles	67	40.36
4	Jueves	8	4.82
5	Viernes	11	6.63
6	Sábado	22	13.25
7	Domingo	174	104.82
8	Todos los Días	33	19.88
TOTALES		328	198

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 22

DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Teniendo como alternativa cada día de la semana diremos que 7 personas que salen en lunes, 6 en martes 67 en miércoles, 8 en jueves, 11 en viernes, 22 en sábado 105 en domingo y 33 todos los días

Interpretación.- Hay que aclarar que de las personas encuestadas solo pocas son las que sale un solo día de la semana, es mínima la cantidad de comerciantes que lo hace solo por un día, a esto podemos responsabilizarle la necesidad de obtener más ganancias, ya que han sido tan bajas las ventas que los comerciantes se ven obligados a salir más días “a ver si se vende algo” dicen lo comerciantes.

11) ¿Aproximadamente cuantas horas trabaja en este oficio al día?

TABLA N° 23

HORAS AL DÍA DE LABOR

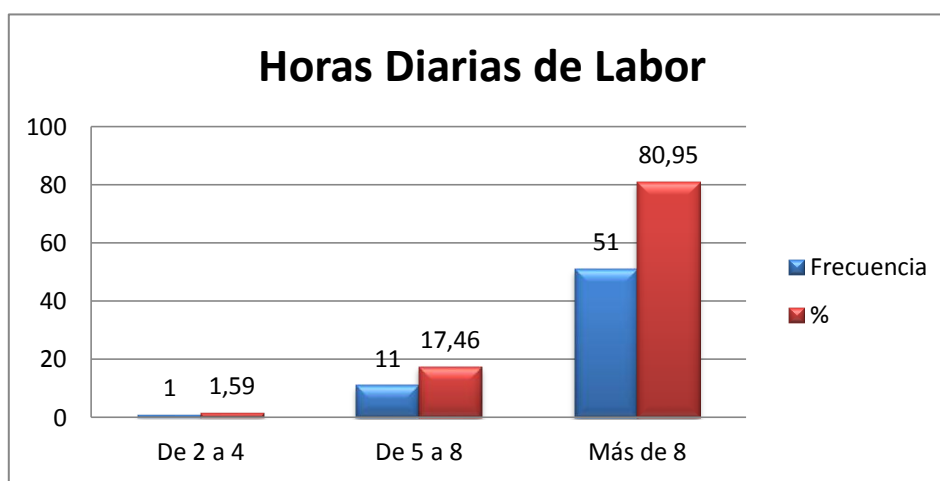
N°	Horas diarias	Frecuencia	%
1	De 2 a 4	2	1.20
2	De 5 a 8	35	21.08
3	Más de 8	129	77.71
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 23

HORAS AL DÍA DE LABOR



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- En cuanto a las horas que dedican a este negocio 35 lo hacen de 2 a 4 horas, 35 personas de 5 a 8 horas y 142 personas más de 8 horas con porcentajes de 1,42%- 24,65% y 73,94% respectivamente.

Interpretación.- Es notorio lo esforzado y sacrificado que resulta este negocio, puesto que deben permanecer en sus puestos que por lo general están a la intemperie y varias horas al día incluso más horas de las que una persona con un trabajo diferente ocupan, es un gran sacrificio diario de los comerciantes.

12) ¿Tiene varios puestos en la misma zona?

TABLA N° 24

NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA

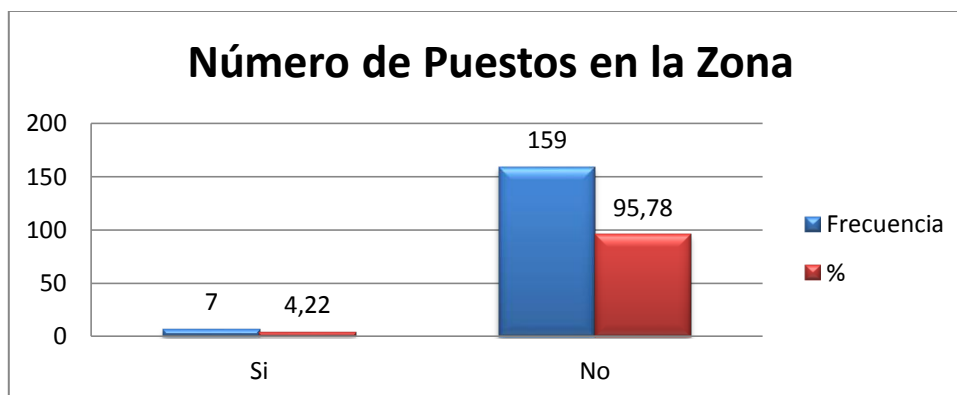
N°	Posesión de varios puestos en la misma zona	Frecuencia	%
1	Si	7	4,22
2	No	159	95,78
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 24

NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 7 las personas que poseen más de un puesto en la zona y representan 4,22% y 159 personas que no tienen ningún otro puesto adicional representando el 95,78%.

Interpretación.- Algunas personas suelen tener varios puestos, en ocasiones son de diversa mercancías, pero es con la intención de obtener mejores ingresos, pero esto también representa mayor inversión y no todos los comerciantes pueden hacerlo.

13) ¿Cuál es su inversión semanal en el negocio?

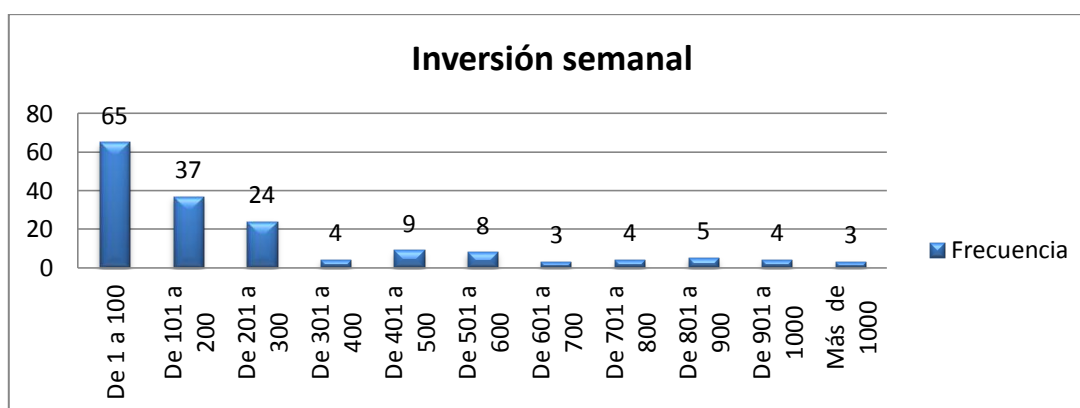
TABLA N° 25
INVERSIÓN SEMANAL

N°	Inversión Semanal (USD)	Frecuencia	%
1	De 1 a 100	65	30.66
2	De 101 a 200	37	17.45
3	De 201 a 300	24	11.32
4	De 301 a 400	4	1.89
5	De 401 a 500	9	4.25
6	De 501 a 600	8	3.77
7	De 601 a 700	3	1.42
8	De 701 a 800	4	1.89
9	De 801 a 900	5	2.36
10	De 901 a 1000	4	1.89
11	Más de 1000	3	1.42
TOTALES		166	78

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 25
INVERSIÓN SEMANAL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Como lo muestra la tabla anterior la mayoría de comerciantes 65 en total, de esta plaza tienen un nivel de inversión de que oscila entre USD 1,00 a USD 100,00 con un porcentaje de 30,66%, 37 comerciantes invierten de USD 101,00 a USD 200,00 con 17,45%, 24 personas de USD 201,00 a USD 300 representando el 11,32%, 4 personas invierten USD 301,00 a USD 400,00, de USD 701,00 a USD 800,00 y de USD 901,00 a USD 1000 siendo un 1,89%, 9 de USD 401,00 a USD 500,00 con el 4,25%, 3 personas USD 601,00 a USD 700,00 y más de 1000 siendo el 1,42.

Interpretación.- Por lo general los comerciantes que componen el 25,47% son aquellos que no necesitan invertir tanto como lo notamos antes eso depende del tipo de mercancías que tengan para la venta, en cambio al irnos al otro extremo quienes invierten más de USD 1000,00 es porque su mercancía requiere de esta inversión como en el caso de ropa o electrodomésticos.

14) ¿Cuál es el motivo principal por el cual ha decidido dedicarse a este negocio?

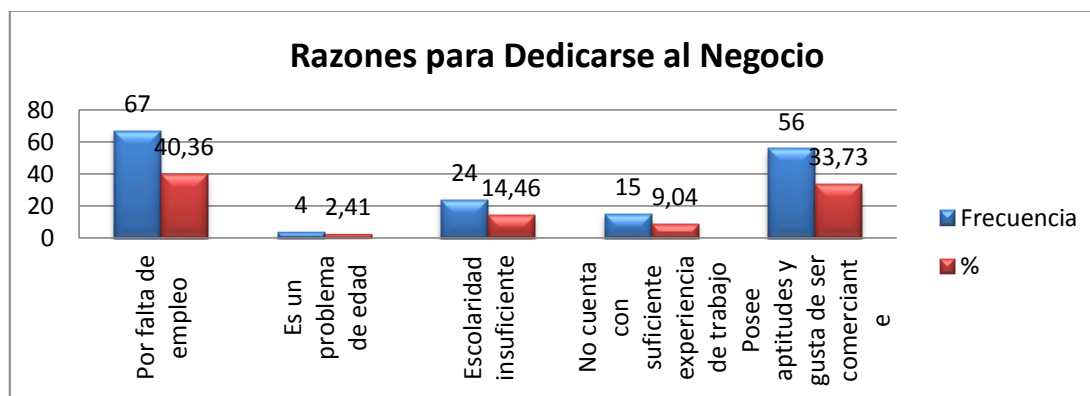
TABLA N° 26
RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO

N°	Razones de haberse dedicado al negocio	Frecuencia	%
1	Por falta de empleo	67	40.36
2	Es un problema de edad	4	2.41
3	Escolaridad insuficiente	24	14.46
4	No cuenta con suficiente experiencia de trabajo	15	9.04
5	Posee aptitudes y gusta de ser comerciante	56	33.73
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 26
RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De las razones enumeradas 67 dijeron que fue por falta de empleo ellos forman parte del 40,36% de esta muestra, 4 dijeron que es un problema de edad es decir el 2,41% de ellos, 24 que se debía a que no tienen mejor educación con el 14,46%, 15 comerciantes 9,04% por no haber tenido experiencia de trabajo y por último con el 33,73% 56 que indicaron que tenían aptitudes y les gusta ese oficio.

Interpretación.- Se nota una estrecha diferencia entre las aptitudes y gusto por la actividad con la falta de empleo esta son las dos razones más frecuentes que se encontró en este análisis.

15) ¿Qué beneficios ha encontrado al dedicarse a esta actividad?

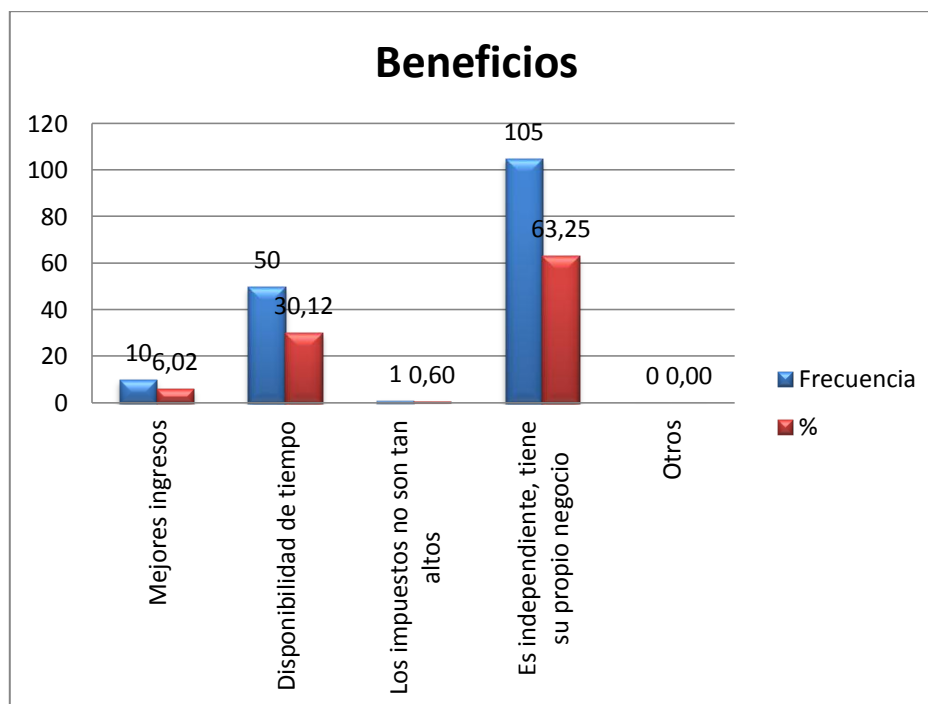
TABLA N° 177
BENEFICIOS

N°	Beneficios	Frecuencia	%
1	Mejores ingresos	10	6.02
2	Disponibilidad de tiempo	50	30.12
3	Los impuestos no son tan altos	1	0.60
4	Es independiente, tiene su propio negocio	105	63.25
5	Otros	0	0.00
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 27
BENEFICIOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De entre los beneficios están el hecho de tener mejores ingresos 10 personas afirman es ese su beneficio es decir el 6,02% lo afirma, 50 personas el 30,12% tienen mayor disponibilidad de tiempo, una personas los impuestos son bajos y representa un 0,60%, lo que la mayoría de personas es independiente y tiene su propio negocio ya que son 105 las personas que lo afirman siendo el 63,25% de la muestra y siendo la más relevante alternativa como beneficio.

Interpretación.- Lo que ocurre es que la mayoría de comerciantes es ama de casa y necesitan tener un trabajo independiente debido a que con ello pueden encargarse de las dos actividades además de que no están en constante riesgo de quedarse sin trabajo por un contrato que culmina.

16) ¿Qué desventajas ha encontrado al dedicarse a esta actividad?

TABLA N° 28
DESVENTAJAS

N°	Desventajas	Frecuencia	%
1	No cuenta con seguridad social	51	30.72
2	No cuenta con prestaciones	7	4.22
3	Época de crisis por pocas ventas	106	63.86
4	Otros	2	1.20
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 28
DESVENTAJAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Los 106 comerciantes determinaron que la debido a las pocas ventas viven épocas de crisis con un 63,86%, 51 los que piensan es una desventaja el no contar con seguridad social esto muestra un 30,72%, el no contar con prestaciones es la razón de 7 comerciantes siendo el 4,22 de la población y por último otra desventaja es para dos personas el no poder obtener un salario fijo con el 1,20%.

Interpretación.- Con un trabajo independiente no es tan fácil acceder a los anteriores ítems como la seguridad social o las prestaciones, pero a una época de crisis toda actividad económica está expuesta, es algo de lo que no fácilmente se puede alguien liberar.

17) ¿Usted considera que este oficio es rentable?

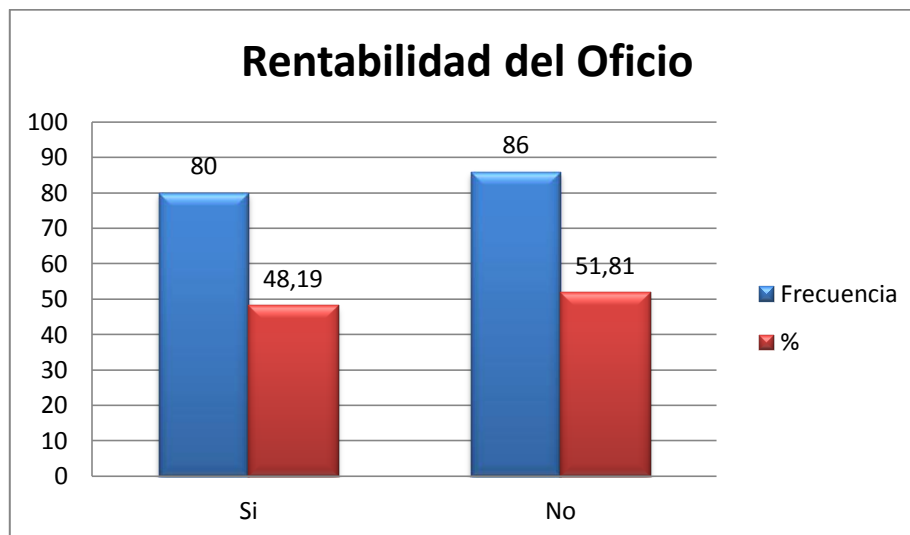
TABLA N° 29
RENTABILIDAD DEL OFICIO

N°	Rentabilidad	Frecuencia	%
1	Si	80	48.19
2	No	86	51.81
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 29
RENTABILIDAD DEL OFICIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

¿Por qué?:

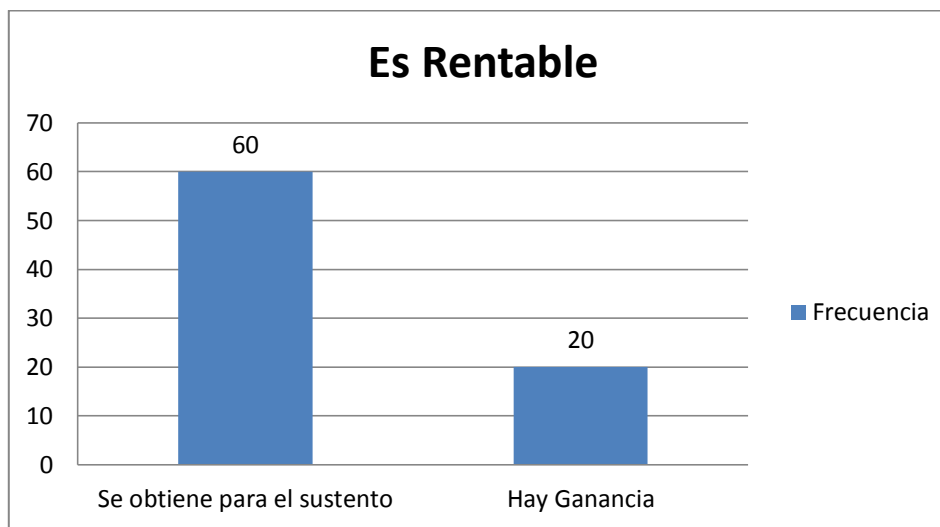
TABLA N° 30
ES RENTABLE

N°	Sí; por qué?	Frecuencia
1	Se obtiene para el sustento	60
2	Hay Ganancia	20
TOTALES		80

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 30
ES RENTABLE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

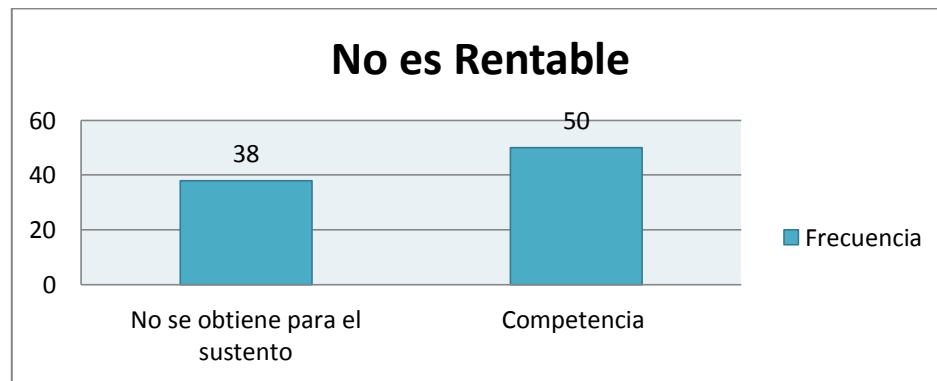
TABLA N° 31
NO ES RENTABLE

N°	No por qué?	Frecuencia
1	No se obtiene para el sustento	38
2	Competencia	50
TOTALES		88

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 31
NO ES RENTABLE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- La mayoría de comerciantes 80 en número es decir el 48,19% de la muestra considera que si es rentable la actividad económica, dentro de ello 60 dicen que es porque por lo menos tienen para sus sustento y sobrellevar gastos y 20 dicen que es porque obtienen ganancias y 86 comerciantes no lo creen rentable, es decir 51,81% detallando 38 personas consideran que no se obtiene ni para lo más básico y 50 creen que es debido a la demasía en la competencia.

Interpretación.- Muchos de los comerciantes no ven otra alternativa que seguir en el negocio por eso hay quienes de las mismas ventas llevan para el hogar o hacen cambios, de este modo es como se dice que solo sacan para el sustento y se cree que quienes dicen que obtienen ganancia son aquellos que han invertido más, pero no todos pueden hacerlo; por ello también hay quienes no obtienen casi nada de ganancia, y que son mayoría ya que es un porcentaje algo representativo.

18) ¿Contrata personal para que le apoye en el negocio?

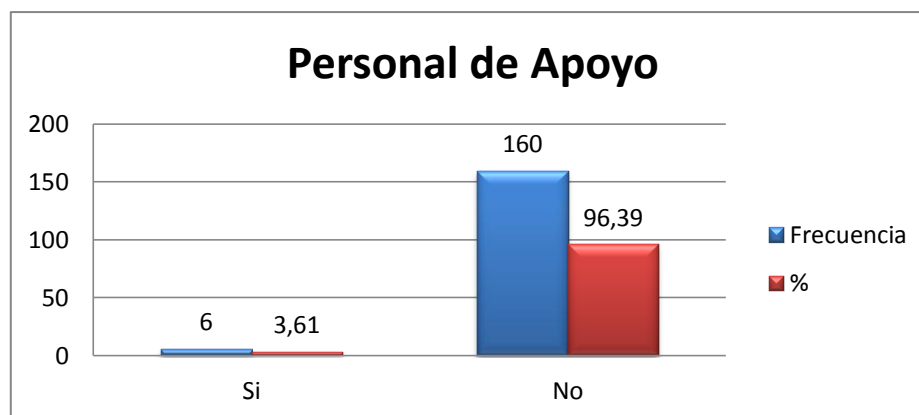
TABLA N° 32
PERSONAL DE APOYO

N°	Personal contratado	Frecuencia	%
1	Si	6	3.61
2	No	160	96.39
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 32
PERSONAL DE APOYO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Con un total de 6 comerciantes es decir el 3,61% dicen tener personal que les ayuda en sus puestos de ventas y 160 quienes no contratan a nadie es decir el 96,39% de la muestra.

Interpretación.- Dependiendo de la capacidad y del tipo de mercancía, los comerciantes contratan personal a quien se les cancela una cierta cantidad de dinero por su trabajo, pero esto no quiere decir que las personas que dijeron que no contratan a nadie, no tengan quien les ayude ya que una gran parte de ellos obtiene ayuda de hijos o familiares cercanos; esto es a cambio de la mantención dentro del hogar en vez de una remuneración.

19) ¿En base a la pregunta anterior ¿Qué relación tiene con sus empleados?

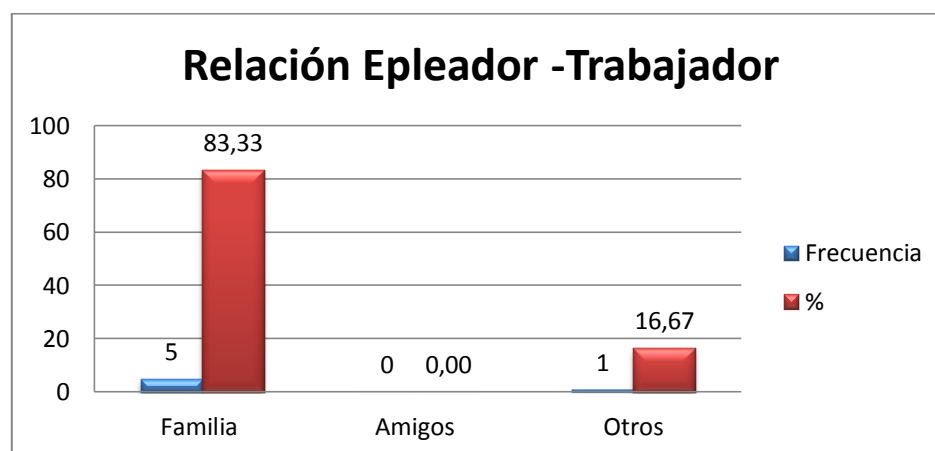
TABLA N° 33
RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR

N°	Relación con el personal	Frecuencia	%
1	Familia	5	83.33
2	Amigos	0	0.00
3	Otros	1	16.67
TOTALES		6	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 33
RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- La relación de los comerciantes con su personal de apoyo en una gran mayoría es la familia es decir los 5 de 6 son familia y el sexto es uno ajeno a la familia.

Interpretación.- Los comerciantes con posibilidad de contratar personal por lo general prefiere darle un apoyo económico a sus familiares antes que a un ajeno a ella, esto casi siempre sucede por el grado de afecto y confianza entre familiares y pocos son los casos de que exista este tipo de confianzas con externos a la familia, pero si los hay.

20) ¿Cuánto y que cantidad paga usted a sus empleados en promedio?

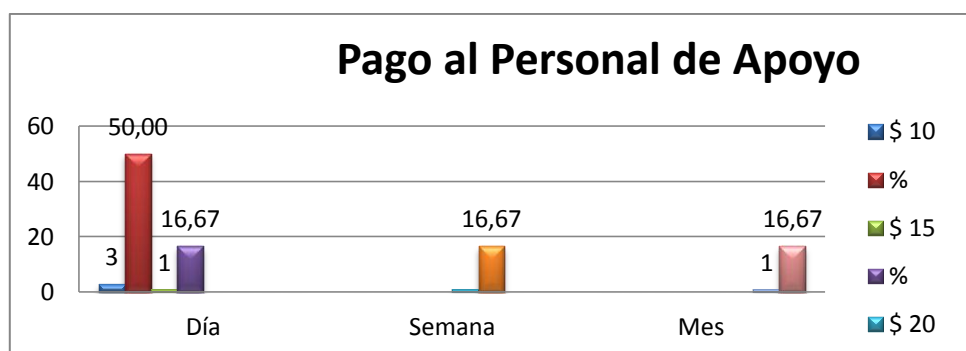
TABLA N° 34
PAGO AL PERSONAL DE APOYO

N°	Valor del Pago	USD 10	%	USD 15	%	USD 20	%	USD 320	%
1	Día	3	50.00	1	16.67	0	0.00	0	0.00
2	Semana	0	0.00	0	0.00	1	16.67	0	0.00
3	Mes	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	16.67
TOTALES		3	50	0	17	1	17	0	17

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 34
PAGO AL PERSONAL DE APOYO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 3 las personas; es decir el 50% que cancelan 3 dólares por día, una persona que paga 15 dólares por día, una persona que cancela 20 dólares a la semana y una persona que paga 320 dólares por mes a los trabajadores que les apoyan en su negocio, representando cada uno el 26,67% del total de personas que contratan personal.

Interpretación.- Un valor estándar a cancelar al día de trabajo está por los USD 10, aunque los valores a cancelar son los que a bien convenga a las partes; es decir quien contrata y el contratado

21) ¿Dónde compra los productos que vende?

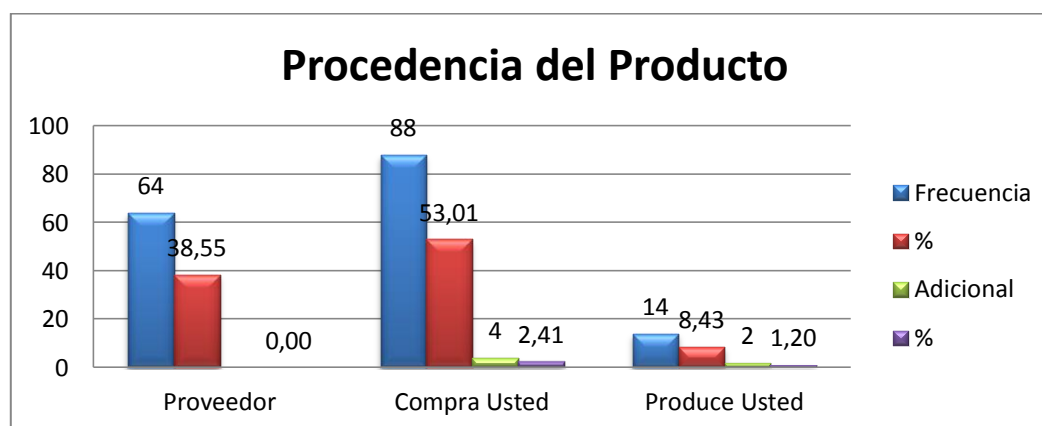
TABLA N° 35
PROCEDENCIA DEL PRODUCTO

N°	Procedencia del Producto	Frecuencia	%	Adicional	%
1	Proveedor	64	38.55		0.00
2	Compra Usted	88	53.01	4	2.41
3	Produce Usted	14	8.43	2	1.20
TOTALES		166	100	6	4

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 35
PROCEDENCIA DEL PRODUCTO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 64 personas, 38,55% de la muestra que compran de proveedores, 88 personas, 53,01% que compran ellos mismo, 14 personas es decir el 8,43% que producen ellos mismo.

Interpretación.- No es que nada más los datos del análisis anterior se consideran, también se debe tomar en cuenta que además de lo observado se obtienen las mercancías de varias fuentes, es decir pueden ser a más de compradas por ellos mismo, producidas por ellos también, así sucedió con 6 personas que de las alternativas 4 también compran y 2 las producen.

22) ¿Cuáles son las condiciones en las cuales adquiere los productos?

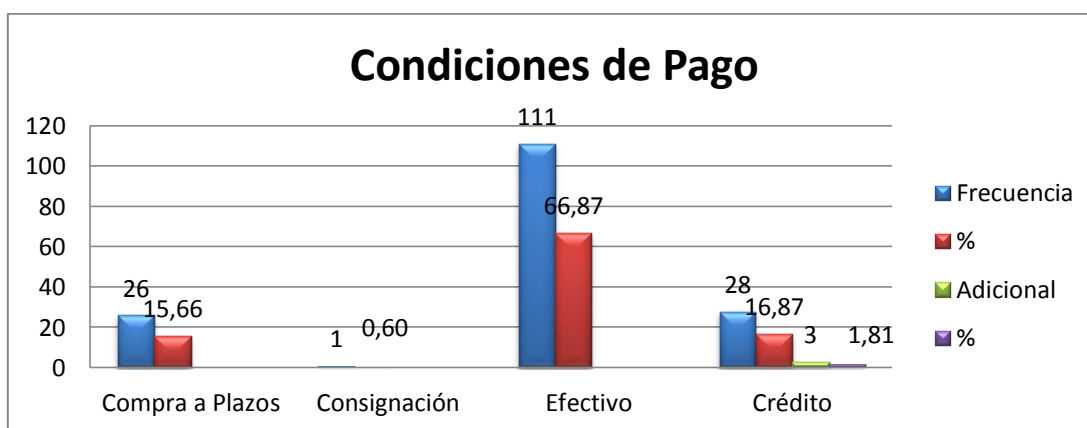
TABLA N° 36
CONDICIONES DE PAGO

N°	Formas de Pago	Frecuencia	%	Adicional	%
1	Compra a Plazos	26	15.66		0.00
2	Consignación	1	0.60		0.00
3	Efectivo	111	66.87		0.00
4	Crédito	28	16.87	3	1.81
TOTALES		166	100	3	2

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 36
CONDICIONES DE PAGO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- En cuanto a las formas de pago 26 personas lo hacen a plazos, 1 persona a consignación, 111 en efectivo y 28 personas a crédito, con unos porcentajes de 15,66%- 0,60%- 66,87% y 16,87% respectivamente. Adicional a ello tres personas a más de usar las alternativas anteriores, también lo hacen a crédito.

Interpretación.- La mayoría de comerciantes, y por el tipo de mercancía no tiene en ocasiones la oportunidad de cancelar de otra forma que no sea en efectivo, pocas son las personas con esta variedad de pagos.

23) ¿De la cantidad de insumos para la venta, cuál es el porcentaje aproximado que vende?

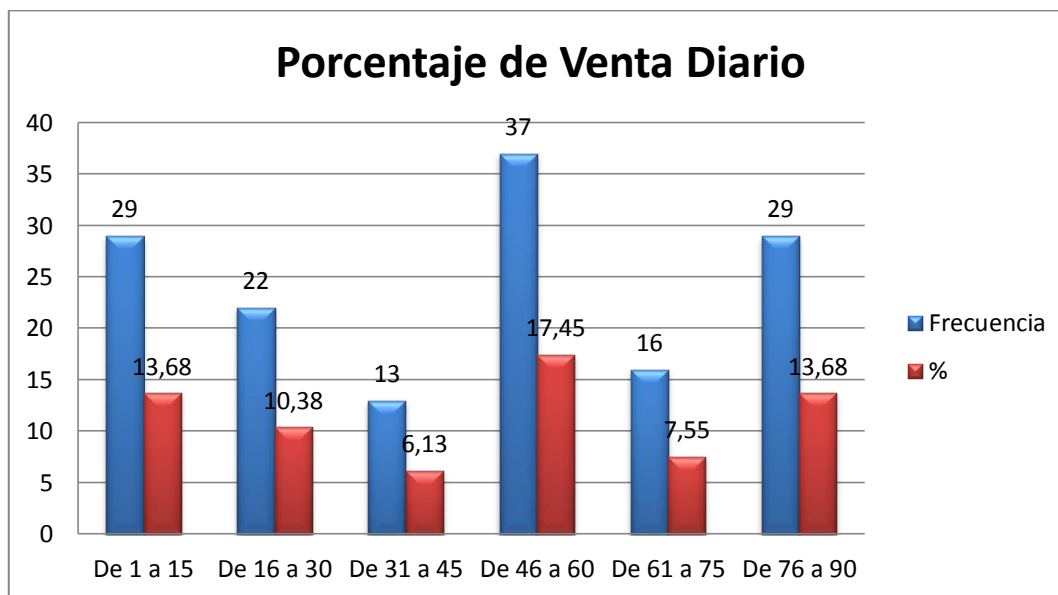
TABLA N° 37
PORCENTAJE DE VENTA DIARIO

N°	% de Venta	Frecuencia	%
1	De 1 a 15	29	13.68
2	De 16 a 30	22	10.38
3	De 31 a 45	13	6.13
4	De 46 a 60	37	17.45
5	De 61 a 75	16	7.55
6	De 76 a 90	29	13.68
7	De 91 a 115	20	9.43
TOTALES		166	78

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 37
PORCENTAJE DE VENTA DIARIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Para mejor comprensión primero se detalla la alternativa de porcentaje con el número de personas De 1 a 15% - 29 personas, De 16 a 30 - 22 personas, De 31 a 45 - 13 personas, De 46 a 60 - 37 personas, De 61 a 75 - 16 personas, De 76 a 90 - 29 personas, y luego el porcentaje que representa cada uno de ellos del total de la muestra 13,68%-10,38%-6,13%-17,45%-7,55%-13,68% respectivamente

Interpretación.- Del porcentaje de ventas se puede deducir que tan bien le va a un comerciante, siendo así a mayor venta mejores ingresos lo que al ser lo contrario menos ventas menos ingresos es decir que quien con menos mercancía llegue al final del día es porque tiene mejor rentabilidad y menos riesgos.

24) ¿Qué tipo de impuestos paga usted en este negocio?

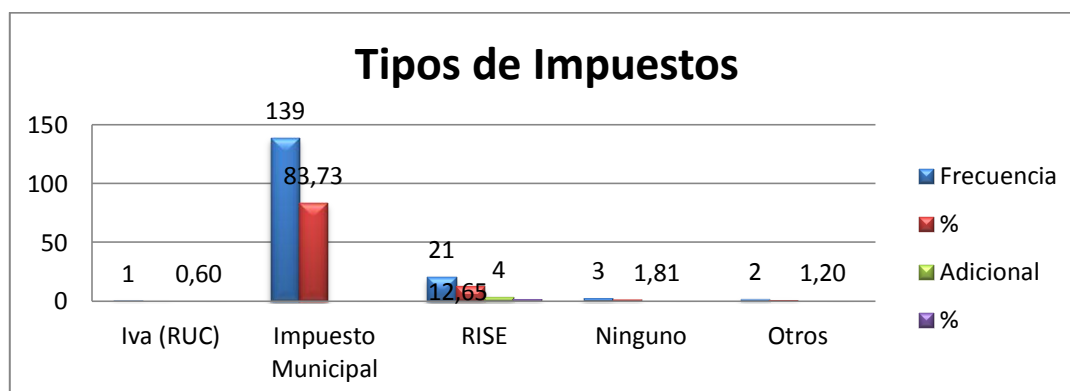
TABLA N° 38
TIPOS DE IMPUESTOS

N°	Tipos de Impuestos	Frecuencia	%	Adicional	%
1	Iva (RUC)	1	0.60		0.00
2	Impuesto Municipal	139	83.73		0.00
3	RISE	21	12.65	4	2.41
4	Ninguno	3	1.81		0.00
5	Otros	2	1.20		0.00
TOTALES		166	100	4	2

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 38
TIPOS DE IMPUESTOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Del total de encuestados uno se encuentra bajo el régimen del Ruc, 139 pagan por el puesto, 21 pagan el RISE, 2 otro tipo de rubro y 2 no paga ningún impuesto, pero además de alguna de estas alternativas 4 personas pagan el RISE.

Interpretación.- Los dos individuos que no cancelan el valor del impuesto municipal por el uso del puesto adujeron que es un valor municipal de 0,50 ctvs por el día en el puesto, como se observa es prioritario que si están en un puesto determinado se cancele el impuesto municipal que la mayoría lo hace.

25) ¿Cree que su nivel de ventas se ve afectado por los vendedores informales?

TABLA N° 39

NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES

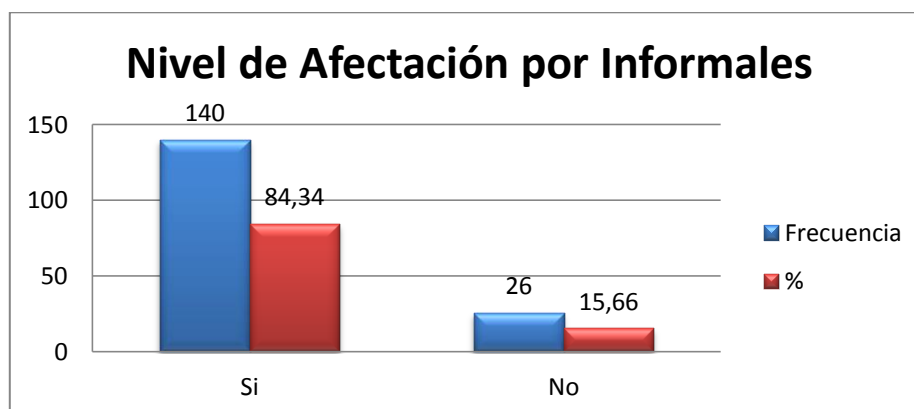
N°	Relación Ventas con Informalismo	Frecuencia	%
1	Si	140	84,34
2	No	26	15,66
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 39

NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- A quienes les afecta la existencia de vendedores informales es a 140 comerciantes que son el 84,34% de la muestra, aunque hay 26 comerciantes a quienes no les afecta en nada ellos representan el 15,66% de la muestra.

Interpretación.- El simple hecho de que los comerciantes formales estén pagando un impuesto municipal ya les afecta, debido que ya no es el 100% de su ganancia lo que se llevan a casa y como los vendedores informales tienen objetos de menor valor las personas dejan de consumir de fuentes formales, esto afecta mucho a su economía.

26) ¿A su consideración cuál de los siguientes factores incide mayormente en la existencia y permanencia del comercio informal?

TABLA N° 40

RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO

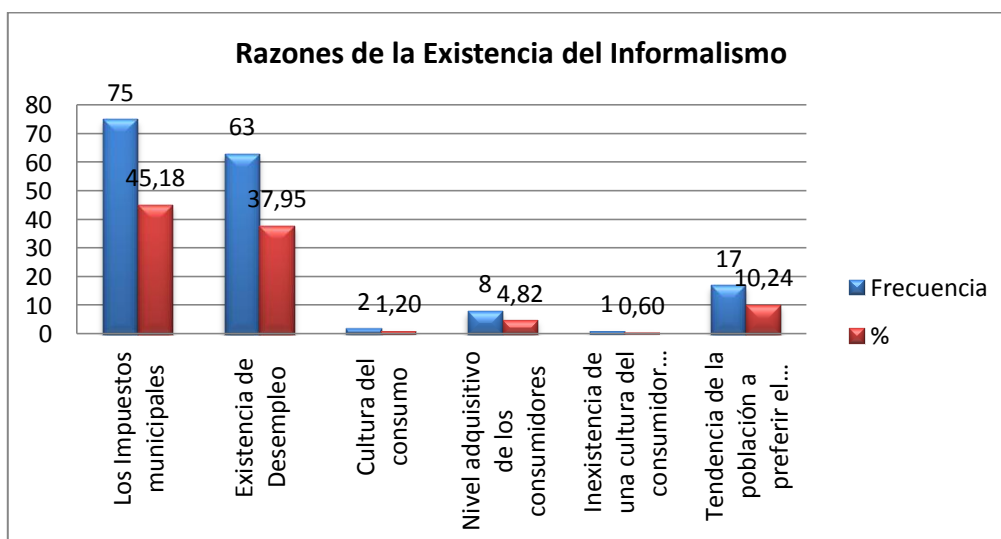
N°	Causa de la existencia de Informales	Frecuencia	%
1	Los Impuestos municipales	75	45.18
2	Existencia de Desempleo	63	37.95
3	Cultura del consumo	2	1.20
4	Nivel adquisitivo de los consumidores	8	4.82
5	Inexistencia de una cultura del consumidor orientada a la calidad e imagen del producto	1	0.60
6	Tendencia de la población a preferir el mercado informal	17	10.24
TOTALES		166	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 40

RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Según el modo de ver 75 comerciantes creen que la razón de la existencia de informales es por los Impuestos municipales es decir el 45,18%, 63 por la existencia de desempleo con el 37,95%, 2 por la cultura del consumo el 1,20%, 8 nivel adquisitivo de los consumidores con el 4,82%, una personas por la inexistencia de una cultura del consumidor orientada a la calidad e imagen del producto siendo el 0,60% y 17 que es por la tendencia de la población a preferir el mercado informal representando el 10,24% de la muestra.

Interpretación.- Por mayoría se determina que la existencia de informales se debe a varios aspectos, pero en una síntesis se puede decir que el desempleo y por ende la necesidad de mejorar las condiciones económicas de talvez un hogar y debido a ello es que tampoco pueden pagar un impuesto, todo esto acompañado de que a los consumidores se les ha sembrado en sus mentes el hecho de que el adquirir en la calle es más económico y que también buscan cuidar de su bolsillo, esto ya se ha convertido en una costumbre que afecta directamente a los vendedores formales.

2.4.2. Mercado Augusto Lema Enríquez

Lugar de Residencia

TABLA N° 41

LUGAR DE RESIDENCIA

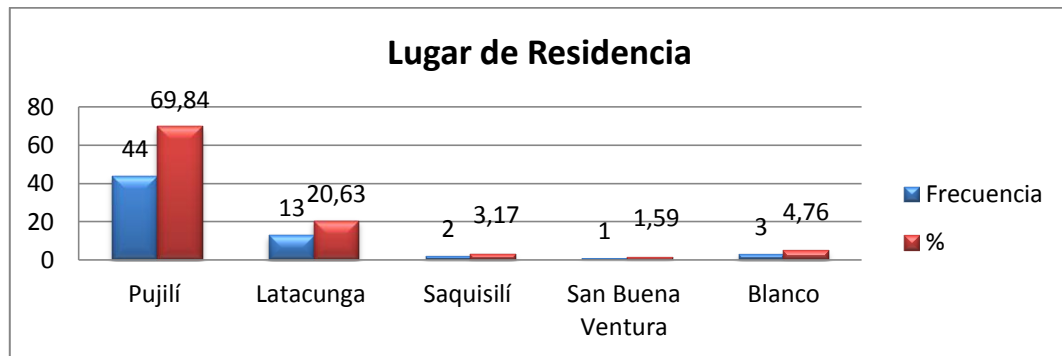
N°	Lugar de residencia	Frecuencia	%
1	Pujilí	44	69.84
2	Latacunga	13	20.63
3	Saquisilí	2	3.17
4	San Buena Ventura	1	1.59
5	Blanco	3	4.76
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 41

LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- En este sitio, no todos los individuos son del cantón; siendo 44 las personas que son residentes del cantón lo que representa un 69,84% del total de la muestra y la diferencia lo conforman 13 personas en Latacunga con el 20,63%, 2 personas 3,17% en Saquisilí, 1 persona 1,59 % en San Buenaventura y 3 personas sin especificar el lugar representado el 4,76 de la muestra.

Interpretación.- La información tomada en el mercado muestra que una gran mayoría de la muestra es residente del cantón Pujilí lo que implica que no hay mucha afluencia de personas externas al cantón ya que representan porcentajes muy bajos en diferencia a los propios.

Género

TABLA N° 42

GÉNERO

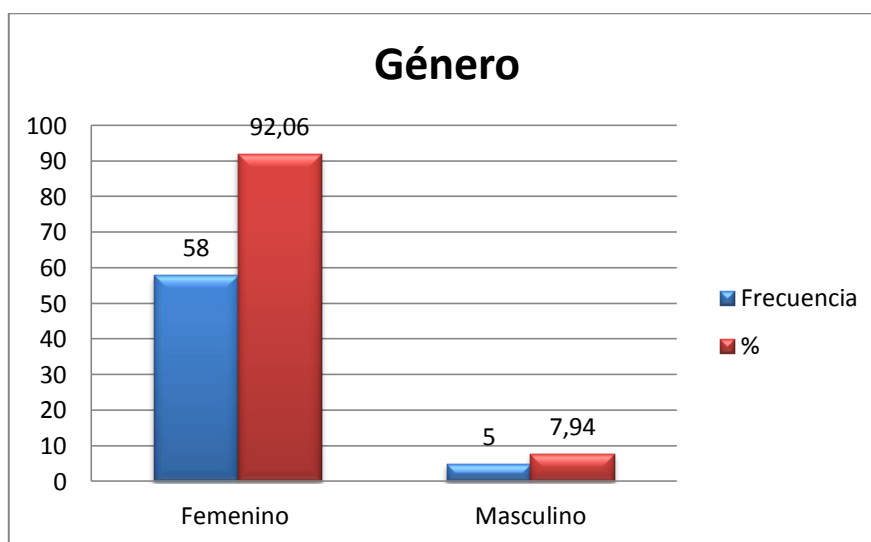
N°	Género	Frecuencia	%
1	Femenino	58	92.06
2	Masculino	5	7.94
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 42

GÉNERO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Del total de la muestra de la investigación, 58 son del sexo femenino representando un 92,06% y 5 personas del sexo masculino siendo un porcentaje del 7,94%.

Interpretación.- Es notable la diferencia que hay entre estas dos alternativas, lo que demuestra que es significativo el elevado número de mujeres quienes se dedican al negocio de la comercialización, pero además se puede decir que esto es resultado de la necesidad de la mujer por colaborar en la economía del hogar.

Ocupación (es)

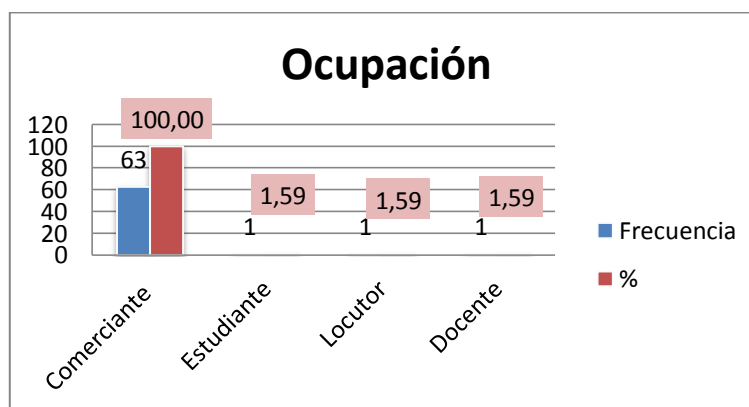
TABLA N° 43
OCUPACIÓN

N°	Ocupación	Frecuencia	%
1	Comerciante	63	100.00
-	Estudiante	1	1.59
-	Locutor	1	1.59
-	Docente	1	1.59
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 43
OCUPACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Es evidente y lógico que sea el total de la población de ocupación comerciante, pero adicional a esto con un porcentaje de 1,59% de la muestra es además de comerciante; docente, locutor y docente es decir tres personas.

Interpretación.-El tener otro oficio es resultado de una mayor necesidad es decir una profesión que incluye un salario y además una alternativa como el comercio es porque detrás de ello hay necesidades que cubrir.

Edad

TABLA N° 44

EDAD

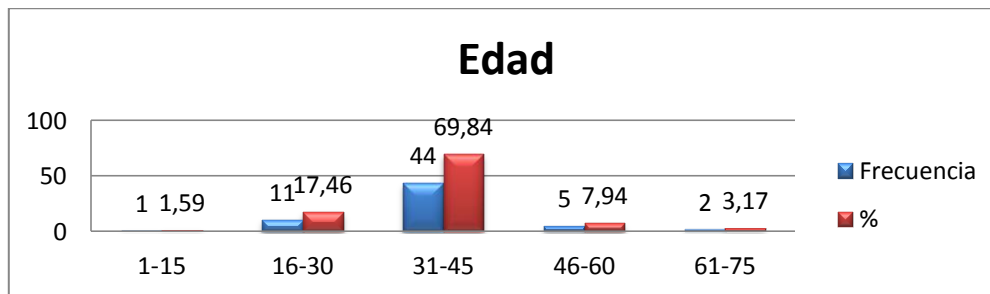
N°	Edad	Frecuencia	%
1	1-15	1	1.59
2	16-30	11	17.46
3	31-45	44	69.84
4	46-60	5	7.94
5	61-75	2	3.17
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 44

EDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Representando el 1,59% una personas se encuentra en el intervalo de edad de 1 a 15, 15 personas con un porcentaje de 17,46% entre los 16 a 30 años, 44 las personas que van de los 31 a 45 años siendo un 69.84% de la muestra, 5 personas de 46 a 60 años representando un 7,94% y 2 de 61 a 75 con un 3,17% de la muestra.

Interpretación.- Podemos notar que, la mayoría de comerciantes oscilan entre los 31 y 45 años con menos porcentaje, pero con gran relevancia también aquellos de 16 a 30 años lo que quiere decir que desde la mayoría de edad hasta una edad de más o menos 50 años es lo usual en esta actividad y como dentro de la ley solo una persona menor labora en el mercado.

Estado Civil

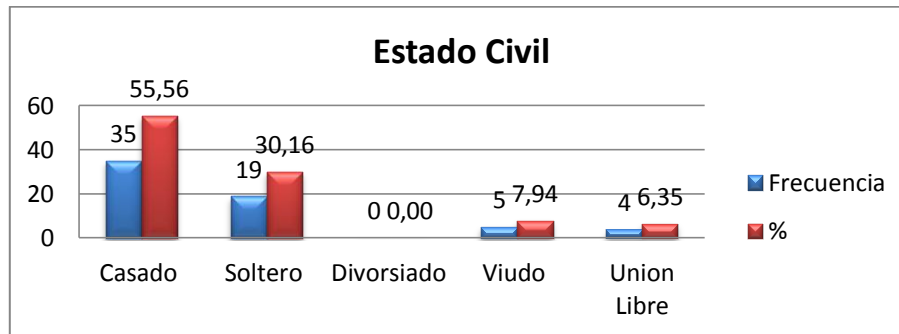
TABLA N° 45
ESTADO CIVIL

N°	Estado Civil	Frecuencia	%
1	Casado	35	55.56
2	Soltero	19	30.16
3	Divorciado	0	0.00
4	Viudo	5	7.94
5	Unión Libre	4	6.35
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 45
ESTADO CIVIL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- El mayor número de personas están casados 35 en total representando el 55,56%, de ahí en cantidad le siguen las personas solteras con 19 individuos siendo el 30,16%, ninguno divorciado, 5 personas con 7,94%, Viudas y 4 en unión Libre 6,35%.

Interpretación.- La mayoría de los comerciantes de mercado Augusto Lema son casados es decir que tienen un hogar al cual sustentar, no con eso se dice que son los únicos con hogar, en el caso de solteros hay quienes también tienen hijos esta es una situación más complicada aún, ya que no tienen el apoyo de pareja del mismo modo para quienes se han divorciado o han quedado viudos, sin embargo ya son un número menor de la muestra.

Ingresos Económicos

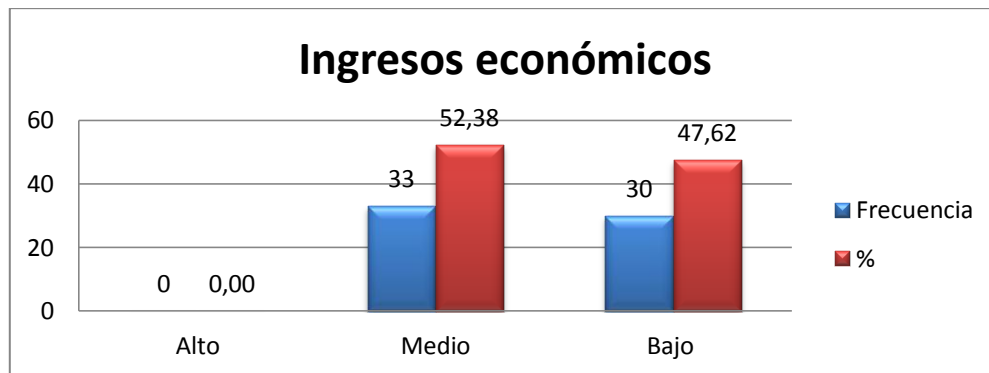
TABLA N° 46
NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS

N°	Ingresos Económicos	Frecuencia	%
1	Alto	0	0.00
2	Medio	33	52.38
3	Bajo	30	47.62
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 46
NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Ninguno cree tener un nivel de ingresos alto, pero 33 personas si con un nivel de ingresos medio es decir un 52,38% de la muestra, 30 de ingresos bajos siendo 47,62% de la muestra.

Interpretación.- Podemos notar un alto número de comerciantes con un nivel de ingresos medio, pero esto significa simplemente tener solo para sobrevivir, ahora se puede ver que existen comerciantes; y estos no son pocos que consideran tener un nivel de ingresos bajo pero con ese nivel de ingresos se puede decir que están llegando a un estado de pobreza.

Número de hijos que conviven con usted

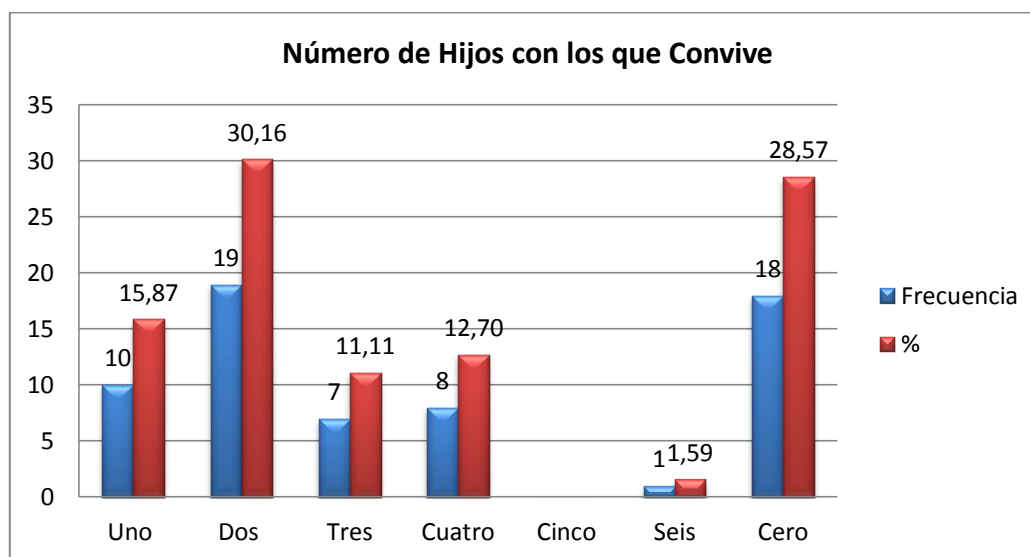
TABLA N° 47
NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE

N°	Hijos con los que convive	Frecuencia	%
1	Uno	10	15.87
2	Dos	19	30.16
3	Tres	7	11.11
4	Cuatro	8	12.70
5	Cinco	0	0.00
6	Seis	1	1.59
7	Cero	18	28.57
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 47
NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Como bien lo muestra la tabla los 10 comerciantes conviven con un hijo, el 15,87% con dos hijos 19 personas 30,16% con dos hijo, 7 personas tiene tres hijos, con el 11,11%, 8 persona siendo 12,70%, con cuatro hijos, una persona tiene seis hijos es decir el 1,59 y quienes no tienen hijos son 18 los comerciantes representando el 28,57% de la muestra.

Interpretación.- Hay que estar conscientes de que los padres son quienes se deben encargar del sustento de los hijos y es necesario conocer cuántos son los hijos que conviven con él o la comerciante y son varias las responsabilidades y por ende rubros bastante fuertes que tiene a su cargo el comerciante y eso depende de la cantidad de hijos con los que se convive.

Nivel Instrucción

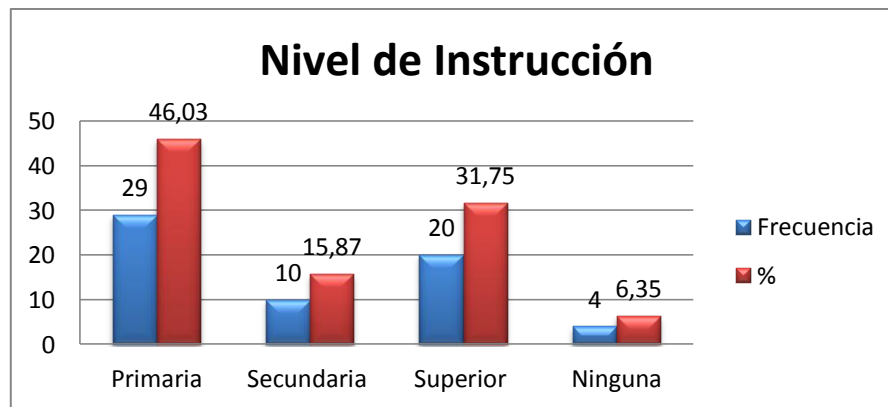
TABLA N° 48
NIVEL DE INSTRUCCIÓN

N°	Escolaridad	Frecuencia	%
1	Primaria	29	46.03
2	Secundaria	10	15.87
3	Superior	20	31.75
4	Ninguna	4	6.35
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 48
NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Los 29 comerciantes cursaron la primaria, 10 quienes siguieron la secundaria 20 quienes obtuvieron o están cursando el nivel superior y 4 quienes no tienen nivel alguno de instrucción educativa cada uno con un porcentaje del 46,03%-15,87% -31,75% y 6,35% respectivamente

Interpretación.- El nivel de instrucción educativa según los gráficos anteriores el de secundaria sobresale de los demás y esta es una de las variables socio-económicas que influye mayoritariamente en el oficio de estas personas, ya que también le sigue con menor porcentaje aquellos estudiados la primaria.

Número de hijos que estudian

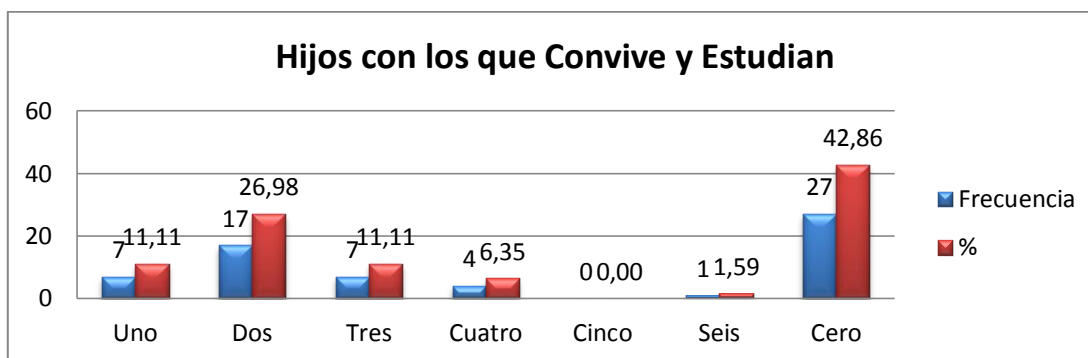
TABLA N° 49
HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN

N°	Hijos con los que convive y que estudian	Frecuencia	%
1	Uno	7	11,11
2	Dos	17	26,98
3	Tres	7	11,11
4	Cuatro	4	6,35
5	Cinco	0	0,00
6	Seis	1	1,59
6	Cero	27	42,86
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 49
HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 7 comerciantes que educan a un hijo es decir el 11,11%, 17 a dos hijos con 26,98%, 7 a tres hijos con 11,11%, 4 a cuatro hijos con 6,35%, 1 a seis hijos con 1,59% y 27 quienes no educan a ningún hijo o a su vez no los tienen 42,86%

Interpretación.- La situación económica del comerciante depende tanto de la cantidad de hijos que tengan, si estos estudian con más razón ya que sus gastos entonces incrementan y este grupo de comerciantes tienen por objeto el darles la educación a sus hijos y que ellos superen sus condiciones actuales.

Número de hijos que trabajan

TABLA N° 50
NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS

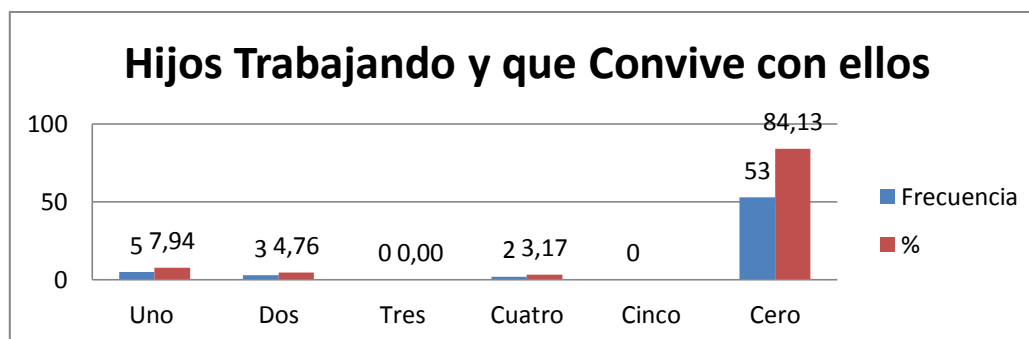
N°	Hijos con los que convive y que trabajan	Frecuencia	%
1	Uno	5	7.94
2	Dos	3	4.76
3	Tres	0	0.00
4	Cuatro	2	3.17
6	Cinco	0	0.00
7	Cero	53	84.13
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 50

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De los hijos que conviven para 5 con el 7,92% comerciantes uno y dos hijos 5 personas trabajan siendo 4,76%, para 2 son cuatro hijos con 3,17% y para los 53 comerciantes no tienen hijos trabajando representando un 84,13% y siendo este último la mayoría.

Interpretación.- Podemos notar que una gran parte de los comerciantes no tiene hijos trabajando o bien los que los tenían especificaban que ya no convivían con ellos, por lo general los hijos que ya trabajaban era porque se han independizado.

De los hijos que trabajan, estos aportan al hogar

TABLA N° 51

NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE

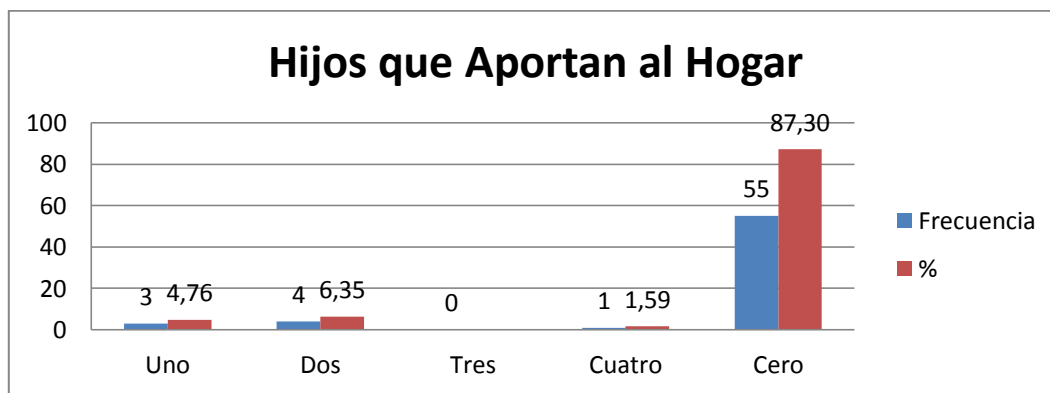
N°	Hijos con los que convive, que trabajan y aportan	Frecuencia	%
1	Uno	3	4.76
2	Dos	4	6.35
3	Tres	0	0.00
4	Cuatro	1	1.59
5	Cero	55	87.30
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 51

NÚMERO DE HIJOS QUE APORTAN AL HOGAR EN EL QUE CONVIVE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Según los resultados 3 comerciantes dicen tener un hijo con el 4,76, 4 dicen tener dos hijos trabajando y estos aportando a la economía del hogar con un 6,35%, uno dice tener cuatro hijos que aportan siendo el 1,59% y 55 que dicen que no tienen hijos trabajando, aquí entra en consideración que no tienen hijos, todos estudian o que ninguno de los que trabaja aporta al hogar es decir el 87,30%.

Interpretación.- En comparación con los resultados de la tabla anterior a la actual, son 12 las personas que dicen que sus hijos trabajan, pero aquí se dice que son 9 las personas que dicen que sus hijos trabajan lo que quiere decir que no todos los hijos colaboran en la economía del hogar.

1) ¿Considera que el mercado es uno de los mercados más importantes con que cuenta la ciudad?

TABLA N° 52

IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA

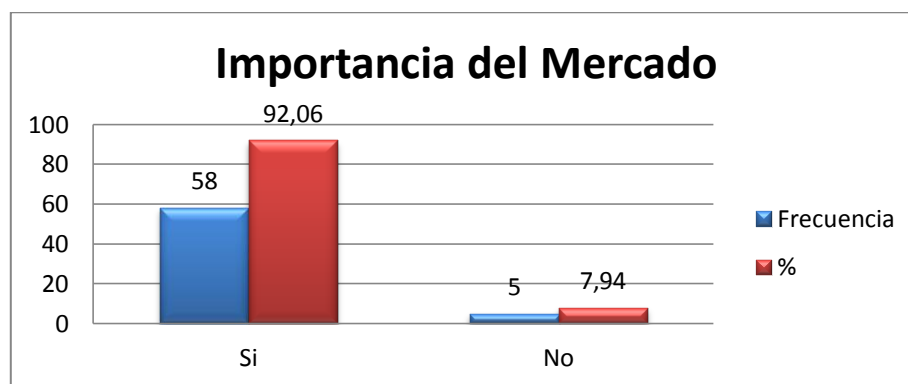
N°	Importancia del mercado	Frecuencia	%
1	Si	58	92.06
2	No	5	7.94
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 52

IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Se puede observar que a 58 comerciantes que representan el 92,06%, siendo mayoría les parece que el **Mercado Augusto Lema** es el más importante del cantón y 5 comerciantes no lo consideran así, siendo la minoría con 7,94%

Interpretación.- Para quienes comercializan en este sitio, de actividad económica y se estima que es positivo el resultado puesto que al considerar importante al sitio significa que es concurrido, visitado y tiene su relevancia para el consumidor, y a pesar de existir la plaza principal que es la plaza Sucre, esta no cuenta con lo que el Mercado sí.

2) ¿Cómo evalúa las condiciones higiénico sanitarias del mercado?

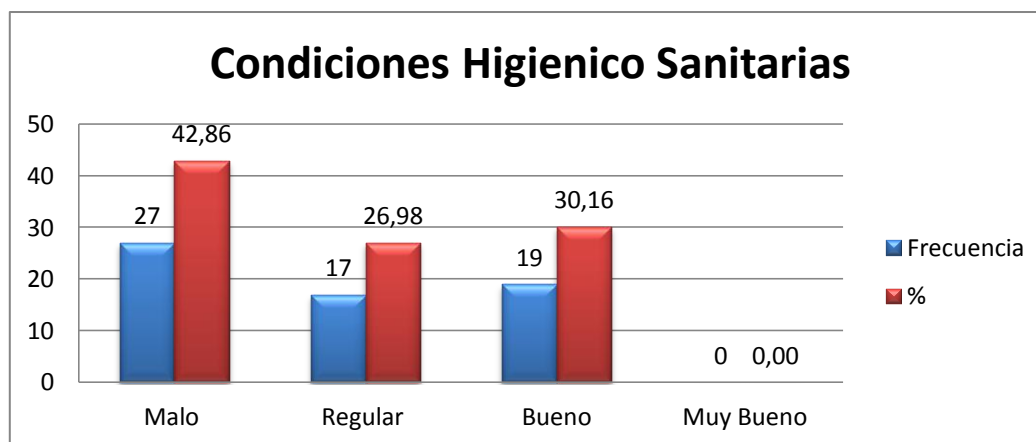
TABLA N° 53
CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS

N°	Condiciones higiénico sanitarias	Frecuencia	%
1	Malo	27	42.86
2	Regular	17	26.98
3	Bueno	19	30.16
4	Muy Bueno	0	0.00
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 53
CONDICIONES HIGENICO SANITARIAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 27 personas que piensan que son malas, es decir el 42,86% 17 comerciantes creyéndolas regulares siendo el 26,98% , 19 comerciantes piensan que son buenas dando el 30,16% y en absoluto nadie las considera sean muy buenas.

Interpretación.- La mayoría de personas no ve las condiciones higiénico sanitarias ni buenas, ya que consideran que el desaseo es grande.

3) ¿Cómo evalúa los niveles de basura que se genera en el mercado?

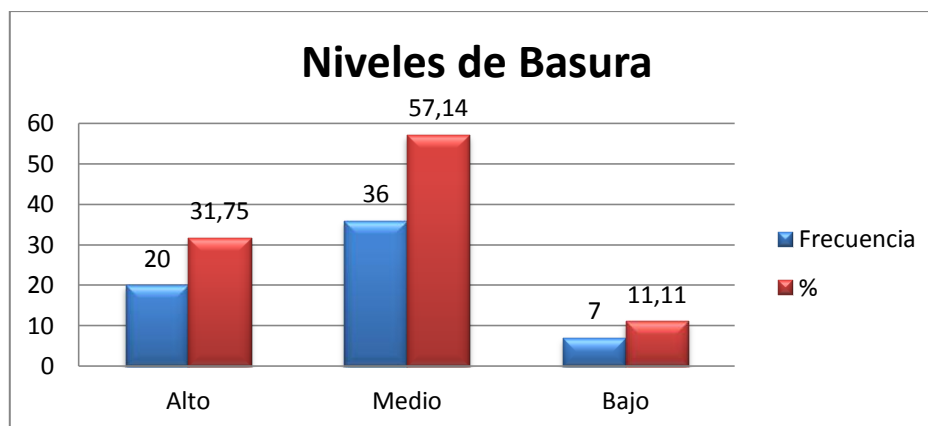
TABLA N° 54
NIVELES DE BASURA

N°	Niveles de Basura	Frecuencia	%
1	Alto	20	31,75
2	Medio	36	57,14
3	Bajo	7	11,11
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 54
NIVELES DE BASURA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De acuerdo a los resultados los niveles de basura que se generan en el mercado son para 20 personas 31,75% altos, 36 personas 57,14 medios y para 7 personas 11,11% bajos.

Interpretación.- Es necesario aclarar que estos resultados se basan en los días en que los comerciantes están en el sitio, a pesar de todo es un porcentaje mayor el que menciona que no son tan altos ni tan bajos los niveles de basura es decir no se le parece a los resultados de la Plaza Sucre, en realidad es en menor volumen que se genera la basura en este sitio.

4) ¿Cómo evalúa los niveles de contaminación ambiental por smog, gases y emisión vehicular que se genera alrededor del mercado?

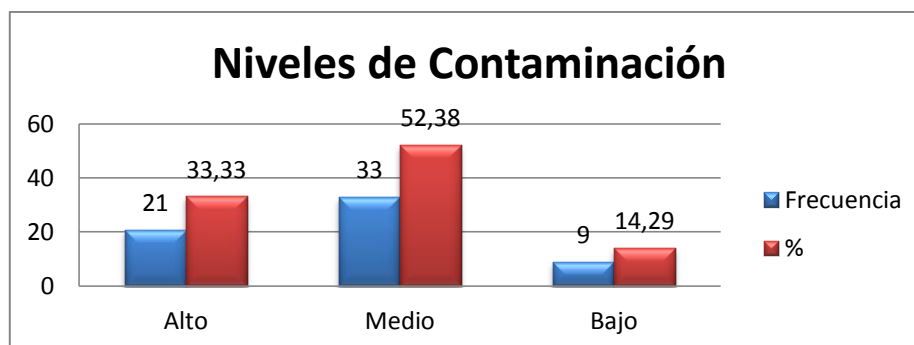
TABLA N° 55
NIVELES DE CONTAMINACIÓN

N°	Niveles de Contaminación	Frecuencia	%
1	Alto	21	33.33
2	Medio	33	52.38
3	Bajo	9	14.29
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 55
NIVELES DE CONTAMINACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Los niveles de contaminación por smog, gases y emisión vehicular son para 21 comerciantes altos con el 33,33%, la mayoría en cambio 33 comerciantes es decir el 52,38% cree que es medio y solo 9 comerciantes el 14,29% cree que es bajo.

Interpretación.- Nuevamente se compara con resultados anteriores obtenidos en la Plaza Sucre en los que mencionaban que la contaminación ahí son altos, en el mercado en cambio se considera que son medios es decir algo normales, lo que no sucede fuera de días de feria, como en el caso anterior.

5) ¿Considera necesario promover cambios en la infraestructura del lugar donde se ubica el mercado?

TABLA N° 56

NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA

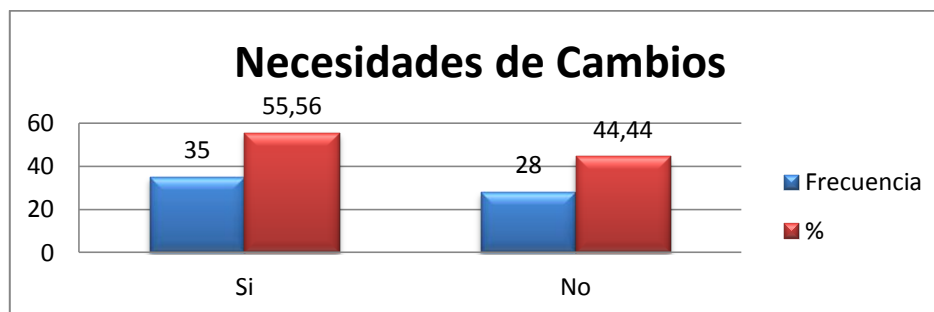
N°	Necesidad de cambios en el mercado	Frecuencia	%
1	Si	35	55.56
2	No	28	44.44
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 56

NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Siendo 35 los comerciantes que dicen que es necesario promover cambios en la infraestructura de la plaza, y con un porcentaje del 55,56% muestran ser mayoría contra 28 personas que piensan que no son necesarios dichos cambios con 44,44% de minoría.

Interpretación.- Como es la mayoría quienes creen sean necesarios los cambios, es decir que hacen falta, ahora hay personas de quienes se respeta su opinión pero al parecer, es el temor el que no les permite decir que los necesitan.

6) Mencione Usted el tipo de mercancía vende

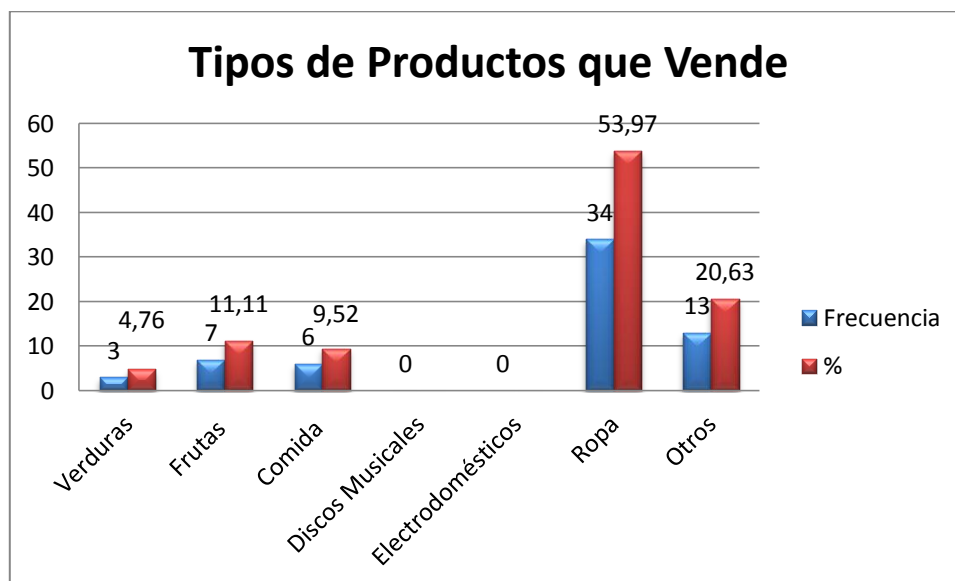
TABLA N° 57
TIPO DE PRODUCTOS QUE VENDE

1	Verduras	3	4.76
2	Frutas	7	11.11
3	Comida	6	9.52
4	Discos Musicales	0	0.00
5	Electrodomésticos	0	0.00
6	Ropa	34	53.97
7	Otros	13	20.63
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 57
TIPO DE PRODUCTOS QUE VENDE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

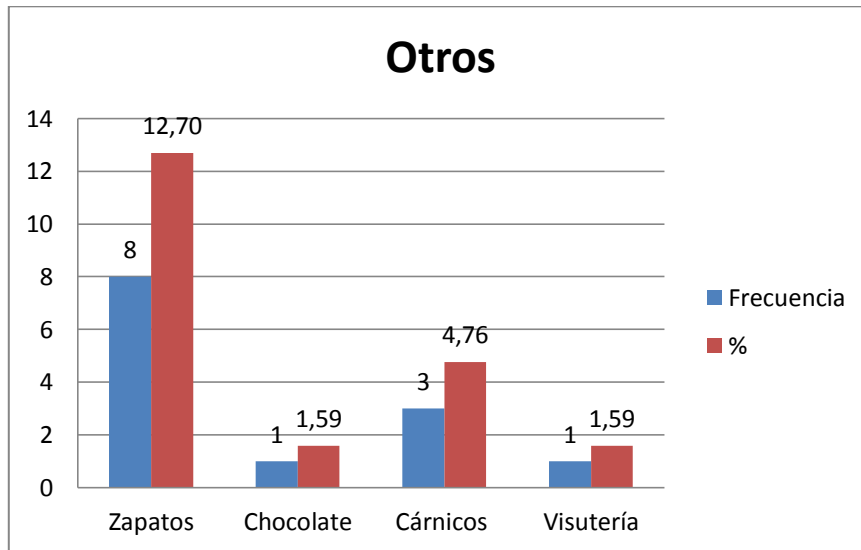
TABLA N° 58
OTROS; ESPECIFICACIÓN

Otros: Especificaciones			
N°	Tipo de Mercancía	Frecuencia	%
7.1	Zapatos	8	12.70
7.2	Chocolate	1	1.59
7.3	Cárnicos	3	4.76
7.4	Visutería	1	1.59
Totales Subcategoría		13	20.63

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 58
OTROS; ESPECIFICACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Los comerciantes a los que se los encuestó y que son más comunes son los que venden Frutas 7 personas con el 11.11%, Comida 6 personas con el 9.52%, Ropa 34 personas con el 53.97% y Otros 13 con el 20.63%

Interpretación.- Puede observarse gran variedad de mercancías de venta, por supuesto que no son tantas especificaciones como fue en la Plaza Sucre debido a que tiene mejor organización y está mejor sectorizado.

7) ¿Estaría en condiciones de apoyar a la Municipalidad en caso de que se necesitara hacer cambios al mercado?

TABLA N° 59

CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD

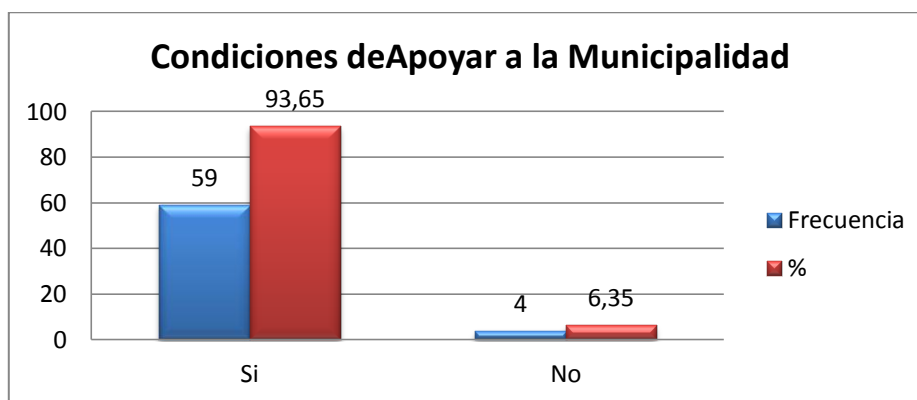
N°	Condiciones de apoyar a la Municipalidad	Frecuencia	%
1	Si	59	93.65
2	No	4	6.35
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 59

CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- A favor de colaborar con la municipalidad están 59 personas es un 93,65% de los encuestados y en contra 4 personas representando en minoría 6,35% de esta muestra

Interpretación.- Si se viera necesario efectuar algún cambio en estos sitios de comercio, es importante que las personas que ahí laboran, tengan la predisposición de colaborar en caso de que haga falta su apoyo y como lo podemos notar son mayoría quienes tienen esta predisposición.

8) ¿Qué necesidades considera usted que se deberían cubrir en este lugar?

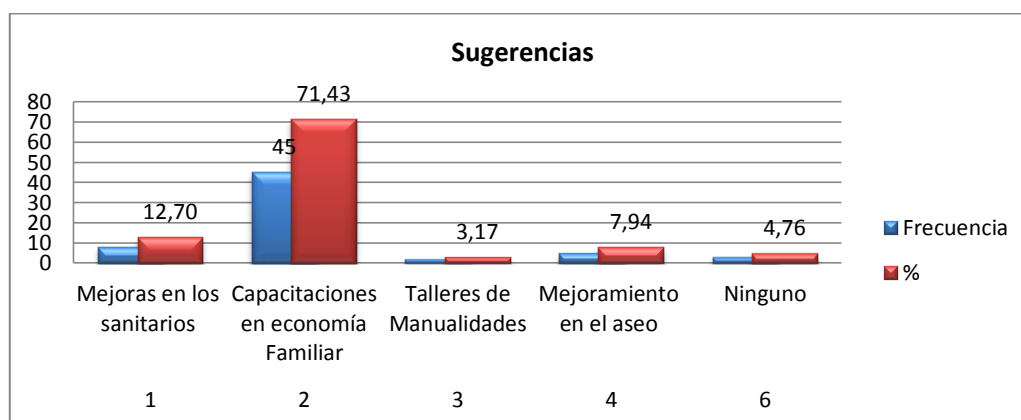
TABLA N° 60
SUGERENCIAS

N°	Sugerencias	Frecuencia	%
1	Mejoras en los sanitarios	8	12.70
2	Capacitaciones en economía Familiar	45	71.43
3	Talleres de Manualidades	2	3.17
4	Mejoramiento en el aseo	5	7.94
6	Ninguno	3	4.76
TOTALES		63	100.00

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 60
SUGERENCIAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Notando desde el de más frecuencia es el tema de las capacitaciones, con 45 personas a favor es decir el 71,43%, 5 personas con 7,94% mejoramiento en aseo, 8 personas el 12,70 con mejoramiento de sanitarios, escépticas 3 personas el 4,76% no sugieren nada y 2 personas sugieren talleres de manualidades con un 3,17% de la población.

Interpretación.- La mayor inquietud de los comerciantes radica en que no existe una adecuada organización, por lo que se ve necesaria que existan programas de capacitación a los y las comerciantes ya que como es evidente ellos no han podido culminar su educación en muchos de los casos y ellos están prestos a aprender.

9) Mencione aproximadamente cuantos años tiene en este negocio

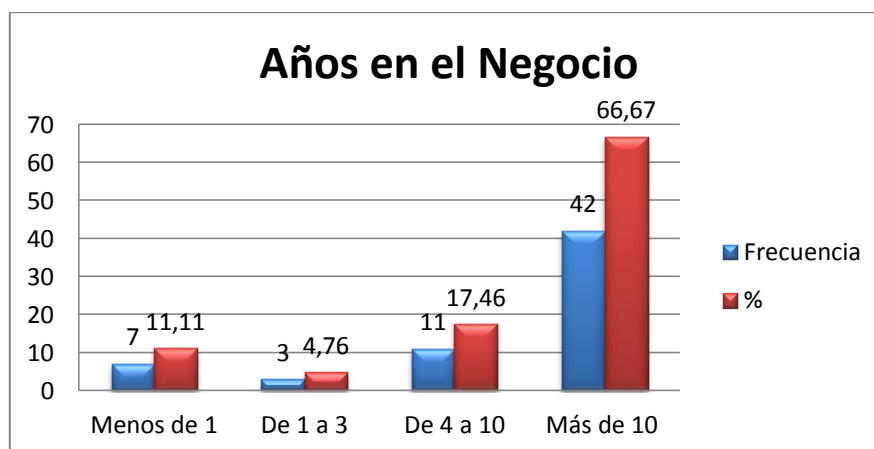
TABLA N° 61
AÑOS DEL NEGOCIO

N°	Años en el Negocio	Frecuencia	%
1	Menos de 1	7	11.11
2	De 1 a 3	3	4.76
3	De 4 a 10	11	17.46
4	Más de 10	42	66.67
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 61
AÑOS DEL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- La mayor parte de comerciantes lleva en este oficio más de 10 años 42 personas específicamente 11 personas de 4 a 10 años, apenas 3 comerciantes llevan de 1 a 3 años y 7 comerciantes se encuentran menos de un año en el negocio.

Interpretación.- Puede notarse que hay un gran número de comerciantes que se han dedicado al negocio casi que toda su vida, aunque también se observa que hay una afluencia de nuevos comerciantes al lugar ya que llevan en el negocio menos de un año.

10) ¿Podría indicar qué días de la semana labora usted en este oficio?

TABLA N° 62

DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO

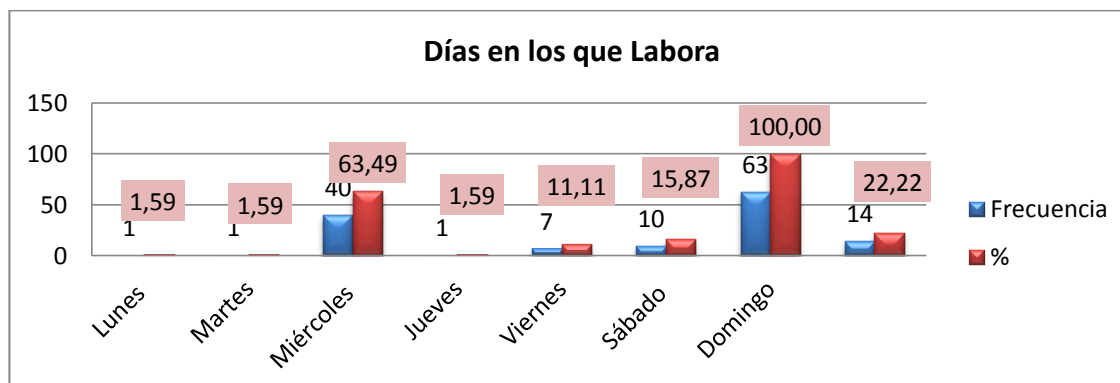
N°	Días de venta	Frecuencia	%
1	Lunes	1	1.59
2	Martes	1	1.59
3	Miércoles	40	63.49
4	Jueves	1	1.59
5	Viernes	7	11.11
6	Sábado	10	15.87
7	Domingo	63	100.00
8	Todos los Días	14	22.22
TOTALES		137	217

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 62

DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Teniendo como alternativa cada día de la semana diremos que 1 persona que sale en lunes, 1 en martes 40 en miércoles, 1 en jueves, 7 en viernes, 10 en sábado 63 en domingo y 14 todos los días

Interpretación.- Hay que aclarar que de las 63 personas encuestadas solo pocas son las que sale un solo día de la semana, es mínima la cantidad de comerciantes que lo hace solo por un día pero es más frecuente el día mismo de feria como es el domingo aunque también en miércoles.

11) ¿Aproximadamente cuantas horas trabaja en este oficio al día?

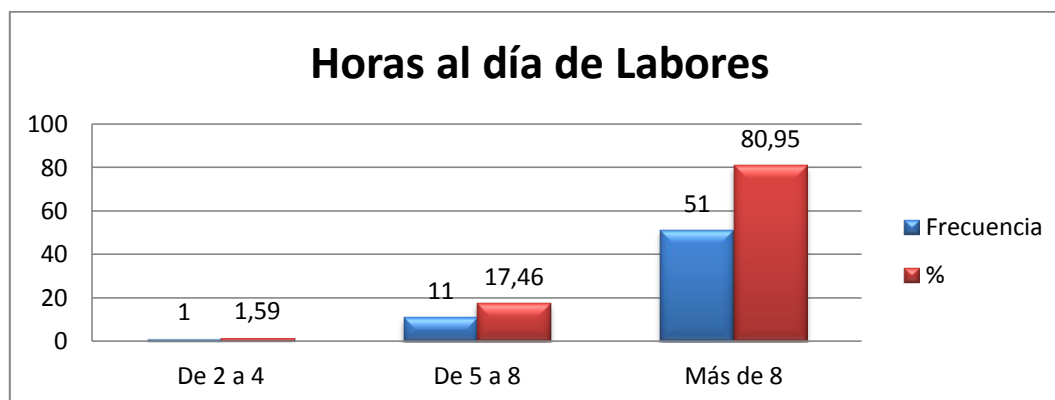
TABLA N° 63
HORAS AL DÍA DE LABOR

N°	Horas diarias	Frecuencia	%
1	De 2 a 4	1	1.59
2	De 5 a 8	11	17.46
3	Más de 8	51	80.95
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 63
HORAS AL DÍA DE LABOR



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- En cuanto a las horas que dedican a este negocio 1 lo hacen de 2 a 4 horas, 11 personas de 5 a 8 horas y 51 personas más de 8 horas con porcentajes de 2,44%-17,07 y 80,49% respectivamente.

Interpretación.- Es notorio lo esforzado y sacrificado que resulta este negocio, puesto que deben permanecer en sus puestos que por lo general están a la intemperie y varias horas al día incluso más horas de las que una persona con un trabajo diferente ocupan, es un gran sacrificio diario de los comerciantes.

12) ¿Tiene varios puestos en la misma zona?

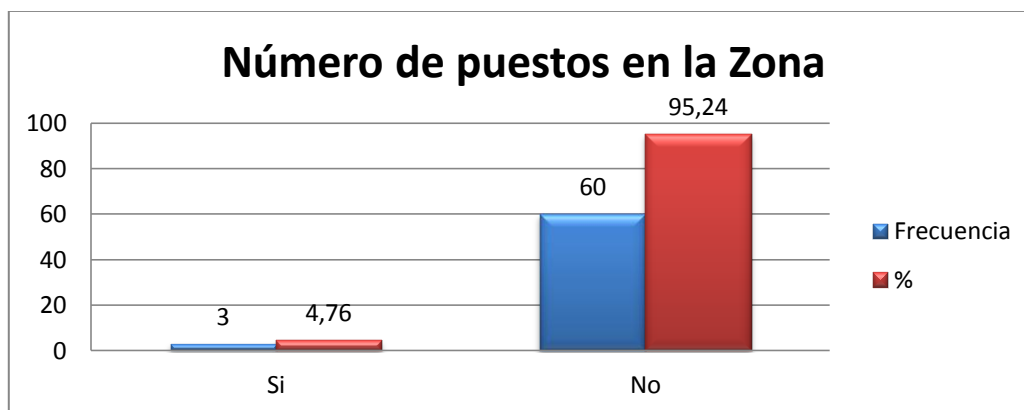
TABLA N° 64
NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA

N°	Posesión de varios puestos en la misma zona	Frecuencia	%
1	Si	3	4.76
2	No	60	95.24
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 64
NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 3 las personas que poseen más de un puesto en la zona y representan 4,76% y 60 personas que no tienen ningún otro puesto adicional representando el 95,24%.

Interpretación.- Algunas personas suelen tener varios puestos, en ocasiones son de diversa mercancías, pero es con la intención de obtener mejores ingresos, pero esto también representa mayor inversión y no todos los comerciantes pueden hacerlo.

13) ¿Cuál es su inversión semanal en el negocio?

TABLA N° 65

INVERSIÓN SEMANAL

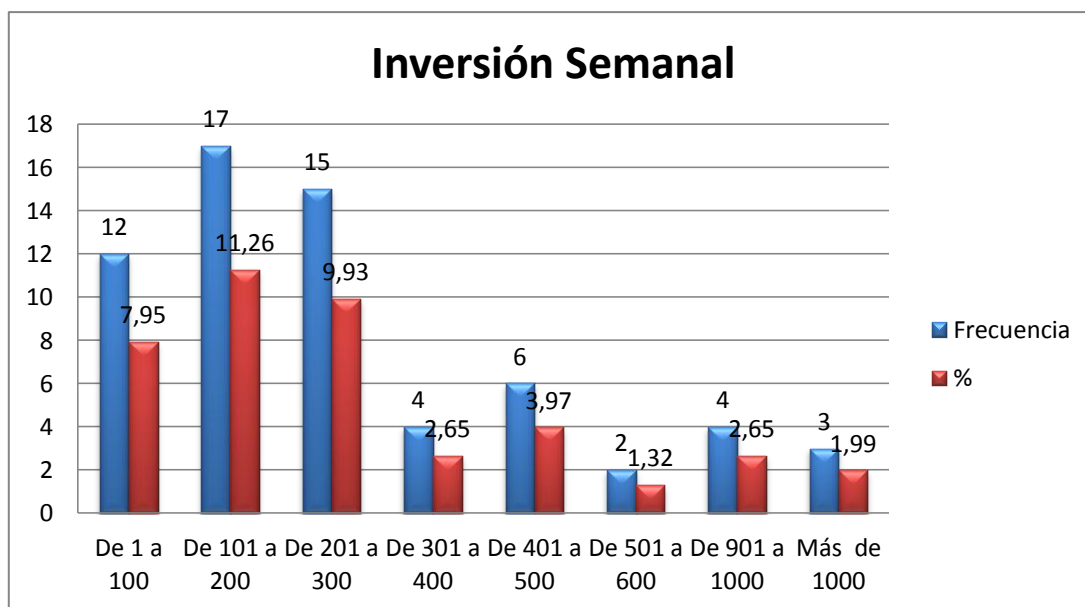
N°	Inversión Semanal	Frecuencia	%
1	De 1 a 100	12	7.95
2	De 101 a 200	17	11.26
3	De 201 a 300	15	9.93
4	De 301 a 400	4	2.65
5	De 401 a 500	6	3.97
6	De 501 a 600	2	1.32
7	De 901 a 1000	4	2.65
8	Más de 1000	3	1.99
TOTALES		63	42

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 65

INVERSIÓN SEMANAL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Como lo muestra la tabla anterior la mayoría de comerciantes 12 en total, de esta plaza tienen un nivel de inversión de que oscila entre USD1,00 a USD100,00 con un porcentaje de 7,95%, 17 comerciantes invierten de USD101,00 a USD200,00 con 11,26%, 15 personas de USD201,00 a USD 300 representando el 9,93%, 4 personas invierten USD 301,00 a USD400,00, y de USD901,00 a USD1000 siendo un 2,65%, 11 de USD401,00 a USD500,00 con el 7,28%, y 3 más de 1000 siendo el 1,99%.

Interpretación.- A pesar de ser mercadería que requiere mayor inversión ellos no lo hacen tanto por semana porque les va quedando mercadería anterior en el caso de la ropa por ejemplo, en el caso de los comestibles esos son inversiones medias pero no pueden dejar almacenar mercancía.

14) ¿Cuál es el motivo principal por el cual ha decidido dedicarse a este negocio?

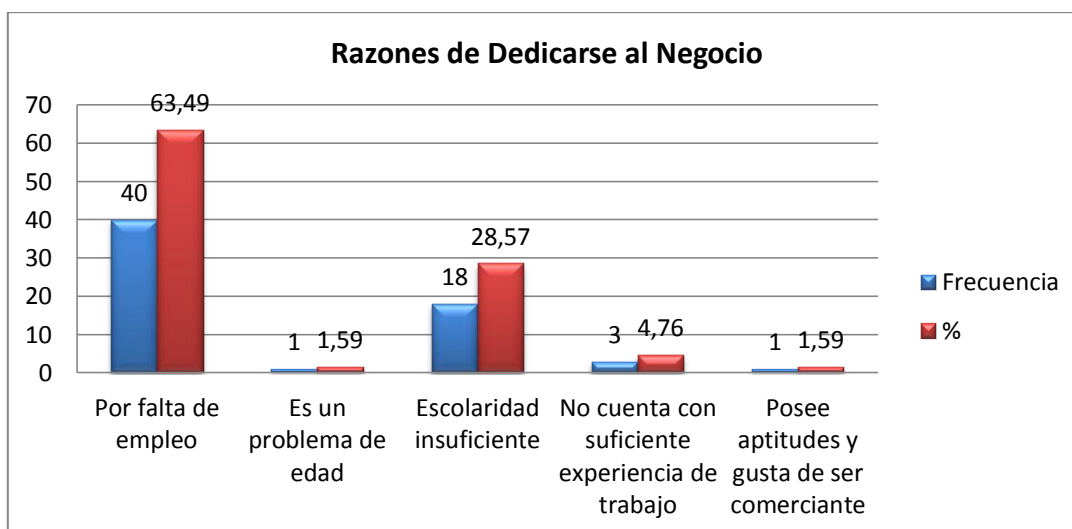
TABLA N° 66
RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO

N°	Razones de haberse dedicado al negocio	Frecuencia	%
1	Por falta de empleo	40	63.49
2	Es un problema de edad	1	1.59
3	Escolaridad insuficiente	18	28.57
4	No cuenta con suficiente experiencia de trabajo	3	4.76
5	Posee aptitudes y gusta de ser comerciante	1	1.59
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 66
RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De las razones enumeradas en esta investigación 40 dijeron que se dedicaron a este negocio por falta de empleo ellos forman parte del 63,49% de esta muestra, 1 dijo que es un problema de edad es decir el 1,59% de ellos, 18 dijeron que se debía a que no tienen mejor educación con el 28,57%, 3 comerciantes 4,76% por no haber tenido experiencia de trabajo y por último con el 1,59% 1 persona indicó que tenían aptitudes y les gusta ese oficio.

Interpretación.- Podemos notar una estrecha línea de diferencia entre la falta de conocimientos o escolaridad con la falta de empleo esta son las dos razones más frecuentes que se encontró en el análisis de esta variable por lo contrario lo que se esperaban eran resultados relacionados con el nivel de escolaridad, pero no fue así ese es uno de los menos tomados en consideración.

16. ¿Qué beneficios ha encontrado al dedicarse a esta actividad?

TABLA N° 67

BENEFICIOS

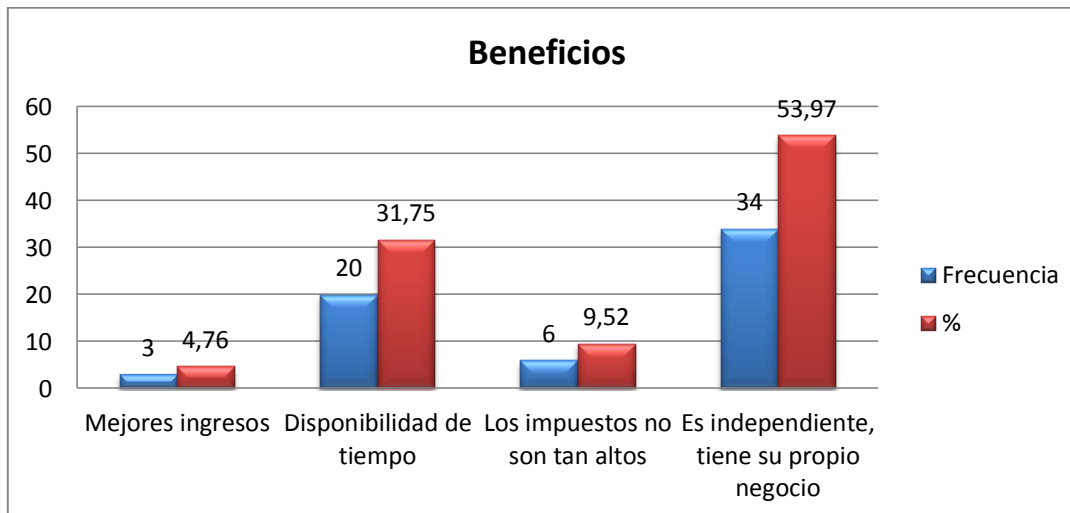
N°	Beneficios	Frecuencia	%
1	Mejores ingresos	3	4.76
2	Disponibilidad de tiempo	20	31.75
3	Los impuestos no son tan altos	6	9.52
4	Es independiente, tiene su propio negocio	34	53.97
5	Otros	0	0.00
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 67

BENEFICIOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De entre los beneficios está el hecho de tener mejores ingresos 3 personas afirman es ese su beneficio es decir el 4,76% lo afirma, 20 personas el 31,75% tienen mayor disponibilidad de tiempo, 6 personas creen que los impuestos son bajos y representa un 9,52%, lo que la mayoría cree es que es independiente y tiene su propio negocio ya que son 34 las personas que lo afirman siendo el 53,97% de la muestra y siendo la más relevante alternativa como beneficio.

Interpretación.- Lo que ocurre es que la mayoría de comerciantes es ama de casa o jefe de hogar y necesitan tener un trabajo independiente debido a que con ello pueden encargarse de las dos actividades en el tiempo que este a su consideración además de que no están en constante riesgo de quedarse sin trabajo por un contrato que culmina.

17. ¿Qué desventajas ha encontrado al dedicarse a esta actividad?

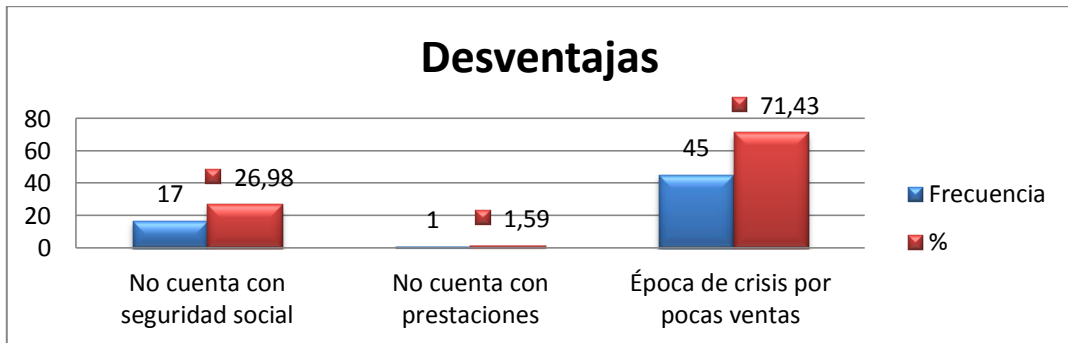
**TABLA N° 68
DESVENTAJAS**

N°	Desventajas	Frecuencia	%
1	No cuenta con seguridad social	17	26.98
2	No cuenta con prestaciones	1	1.59
3	Época de crisis por pocas ventas	45	71.43
4	Otros	0	0.00
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

**GRÁFICO N° 68
DESVENTAJAS**



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Los 45 comerciantes determinaron que la debido a las pocas ventas viven épocas de crisis con un 71,43%, 17 los que piensan es una desventaja el no contar con seguridad social esto muestra un 26,98 %, el no contar con prestaciones es la razón de 1 comerciante siendo el 1,59% de la población.

Interpretación.- Con un trabajo independiente no es tan fácil acceder a los anteriores ítems como la seguridad social o las prestaciones, pero a una época de crisis toda actividad económica está expuesta, es algo de lo que no fácilmente se puede alguien liberar.

18. ¿Usted considera que este oficio es rentable?

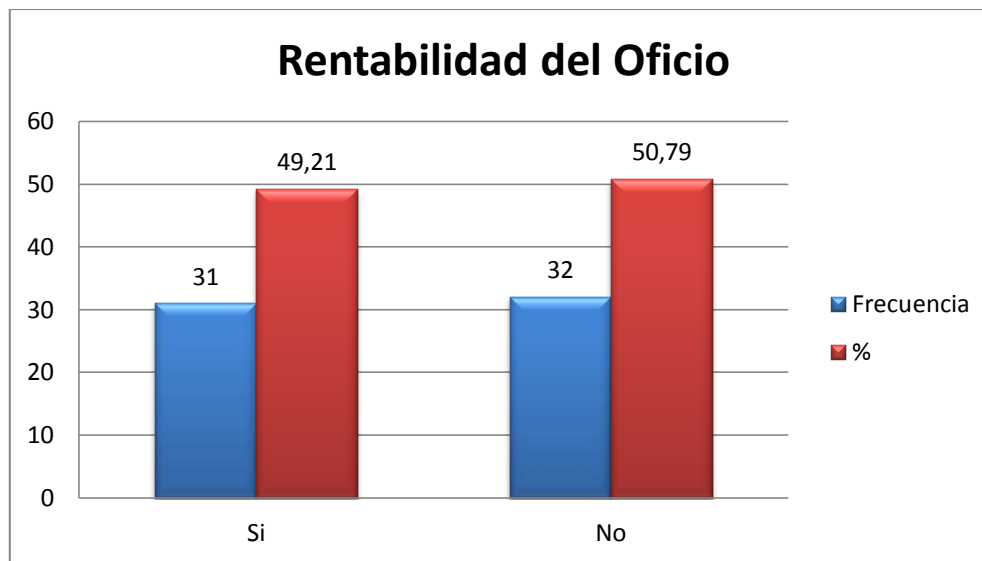
TABLA N° 69
RENTABILIDAD DEL OFICIO

N°	Rentabilidad	Frecuencia	%
1	Si	31	49.21
2	No	32	50.79
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 69
RENTABILIDAD DEL OFICIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

¿Por qué?:

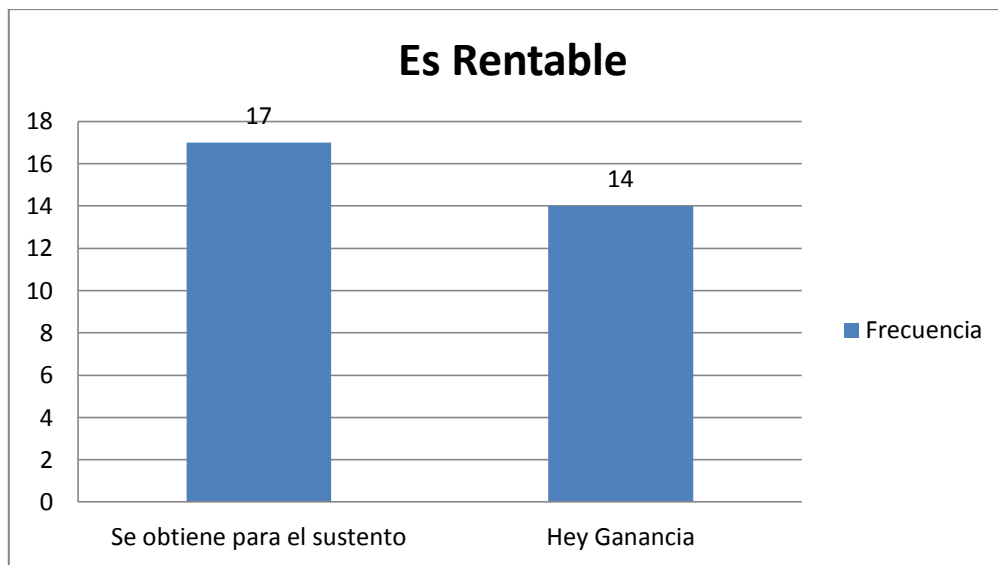
TABLA N° 70
ES RENTABLE

N°	Si; por qué?	Frecuencia
1	Se obtiene para el sustento	17
2	Hay Ganancia	14
TOTALES		31

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 70
ES RENTABLE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

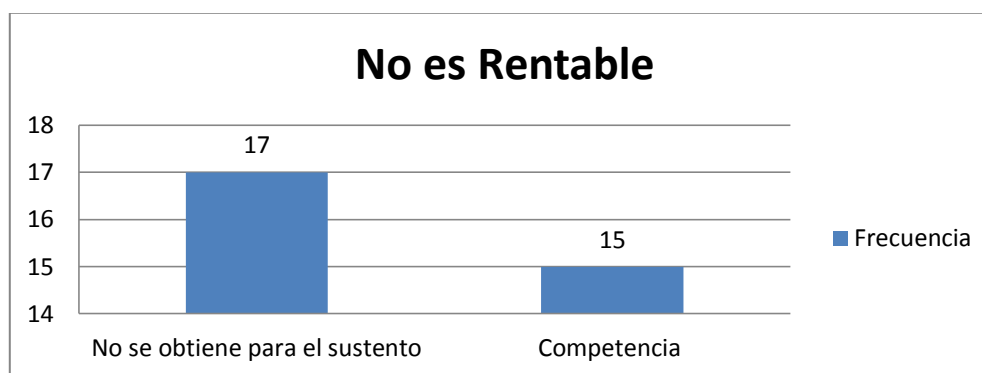
TABLA N° 71
NO ES RENTABLE

N°	No por qué?	Frecuencia
1	No se obtiene para el sustento	17
2	Competencia	15
TOTALES		32

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 71
NO ES RENTABLE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- La mayoría de comerciantes 32 en número es decir el 50,79 % de la muestra considera que no es rentable la actividad económica, dentro de ello 17 dicen que es porque no obtienen ni para el sustento y 17 comerciantes creen que es por competencia, y 31 personas es decir 49,21% detallando 17 personas consideran que se obtiene para lo más básico y 14 creen que hay ganancia.

Interpretación.- Muchas veces los comerciantes usaron una frase que definía la respuesta “con esto mismo nos damos las vueltas” esta frase conlleva a una conclusión; sin esta actividad del comercio no tendrían una forma de sustentar sus gastos, gastos que incluyen a las cargas familiares, por ello no siempre al referirse a ganancia se refieren a dinero que contar sino más bien a la oportunidad de seguir sobreviviendo.

19. ¿Contrata personal para que le apoye en el negocio?

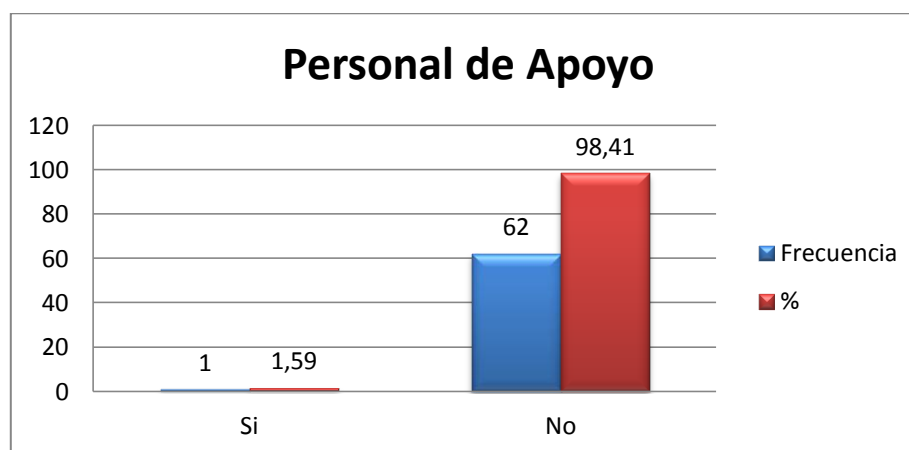
TABLA N° 72
PERSONAL DE APOYO

N°	Personal contratado	Frecuencia	%
1	Si	1	1.59
2	No	62	98.41
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 72
PERSONAL DE APOYO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Con un total de 1 comerciantes es decir el 1,22% dicen tener personal que les ayuda en sus puestos de ventas y 81 quienes no contratan a nadie es decir el 98,78% de la muestra.

Interpretación.- En el tipo de economía en que se encuentra este grupo de individuos, no es una muy buena opción el contratar personal que le ayude en su actividad económica, sin embargo en ocasiones se torna necesario es por ello que como observamos en la gráfica si existe por lo menos una persona que lo hace y para ello debió tener sus motivos.

20. ¿En base a la pregunta anterior ¿Qué relación tiene con sus empleados?

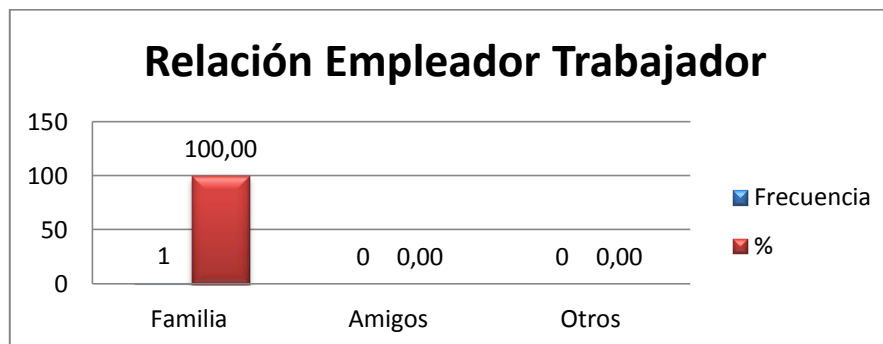
TABLA N° 73
RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR

N°	Relación con el personal	Frecuencia	%
1	Familia	1	100.00
2	Amigos	0	0.00
3	Otros	0	0.00
TOTALES		1	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 73
RELACIÓN EMPLEADOR – TRABAJADOR



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- La relación de los comerciantes con su personal de apoyo en una gran mayoría es la familia como lo es en este caso de sección de la muestra la única persona contratada es perteneciente a la familia y representa el 100%.

Interpretación.- Por lo general los comerciantes consideran a la familia que esté cruzando por necesidades para que sean parte de su negocio además de que la familia representa un mejor índice de confianza para el comerciante.

21. ¿Cuánto y que cantidad paga usted a sus empleados en promedio?

TABLA N° 74

PAGO AL PERSONAL DE APOYO

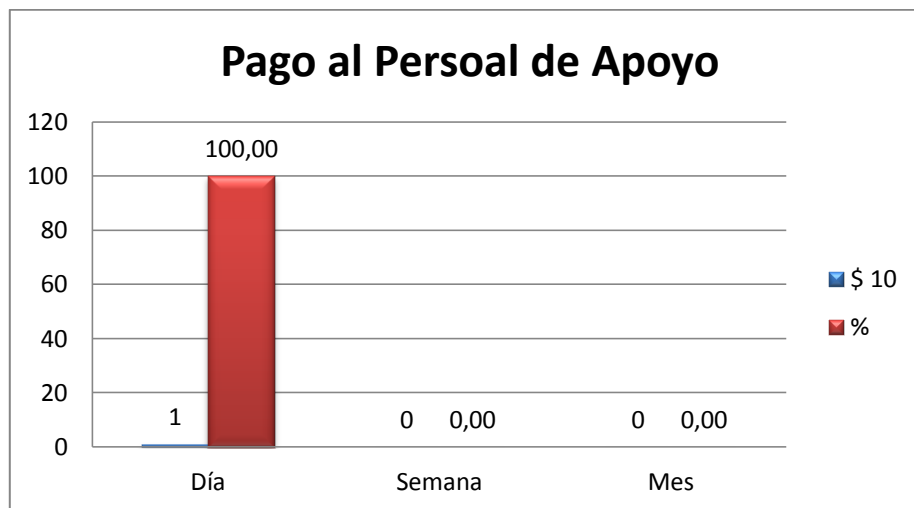
N°	Valor del Pago	USD 10	%
1	Día	1	100.00
2	Semana	0	0.00
3	Mes	0	0.00
TOTALES		1	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 74

PAGO AL PERSONAL DE APOYO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- A este familiar contratado se le cancela la cantidad de diez dólares al día por ser este comerciante el único que contrata personal de apoyo este representa el 100% de los comerciantes que cancelas este valor.

Interpretación.- Un valor estándar a cancelar al día de trabajo está por los USD10, aunque los valores a cancelar son los que a bien convenga a las partes; es decir quien contrata y el contratado, pero notamos que en este mercado no hay mucho personal de apoyo contratado.

22. ¿Dónde compra los productos que vende?

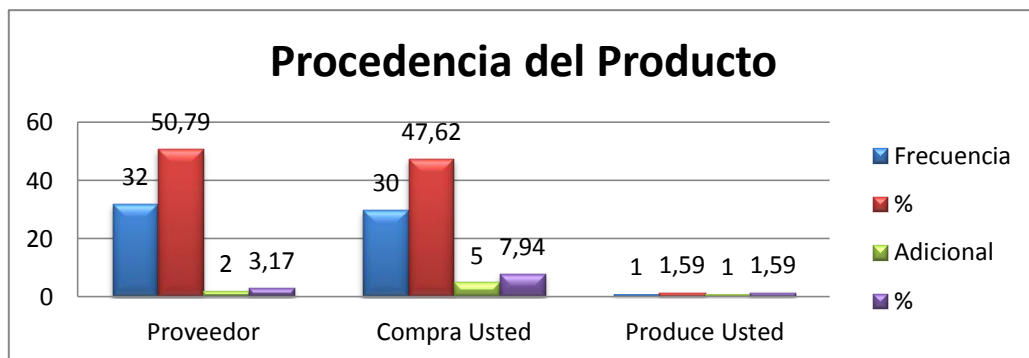
TABLA N° 75
PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS

N°	Procedencia de los productos	Frecuencia	%	Adicional	%
1	Proveedor	32	50.79	2	3.17
2	Compra Usted	30	47.62	5	7.94
3	Produce Usted	1	1.59	1	1.59
TOTALES		63	100	8	13

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 75
PROCEDENCIA DEL PRODUCTO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Son 32 personas, 50,79% de la muestra que compran de proveedores, 30 personas, 47,62% que compran ellos mismo, 1 persona es decir el 1,59% que producen ellos mismo. Además existen quienes optan por más alternativas ya que con una sola no es suficiente como se puede ver en la tabla anterior.

Interpretación.- En ocasiones los comerciantes optan por una sola forma de compra de sus mercancías, más no son solo estas; ciertos comerciantes prefieren contar con varias formas de compra, como en los casos que los proveedores van a dejarles ciertas mercancías y otras tienen que ellos comprarlas, o los casos en que ellos producen pero que necesariamente deben adquirir algún otro tipo de mercancía adicional.

23. ¿Cuáles son las condiciones en las cuales adquiere los productos?

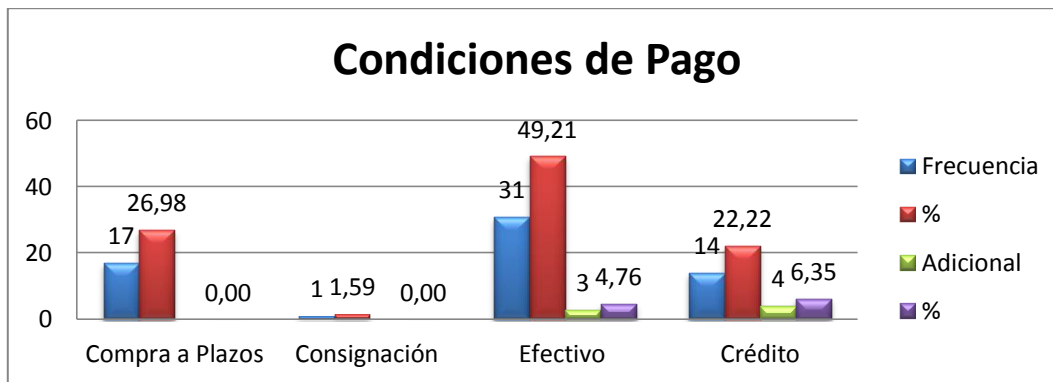
TABLA N° 76
CONDICIONES DE PAGO

N°	Formas de Pago	Frecuencia	%	Adicional	%
1	Compra a Plazos	17	26.98		0.00
2	Consignación	1	1.59		0.00
3	Efectivo	31	49.21	3	4.76
4	Crédito	14	22.22	4	6.35
TOTALES		63	100	7	11

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 76
CONDICIONES DE PAGO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- En cuanto a las formas de pago 17 personas lo hacen a plazos, 1 persona a consignación, 31 en efectivo y 14 personas a crédito, con unos porcentajes de 26,98%- 1,59%- 49,21% y 6,35% respectivamente. Adicional a ello tres personas a más de usar las alternativas anteriores, también lo hacen en efectivo y cuatro a crédito.

Interpretación.- La mayoría de comerciantes, y por varias justificaciones prefiere el tipo de pago de la mercancía en efectivo, o bien no les queda otra alternativa debido al proveedor, y pocas son las personas que utilizan otro tipo de pago.

24. ¿De la cantidad de insumos para la venta, cuál es el porcentaje aproximado que vende?

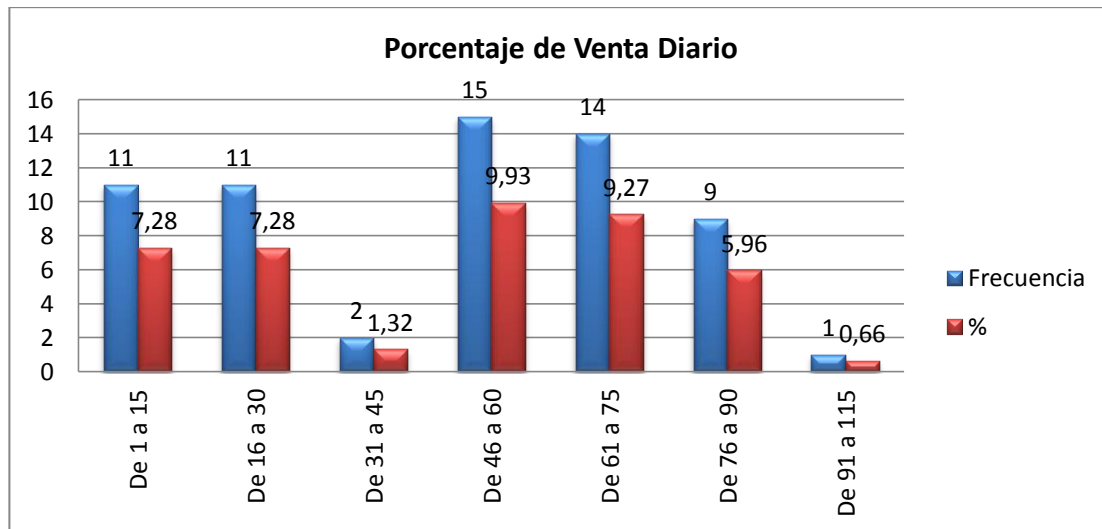
TABLA N° 77
PORCENTAJE DE VENTA DIARIO

N°	% de Venta	Frecuencia	%
1	De 1 a 15	11	7.28
2	De 16 a 30	11	7.28
3	De 31 a 45	2	1.32
4	De 46 a 60	15	9.93
5	De 61 a 75	14	9.27
6	De 76 a 90	9	5.96
7	De 91 a 115	1	0.66
TOTALES		63	42

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 77
PORCENTAJE DE VENTA DIARIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Para mejor comprensión se detalla la alternativa de porcentaje con el número de personas y luego el porcentaje que representa cada uno De 1 a 15% - 11 personas, De 16 a 30 - 11 personas, De 31 a 45 -3 personas, De 46 a 60 -15 personas, De 61 a 75 - 14 personas, De 76 a 90 - 9 personas, De 91 a 115 -1 persona, y sus porcentajes 7,28%-7,28%-1,32%-9,93%-9,27%-5,96%-0,66% respectivamente

Interpretación.- Del porcentaje de ventas se puede deducir en qué medida le va a un comerciante bien o mal, ya que si vende la mayor parte de mercancía es un resultado positivo que al contrario al vender un porcentaje bajo no representa los mismos resultados.

25. ¿Qué tipo de impuestos paga usted en este negocio?

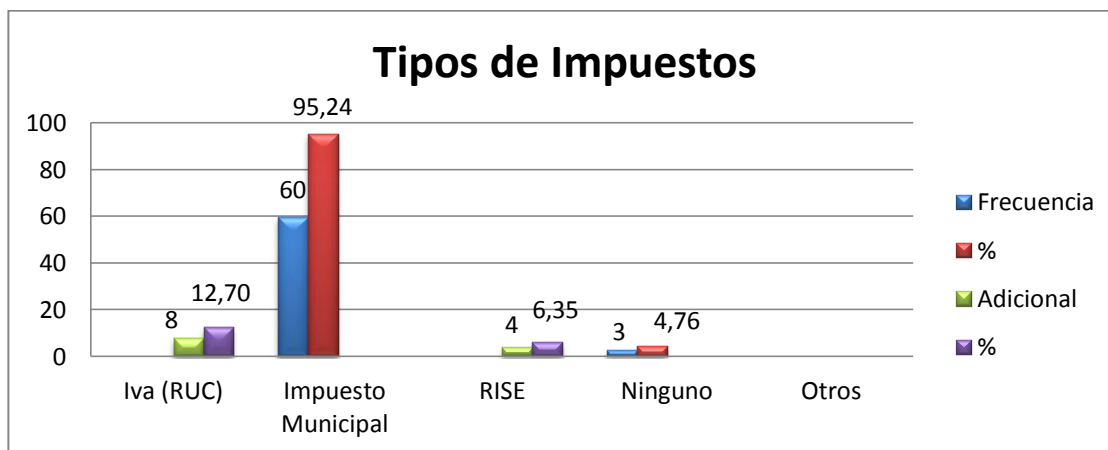
TABLA N° 78
TIPOS DE IMPUESTOS

N°	Tipos de Impuestos	Frecuencia	%	Adicional	%
1	Iva (RUC)	0	0.00	8	12.70
2	Impuesto Municipal	60	95.24		0.00
3	RISE	0	0.00	4	6.35
4	Ninguno	3	4.76		0.00
5	Otros	0	0.00		0.00
TOTALES		63	100	12	19

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 78
TIPOS DE IMPUESTOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Del total de encuestados 60 pagan el impuesto municipal por el puesto, 4 no paga ninguno, pero de entre los comerciantes antes mencionados 8 personas es decir 12,70% declara con bajo el RUC, 4 personas el 6,388% tiene RISE.

Interpretación.- Se puede observar que casi en su totalidad los comerciantes cancelan el impuesto municipal, sin tomar en cuenta a ese único comerciante que no cancela ningún valor en lo absoluto y que dentro de ellos existen personas que se encuentran bajo regímenes como RUC o RISE.

26. ¿Cree que su nivel de ventas se ve afectado por los vendedores informales?

TABLA N° 79

NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES

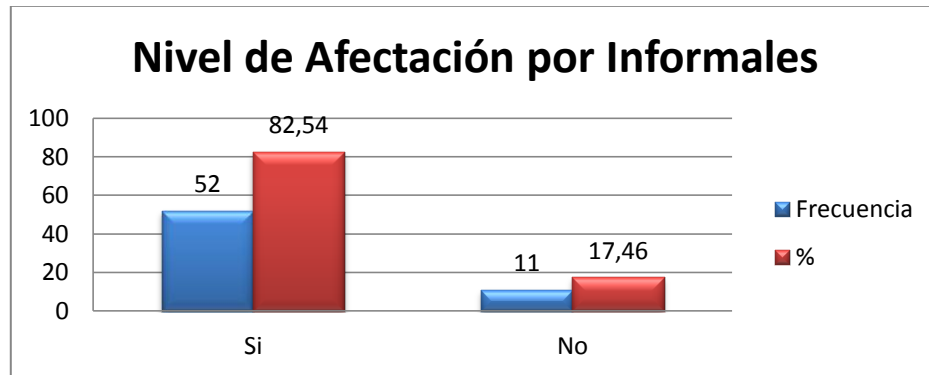
N°	Relación Ventas con Informalismo	Frecuencia	%
1	Si	52	82.54
2	No	11	17.46
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 79

NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- A quienes les afecta la existencia de vendedores informales es a 52 comerciantes que son el 82,54% de la muestra, aunque hay 11 comerciantes a quienes no les afecta en nada ellos representan el 17,46% de la muestra.

Interpretación.- El simple hecho de que los comerciantes formales estén pagando un impuesto municipal ya les afecta, debido que ya no es el 100% de su ganancia lo que se llevan a casa y como los vendedores informales tienen objetos de menor valor las personas dejan de consumir de fuentes formales, esto afecta mucho a su economía.

27. ¿A su consideración cuál de los siguientes factores incide mayormente en la existencia y permanencia del comercio informal?

TABLA N° 80

RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO

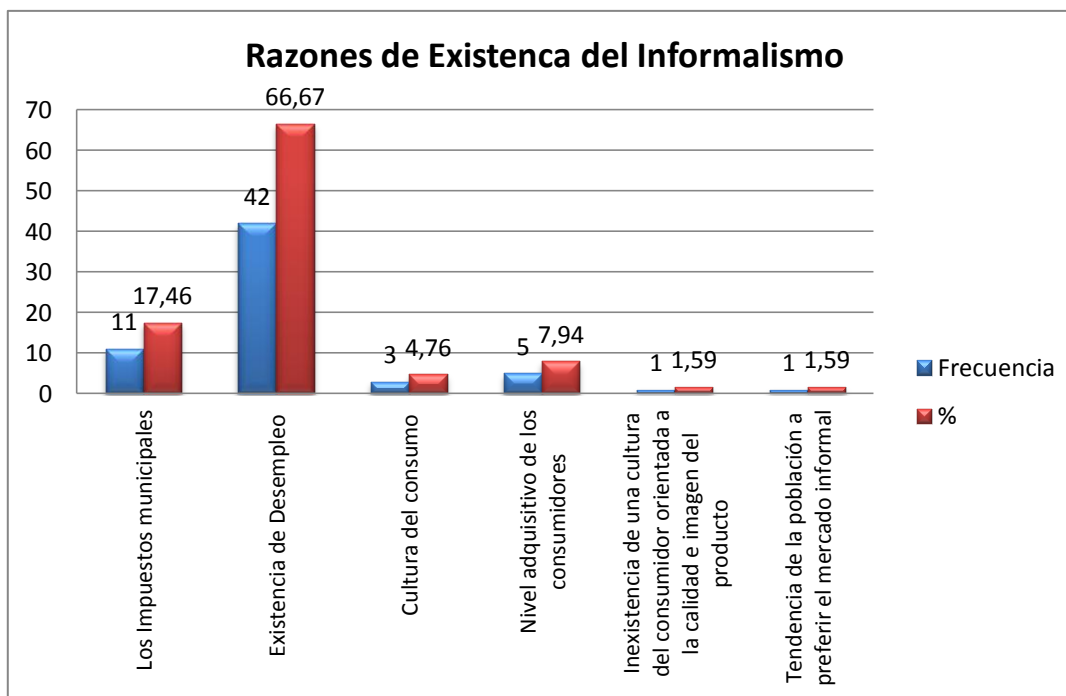
N°	Causa de la existencia de Informales	Frecuencia	%
1	Los Impuestos municipales	11	17.46
2	Existencia de Desempleo	42	66.67
3	Cultura del consumo	3	4.76
4	Nivel adquisitivo de los consumidores	5	7.94
5	Inexistencia de una cultura del consumidor orientada a la calidad e imagen del producto	1	1.59
6	Tendencia de la población a preferir el mercado informal	1	1.59
TOTALES		63	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 80

RAZONES DE LA EXISTENCIA DE INFORMALISMO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- Según lo anterior 11 comerciantes creen que la razón de informalismo es por los Impuestos municipales es decir el 17,46%, 42 por la existencia de desempleo con el 66,67%, 3 por la cultura del consumo el 4,76%, 5 nivel adquisitivo de los consumidores con el 7,94%, 1 por la inexistencia de una cultura del consumidor orientada a la calidad e imagen del producto siendo el 1,59% y 1 que es por la tendencia de la población a preferir el mercado informal representando el 1,59% de la muestra.

Interpretación.- Se determina que la existencia de informales se debe a varios aspectos, pero en una síntesis se puede decir que el desempleo y por ende la necesidad de mejorar las condiciones económicas de talvez un hogar y debido a ello es que tampoco pueden pagar un impuesto.

2.7.3. Mercado Rosalino Ruíz

Lugar de Residencia

TABLA N° 81

LUGAR DE RESIDENCIA

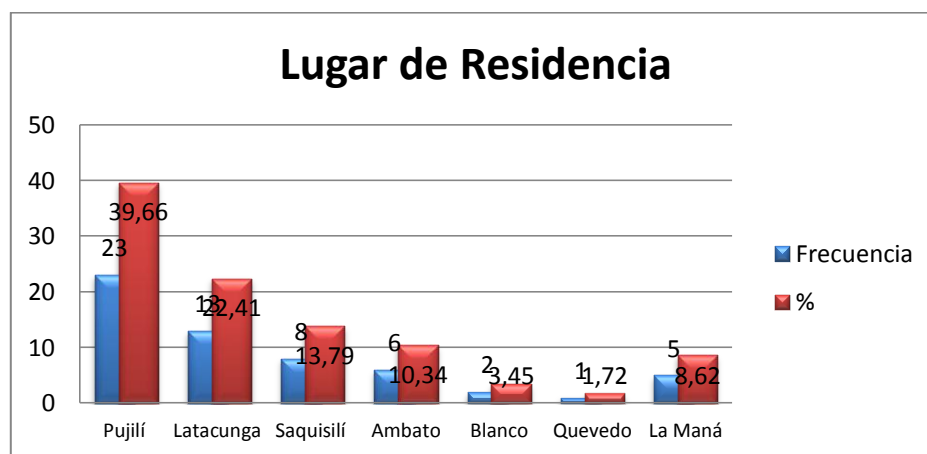
N°	Lugar de Residencia	Frecuencia	%
1	Pujilí	23	39,66
2	Latacunga	13	22,41
3	Saquisilí	8	13,79
4	Ambato	6	10,34
5	Blanco	2	3,45
6	Quevedo	1	1,72
7	La Maná	5	8,62
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 81

LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 39,66 % de los comerciantes que realizan sus actividades en las plazas y mercados pertenecen al Cantón Pujilí, mientras que el otro 60,34 % restante, se dividen para la Latacunga 22,41 %, Saquisií el 13,79%, en blanco con un 3,45%, para Ambato con el 10,34%, Quevedo con el 1,72%, y La Maná con el 8,62% respectivamente.

Interpretación.- Se maneja un índice promedio relativamente bueno de los comerciantes, que realizan sus actividades en su tierra natal, lo que resulta un punto positivo para el pueblo pujilense, debido a que esto permitirá que sus comerciantes mejoren sus ingresos y no tengan la necesidad de migrar.

Género

TABLA N° 82

GÉNERO

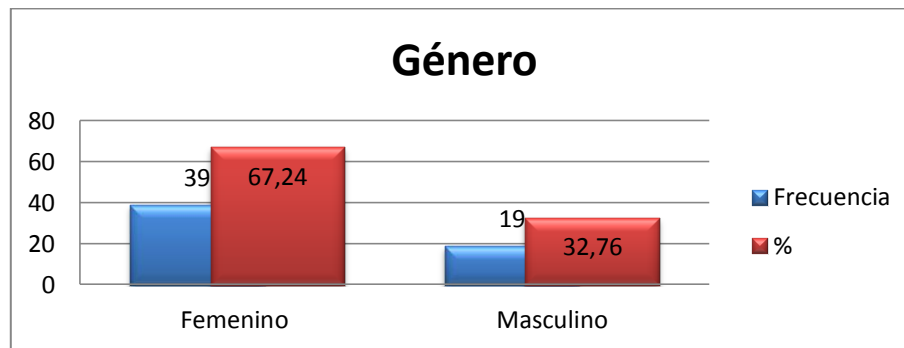
N°	Género	Frecuencia	%
1	Femenino	39	67,24
2	Masculino	19	32,76
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 82

GÉNERO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se obtuvo que existe únicamente un 32,76% de comerciantes masculinos, mientras que el 67,24% restante son femeninos.

Interpretación.- Se observa que la mayor parte de los comerciantes que realizan sus actividades en el mercado son mujeres, lo que demuestra que los mercados o plazas son de vital importancia para el Cantón, porque a más de ser un pueblo generador de trabajo y turismo, es un pueblo generador de oportunidad de progreso al género femenino, y también con un 32,76% para el género masculino.

Ocupación (es)

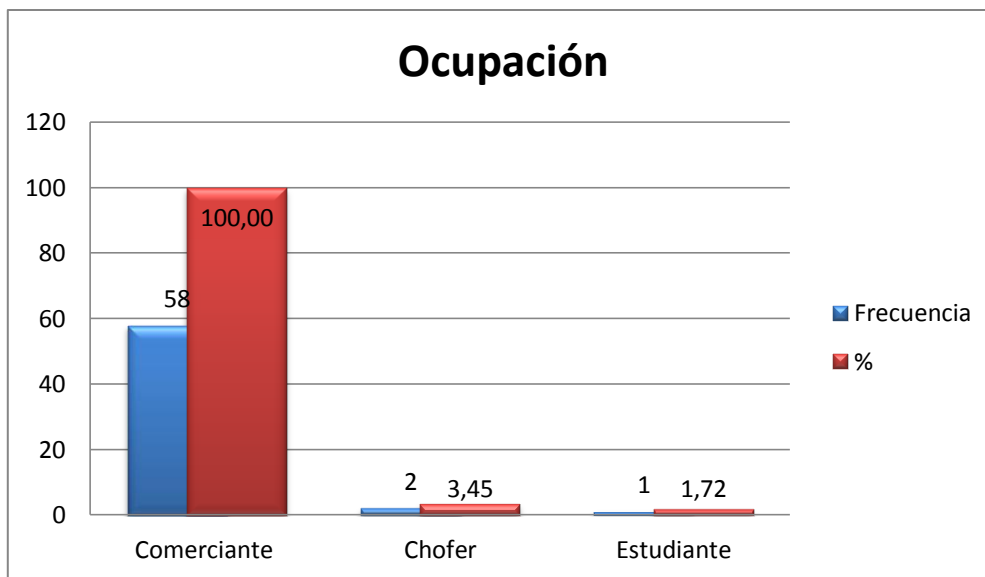
TABLA N° 83
OCUPACIÓN

N°	Ocupación	Frecuencia	%
1	Comerciante	58	100,00
-	Chofer	2	3,45
-	Estudiante	1	1,72
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 83
OCUPACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 100% de las personas que realizan sus actividades en la plaza tienen la ocupación de comerciantes, señalando que el 3,45% de estos son choferes, y el 1,72% son estudiantes.

Interpretación.- Se ha determinado que de los comerciantes que realizan sus actividades en este lugar, el 3,45% de ellos a pesar de tener la profesión de choferes han decidido dedicarse a esta actividad, debido a que no han podido conseguir trabajo en su profesión, y el 1,72% que corresponde a los comerciantes que estudian y que se dedican a esta actividad para cubrir sus gastos de estudio.

Edad

TABLA N° 84

EDAD

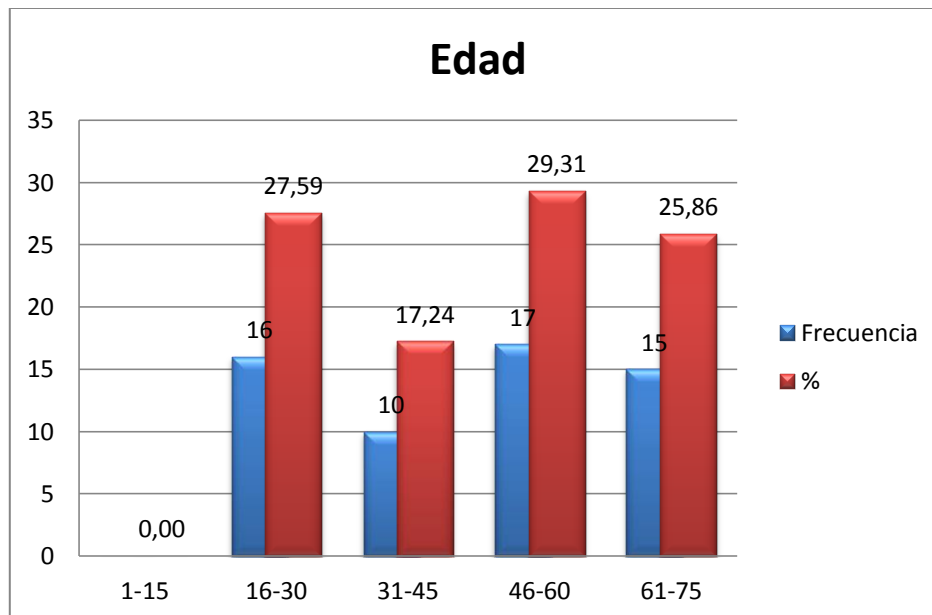
N°	Edad	Frecuencia	%
1	1-15	0	0,00
2	16-30	16	27,59
3	31-45	10	17,24
4	46-60	17	29,31
5	61-75	15	25,86
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 84

EDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- En los resultados de la encuesta realizada se ha obtenido que los comerciantes, en un 29,31% están en el rango de edad de 46-60 años, un 27,59 de 16-30 años, un 17,24 de 31-45, un 25,86 de 61-75, y en un 0% de 1-15 años.

Interpretación.-Se considera un punto positivo para el pueblo pujilense, que no exista menores de edad trabajando en sus mercados, y por consiguiente se puede observar que el rango de edad con mayor puntaje fueron los de 46 a 60 años, resultado que revela que son los adultos mayores los que se dedican más a la actividad de comerciante, en encuestas posteriores se determinara si esto se debe a que para ellos es más difícil la obtención de empleo, si es por necesidad o si es porque su actividad le da buenos ingresos.

Estado Civil

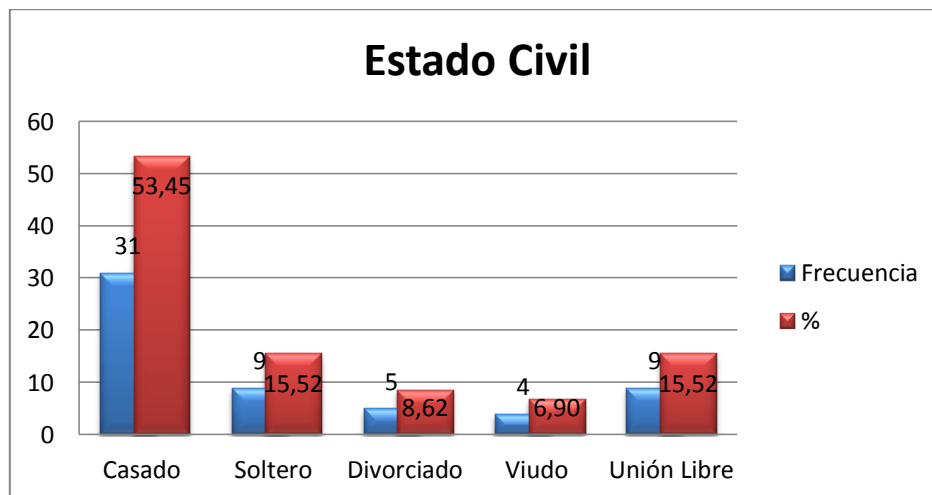
TABLA N° 85
ESTADO CIVIL

N°	Estado Civil	Frecuencia	%
1	Casado	31	53,45
2	Soltero	9	15,52
3	Divorciado	5	8,62
4	Viudo	4	6,90
5	Unión Libre	9	15,52
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 85
ESTADO CIVIL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que los comerciantes en un 53,45% son casados(as), en un 15,52% son solteros, en un 6,90% son viudos, en un 8,62% son divorciados y en un 15,52% son unión libre.

Interpretación.-El porcentaje obtenido de los comerciantes que son casados(as) es el más alto, lo que claramente muestra que si la mayoría de personas se dedica a esta actividad, es porque deben mantener un hogar, y ya en una encuesta anterior se determina que dichos comerciantes no cuentan con profesiones que les de opciones a dedicarse a otra actividad.

Ingresos Económicos

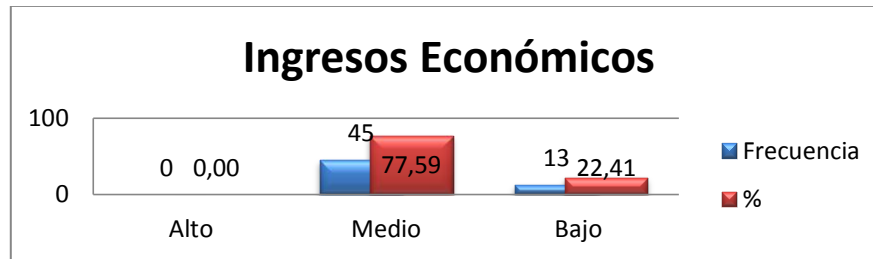
TABLA N° 86
INGRESOS ECONÓMICOS

N°	Ingresos Económicos	Frecuencia	%
1	Alto	0	0,00
2	Medio	45	77,59
3	Bajo	13	22,41
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 86
INGRESOS ECONÓMICOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 77,59% de los comerciantes tiene ingresos medios, y el 22,41% sus ingresos son bajos.

Interpretación.- Se observa que el porcentaje de comerciantes con ingresos medios es el 77,59%, porcentaje que indica que no es del todo malo dedicarse a dicha actividad, pero que tampoco resulta positivo ya que no se puede mejorar su calidad de vida en gran mayoría, el porcentaje de comerciantes con estabilidad económica baja no es mucha por lo que no es un tema alarmante, pero que si es un tema que se debe atender.

Número de Hijos que Conviven con Usted

TABLA N° 87

NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE

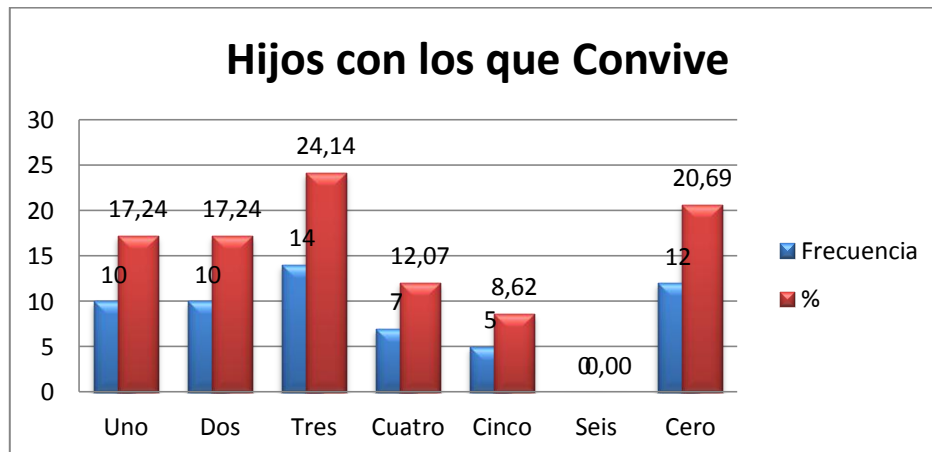
N°	Hijos con los que Convive	Frecuencia	%
1	Uno	10	17,24
2	Dos	10	17,24
3	Tres	14	24,14
4	Cuatro	7	12,07
5	Cinco	5	8,62
6	Seis	0	0,00
7	Cero	12	20,69
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 87

NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada los resultados determinan que el número de hijos que conviven con ellos, se encuentra en un promedio de 3 hijos con un 24,14%, mientras que en un 17,24% son de 1 y 2 hijos, el de cero hijos con un porcentaje del 20,69%, para continuar con el de 4 hijos con un porcentaje de 12,07%, finalizando con el de 8,62% que corresponde a 5 hijos.

Interpretación.- Se ha observado y concluido que el número mayor, de hijos que conviven con los comerciante son de 3 hijos por familia, y el porcentaje más pequeño lo ocupan las familias que dijeron convivir con seis hijo, lo que determina de acuerdo a la pregunta anterior de la encuesta, es que si los comerciantes en su mayoría mujeres se dedican a ser comerciantes, es porque están casadas(os) y tienen más de 3 hijos por mantener.

Nivel de Instrucción

TABLA N° 88

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

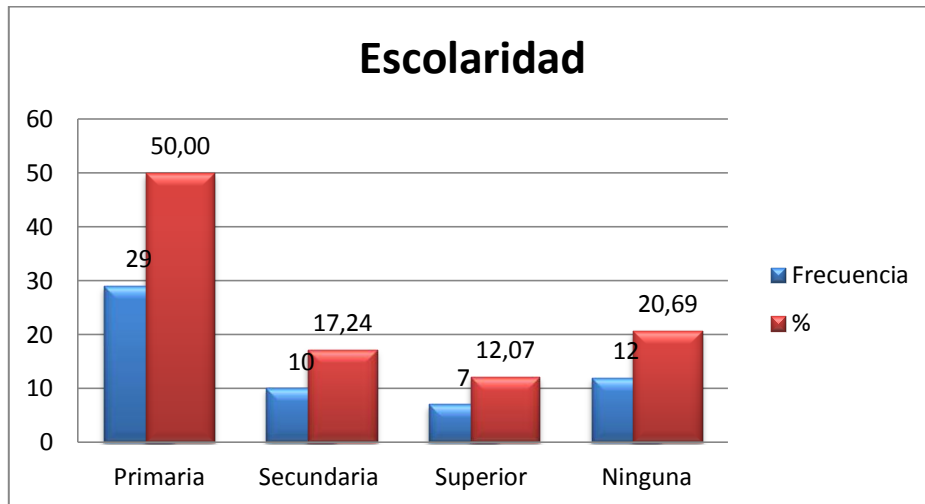
N°	Escolaridad	Frecuencia	%
1	Primaria	29	50,00
2	Secundaria	10	17,24
3	Superior	7	12,07
4	Ninguna	12	20,69
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 88

NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha derivado que el 50,00% de los comerciantes tienen un nivel de instrucción primaria, el 20,69% no cuenta con ninguna instrucción, para seguir con el 17,24% con instrucción secundaria, y concluyendo con el 12,07% con instrucción superior.

Interpretación.- Al finalizar este análisis, se puede comprender el porque el mayor número de los comerciantes resultaron no contar con ninguna otra profesión que tan solo el de comerciantes, esto se debe a que un 50,00% de ellos tan solo tienen un nivel de instrucción primaria y un 20,69% no cuenta con ninguna, lo que da como resultado que una de las razones por las que dichos comerciantes se dedicaron a esta actividad, fue por no cuentan con el suficiente nivel de instrucción.

Número de hijos que estudian

TABLA N° 89

HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN

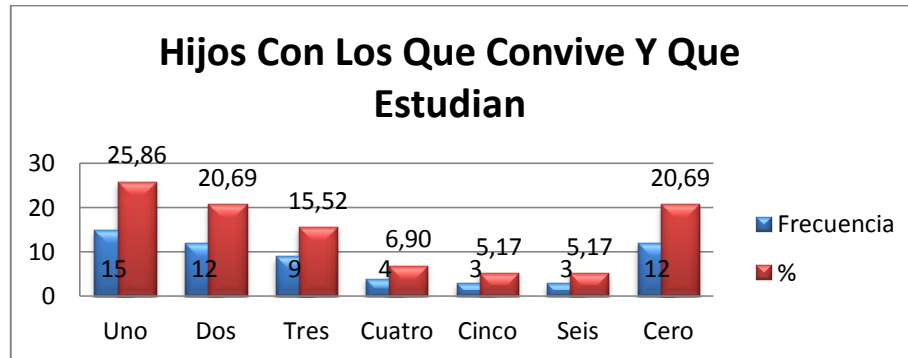
N°	Hijos Con Los Que Convive Y Que Estudian	Frecuencia	%
1	Uno	15	25,86
2	Dos	12	20,69
3	Tres	9	15,52
4	Cuatro	4	6,90
5	Cinco	3	5,17
6	Seis	3	5,17
6	Cero	12	20,69
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 89

HIJOS CON LOS QUE VIVE Y QUE ESTUDIAN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que de los hijos con los que conviven, uno estudia ocupando el 25,86%, mientras que 20,69% corresponde a dos hijo, el 20,69% a cero hijos, el 15,52% a tres hijos, el 6,90% a cuatro hijos, y el 5,17% a cinco y seis hijos.

Interpretación.- La encuesta nos muestra en su mayorías que son 1, 2 y 3 hijos de los que viven con ellos y se encuentran estudiando, lo que nos ayuda a entender el porqué de los comerciantes el de seguir dedicándose a dicha actividad.

Número de hijos que trabajan

TABLA N° 90

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS

N°	Hijos con los que Convive y que Trabajan	Frecuencia	%
1	Uno	8	13,79
2	Dos	5	8,62
3	Tres	3	5,17
4	Cuatro	0	0,00
6	Cinco	0	0,00
7	Cero	42	72,41
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 90

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que los hijos que conviven con ellos y trabajan son cero correspondiendo al 72,41%, el 13,79% corresponde a un hijo, el 8,62% a dos hijos y el 5,17% a tres hijos.

Interpretación.- Se debe entender con este análisis que es el mayor porcentaje de hijos que conviven con dichos comerciantes y no trabajan, pero que de acuerdo a la anterior pregunta ya analizada esto se debe a que estos se encuentran estudiando, y que el 13,79% de hijos que trabajan, corresponde a los ya graduados o casados, conclusión que se determina por los resultados obtenidos y por los comentarios emitidos por los encuestados.

De los hijos que trabajan, estos aportan al hogar

TABLA N° 91

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y APORTAN AL HOGAR Y QUE CONVIVE CON ELLOS

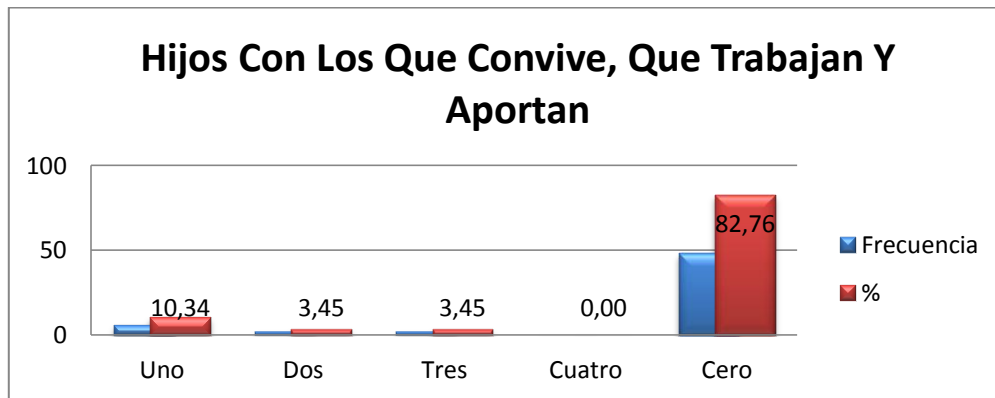
N°	Hijos Con Los Que Convive, Que Trabajan Y Aportan	Frecuencia	%
1	Uno	6	10,34
2	Dos	2	3,45
3	Tres	2	3,45
4	Cuatro	0	0,00
5	Cero	48	82,76
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 91

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y APORTAN AL HOGAR Y QUE CONVIVE CON ELLOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que son cero el número de hijos que trabajan y aportan al hogar de los que conviven con ellos, lo que corresponde al 82,76%, uno que corresponde al 10,34%, dos y tres que corresponden al 3,34% respectivamente.

Interpretación.- Se determina que, si de los hijos que conviven con ellos resulta cero el mayor porcentaje de los que no trabajan y no aportan, es porque se encuentran estudiando, así también resulta positivo observar que los pocos comerciantes que cuentan con hijos que trabajan estos en su mayoría si aportan al hogar ayudando así a mantenerse en un nivel económico bueno.

1. ¿Considera que éste mercado es uno de los mercados más importantes con que cuenta la ciudad?

TABLA N° 92

IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA

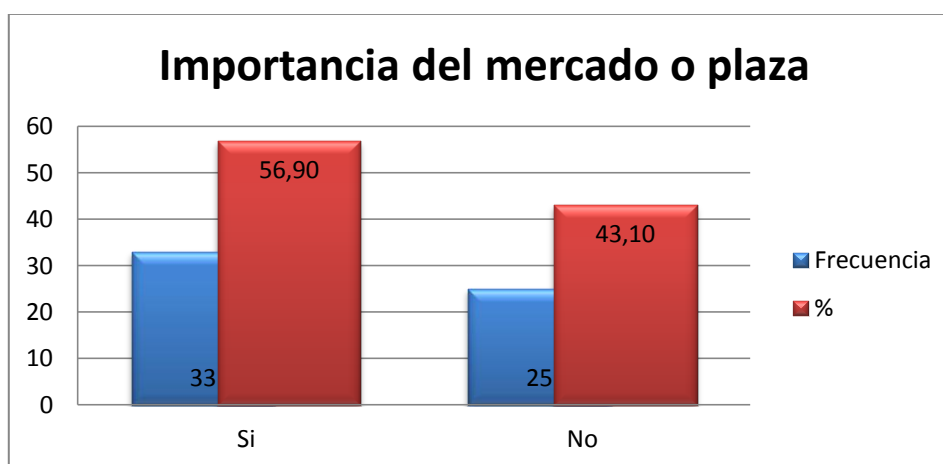
N°	Importancia del mercado o plaza	Frecuencia	%
1	Si	33	56,90
2	No	25	43,10
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 92

IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que el 56,90% de los comerciantes dicen que este mercado si es uno de los más importantes con que cuenta Pujilí, mientras que el 48,10% dice que no lo es.

Interpretación.- La Municipalidad pujilense obtiene un punto a favor con los comerciantes que afirman que este mercado es uno de los más importante en la ciudad, ya que significaría para esta cuidad un asiento de comercialización y turismo dando como resultado un mayor ingreso para el mismo, y para los comerciantes que dijeron que este mercado no es importante, se realice un estudio del porque de dicha respuesta.

2. ¿Cómo evalúa las condiciones higiénico sanitarias del mercado?

TABLA N° 93

CONDICIONES HIGENICO SANITARIAS

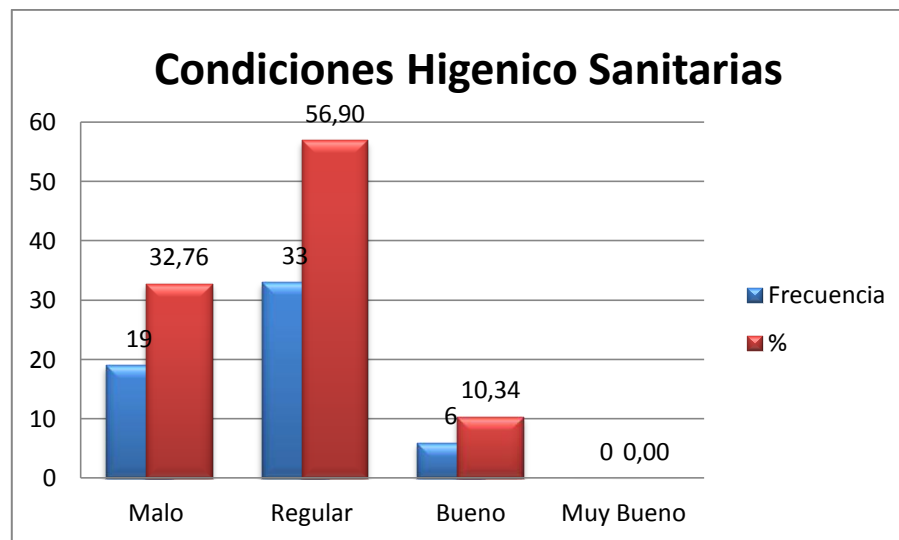
N°	Condiciones Higienico Sanitarias	Frecuencia	%
1	Malo	19	32,76
2	Regular	33	56,90
3	Bueno	6	10,34
4	Muy Bueno	0	0,00
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 93

CONDICIONES HIGENICO SANITARIAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 56,90% de los comerciantes afirman que las condiciones higiénico sanitarias del mercado son regulares, el 32,76% dicen ser malo y el 10,34 restante dice ser bueno.

Interpretación.- La Municipalidad no está al parecer cumpliendo a cabalidad con su tarea en cuanto a los servicios higiénicos sanitarios del mercado, ya que el 56,90% y el 32,76% de los comerciantes señalan que dichos servicios no son cumplidos de forma adecuada, calificándolos así como malo y regular, la entidad en cuestión debería realizar un control minucioso en lo que se refiere a este servicio, como también aplicar mejoras para que los comerciantes y todo el pueblo pujilense pueda tener una digna atención de higiene sanitaria en este mercado.

3. ¿Cómo evalúa los niveles de basura que se genera en el mercado?

TABLA N° 94

NIVELES DE BASURA

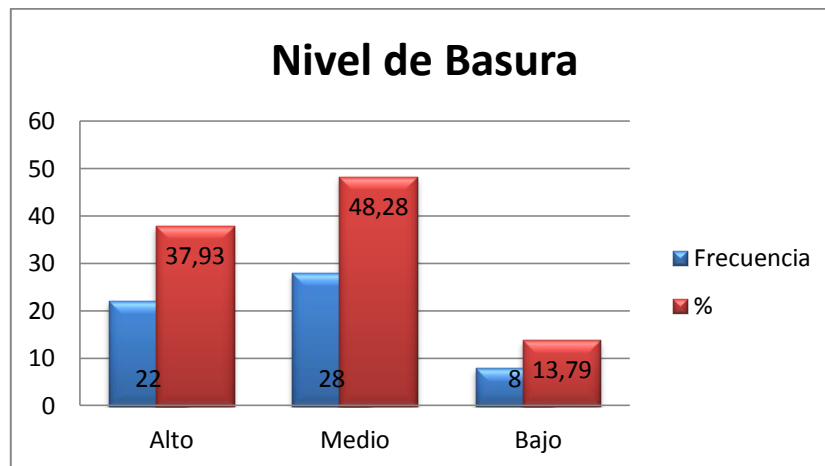
N°	Niveles de Basura	Frecuencia	%
1	Alto	22	37,93
2	Medio	28	48,28
3	Bajo	8	13,79
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 94

NIVELES DE BASURA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De las encuestas realizadas se ha obtenido que el 48,28% de los comerciantes evalúan que los niveles de basura que se generan en el mercado son medios, el 37,93% dicen que son altos, y el 13,79% restante dicen que es bajo.

Interpretación.- Para la Municipalidad del Cantón estos porcentajes debería ser alarmantes, pues el 48,28% y el 37,93% de los comerciantes señalan que los niveles de basura que se generan en el mercado son altos y medios, cuando esto debería ser todo lo contrario, debido a que en este mercado se expenden alimentos y esto podría producir algún tipo de enfermedad infecciosa por la falta de aseo. El Municipio debería tomar cartas en el asunto y lograr que esto cambie para bien de los comerciantes y del pueblo en general.

4. ¿Cómo evalúa los niveles de contaminación ambiental por smog, gases y emisión vehicular que se genera alrededor del mercado?

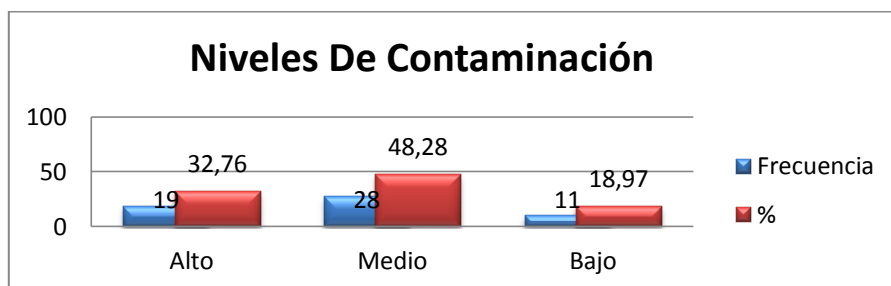
TABLA N° 95
NIVELES DE CONTAMINACIÓN

N°	Niveles de Contaminación	Frecuencia	%
1	Alto	19	32,76
2	Medio	28	48,28
3	Bajo	11	18,97
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 95
NIVELES DE CONTAMINACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 48,28% de los comerciantes, evalúan que los niveles de contaminación ambiental por smog, gases y emisión vehicular que se genera alrededor del mercado son medios, mientras que el 32,76% dicen ser altos y el 18,97% dicen ser bajos.

Interpretación.- Las autoridades pertinentes tendrán que intentar reducir este índice alto de contaminación ambiental, quizá con el ordenamiento de crear vías alternas, de modo que los vehículos no tengan que circular por dicho mercado de no ser necesario.

5. ¿Considera necesario promover cambios en la infraestructura del lugar donde se ubica el mercado?

TABLA N° 96

NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA

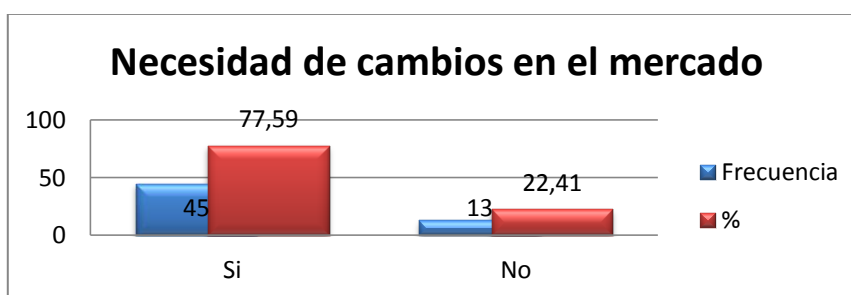
N°	Necesidad de cambios en el mercado	Frecuencia	%
1	Si	45	77,59
2	No	13	22,41
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 96

NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 77,59% de los comerciantes aseguran que si es necesario promover cambios en la infraestructura del lugar, mientras que el 22,41% de ellos dicen que no lo es.

Interpretación.- Son el 77,59% de los comerciantes de este mercado que aseguran ser muy necesario se den cambios en la infraestructura del mismo, la Municipalidad debería atender este malestar, ya que son muy importantes los cambios que exponen los comerciantes.

6. Mencione Usted el tipo de producto que vende

TABLA N° 97

TIPO DE PRODUCTO QUE VENDE

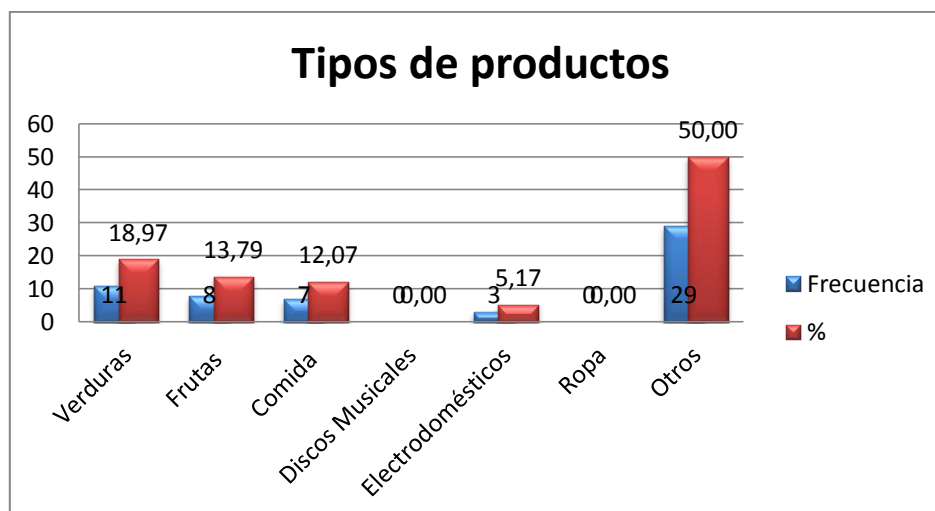
N°	Tipo de Mercancía	Frecuencia	%
1	Verduras	11	18,97
2	Frutas	8	13,79
3	Comida	7	12,07
4	Discos Musicales	0	0,00
5	Electrodomésticos	3	5,17
6	Ropa	0	0,00
7	Otros	29	50,00
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 97

TIPO DE PRODUCTO QUE VENDE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

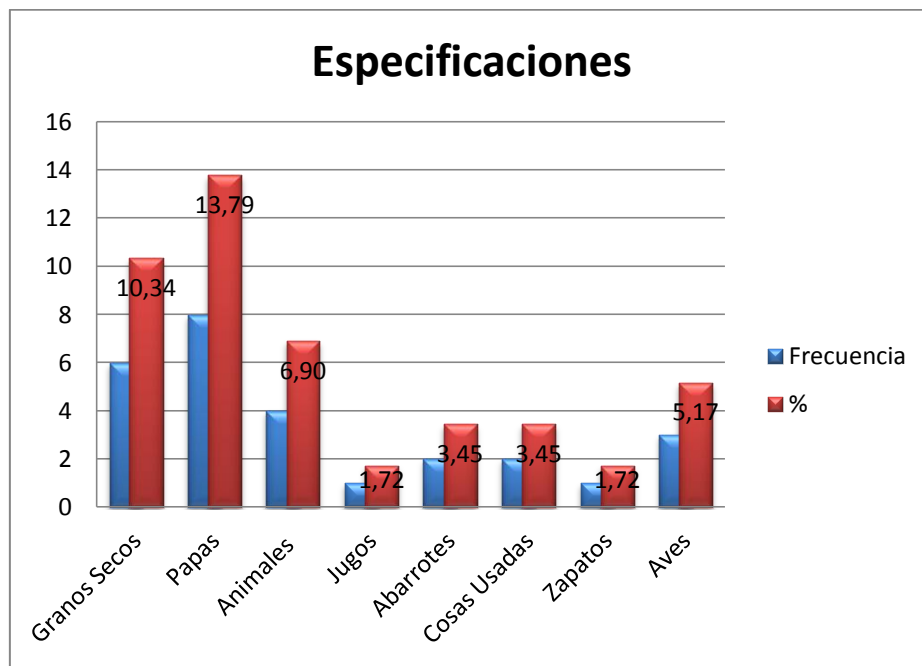
TABLA N° 98
OTROS; ESPECIFICACIÓN

Otros: Especificaciones			
N°	Tipo de Producto	Frecuencia	%
7.1	Granos Secos	6	10,34
7.2	Papas	8	13,79
7.3	Animales	4	6,90
7.4	Jugos	1	1,72
7.5	Abarrotes	2	3,45
7.6	Cosas Usadas	2	3,45
7.7	Zapatos	1	1,72
7.8	Aves	3	5,17
7.9	Sogas	2	3,45
Totales Subcategorías		29	50,00

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 98
OTROS; ESPECIFICACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 50,00% de los productos que venden los comerciantes en este mercado corresponde a papas con un 13,79%, a granos secos con un 6,90% a animales y aves con un 5,17%, a abarros con un 3,45% y a jugos el 1,72%, en cosas usadas un 3,45% y zapatos con un 1,72%, mientras que el 50,00% restante se dividen en un 0% en ropa, el 18,97% en verduras, el 13,79% en frutas, el 12,07% en comidas, y el 5,17% en electrodomésticos.

Interpretación.- Se determina que la organización y distribución de los puestos en este mercado, son realmente una gran mezcla de productos, que para nada tienen relación el uno con el otro, se debería generar una solución inmediata a esta problemática pues resulta muy alarmante.

7. ¿Estaría en condiciones de apoyar a la Municipalidad en caso de que se necesitara hacer cambios al mercado?

TABLA N° 99

CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD

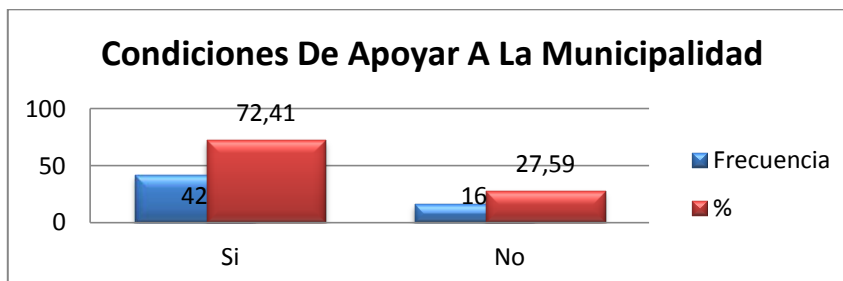
N°	Condiciones De Apoyar A La Municipalidad	Frecuencia	%
1	Si	42	72,41
2	No	16	27,59
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 99

CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 72,41% de los comerciantes dicen que si estarían en condiciones de apoyar a la Municipalidad en caso de que se necesitara hacer cambios al mercado, mientras que el 27,59% dicen que no.

Interpretación.- Es positivo el observar que gran parte de los comerciantes de este mercado si estén dispuestos en apoyar a la Municipalidad, en caso de que se viere necesaria la realización de cambios urgentes en el mismo.

8. A su modo de ver, ¿Qué necesidades considera usted que se deberían cubrir en este lugar?

TABLA N° 100

SUGERENCIAS

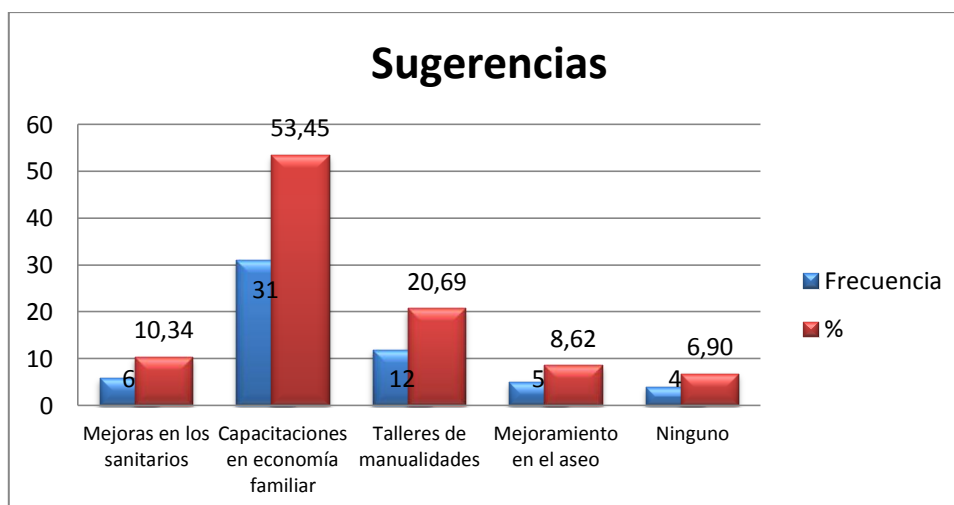
N°	Sugerencias	Frecuencia	%
1	Mejoras en los sanitarios	6	10,34
2	Capacitaciones en economía familiar	31	53,45
3	Talleres de manualidades	12	20,69
4	Mejoramiento en el aseo	5	8,62
5	Ninguno	4	6,90
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 100

SUGERENCIAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 53,45% de comerciantes sugieren que las necesidades que se deberían cubrir en el mercado es en capacitaciones en economía familiar, un 20,69% en talleres de manualidades, un 6,90% en ninguno, un 10,34% en mejoras en los sanitarios, y el 8,62% en mejoras en el aseo.

Interpretación.- El malestar del 53,45% de los comerciantes radica en que se ve necesario se de un curso de capacitación en como manejar la economía familiar, ya que es preocupante que cuando se obtiene una ganancia no se pueda lograr manejar de forma adecuada dicha ganancia, la municipalidad debería atender esta petición, del mismo modo en que también se atiendan los problemas de higiene y sanitarios.

9. Mencione aproximadamente cuantos años tiene en este negocio

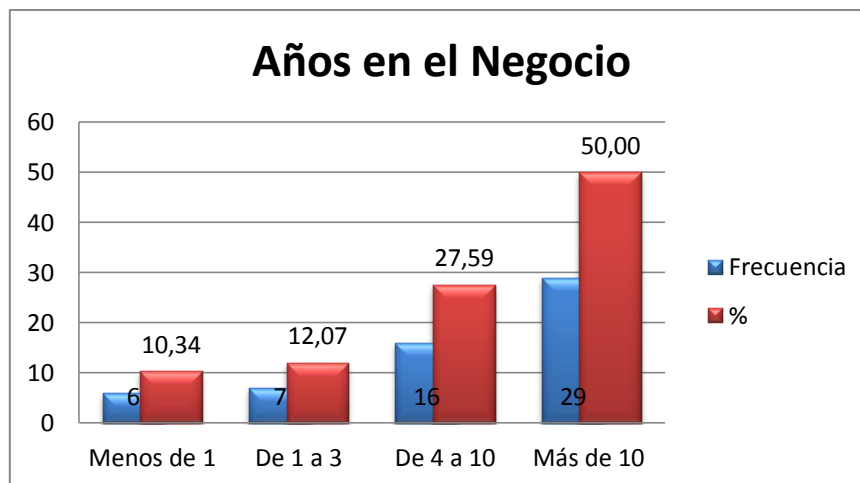
TABLA N° 101
AÑOS DEL NEGOCIO

N°	Años en el Negocio	Frecuencia	%
1	Menos de 1	6	10,34
2	De 1 a 3	7	12,07
3	De 4 a 10	16	27,59
4	Más de 10	29	50,00
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 101
AÑOS DEL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se a determinado que el 50,00% de los comerciantes llevan mas de 10 años dedicándose a su actividad en el mercado, el 27,59% se encuentran de 4 a 10 años, el 12,07% de 1 a 3 años y el 10.34% restante menos de un años.

Interpretación.- Son en su mayoría los comerciantes que llevan trabajando más de 10 y entre 4 a 10 años en dicho mercado, lo que demuestra que muy a pesar de los malestares que se generan en este, estos deciden seguir realizando sus actividades en el mismo, ya que de una u otra manera resulta un ingreso y por ende una ayuda para su economía.

10. ¿Podría indicar qué días de la semana labora usted en este oficio?

TABLA N° 102

DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO

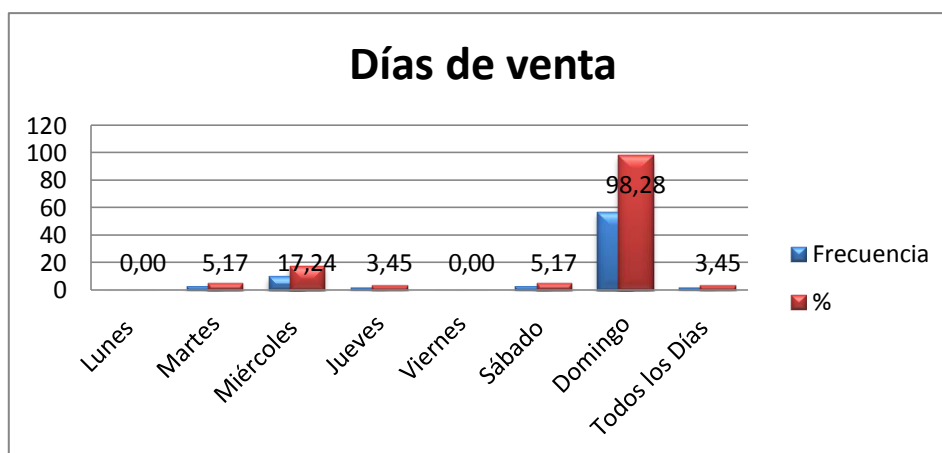
N°	Días de venta	Frecuencia	%
1	Lunes	0	0,00
2	Martes	3	5,17
3	Miércoles	10	17,24
4	Jueves	2	3,45
5	Viernes	0	0,00
6	Sábado	3	5,17
7	Domingo	57	98,28
8	Todos los Días	2	3,45
TOTALES		77	133

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 102

DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta ejecutada se ha obtenido que el 98,28% de los comerciantes laboran los días domingos, el 17,24% los miércoles, el 5,17% los sábados, el 5,17% los martes, el 3,45% los jueves y todos los días.

Interpretación.- Los comerciantes como se puede notar, prefieren realizar sus actividades los días domingos, del mismo modo que los miércoles, jueves y sábados, los comerciantes exponen, que esto se debe a que si trabajan más días, obtendrán un mayor ingreso para ellos.

11. ¿Aproximadamente cuantas horas trabaja en este oficio al día?

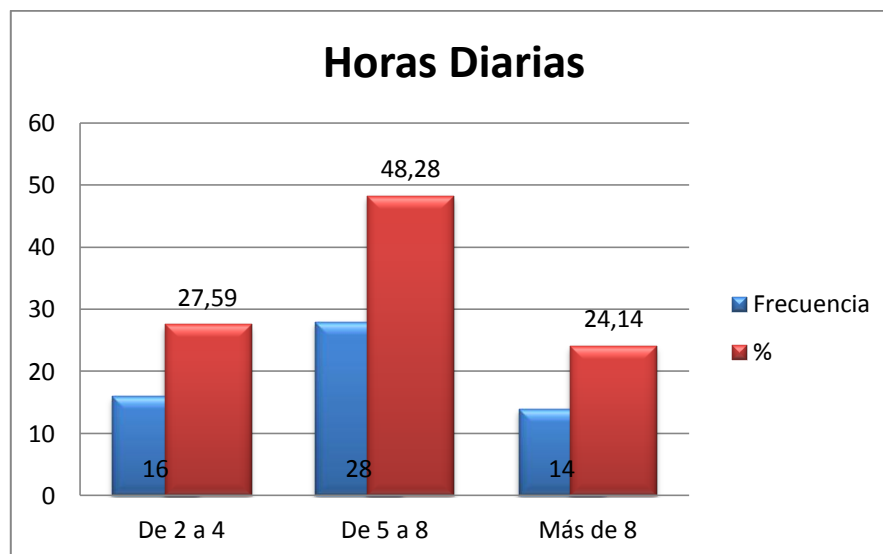
TABLA N° 103
HORAS AL DÍA DE LABOR

N°	Horas Diarias	Frecuencia	%
1	De 2 a 4	16	27,59
2	De 5 a 8	28	48,28
3	Más de 8	14	24,14
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 103
HORAS AL DÍA DE LABOR



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que el 48,28% de los comerciantes permanecen trabajando en su labores de 5 a 8 horas, mientras que el 24,14% de más de 8 horas, y el 27,59% de 2 a 4 horas.

Interpretación.- Es importante señalar que el 27,59% de los comerciantes que laboran de 2 a 4 horas, corresponde únicamente a los comerciantes que venden granos secos, aves y animales ya que sus ventas no dependen del que tengan que estar todo el día en el mercado, sin embargo el 48,28% si tienen que permanecer el mayor número de horas en el mercado para poder vender sus productos.

12. ¿Tiene varios puestos en la misma zona?

TABLA N° 104

NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA

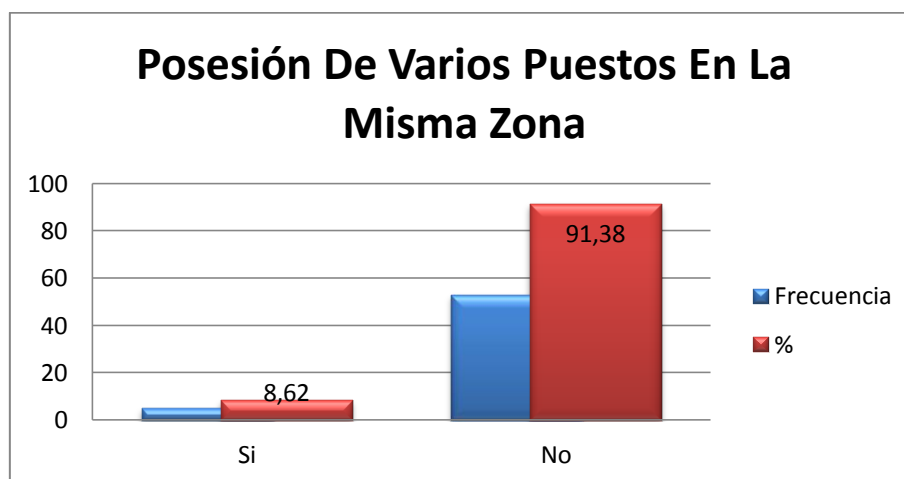
N°	Posesión De Varios Puestos En La Misma Zona	Frecuencia	%
1	Si	5	8,62
2	No	53	91,38
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 104

NÚMERO DE PUESTOS EN LA ZONA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 91,38% de los comerciantes no poseen varios puestos en la misma zona, mientras que 8,62% de ellos si los tiene.

Interpretación.- No todos los comerciantes poseen varios puestos, de modo que se puede observar que tan solo un 8,62% de ellos tiene otro puesto, resultando que solo pocos han logrado mejorar y avanzar en su negocio, cifra que si resulta inquietante y que debería investigarse el porque es que los demás comerciantes no han podido poseer otros puestos.

13. ¿Cuál es su inversión semanal en el negocio?

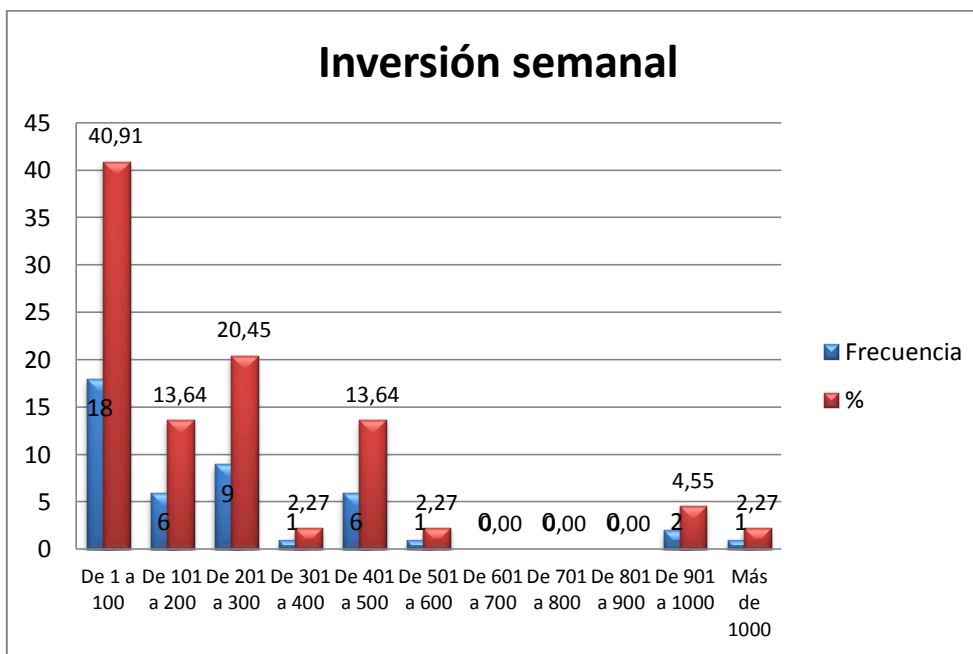
TABLA N° 105
INVERSIÓN SEMANAL

N°	Inversión Semanal	Frecuencia	%
1	De 1 a 100	18	40,91
2	De 101 a 200	6	13,64
3	De 201 a 300	9	20,45
4	De 301 a 400	1	2,27
5	De 401 a 500	6	13,64
6	De 501 a 600	1	2,27
7	De 601 a 700	0	0,00
8	De 701 a 800	0	0,00
9	De 801 a 900	0	0,00
10	De 901 a 1000	2	4,55
11	Más de 1000	1	2,27
TOTALES		44	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 105
INVERSIÓN SEMANAL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que la inversión semanal en el negocio del 40,91% de los comerciantes es de 1 a 100 dólares, del 20,45% es de 201 a 300 dólares, del 13,64% es de 101 a 200 y de 401 a 500 dólares, del 4,55% es de 901 a 1000 dólares, del 2,27% personas es de 301 a 400, de 501 a 600 y de más de 100 dólares.

Interpretación.- Con la investigación se ha establecido que la inversión semanal que tiene la mayoría de los comerciante para su negocio es de más 100 dólares, para lo que se determina que el gasto que realizan, es grande pero como ya lo manifestaron la mayoría de ellos si logran recuperar lo invertido, no al instante pero si en un corto plazo.

14. ¿Cuál es el motivo principal por el cual ha decidido dedicarse a este negocio?

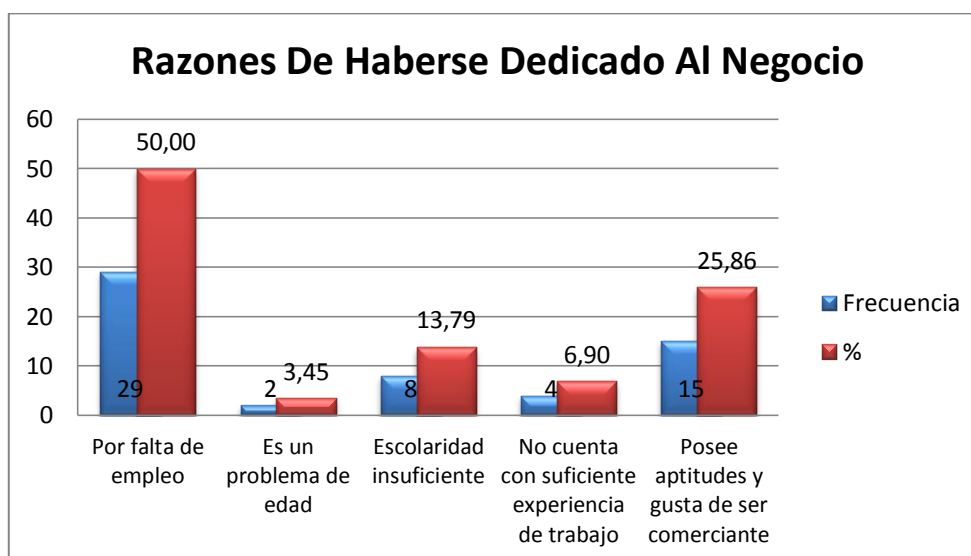
TABLA N° 106
RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO

N°	Razones De Haberse Dedicado Al Negocio	Frecuencia	%
1	Por falta de empleo	29	50,00
2	Es un problema de edad	2	3,45
3	Escolaridad insuficiente	8	13,79
4	No cuenta con suficiente experiencia de trabajo	4	6,90
5	Posee aptitudes y gusta de ser comerciante	15	25,86
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 106
RAZONES PARA DEDICARSE AL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que el motivo principal por el cual han decidido dedicarse a este negocio el 50,00% de los comerciantes dicen ser por falta de empleo, el 25,86% porque poseen aptitudes y gustan de ser comerciantes, el 13,79% por escolaridad insuficiente, y el 6,90% por no contar con suficiente experiencia de trabajo.

Interpretación.- No existen las suficientes fuentes de empleo en Cotopaxi, y es por ello que este 50,00% de comerciantes se han visto en la necesidad de dedicarse a esta actividad, siendo que el objetivo principal es conseguir ingresos económicos para sustentar a la familia sin importar muchas veces cual fuere su actividad a realizar, del mismo modo se observa también que el porcentaje restante de los comerciantes no cuenta con escolaridad suficiente o no posee ningún tipo de experiencia laboral, lo que no les permite optar por otras opciones de trabajo, más las que el de dedicarse a comercializar algún tipo de producto u ofrecer algún tipo de servicios.

15. ¿Qué beneficios ha encontrado al dedicarse a esta actividad?

TABLA N° 107

BENEFICIOS

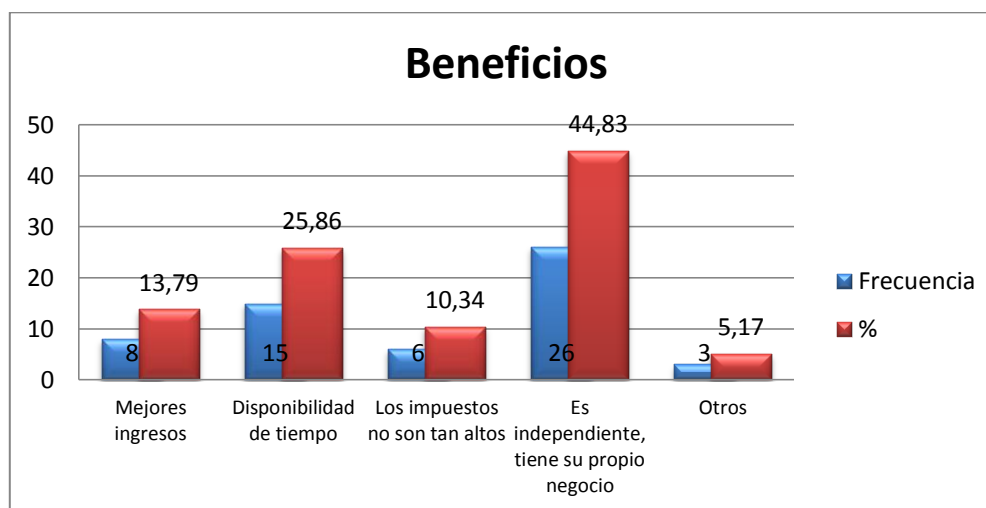
N°	Beneficios	Frecuencia	%
1	Mejores ingresos	8	13,79
2	Disponibilidad de tiempo	15	25,86
3	Los impuestos no son tan altos	6	10,34
4	Es independiente, tiene su propio negocio	26	44,83
5	Otros	3	5,17
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 107

BENEFICIOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que los beneficios que ha encontrado el 44,83% de los comerciantes al dedicarse a esta actividad, es el de ser independiente y tener su propio negocio, el 25,86% es el de disponibilidad de tiempo, el 10,34% es el de no pagar impuestos tan altos, y el 13,79% es el de obtener mejores ingresos.

Interpretación.- A pesar de que no todos obtienen una ganancia significativa en el negocio, se sienten beneficiados al ya contar con un negocio propio, el mismo que les da la libertad de disponer de tiempo cuando lo necesiten, no tienen que pagar altos costos de impuestos lo que les resulta una preocupación menos.

16. ¿Qué desventajas ha encontrado al dedicarse a esta actividad?

TABLA N° 108

DESVENTAJAS

N°	Desventajas	Frecuencia	%
1	No cuenta con seguridad social	17	29,31
2	No cuenta con prestaciones	0	0,00
3	Época de crisis por pocas ventas	29	50,00
4	Otros	12	20,69
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 108

DESVENTAJAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que las desventajas que han encontrado el 50,00% de los comerciantes al dedicarse a esta actividad es el llegar a una época de crisis por pocas ventas, el 29,31% es el de no contar con seguridad social y el 20,69% restante corresponde a otras desventajas.

Interpretación.- La mitad de los comerciantes han visto que la desventaja principal que encuentran al tener su propio negocio es el de caer en una época de crisis al no conseguir las ventas que se esperan dado que cuando se tiene su propio negocio no se tiene un mensual seguro, si no el vender cada día.

17. ¿Usted considera que este oficio es rentable?

TABLA N° 109

RENTABILIDAD DEL OFICIO

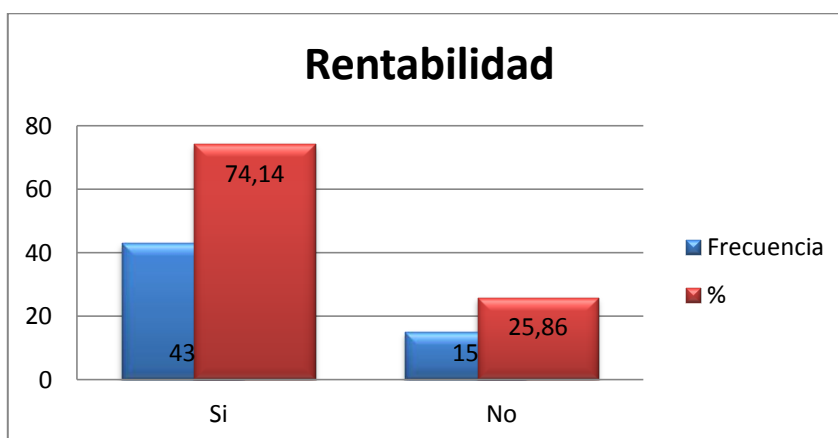
N°	Rentabilidad	Frecuencia	%
1	Si	43	74,14
2	No	15	25,86
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 109

RENTABILIDAD DEL OFICIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

¿Por qué?:

TABLA N° 110

ES RENTABLE

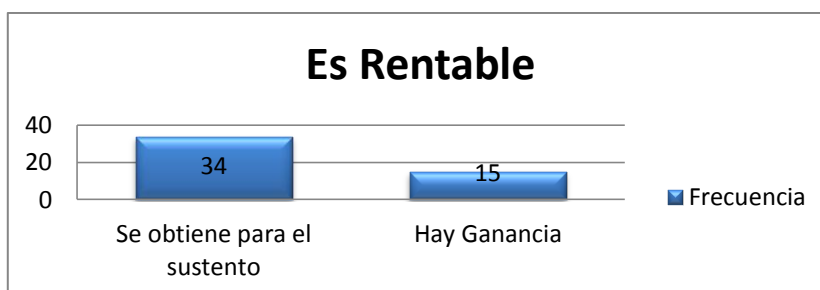
N°	Si; por qué?	Frecuencia
1	Se obtiene para el sustento	34
2	Hay Ganancia	15
TOTALES		49

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 110

ES RENTABLE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

TABLA N° 111

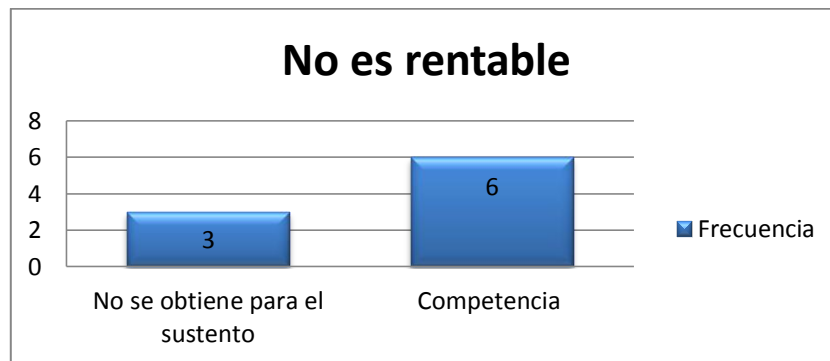
NO ES RENTABLE

N°	No por qué?	Frecuencia
1	No se obtiene para el sustento	3
2	Competencia	6
TOTALES		9

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 17
NO ES RENTABLE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De acuerdo a las encuestas realizadas podemos observar que del 74,14% que dijo que el negocio si es rentable el 34% de ellos dicen que es porque si se obtiene para el sustento y el 15% dicen que es porque si hay ganancia, mientras que el 25,86% que dijo que no, el 6% dicen que es por la competencia, y el 3% restante porque no se obtiene para el sustento.

Interpretación.- Es notable ver que de los comerciantes que dijeron que su negocio si es rentable, la mayoría de ellos tan solo obtenían un ingreso mínimo que era el que les ayudaba para el sustento diario, de acuerdo a esto y a las demás observaciones que estos emitieron, podemos determinar que el motivo principal por el que los comerciantes han decidido dedicarse a su actividad por tantos años es porque de una u otra forma logran ayudarse en su economía diaria, muy a pesar de que muchas veces no se logra este objetivo deciden persistir con la esperanza de que lleguen tiempos mejores. Aunque este pensamiento de conformismo por parte de los comerciantes se debería cambiar para que los mismos puedan seguir avanzando y logren un mejor progreso y por ende una mejor estabilidad económica.

18. ¿Contrata personal para que le apoye en el negocio?

TABLA N° 112

PERSONAL CONTRATADO

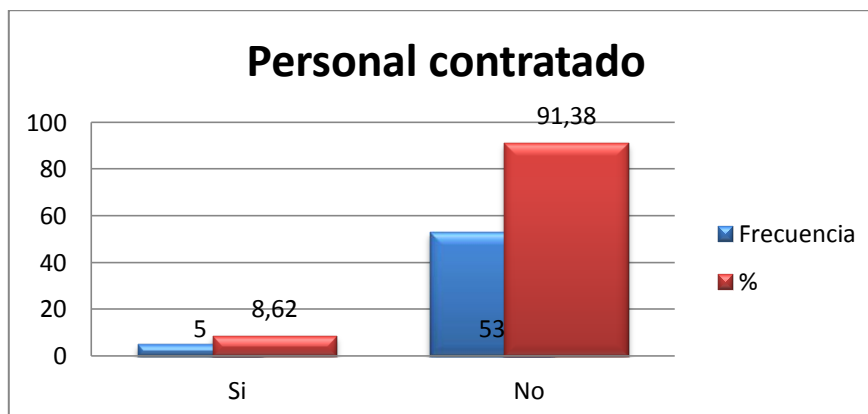
N°	Personal contratado	Frecuencia	%
1	Si	5	8,62
2	No	53	91,38
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 112

PERSONAL CONTRATADO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que el 91,38% de los comerciantes no contratan personal para que le apoye en el negocio, y el 8,62% si lo hacen.

Interpretación.- Ya en preguntas anteriormente analizadas se ha observado que gran parte de ellos obtienen lo necesario en ingresos y que tan solo cuentan con un puesto en el mercado, es por ello que el 91,38% considera no ser necesario contar con personas que le apoye en su negocio, así como también con el 8,62% que dijo que si lo necesita pertenecen al grupo de comerciantes que si contaban con otro puesto de trabajo en el mercado y que si obtenían ganancias en los mismos.

19. ¿En base a la pregunta anterior ¿Qué relación tiene con sus empleados?

TABLA N° 113

RELACIÓN CON EL PERSONAL

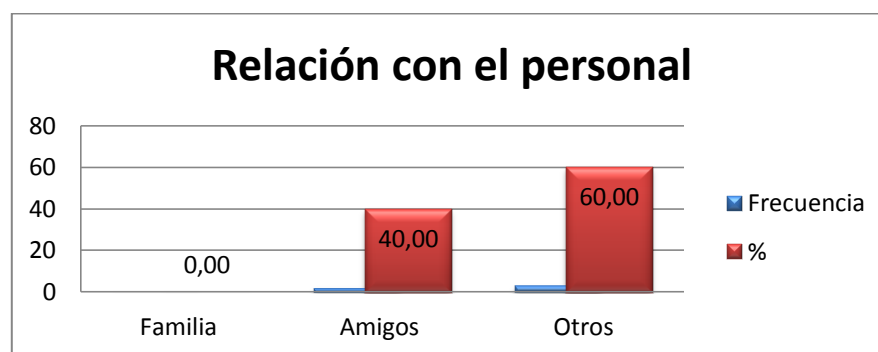
N°	Relación con el personal	Frecuencia	%
1	Familia	0	0,00
2	Amigos	2	40,00
3	Otros	3	60,00
TOTALES		5	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 113

RELACIÓN CON EL PERSONAL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que de los comerciantes que si contratan personal, el 60,00% dicen que la relación que tienen con ellos es ninguna y el 40,00% dicen que son amigos.

Interpretación.- Se cree para los comerciantes que es mejor que sus trabajadores no tengan parentescos o alguna relación afectuosa, ya que en muchas ocasiones se pueden generar disputas o rosen entre ellos, de tal modo que su elección a la hora de buscar apoyo para el negocio es el de contratar personas ajenas a ellos.

20. ¿Cuándo y que cantidad paga usted a sus empleados en promedio?

TABLA N° 114

PROMEDIO Y FORMA DE PAGO

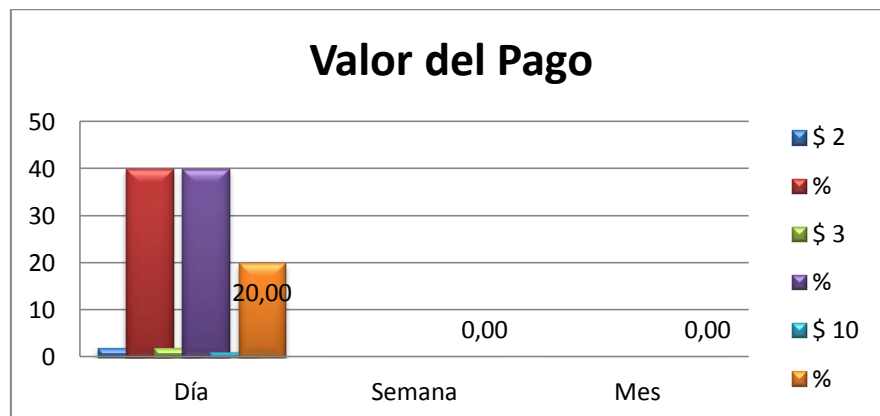
N°	Valor del Pago	USD	%	USD	%	USD	%
		2		3		10	
1	Día	2	40,00	2	40,00	1	20,00
2	Semana	0	0,00	0	0,00	0	0,00
3	Mes	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTALES		2	40	0	40	1	20

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 114

PROMEDIO Y FORMA DE PAGO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que la totalidad de los comerciantes que cuentan con trabajadores, estos realizan su pago 2 comerciantes a 2 dólares 2 a 3 dólares y 1 a 10 dólares por día.

Interpretación.- Se determina con estos resultados que los comerciantes prefieren pagar por día, ya que como lo expusieron les resulta mucho más fácil. Se debería intentar concientizar a los pocos comerciantes que pagan de 2 a 3 dólares por día, pues estos valores no significan una ayuda para la persona que está apoyando, y porque tampoco cumple con el rango de pago por día que establece la ley.

21. ¿Dónde compra los productos que vende?

TABLA N° 115

PROCEDENCIA DEL PRODUCTO

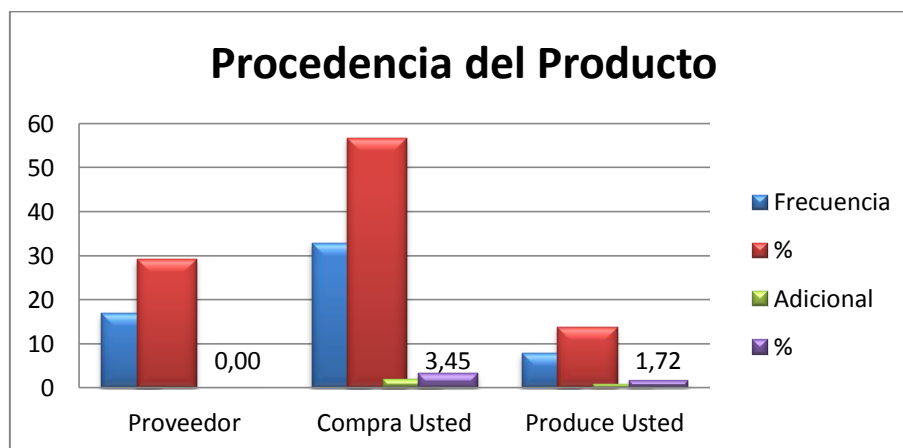
N°	Proveniencia del Producto	Frecuencia	%	Adicional	%
1	Proveedor	17	29,31	0	0,00
2	Compra Usted	33	56,90	2	3,45
3	Produce Usted	8	13,79	1	1,72
TOTALES		58	100	3	5

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 115

PROCEDENCIA DEL PRODUCTO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 56,90% de los comerciantes compran ellos mismos los productos que venden, el 29,31% lo hacen con proveedores, y el 13,79% los producen ellos.

Interpretación.- Para los comerciantes es más adecuado y conveniente adquirir los productos por sus propios medios pues significa un tanto de ahorro, dado que al elegir comprar a proveedores deben pagar un poco más de lo que pagarían normalmente cuando se dirigen a comprar ellos mismos en las diferentes distribuidoras.

22. ¿Cuáles son las condiciones en las cuales adquiere los productos?

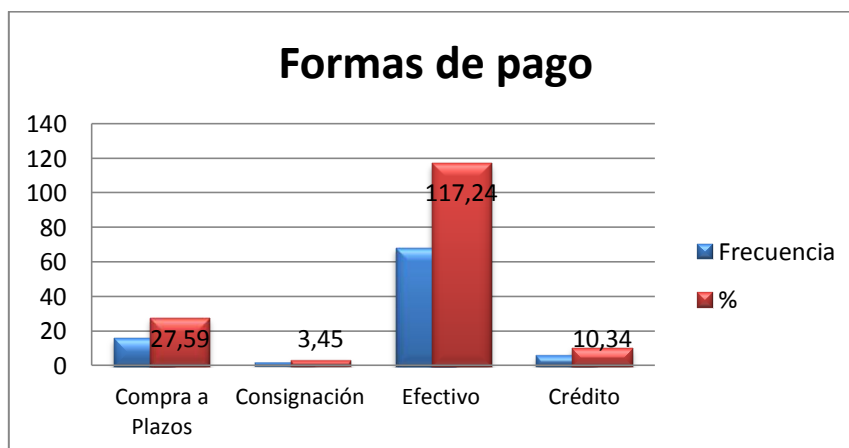
TABLA N° 116
FORMAS DE PAGO

N°	Formas de Pago	Frecuencia	%
1	Compra a Plazos	16	27,59
2	Consignación	2	3,45
3	Efectivo	68	117,24
4	Crédito	6	10,34
TOTALES		92	159

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 18
FORMAS DE PAGO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que las condiciones en que se adquieren los productos el 117,24% de los comerciantes dicen hacerlo en efectivo, el 27,59% compra a plazos, el 10,34% a crédito, y el 3,45% a consignación.

Interpretación.- Sin lugar a duda que el porcentaje mayor de comerciantes que compran su mercadería por sus propios medios como lo señala la pregunta anterior, son los que deben efectuar su pago en efectivo, claro sin dejar de mencionar que también lo hacen a crédito o a plazos pero que este acontecimiento no se da con regularidad.

23. ¿De la cantidad de insumos para la venta, cuál es el porcentaje aproximado que vende?

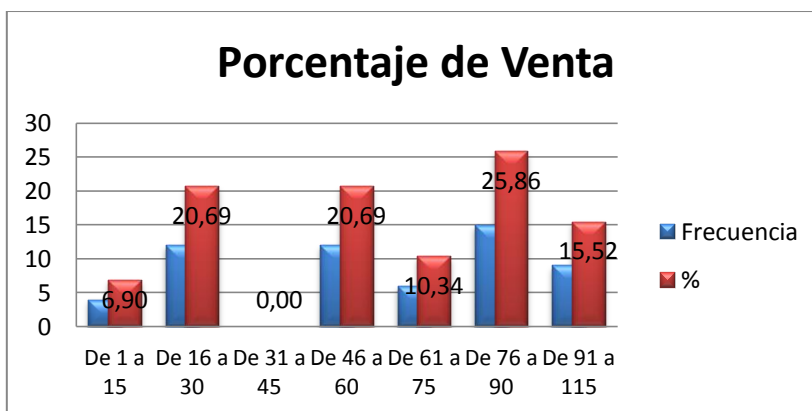
TABLA N° 18
PORCENTAJE DE VENTA

N°	% de Venta	Frecuencia	%
1	De 1 a 15	4	6,90
2	De 16 a 30	12	20,69
3	De 31 a 45	0	0,00
4	De 46 a 60	12	20,69
5	De 61 a 75	6	10,34
6	De 76 a 90	15	25,86
7	De 91 a 115	9	15,52
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 19
PORCENTAJE DE VENTA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que en este mercado, la cantidad de insumos que vende el 25,86% de los comerciantes aproximada es de 76 a 90%, el 20,69% es de 16 a 30% y de 46 a 60%, el 15,52% es de 91 a 115%, el 10,34% es de 61 a 75%, y el 6,90% es de 1 a 15%.

Interpretación.-Se manejan porcentajes considerables de ventas de los productos realizadas por los comerciantes, los mismos que si les recuperar la inversión puesta en su negocio.

24. ¿Qué tipo de impuestos paga usted en este negocio?

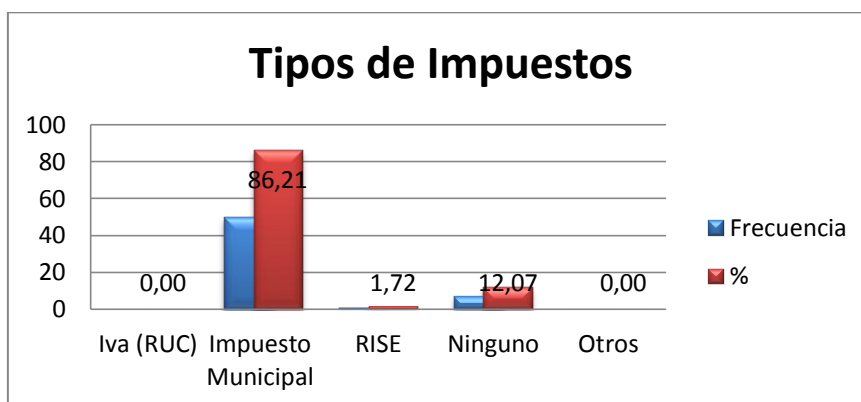
TABLA N° 19
IMPUESTO QUE PAGA

N°	Tipos de Impuestos	Frecuencia	%
1	Iva (RUC)	0	0,00
2	Impuesto Municipal	50	86,21
3	RISE	1	1,72
4	Ninguno	7	12,07
5	Otros	0	0,00
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 20
IMPUESTO QUE PAGA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha podido determinar que el tipo de impuestos que pagan el 86,21% de los comerciantes por el negocio es el impuesto municipal, el 12,07% no pagan ninguno, y el 1,72% pagan RISE y el municipal.

Interpretación.- Los impuestos municipales que se pagan no son tan altos, es por este motivo que los comerciantes ven como una ventaja el permanecer con sus puestos en el mercado, muy pocos son los que tienen que pagar RISE. Lo que se debería intentar mejorar por parte de la municipalidad, es el que se cobre dichos impuestos a todos los comerciantes que tengan su puesto en el mercado, para evitar que existan roces por comerciantes inconformes ante la injusticia de que a unos se les cobre y a otros no.

25. ¿Cree que su nivel de ventas se ve afectado por los vendedores informales?

TABLA N° 20

NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES

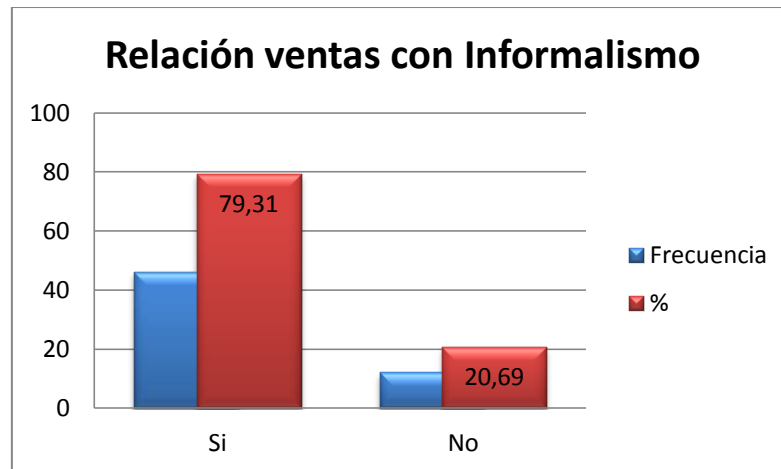
N°	Relación Ventas con Informalismo	Frecuencia	%
1	Si	46	79,31
2	No	12	20,69
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 21

NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que el 79,31% de los comerciantes dicen que su nivel de ventas si se ve afectado por los vendedores informales, mientras que el 20,69% de ellos dicen que no.

Interpretación.- Es realmente preocupante que el porcentaje de afectación de ventas para los comerciantes si sea afectado por los informales ya que ese, es uno de los motivos por los que muchas veces no logran vender lo esperado, pero también es importante recalcar que estas personas informales solo quieren llevar un ingreso a sus hogares, lo que se debería hacer por parte de la municipalidad es de aumentar más mercados, para que estos informales puedan adquirir puestos para poder vender sus productos, de tal modo que ya no se afecte a terceros pues los precios ya no variarían en altos porcentajes, que es el motivo por el cual el pueblo muchas veces prefiere realizar sus compras sus a informales.

26. ¿A su consideración cuál de los siguientes factores incide mayormente en la existencia y permanencia del comercio informal?

TABLA N° 21
CAUSA DE LA EXISTENCIA DE INFORMALES

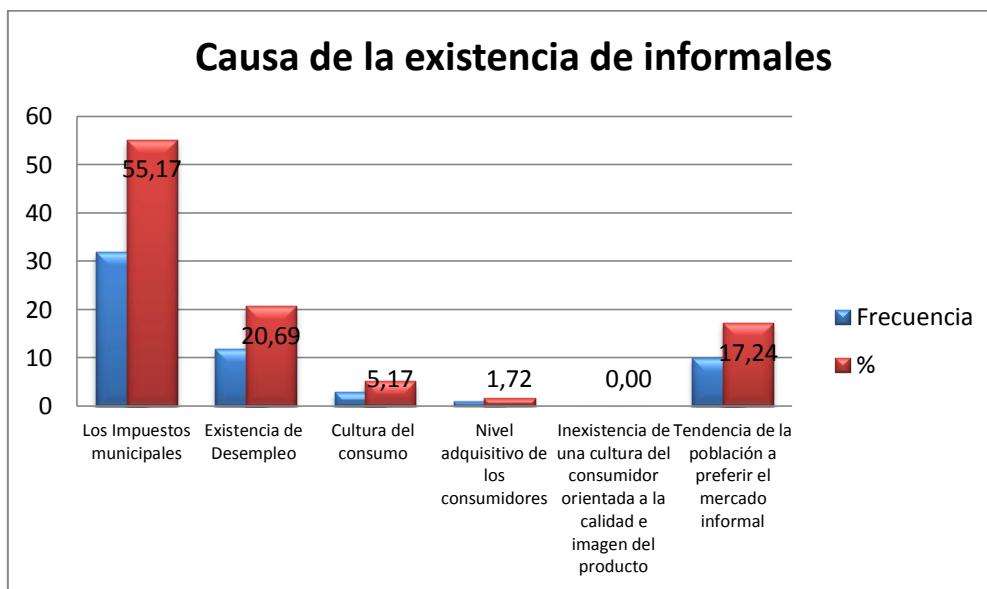
N°	Causa de la existencia de Informales	Frecuencia	%
1	Los Impuestos municipales	32	55,17
2	Existencia de Desempleo	12	20,69
3	Cultura del consumo	3	5,17
4	Nivel adquisitivo de los consumidores	1	1,72
5	Inexistencia de una cultura del consumidor orientada a la calidad e imagen del producto	0	0,00
6	Tendencia de la población a preferir el mercado informal	10	17,24
TOTALES		58	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 22

CAUSA DE LA EXISTENCIA DE INFORMALES



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 55,17% de los comerciantes dicen que los factores que inciden mayormente en la existencia y permanencia del comercio informal, es por los impuestos municipales, el 20,69% por la existencia de desempleo, el 17,24% por la tendencia de la población a preferir el mercado informal, el 5,17% por la cultura del consumo, y el 1,72% por el nivel adquisitivo de los consumidores.

Interpretación.- La municipalidad debería invitar a los comerciantes informales a una charla informativa, que les quite su pensamiento erróneo de que los impuestos que se pagan en los mercados y plazos son demasiado altos, pues al platicar con uno de ellos eso fue lo que nos supieron manifestar, de este modo se ayudaría a que los comerciantes formales ya no sean afectados en sus ventas por dichos comerciantes informales.

Plaza Luis Felipe Chávez

Lugar de Residencia

TABLA N° 22

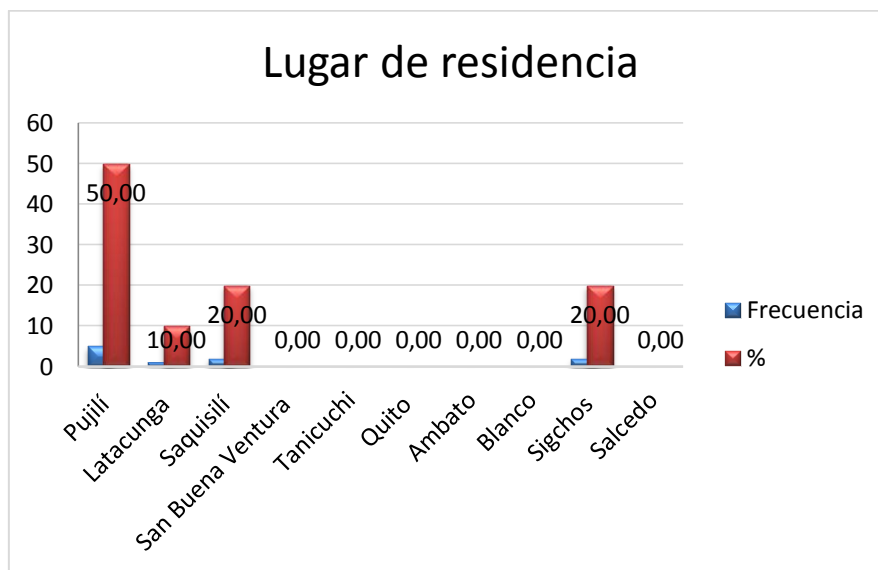
LUGAR DE RESIDENCIA

N°	Lugar de residencia	Frecuencia	%
1	Pujilí	5	50,00
2	Latacunga	1	10,00
3	Saquisilí	2	20,00
4	San Buena Ventura	0	0,00
5	Tanicuchi	0	0,00
6	Quito	0	0,00
7	Ambato	0	0,00
8	Blanco	0	0,00
9	Sigchos	2	20,00
10	Salcedo	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 23
LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 50,00% de los comerciantes de esta plaza son de Pujilí, el 10,00% son de Latacunga, el 20,00% son de Saquisilí, el 20,00% de Sigchos.

Interpretación.- De acuerdo a los porcentajes obtenidos se puede observar que el 50,00% de los comerciantes que realizan sus actividades en esta plaza pertenecen a los alrededores y centro de este cantón lo que resulta positivo para el mismo, pues se puede denotar que la municipalidad está aportando con fuentes de trabajo para el pueblo pujilense, como también para los hermanos de sectores vecinos.

Género

TABLA N° 23

GÉNERO

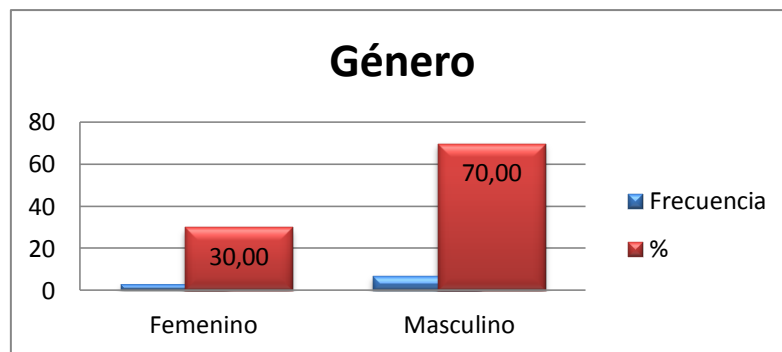
N°	Género	Frecuencia	%
1	Femenino	3	30,00
2	Masculino	7	70,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 24

GÉNERO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se observa que ha existido únicamente un 30,00% de comerciantes femeninos, mientras que el 70,00% restante son masculinos.

Interpretación.- Se observa que la mayoría de los comerciantes que realizan sus actividades en el mercado son hombres, y esto se debe a que en esta plaza se realizan actividades que requieren de un esfuerzo mayor lo supieron manifestar, entre estos están la venta de papas y granos secos. y el 30,00% que se refieren al género femenino, se trata de comerciantes que se dedican a la venta de comida, legumbres o a cocer ropa como ya se irá mostrando posteriormente.

Ocupación (es)

TABLA N° 24

OCUPACIÓN

N°	Ocupación	Frecuencia	%
1	Comerciante	10	100,00
-	Costurera	1	10,00
-	Chofer	1	10,00
-	Estudiante	1	10,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 25

OCUPACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 100% de las personas que ejercen sus actividades en esta plaza son de ocupación comerciantes, de los cuales el 10,00% de ellos también son de ocupación costurera, el 10,00% son choferes y el 10,00% son estudiantes.

Interpretación.- En preguntas que ya se verá posteriormente se observa que el motivo por los que los comerciantes que cuentan con una profesión se dedican a la actividad del comercio, es porque no existen fuentes suficientes de empleo.

Edad

TABLA N° 25

EDAD

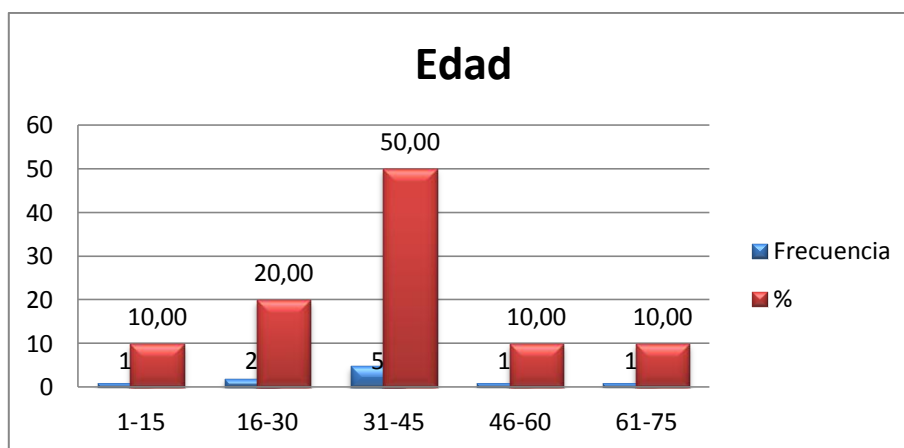
N°	Edad	Frecuencia	%
1	1-15	1	10,00
2	16-30	2	20,00
3	31-45	5	50,00
4	46-60	1	10,00
5	61-75	1	10,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 26

EDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el rango de edad de los comerciantes de esta plaza es de un 50,00% de 31 a 45 años, en un 20,00% de 16 a 30 años, en un 10,00% de 46 a 60 años, en un 10,00% de 1 a 15 años, y de un 10,00% restante de 61 a 75 años.

Interpretación.- Se maneja un rango promedio de edad adecuado para la realización de estas actividades, ya que 30 a 60 años son edades en las que las personas ya cuentan con experiencias de cómo manejar de la mejor manera su actividad, lo que sí es preocupante es el notar que existen menores de edad y jóvenes de edades universitaria, realizando actividades de comercio, así también como adultos mayores que ya deberían no trabajar y lo siguen haciendo.

Estado Civil

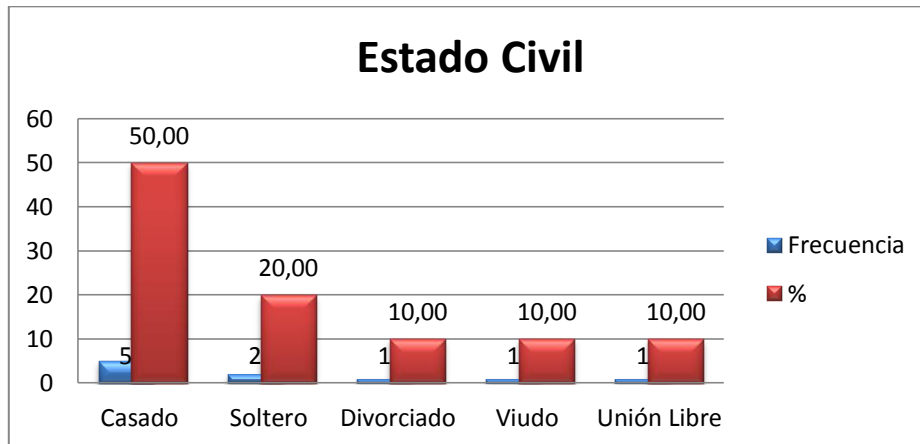
TABLA N° 26
ESTADO CIVIL

N°	Estado Civil	Frecuencia	%
1	Casado	5	50,00
2	Soltero	2	20,00
3	Divorciado	1	10,00
4	Viudo	1	10,00
5	Unión Libre	1	10,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 27
ESTADO CIVIL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que de las personas que realizan su actividad en esta plaza el 50,00% son casados(as), el 20,00% son solteros(as), el 10,00% son divorciados(as), el 10,00% son viudos(as), y el 10,00% son unión libre.

Interpretación.- Se interpreta claramente que la mitad de los comerciantes que realizan sus actividades en esta plaza son casados, lo que nos da una pauta clara de que si se dedicaron a esta actividad, se debe a que están casados y tiene un hogar que mantener.

Ingresos Económicos

TABLA N° 27

NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS

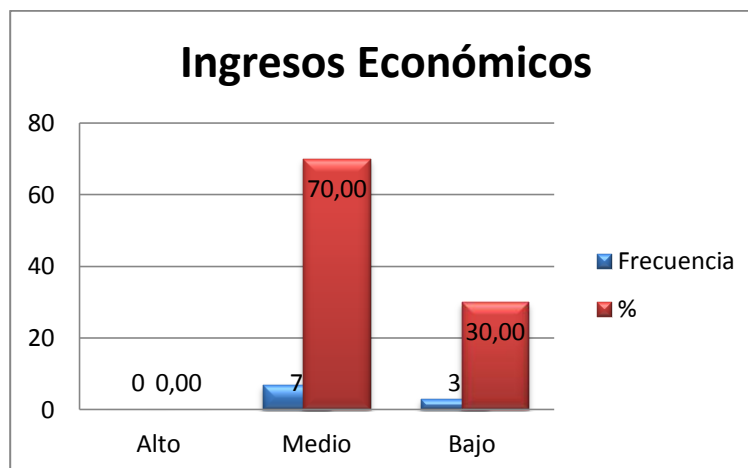
N°	Ingresos Económicos	Frecuencia	%
1	Alto	0	0,00
2	Medio	7	70,00
3	Bajo	3	30,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 28

NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 70,00% de los comerciantes tienen un nivel de ingresos económicos medio, mientras que el 30,00% restante un nivel bajo.

Interpretación.- En esta plaza se encuentra un porcentaje de nivel económico en su mayoría medio, mismo que significa que dichos comerciantes tienen un nivel de vida estable, resultando esto un punto significativamente positivo e importante para el Cantón, mismo que también deberá intentar disminuir los índices de pobreza que se generan en el cantón y no tan solo en el 30,00% de nivel económico bajo que se encuentra en esta plaza.

Número de hijos que conviven con usted

TABLA N° 28

NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE

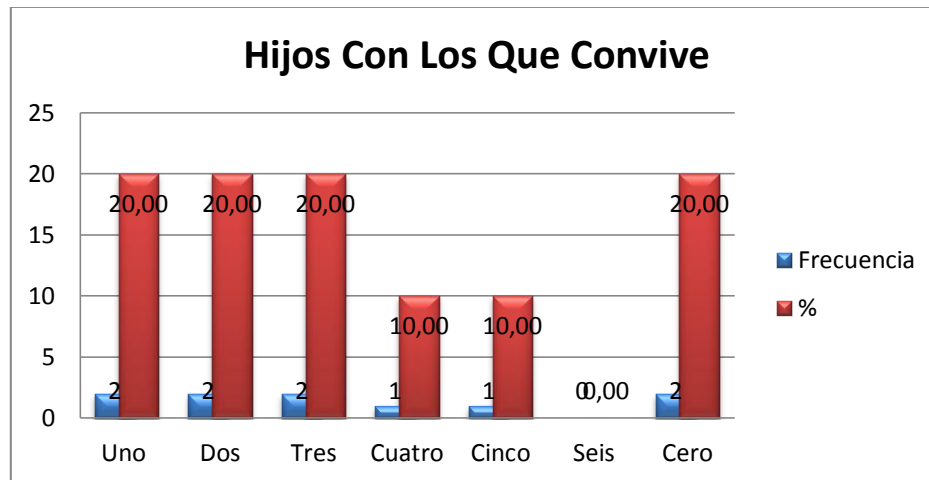
N°	Hijos Con Los Que Convive	Frecuencia	%
1	Uno	2	20,00
2	Dos	2	20,00
3	Tres	2	20,00
4	Cuatro	1	10,00
5	Cinco	1	10,00
6	Seis	0	0,00
7	Cero	2	20,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 29

NÚMERO DE HIJOS CON LOS QUE CONVIVE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesista

Análisis.- De la encuesta realizada a los 10 encuestados de esta plaza, se ha obtenido que 2 viven con 2 hijos, 2 con cero hijos, 2 con un hijo, 2 con tres hijos, 1 con cuatro hijos, y 1 con 5 hijos.

Interpretación.- Se ha observado que los comerciantes de esta plaza la mayoría cuentan con hijos que mantener, pero que aun así su nivel económico se encuentra en el rango de medio en su mayoría y en bajos en los demás.

Nivel Instrucción

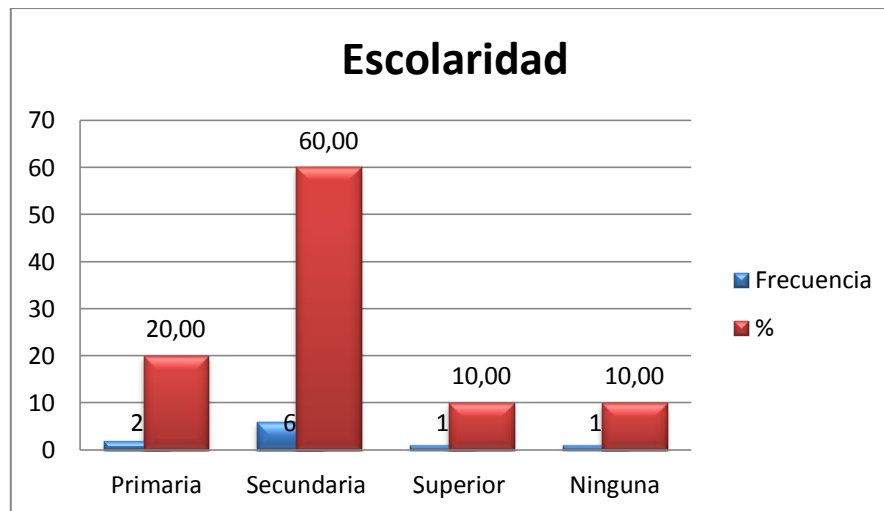
TABLA N° 29
NIVEL DE INSTRUCCIÓN

N°	Escolaridad	Frecuencia	%
1	Primaria	2	20,00
2	Secundaria	6	60,00
3	Superior	1	10,00
4	Ninguna	1	10,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 30
NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 60,00% de los comerciantes tienen una instrucción secundaria, el 20,00% en primaria, el 10,00% en superior, y el 10,00% ninguno.

Interpretación.- Como ya se observa el 60,00% de estos comerciantes han cursado su instrucción secundaria y como ya se determinó en una pregunta anterior, la mayoría de ellos están entre los 31 y 40 años, lo que resulta inquietante el saber del porque estas personas no consiguieron empleo si hace años atrás el único requisito que se exigía para trabajar en alguna empresa era el ser bachiller, del mismo modo el 10,00% pertenecen a una instrucción superior lo que hoy en día es el requisito principal que se pide para poder trabajar en cualquier institución.

Número de hijos que estudian

TABLA N° 30

HIJOS CON LOS QUE VIVE Y ESTUDIAN

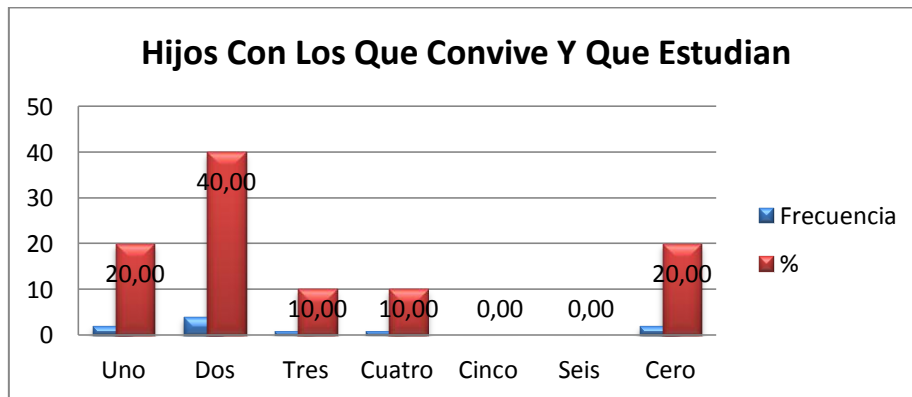
N°	Hijos Con Los Que Convive Y Que Estudian	Frecuencia	%
1	Uno	2	20,00
2	Dos	4	40,00
3	Tres	1	10,00
4	Cuatro	1	10,00
5	Cinco	0	0,00
6	Seis	0	0,00
6	Cero	2	20,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 31

HIJOS CON LOS QUE VIVE Y ESTUDIAN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que de los hijos que conviven con ellos 2 hijos estudian de un 40,00% de los comerciantes, cero hijos de un 20,00%, 1 hijo de un 20,00%, 4 hijos de un 10,00%, y 3 hijos de un 10,00%.

Interpretación.- De los 10 comerciantes encuestados se puede advertir que la mayoría de ellos tiene a su responsabilidad 1 o 4 hijos por mantener, resultado que nos permite entender que dichos comerciantes eligen seguir en sus actividades de comercio con un nivel de vida medio, debido a que no es mucha la responsabilidad que posean, han elegido la conformidad y el conformismo.

Número de hijos que trabajan

TABLA N° 31

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS

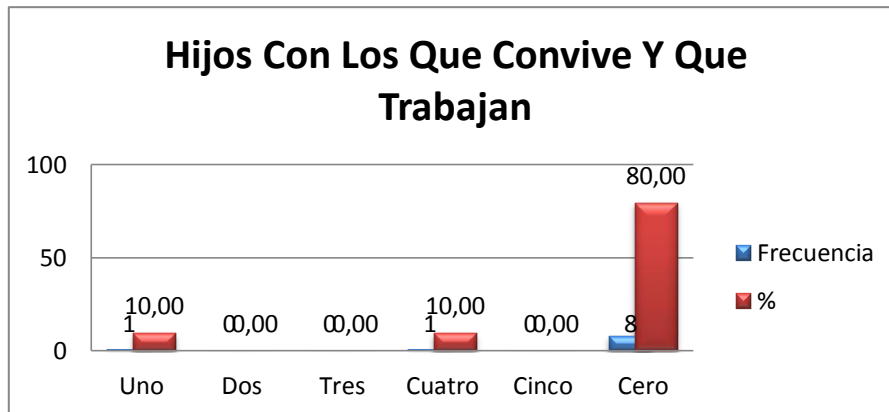
N°	Hijos Con Los Que Convive Y Que Trabajan	Frecuencia	%
1	Uno	1	10,00
2	Dos	0	0,00
3	Tres	0	0,00
4	Cuatro	1	10,00
5	Cinco	0	0,00
6	Cero	8	80,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 32

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y QUE CONVIVE CON ELLOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que de los hijos que conviven con ellos trabajan y estos aportan al hogar es, 1 hijo del 10,00% de los comerciantes, 4 del 10,00% y cero hijos en el 80,00%

Interpretación.- Se observa que el porcentaje más alto lo ocupa el de cero hijos que trabajan y aportan al hogar, esto se da debido a que como ya se vio anteriormente se encuentran estudiando o no tienen hijos, de modo que el porcentaje del 10,00% de las familias que dicen que sus hijos si trabajan corresponden corresponde a las familias que dijeron no tienen hijos estudiando.

De los hijos que trabajan, estos aportan al hogar

TABLA N° 32

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y APORTAN AL HOGAR Y QUE CONVIVE CON ELLOS

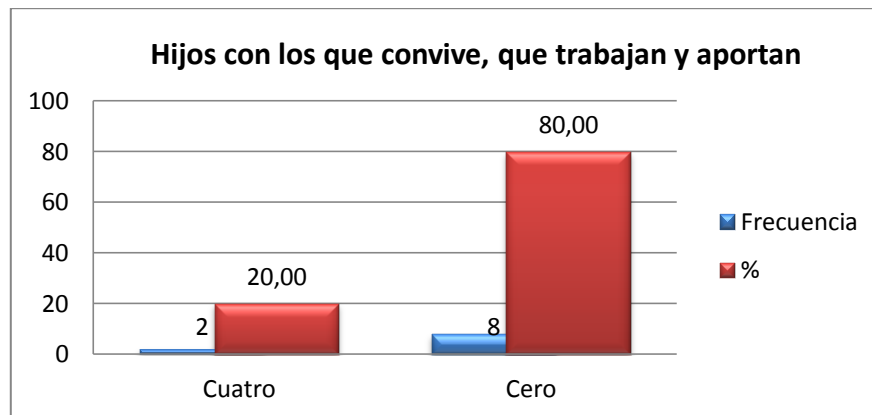
N°	Hijos con los que convive, que trabajan y aportan	Frecuencia	%
4	Cuatro	2	20,00
5	Cero	8	80,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 33

NÚMERO DE HIJOS QUE TRABAJAN Y APORTAN AL HOGAR Y QUE CONVIVE CON ELLOS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha observado que el número de hijos que conviven con ellos 4 hijos trabajan y aportan al hogar de un 20,00% de los comerciantes, y cero hijos en un 80,00%.

Interpretación.- Se puede observar que de los hijos que viven con ellos y ya trabajan si ayudan en un tanto por ciento en el hogar a dichos comerciantes, resultado que como lo manifestaron, esto permite que puedan mantener un nivel de vida tranquilo.

1. ¿Considera que el mercado es uno de los mercados más importantes con que cuenta la ciudad?

TABLA N° 33

IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA

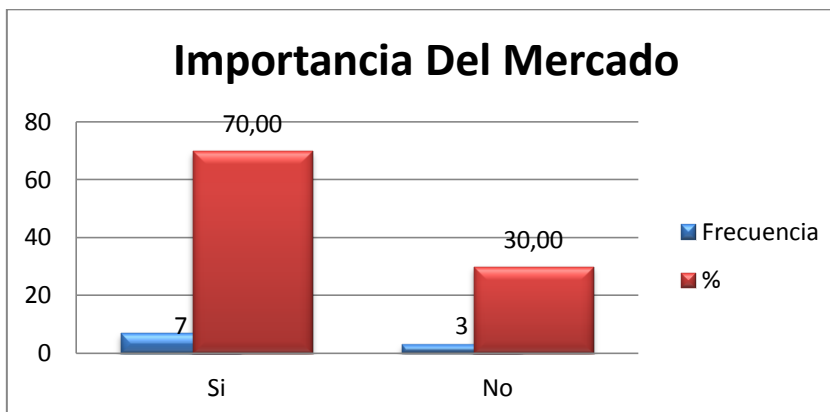
N°	Importancia Del Mercado	Frecuencia	%
1	Si	7	70,00
2	No	3	30,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 34

IMPORTANCIA DEL MERCADO O PLAZA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 70,00% de los comerciantes dicen que el mercado si es uno de los mercados más importantes con el que cuenta la ciudad, mientras que el 30,00% dicen que no lo es.

Interpretación.- Se puede advertir que dichos resultados reflejan un aspecto muy positivos para el Cantón Pujilí, ya que si la mayoría de los comerciantes que ejercen sus actividades en el lugar opinan que esta plaza es una de las más importantes del Cantón, es porque si ven concurrencia de gente local o turista en la misma, ya sea que esta se disponga a adquirir sus productos o simplemente a observar.

2. ¿Cómo evalúa las condiciones higiénicas sanitarias del mercado?

TABLA N° 34

CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS

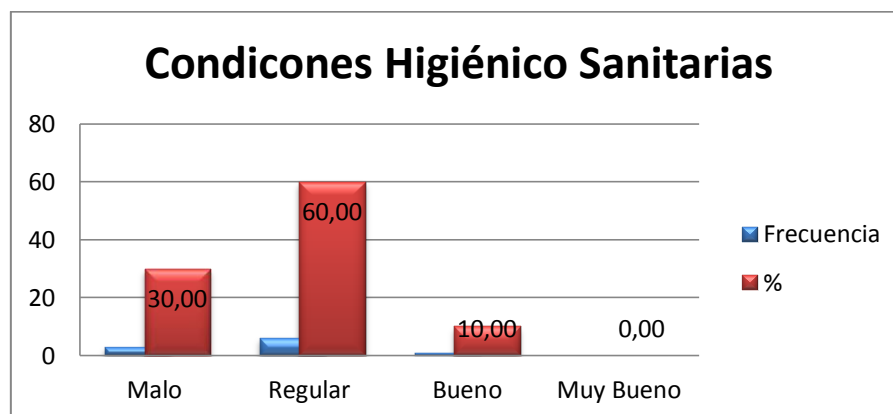
N°	Condiciones Higiénico Sanitarias	Frecuencia	%
1	Malo	3	30,00
2	Regular	6	60,00
3	Bueno	1	10,00
4	Muy Bueno	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 35

CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 60,00% de los comerciantes afirman que las condiciones higiénico sanitarias de esta plaza es regular, el 30,00% es malo, y tan solo el 10,00% que es bueno.

Interpretación.- Se torna un tanto alarmantes dicha situación, ya que definitivamente no es aceptable ni saludable que los comerciantes y el pueblo en general no tengan un lugar disponible donde puedan realizar sus necesidades biológicas al encontrarse en esta plaza, o que en el peor de lo casos los sanitarios se encuentren en condiciones insalubres. Se considera necesario que la municipalidad busque una inmediata solución a este problema que aqueja tanto a propio como a extraños y que sin duda deja mucho que desear de esta plaza.

3. ¿Cómo evalúa los niveles de basura que se genera en el mercado?

TABLA N° 35

NIVELES DE BASURA

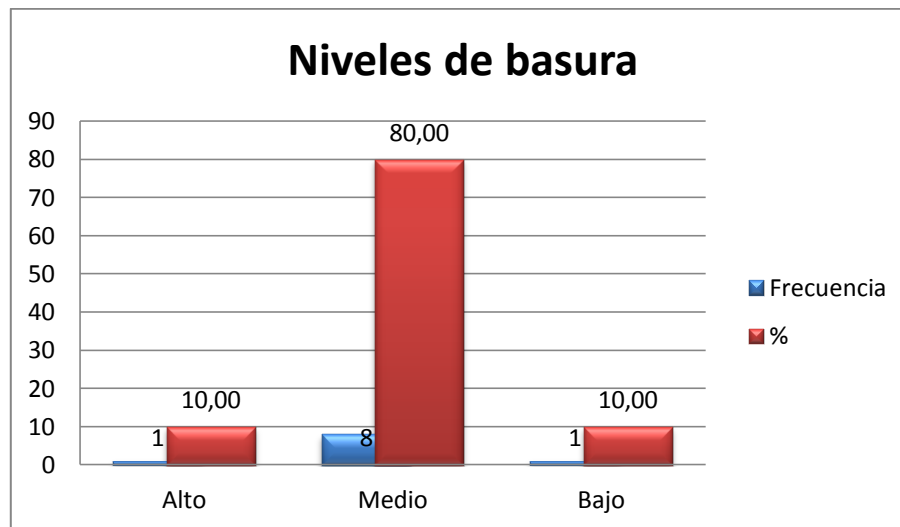
N°	Niveles de Basura	Frecuencia	%
1	Alto	1	10,00
2	Medio	8	80,00
3	Bajo	1	10,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 36

NIVELES DE BASURA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 80,00% de los comerciantes, opinan que los niveles de basura que se generan en el mercado se encuentran en un nivel medio, el 10,00% en un nivel alto, mientras que el 10,00% restante dicen estar en un nivel bajo.

Interpretación.- En esta plaza se ha encontrado que se genera un considerable nivel de basura en sus patios y alrededores, esto se da debido a que no existen los suficientes tachos de basura en la misma, por lo que se recomienda a la municipalidad que se realice un control y de ser posible se de una pronta solución ha dicho malestar, puesto que la imagen que en estos momentos está presentando la plaza no es la más indicada ni saludable

4. ¿Cómo evalúa los niveles de contaminación ambiental por smog, gases y emisión vehicular que se genera alrededor del mercado?

TABLA N° 36

NIVELES DE CONTAMINACIÓN

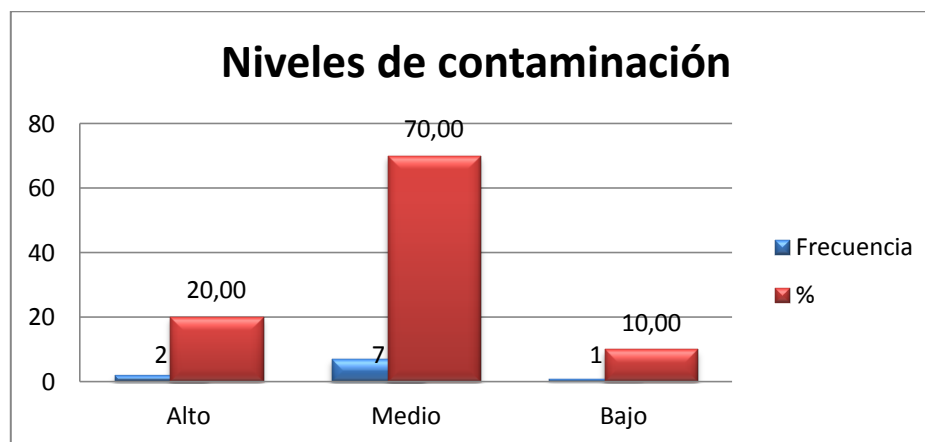
N°	Niveles de Contaminación	Frecuencia	%
1	Alto	2	20,00
2	Medio	7	70,00
3	Bajo	1	10,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 37

NIVELES DE CONTAMINACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 70,00% de los comerciantes dicen que los niveles de contaminación ambiental por smog, gases y emisión vehicular que se genera alrededor del mercado es medio, el 20,00 es bajo, y el 10,00% restante se encuentra en un nivel alto.

Interpretación.- Se puede notar que la contaminación ambiental producida por smog, gases y emisión vehicular que se genera alrededor de este mercado, no tiene un efecto exagerado ni preocupante ya que su se encuentra en un grado medio de contaminación, que se puede decir es un porcentaje equilibrado, pero que no por ello es algo que se lo puede descuidar y no mejorar.

5. ¿Considera necesario promover cambios en la infraestructura del lugar donde se ubica el mercado?

TABLA N° 37

NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA

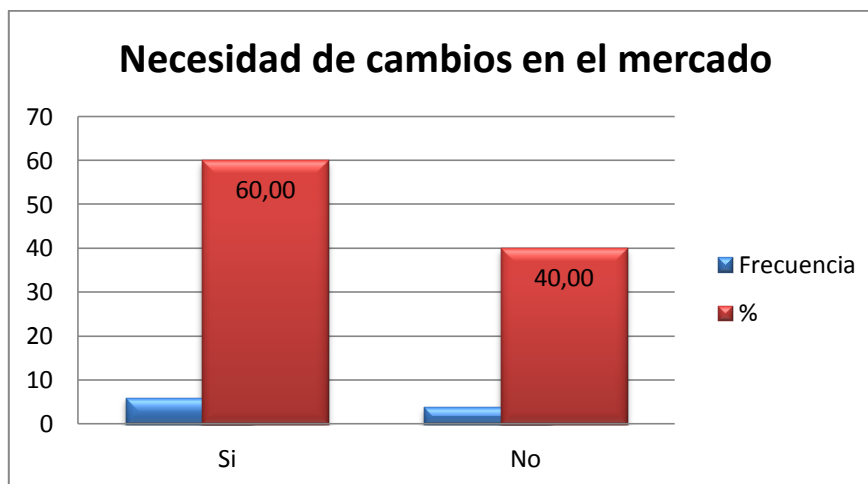
N°	Necesidad de cambios en el mercado	Frecuencia	%
1	Si	6	60,00
2	No	4	40,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 38

NECESIDAD DE PROMOVER CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realiza se ha obtenido que el 60,00% de los comerciantes dicen si es necesario promover cambios en la infraestructura del lugar, mientras que el 40,00% de ellos dice que no.

Interpretación.- De acuerdo a los datos alcanzados, se puede exponer que la mayoría de los comerciantes afirman que si se considera realizar una mejora en la infraestructura, ya que dicha plaza no cuenta con ningún tipo de cubierta, dejando a los comerciantes a la intemperie. Y esto se debe a que la actividad de trabajo que en esta plaza se realiza no requiere o se ve necesario una cubierta, pero lo que si se podría recomendar a la municipalidad es que se doten de carpas acordes a cada actividad, misma solución que permitirá que los turistas sigan apreciando el colorido de sus carpas.

6. Mencione Usted el tipo de producto vende

TABLA N° 38

TIPO DE PRODUCTO QUE VENDE

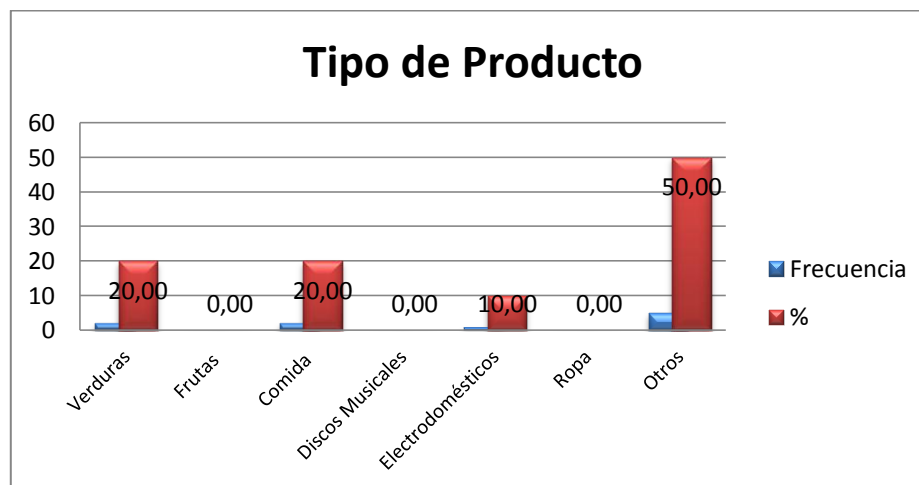
N°	Tipo de Producto	Frecuencia	%
1	Verduras	2	20,00
2	Frutas	0	0,00
3	Comida	2	20,00
4	Discos Musicales	0	0,00
5	Electrodomésticos	1	10,00
6	Ropa	0	0,00
7	Otros	5	50,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 39

TIPO DE PRODUCTO QUE VENDE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

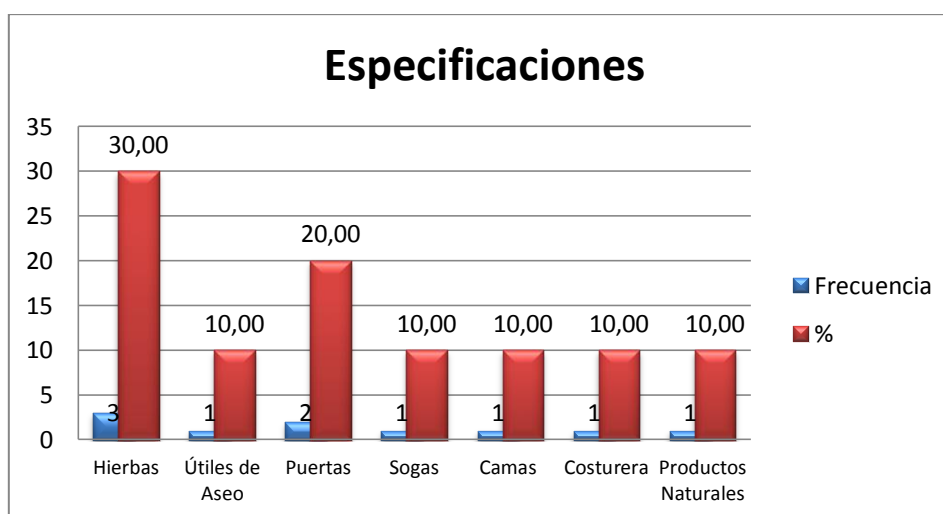
TABLA N° 39
OTROS; ESPECIFICACIÓN

Otros: Especificaciones			
N°	Tipo de Producto	Frecuencia	%
7.1	Hierbas	3	30,00
7.2	Útiles de Aseo	1	10,00
7.3	Puertas	2	20,00
7.4	Sogas	1	10,00
7.5	Camas	1	10,00
7.6	Costurera	1	10,00
7.7	Productos Naturales	1	10,00
Totales Subcategoría		10	100,00

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 40
OTROS; ESPECIFICACIÓN



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 50,00% de los productos que venden los comerciantes en esta plaza corresponde a otros productos, los mismos que se dividen en un 30,00% en hierva, un 10,00% en camas, un 20,00% en puertas, un 10,00% en útiles de aseo, un 10,00% en sogas, un 10,00% en costura, y un 10,00% en productos naturales, por consiguiente el otro 50% restante se divide en un 20,00% en comida, y en un 20,00% en verduras.

Interpretación.- Se puede observar que las actividades que en su mayoría se realizan en esta plaza, corresponden a puestos de comida, verduras y hierva, para lo que se ve necesario realice la municipalidad un proyecto que se refiera a la adecuada distribución de puestos, puesto que no pueden seguir vendiendo hierva, sogas y demás en la misma zona donde se vende los alimentos.

7. ¿Estaría en condiciones de apoyar a la Municipalidad en caso de que se necesitara hacer cambios al mercado?

TABLA N° 40

CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD

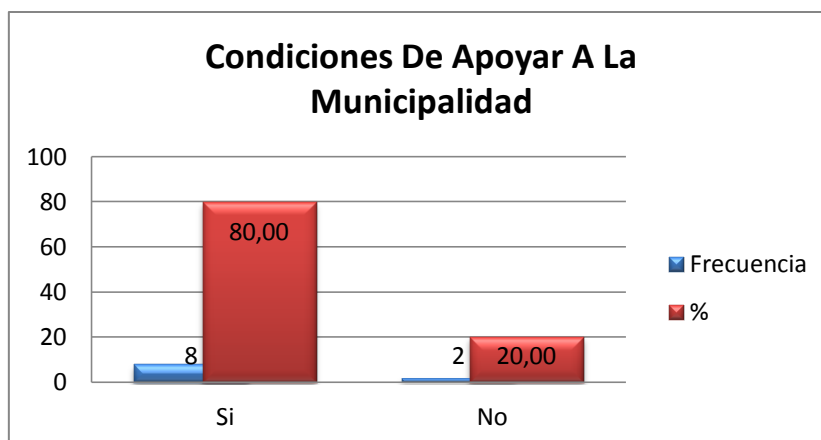
N°	Condiciones De Apoyar A La Municipalidad	Frecuencia	%
1	Si	8	80,00
2	No	2	20,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 41

CONDICIONES DE APOYAR A LA MUNICIPALIDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 80,00% de los comerciantes dicen si estar en condiciones de apoyar a la Municipalidad en caso de que se necesitare hacer cambios en la plaza, mientras que el 20,00% dice que no.

Interpretación.- Los cambios que se necesitan en esta plaza son muchos y muy necesarios, y como ya se puede observar la moría de las personas que se encuentran realizando sus actividades en este mercado, están con toda la disposición de apoyar en todo lo que se requiera, de modo que se recomienda que las autoridades a cargo empiecen a ejecutar proyectos de mejoras en esta plaza.

8. A su modo de ver, ¿Qué necesidades considera usted que se deberían cubrir en este lugar?

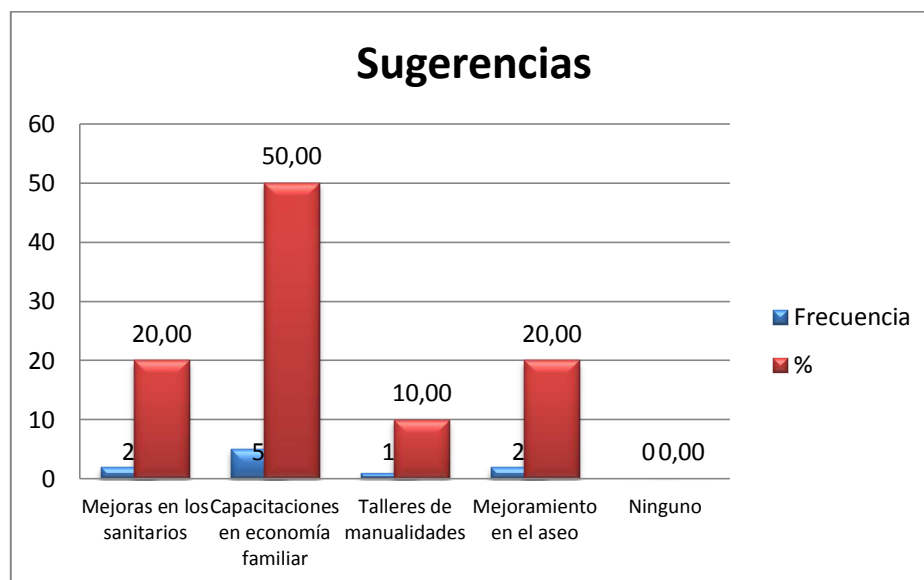
TABLA N° 41
SUGERENCIAS

N°	Sugerencias	Frecuencia	%
1	Mejoras en los sanitarios	2	20,00
2	Capacitaciones en economía familiar	5	50,00
3	Talleres de manualidades	1	10,00
4	Mejoramiento en el aseo	2	20,00
5	Ninguno	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 42
SUGERENCIAS



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 50,00% de los comerciantes, dicen que las necesidades que se deben cubrir es en capacitaciones en economía familiar, el 20,00% en mejoras de los sanitarios, el 20,00% en mejoramiento del aseo, y 10,00% en sanitarios, y el 10,00% en talleres de manualidades.

Interpretación.- Como ya en análisis de preguntas anteriores se muestran q los comerciantes de esta plaza si obtienen un tanto de ganancias en su negocio, pero que no han sabido cómo lograr conseguir que esta ganancia dure o se acumule. Y es por ello que la mitad de estos comerciantes expresan ser necesaria una capacitación en ahorro de la economía familiar, así como también mejoras en los sanitarios y en el aseo.

9. Mencione aproximadamente cuantos años tiene en este negocio

TABLA N° 42

AÑOS DEL NEGOCIO

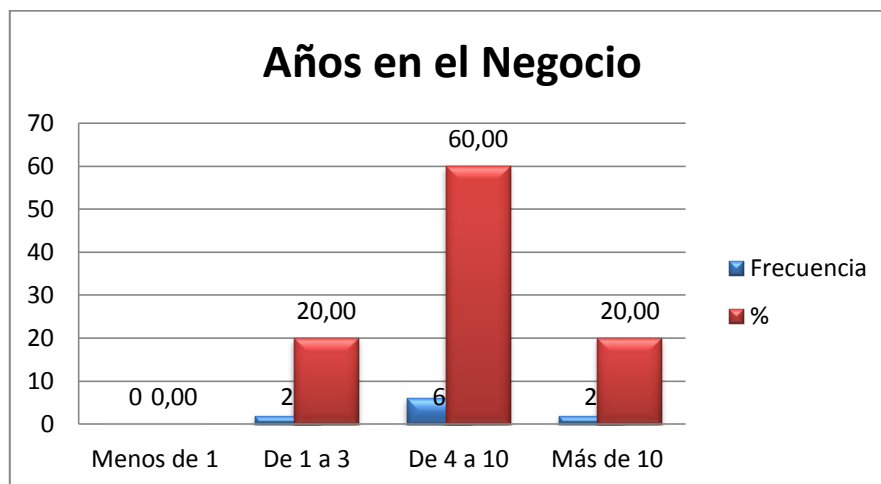
N°	Años en el Negocio	Frecuencia	%
1	Menos de 1	0	0,00
2	De 1 a 3	2	20,00
3	De 4 a 10	6	60,00
4	Más de 10	2	20,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 43

AÑOS DEL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 60,00% de los comerciantes ya llevan de 4 a 10 años realizando sus actividades en esta plaza, el 20,00% más de 10 años, el 20,00% de 1 a 3 años.

Interpretación.- Esta plaza como ya se dijo anteriormente se la considera muy importante para el Cantón Pujilí Centro, y como se puede notar muy a pesar de todas las insuficiencias que se encuentran en esta plaza, sus comerciantes ya llevan ejecutando sus actividades más de 5 años, gracias a que es una plaza muy conocida y concurrida lo que les ha permitido seguir comercializando sus productos y demás.

10. ¿Podría indicar qué días de la semana labora usted en este oficio?

TABLA N° 43

DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO

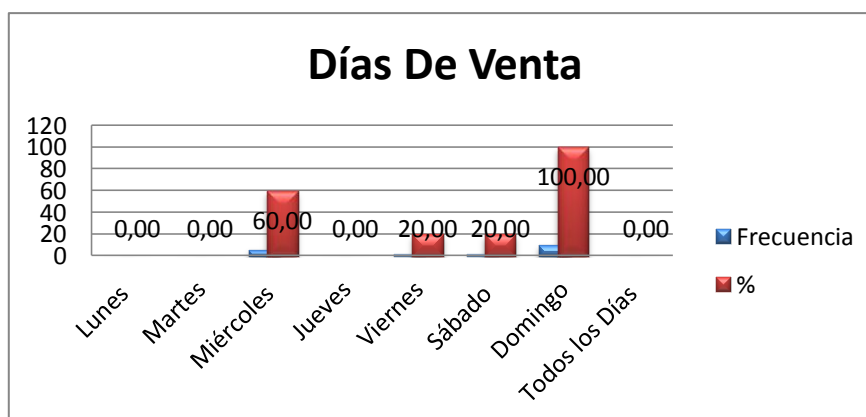
N°	Días De Venta	Frecuencia	%
1	Lunes	0	0,00
2	Martes	0	0,00
3	Miércoles	6	60,00
4	Jueves	0	0,00
5	Viernes	2	20,00
6	Sábado	2	20,00
7	Domingo	10	100,00
8	Todos los Días	0	0,00
TOTALES		20	200

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 44

DÍAS EN LOS QUE LABORA EN EL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que de los comerciantes de esta plaza, el 100,00% realizan sus actividades los domingos, pero que también en un 60,00% de estos los miércoles, un 20,00% los viernes, y un 20,00% los sábados.

Interpretación.- Como se puede observar los días domingos son los días de mayor afluencia de los puestos de ventas de los comerciantes, esto se debe a que los días domingos se da la feria en este Cantón y es cuando más concurrencia existe de la visita de propios y extraños al lugar, como también los días miércoles asisten a sus ventas con la diferencia de que este día solo son pocos los comerciantes que deciden abrir sus puestos.

11. ¿Aproximadamente cuantas horas trabaja en este oficio al día?

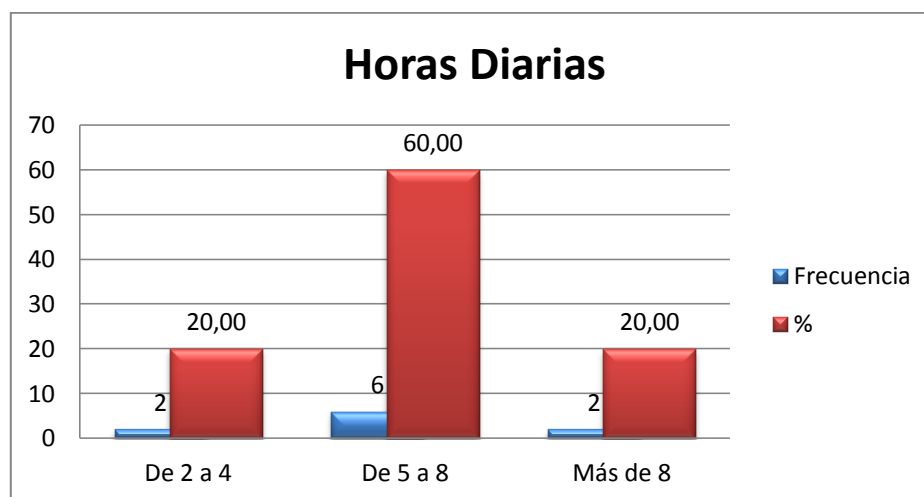
TABLA N° 44
HORAS AL DÍA DE LABOR

N°	Horas Diarias	Frecuencia	%
1	De 2 a 4	2	20,00
2	De 5 a 8	6	60,00
3	Más de 8	2	20,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 45
HORAS AL DÍA DE LABOR



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 20,00% de los comerciantes realizan más de 8 horas diarias de sus actividades, el 20,00% de 2 a 4 horas, y el 60,00% de 5 a 8 horas.

Interpretación.- La mayoría de las ventas que se realizan en esta plaza, requieren de 8 horas de trabajo para realizar la venta casi total de sus productos, por ejemplo los comerciantes que venden comida y papas, es por esto que se ve un mayor porcentaje en dicho rango de horas, así también en gran parte de ellos tan solo necesitan de 2 a 4 horas, cave recalcar que en estas horas no se logra vender el 100% de su mercadería, pero que resulta un tanto inútil permanecer en la venta de sus productos tantas horas ya que su producto tiene mayor demanda tan solo en horas de la mañana.

12. ¿Tiene varios puestos en la misma zona?

TABLA N° 45

PUESTOS EN LA MISMA ZONA

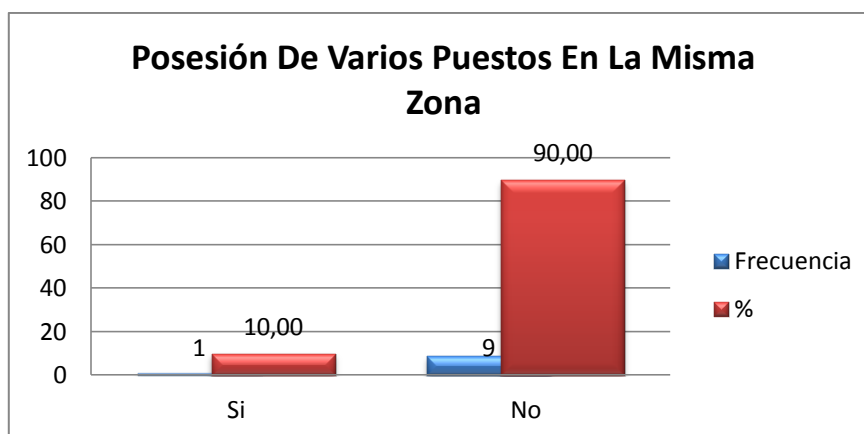
N°	Posesión De Varios Puestos En La Misma Zona	Frecuencia	%
1	Si	1	10,00
2	No	9	90,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 46

PUESTOS EN LA MISMA ZONA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que del 100% de los encuestados, 90,00% de ellos dicen no tener varios puestos en la misma zona, mientras que el 10,00% dicen que sí.

Interpretación.- Es evidente el notar que gran parte de los comerciantes que realizan sus actividades en esta plaza, no tienen las posibilidades para poder optar por otro puesto, pero que si sería bueno y necesario tenerlo ya que gran parte de las personas que concurren al lugar, no ingresan a toda la plaza y motivo a esto es que no todos los puestos pueden vender con satisfacción sus productos.

13. ¿Cuál es su inversión semanal en el negocio?

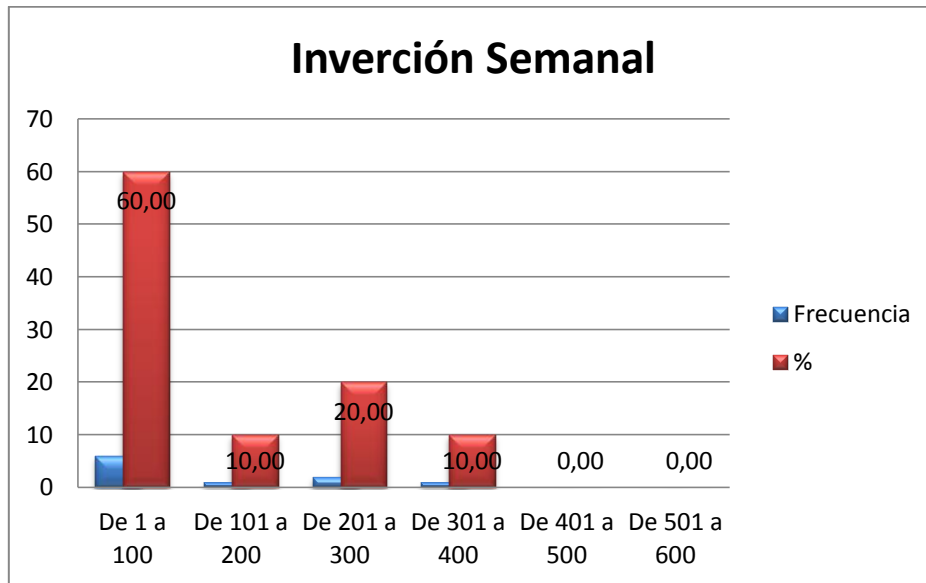
TABLA N° 46
INVERSIÓN SEMANAL

N°	Inversión Semanal	Frecuencia	%
1	De 1 a 100	6	60,00
2	De 101 a 200	1	10,00
3	De 201 a 300	2	20,00
4	De 301 a 400	1	10,00
5	De 401 a 500	0	0,00
6	De 501 a 600	0	0,00
7	De 601 a 700	0	0,00
8	De 701 a 800	0	0,00
9	De 801 a 900	0	0,00
10	De 901 a 1000	0	0,00
11	Más de 1000	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 47
INVERSIÓN SEMANAL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 60,00% de los comerciantes tienen una inversión de 1 a 100 dólares semanales, el 20,00% de 201 a 300 dólares, el 10,00% de 101 a 200 dólares.

Interpretación.- Se puede determinar que los comerciantes de esta plaza no tienen que invertir grandes cantidades para poder seguir manteniendo su puesto de venta, pues muchos de ellos argumentaron que como no siempre se vende pues no se ven en la necesidad de invertir en nuevos productos, pero del mismo modo otros si logran alcanzar su objetivo para lo que tienen que realizar altas inversiones, pero que esto no se lo consigue siempre.

14. ¿Cuál es el motivo principal por el cual ha decidido dedicarse a este negocio?

TABLA N° 47

RAZONES DE HABERSE DEDICADO AL NEGOCIO

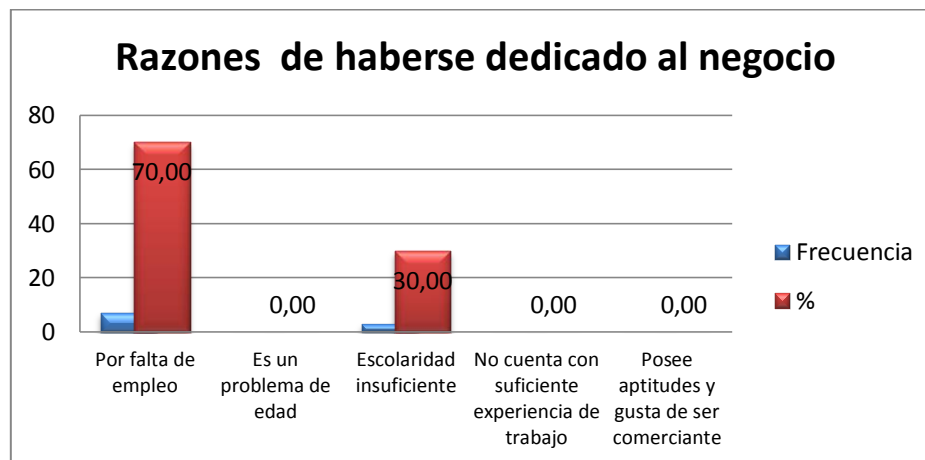
N°	Razones de haberse dedicado al negocio	Frecuencia	%
1	Por falta de empleo	7	70,00
2	Es un problema de edad	0	0,00
3	Escolaridad insuficiente	3	30,00
4	No cuenta con suficiente experiencia de trabajo	0	0,00
5	Posee aptitudes y gusta de ser comerciante	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 48

RAZONES DE HABERSE DEDICADO AL NEGOCIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 70,00% de los comerciantes han decidido dedicarse a este negocio por falta de empleo, y el 30,00% por escolaridad insuficiente.

Interpretación.- Se puede advertir entonces que si el 70,00% de las personas que realizan sus actividades en esta plaza se han dedicado a esta actividad, es porque no existen suficientes fuentes de trabajo no solo en el Cantón como tal, sino también en toda la Provincia, hecho que resulta alarmante para la Provincia de Cotopaxi como para el Gobierno Ecuatoriano. Solución a ello es que se generen más fuentes de empleo en la Provincia de Cotopaxi.

15. ¿Qué beneficios ha encontrado al dedicarse a esta actividad?

TABLA N° 48

BENEFICIOS DE DEDICARSE A LA ACTIVIDAD

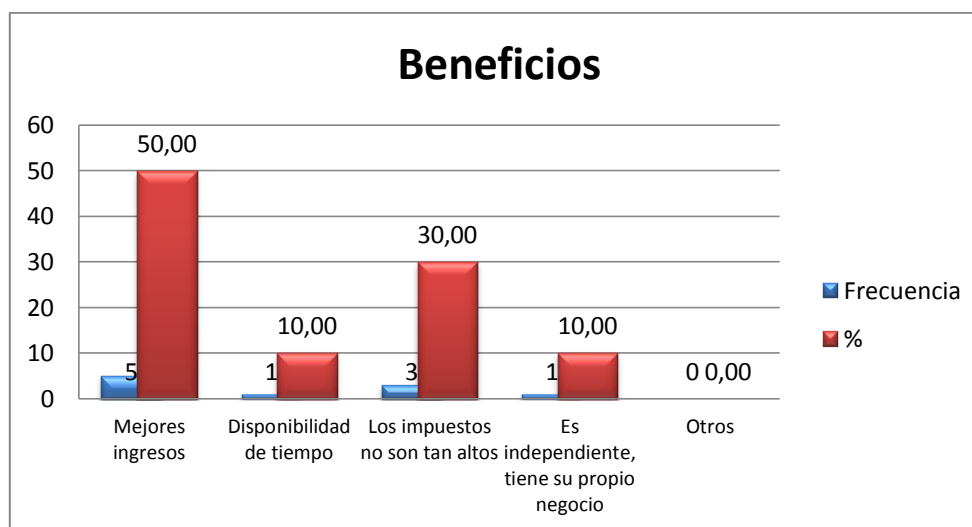
N°	Beneficios	Frecuencia	%
1	Mejores ingresos	5	50,00
2	Disponibilidad de tiempo	1	10,00
3	Los impuestos no son tan altos	3	30,00
4	Es independiente, tiene su propio negocio	1	10,00
5	Otros	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 49

BENEFICIOS DE DEDICARSE A LA ACTIVIDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 50,00% de los comerciantes dicen que el beneficio que han encontrado al dedicarse a esta actividad ha sido el obtener mejores ingresos, el 30,00% en que los impuestos no son tan altos, el 10,00% en disponibilidad de tiempo y el 10% en ser independiente y tener su propio negocio.

Interpretación.- Con estos resultados obtenidos se consigue distinguir que la mayoría de los comerciantes encuentran como un importante beneficio del haberse dedicado al actividad del comercio, es de poder contar con ingresos suficientes para subsistir, así también el no tener que pagar impuestos exagerados.

16. ¿Qué desventajas ha encontrado al dedicarse a esta actividad?

TABLA N° 49

DESVENTAJAS DE DEDICARSE A LA ACTIVIDAD

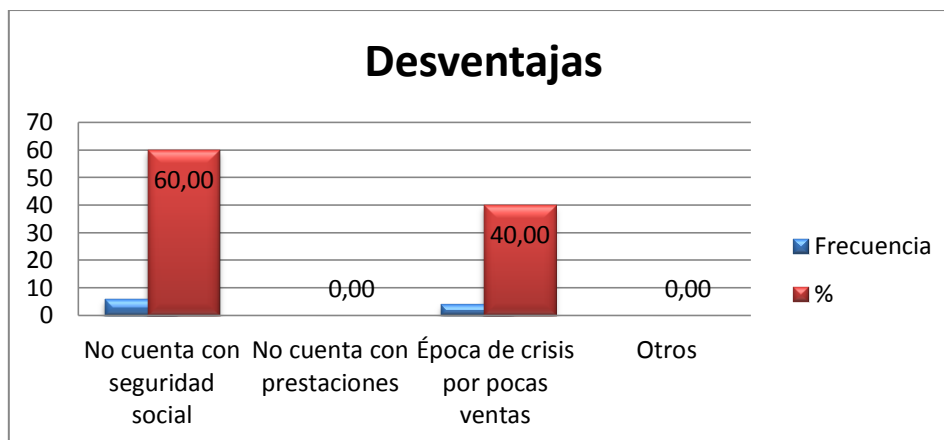
N°	Desventajas	Frecuencia	%
1	No cuenta con seguridad social	6	60,00
2	No cuenta con prestaciones	0	0,00
3	Época de crisis por pocas ventas	4	40,00
4	Otros	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 50

DESVENTAJAS DE DEDICARSE A LA ACTIVIDAD



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que en un 60,00% de los comerciantes han encontrado que la desventaja de haberse dedicado a esta actividad, es la de no contar con seguridad social, y para el 40,00% es la de caer en época de crisis por pocas ventas.

Interpretación.- Los comerciantes a pesar de no siempre alcanzar los objetivos en sus ventas, son muy felices al tener sus propios puestos de venta, pero como se puede percibir su desventaja es que esto no les permite tener un seguro social, lo que les deja como resultado un terrible malestar, pues ahora contar con atención médica a tiempo es difícil o demasiado cara, y sin duda es igualmente preocupante cuando tienen que enfrentarse a épocas de crisis por las bajas ventas.

17. ¿Usted considera que este oficio es rentable?

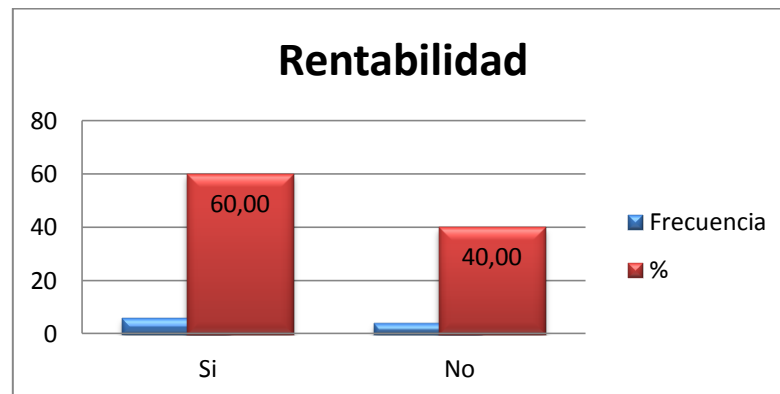
TABLA N° 50
RENTABILIDAD DEL OFICIO

N°	Rentabilidad	Frecuencia	%
1	Si	6	60,00
2	No	4	40,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 51
RENTABILIDAD DEL OFICIO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

¿Por qué?:

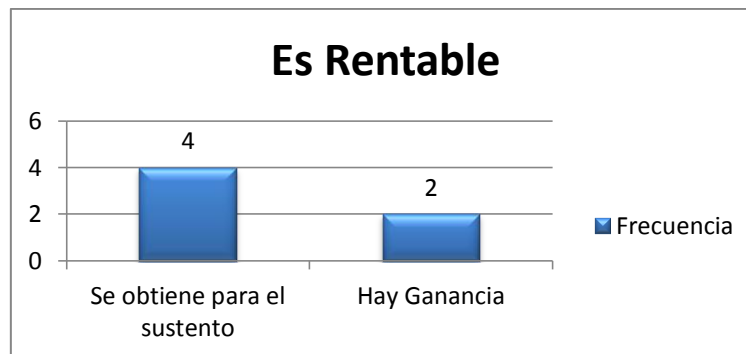
TABLA N° 51
ES RENTABLE

N°	Sí; por qué?	Frecuencia
1	Se obtiene para el sustento	4
2	Hay Ganancia	2
TOTALES		6

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 52
ES RENTABLE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

TABLA N° 52
NO ES RENTABLE

N°	No por qué?	Frecuencia
1	No se obtiene para el sustento	0
2	Competencia	4
TOTALES		4

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 53
NO ES RENTABLE



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 60,00% de los comerciantes afirman que el negocio si es rentable, donde 4 de estos dicen que es porque se obtiene para el sustento, y 2 porque se obtiene ganancia, mientras que el 40,00% que dijo que no es rentable, afirman que es porque existe mucha competencia.

Interpretación.- De acuerdo a los datos arrojados se puede notar que para la mayoría de los comerciantes, los negocios si le dejan ganancias o por lo menos si les genera un ingreso razonable para poder tener una vida digna y tranquila, consecuencia que resulta un aspecto positivo e importante para el Cantón y para los comerciantes.

18. ¿Contrata personal para que le apoye en el negocio?

TABLA N° 53

PERSONAL CONTRATADO

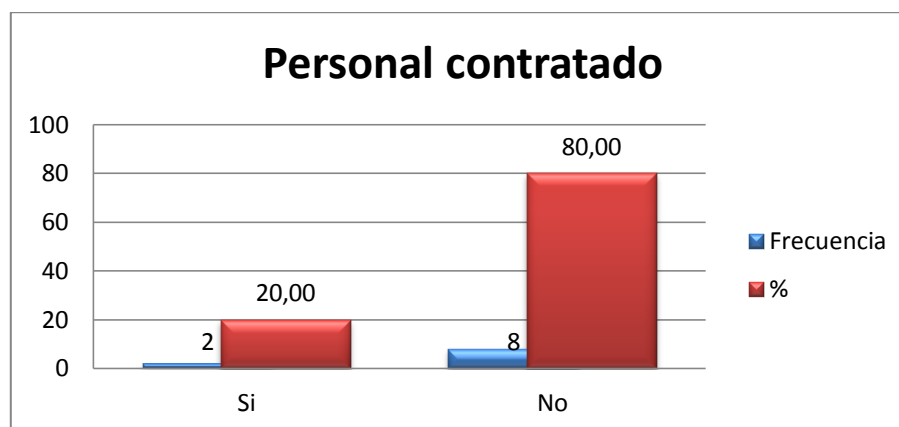
N°	Personal contratado	Frecuencia	%
1	Si	2	20,00
2	No	8	80,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 54

PERSONAL CONTRATADO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 80,00% de los comerciantes dicen no tener la necesidad de contratar personal para que le apoye en el negocio, mientras que el 20,00% de ellos dicen que sí.

Interpretación.- Se debe tener en cuenta y entender que la razón de que no todos los puestos requieren de ayuda, es porque que muchos de ellos son muy pequeños y tan solo se dedican a vender poca mercadería, y en los pocos puesto en los que se venden una gran variedad de cosas y necesitan de ayuda estos comerciantes cuentan con la ayuda de sus familiares, los mismos que les ayudan a lograr que sus días de ventas concurridos sean menos pesados y se pueda atender bien a la comunidad, mientras que para los comerciantes que no tienen ayuda de familiares y sus ventas son un tanto altas, pues la solución que han tomado es como ya se vio el contratar personal para que les apoyen.

19. ¿En base a la pregunta anterior ¿Qué relación tiene con sus empleados?

TABLA N° 54

RELACIÓN CON EL PERSONAL

N°	Relación con el personal	Frecuencia	%
1	Familia	0	0,00
2	Amigos	2	100,00
3	Otros	0	0,00
TOTALES		2	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 55

RELACIÓN CON EL PERSONAL



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que del 100% de los comerciantes que si contratan personal, la relación que tiene con ellos es de amigos.

Interpretación.- Podemos apreciar que el 20,00% de los comerciantes que dijeron que si contratan personal en la pregunta anterior, estos elogian el contratar a personas conocidas que en este caso son amigos, ya que con esto tenían la certeza de no correr ningún riesgo de que sus productos encargados a los empleados sean hurtados o sustraídos.

20. ¿Cuándo y que cantidad paga usted a sus empleados en promedio?

TABLA N° 55

PROMEDIO Y FORMA DE PAGO

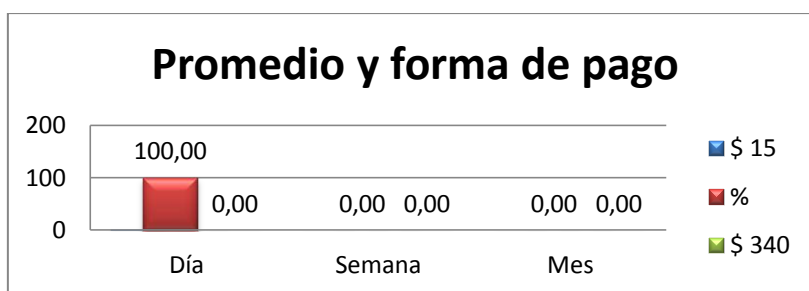
N°	Valor del Pago	USD 15	%	USD 340	%
1	Día	2	100,00	0	0,00
2	Semana	0	0,00	0	0,00
3	Mes	0	0,00	0	0,00
TOTALES		2	100	0	0

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 56

PROMEDIO Y FORMA DE PAGO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha observado que los 2 comerciantes que contratan personal de apoyo, pagan a sus empleados 15 dólares al día.

Interpretación.- Como ya se ha demostrado en la tabulación, los comerciantes que contratan personal de apoyo si están pagando lo justo a sus trabajadores, resultado que sin lugar a duda resulta muy gratificante, ya que no todos los comerciantes como ya se a notado en plazas anteriormente analizadas, no pagan a sus ayudantes o trabajadores un valor justo ni acorde a la ley.

21. ¿Dónde compra los productos que vende?

TABLA N° 56

PROCEDENCIA DEL PRODUCTO

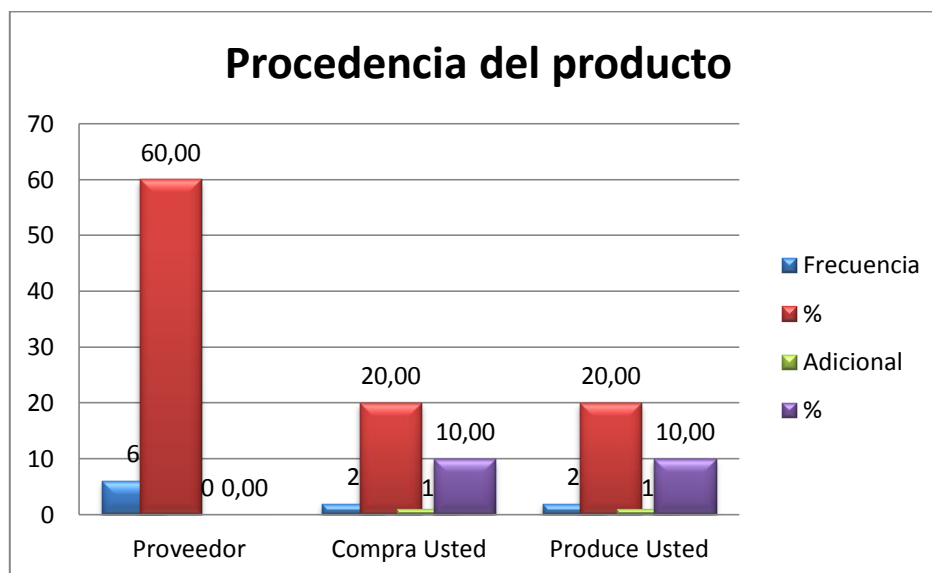
N°	Procedencia del producto	Frecuencia	%	Adicional	%
1	Proveedor	6	60,00	0	0,00
2	Compra Usted	2	20,00	1	10,00
3	Produce Usted	2	20,00	1	10,00
TOTALES		10	100	2	20

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 57

PROCEDENCIA DEL PRODUCTO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 60,00% de los comerciantes adquieren su mercadería a proveedores, el 20,00% compran ellos del cual un 10% de estos también lo producen, y el 20,00% restante del 100% producen ellos así como también un 10,00% de estos también se dirigen a comprarlos.

Interpretación.- La forma de adquisición de los productos que venden los comerciantes, como se puede ya establecer son de distintas formas, pero que la gran mayoría de ellos han optado por comprar a proveedores, debido a la facilidad que esta opción ofrece. Así también muchos de ellos elijen asumir un poco más de esfuerzo dirigiéndose a comprar sus productos ellos mismos, lo que les ayudará a tener un pequeño porcentaje de ahorro, dado que adquieren sus productos a menor costo.

22. ¿Cuáles son las condiciones en las cuales adquiere los productos?

TABLA N° 57

FORMAS DE PAGO

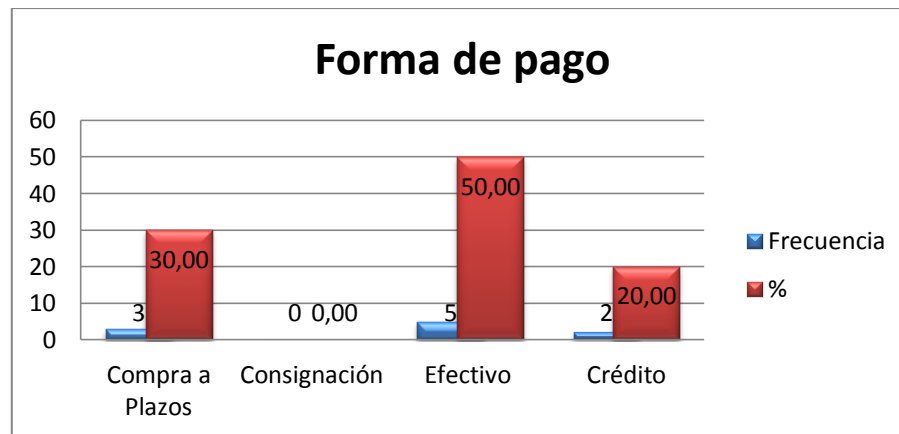
N°	Formas de Pago	Frecuencia	%
1	Compra a Plazos	3	30,00
2	Consignación	0	0,00
3	Efectivo	5	50,00
4	Crédito	2	20,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 58

FORMAS DE PAGO



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que la forma de pago del 50,00% de los comerciantes de esta plaza es en efectivo, el 30,00% a plazos, y el 20,00% a crédito.

Interpretación.- Se puede ya concluir que para la mayoría de los comerciantes les más práctico, cómodo y seguro realizar sus pagos en efectivo, puesto que dicha acción provocará una preocupación menos para ellos, de la misma manera eligen el pago a plazo dado que esta elección les permite ir pagando poco a poco, logrando que el gasto no sea al instante y esto ayudará a que no se queden sin rentabilidad.

23. ¿De la cantidad de insumos para la venta, cuál es el porcentaje aproximado que vende?

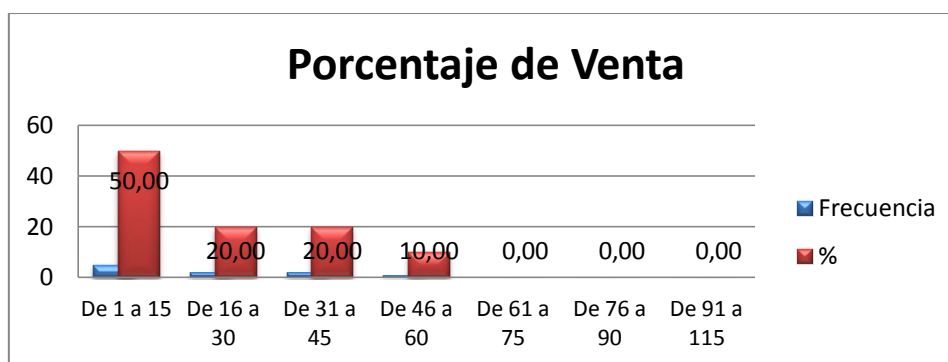
TABLA N° 58
PORCENTAJE DE VENTA

N°	% de Venta	Frecuencia	%
1	De 1 a 15	5	50,00
2	De 16 a 30	2	20,00
3	De 31 a 45	2	20,00
4	De 46 a 60	1	10,00
5	De 61 a 75	0	0,00
6	De 76 a 90	0	0,00
7	De 91 a 115	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 59
PORCENTAJE DE VENTA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que de la cantidad de insumos para la venta, el porcentaje aproximado que vende el 50,00% de los comerciantes es de 1 a 15%, el 20,00% es de 31 a 45% y el 16 a 30%, el 10,00% es de 46 a 60%.

Interpretación.- Se puede señalar que el porcentaje aproximado de la mitad de los comerciantes es de 1 a 15% y del 16 a 45%, porcentajes que en realidad no resulta gratificante ni el resultado que se espera alcanzar por parte de los comerciante, pero que sin embargo dicho porcentaje si les arroja un ingreso necesario para el diario vivir, por lo que si se considera que se obtiene beneficios de ingresos al dedicarse a dichas actividades.

24. ¿Qué tipo de impuestos paga usted en este negocio?

TABLA N° 59

IMPUESTO QUE PAGA

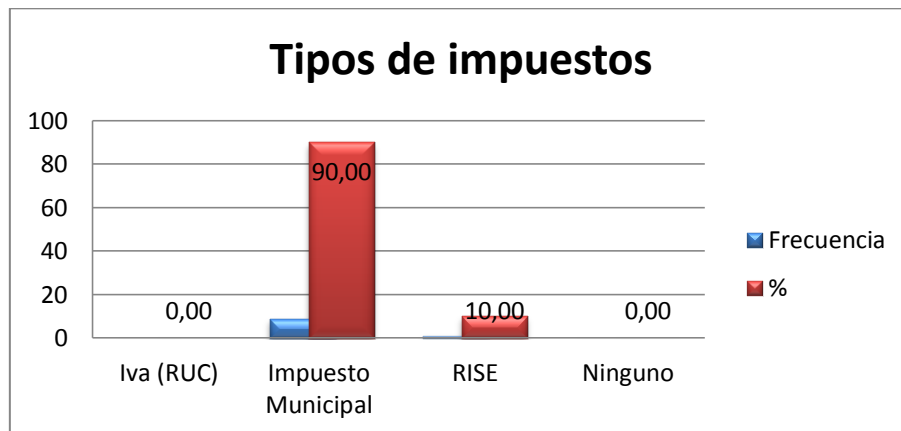
N°	Tipos de Impuestos	Frecuencia	%
1	Iva (RUC)	0	0,00
2	Impuesto Municipal	9	90,00
3	RISE	1	10,00
4	Ninguno	0	0,00
5	Otros	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 60

IMPUESTO QUE PAGA



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha obtenido que el 90,00% de los comerciantes el tipo de impuesto que pagan es el municipal, y el 10,00% restantes RISE.

Interpretación.- Como ya se pudo observar el único impuesto que los comerciantes deben pagar por obtener un puesto en las plazas o mercados del Cantón, es el impuesto municipal, por lo que esto resulta un gran beneficio para las personas que eligen la actividad de ser comerciante ya que el impuesto no es alto y está al alcance para todos .

25. ¿Cree que su nivel de ventas se ve afectado por los vendedores informales?

TABLA N° 60

NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES

N°	Relación Ventas con Informalismo	Frecuencia	%
1	Si	8	80,00
2	No	2	20,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 61

NIVEL DE AFECTACIÓN POR VENDEDORES INFORMALES



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que el 80,00% de los comerciantes creen que su nivel de ventas si se ve afectado por los vendedores informales, mientras que el 20,00% restante dice que no.

Interpretación.- Como podemos notar es un tanto negativo para los comerciantes la existencia de los vendedores informales, ya que debido a esto no pueden realizar sus ventas con satisfacción, pues estos comerciantes informales no pagan ningún tipo de impuesto y por lo mismo la mercadería que ofrecen son un tanto económicas de adquirir. Se podría recomendar que la municipalidad realice controles en las calles cercanas a estas plazas y mercados, de modo que se pueda evitar este malestar a los comerciantes, que si cumplen con los requisitos exigidos por las autoridades del Cantón.

26. ¿A su consideración cuál de los siguientes factores incide mayormente en la existencia y permanencia del comercio informal?

TABLA N° 61

CAUSA DE LA EXISTENCIA DE INFORMALES

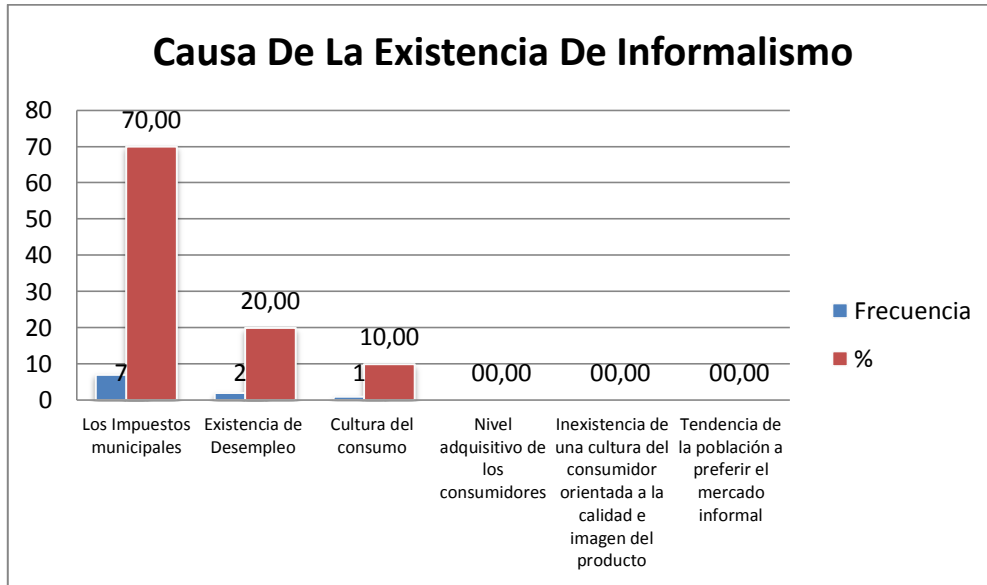
N°	Causa De La Existencia De Informales	Frecuencia	%
1	Los Impuestos municipales	7	70,00
2	Existencia de Desempleo	2	20,00
3	Cultura del consumo	1	10,00
4	Nivel adquisitivo de los consumidores	0	0,00
5	Inexistencia de una cultura del consumidor orientada a la calidad e imagen del producto	0	0,00
6	Tendencia de la población a preferir el mercado informal	0	0,00
TOTALES		10	100

Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

GRÁFICO N° 62

CAUSA DE LA EXISTENCIA DE INFORMALES



Fuente: Comerciantes Formales

Elaborado por: Tesistas

Análisis.- De la encuesta realizada se ha determinado que el 70,00% de los comerciantes opinan que la existencia y permanencia del comercio informal se debe a los impuestos municipales, el 20,00% a la existencia de desempleo, y el 10,00% a la cultura del consumo.

Interpretación.- Se advierte que la mayoría de los comerciantes opinan que la existencia y permanencia del comercio informal se debe a que estas personas, huyen de los impuestos municipales y otros en tanto afirman que es porque existe mucha desempleo, entonces podemos concluir que dichos comerciantes informales no están debidamente informados y es por ello que al pensar que los impuestos a pagar son demasiado altos estos optan por vender en las calles, lo que se podría recomendar es que se realice por parte de las autoridades correspondientes charlas informativas a dichos comerciantes, mismo que ayudará a disminuir vendedores en las calles del cantón así como también solucionar los malestares que se producen a los comerciantes formales.

2.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Cuáles son los valores que el comerciante paga por el uso de un puesto en las diversas plazas, mercados y ferias libres del cantón?	El valor por cada cuadro es de USD55,00 pero difiere de acuerdo a la cantidad de cuadros que cada comerciante utiliza, adicional a esto se adhiere un porcentaje de interés emitida trimestralmente por la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME).
2. ¿Debido a que razones existen este tipo de variaciones en los valores mencionados anteriormente?	Eso depende de varios factores; por ejemplo por la actividad que realizan, el número de cuadros utilizados; todos ellos son quienes constan en registros.
3. Al momento de establecer los valores correspondientes al pago de los puestos de comercio incluyendo aquellas diferencias que ya se mencionó anteriormente, ¿en qué aspectos se basan para hacerlo?	Es en reunión de concejo que se establecen estos valores con una ordenanza municipal; es decir los concejales son quienes determinan el valor por metro cuadrado, en la actualidad se ha establecido el valor de USD11,00 por metro cuadrado, esto en relación a que se ha incrementado un 10% del valor que se cobraba hasta el año anterior, este valor es modificado cada año. (Véase Anexo# 7)

PREGUNTAS	RESPUESTAS
<p>4. En la investigación directa realizada a los comerciantes de estos sitios se pudo observar inconformidad respecto al pago y condiciones que cumplen. ¿Cuáles son los motivos de que exista preferencia o diferencia al establecer aspectos relacionados con el puesto de venta, para con los comerciantes que no son oriundos del catón; es decir el respectivo pago de patente, impuesto e incluso la locación?</p>	<p>Se determina una persona del municipio para que sea la encargada de visitar las diferentes plazas, mercados y ferias libres con el objeto de recolectar un valor de 0,50 ctvs para aquellas personas que comercialicen de manera ocasional, a estas personas se les da un recibo por ocupación de la vía, por otro lado para días especiales o días festivos el valor de USD3,00 por día.</p>

2.6. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

En la presente, se ha utilizado las características propias de los resultados obtenidos del análisis de los cuatro sitios urbanos donde se realizan actividades de comercio como son: la Plaza Sucre, el Mercado Augusto Lema, el Mercado Rosalino Ruiz y el Mercado y la Plaza Luis Felipe Chávez, para con ello poder observar de mejor manera lo que ocurre en la actualidad con este grupo de individuos.

- En referencia al *lugar de residencia* de los comerciantes estos pertenecen en su mayoría al cantón Pujilí, así también se puede observar que Latacunga es el sitio sucesivo en cantidad de comerciantes.
- Basados en la totalidad de comerciantes de estos cuatro sitios, se da la particularidad de que el sexo predominante es el *género* femenino, ya que los resultados en tres de los cuatro sitios muestra que el género femenino es de mayor frecuencia, pero con la diferencia que en la Plaza Luis Felipe Chávez, los resultados mostraron que los comerciantes del sexo masculino son mayores en número, y esto se debe a que las actividades que en esta plaza se realizan requieren de mayor esfuerzo físico.
- Para referirse a la *ocupación* de los individuos que realizan su actividad de comercio, se debe considerar que por lógica todos ellos son comerciantes, pero existen quienes además de ello también pueden tener otra ocupación, pocos fueron los casos encontrados, pero sí de igual importancia como por ejemplo; aquellos choferes, profesores, locutores y hasta estudiantes, quienes por necesidad debieron dedicarse a más de un oficio.
- La *edad* es una variable un poco compleja al momento de establecer similitudes, debido a que en tres de los cuatro sitios de comercio las edades promedio oscilan de los 31 a 45 años, mientras que en mercado Rosalino Ruiz las edades oscilan de los 46 a 60 años, por razones que no se pueden determinar con este tipo de análisis.

- Se ha logrado determinar que los comerciantes de todos los sitios anteriormente mencionados definen su *estado civil* bajo el concepto de casados, lo que a su vez conlleva mayores responsabilidades, podría decirse que es una de las razones primordiales por lo que han elegido la vida del comerciante.
- La investigación arrojó como resultado que el *nivel económico* de los comerciantes de estos sitios, en su gran mayoría están en un nivel medio de economía, lo que para muchos de ellos esto significa estar en un nivel en el que ni tienen mucho, ni les falta todo; es decir viven con lo justo.
- Del total de los comerciantes a los que se les efectuó la encuesta muchos son los que no tienen ningún hijo en lo absoluto, pero de aquellos que si los tenían , en su mayoría resulta que son de dos a tres los *hijos con los que conviven*.
- El *nivel de instrucción* que tiene la mayoría de comerciantes del total de la muestra se encuentra entre primaria y secundaria, además pocos fueron los casos en los que; o no tenían ningún tipo de instrucción educativa o que seguían el nivel superior de educación.
- Se ha podido determinar que son dos los *hijos con los que conviven* los comerciantes y que a su vez se les da la *educación*, ya que en referencia a la cantidad de hijos con los que conviven, información que se la pudo visualizar anteriormente la mayoría de familias estaban conformadas por dos o tres hijos, pero de ellos la mayoría educa a dos, debido a que estos pueden ser aun bebés o que ya terminaron sus estudios.
- De los cuatro sitios analizados no son muchos los *hijos que trabajan y además conviven* con los comerciantes, puesto que como se evidencian varias razones en lo anteriormente analizado, tales como; los comerciantes que no tienen hijos, los que tienen hijos pero estudian, o a su vez tienen hijos que trabajan pero ya no conviven con ellos.
- En el supuesto de que una familia tenga a un hijo trabajando, sería una de cada cinco de estas familias donde el *hijo que trabaja aporta a la economía del hogar*.
- Para los comerciantes de cada sitio donde realizan sus actividades ese mismo sitio según su pensar *es el más importante del cantón*, esto suena algo contradictorio

debido a que no se podría decir que las cuatro plazas y mercados son de igual importancia, se cree que este aspecto debería ser definido por los consumidores, ya que ellos asumirían esta cuestión desde otro punto de vista, pero la real importancia que se le da a esta pregunta es la de si en este sitio hay movimiento de consumidores, ya que esto ayuda a determinar la cuantía en el volumen de ventas y por ende en los ingresos económicos de estas, un caso particular sería que si el sitio no fuese concurrido las ventas fueran escasas.

- Analizado cada uno de los sitios de comercio, en cuanto a las **condiciones higiénico-sanitarias**, los comerciantes coinciden en que son regulares, es decir; el aseo dentro y alrededor del lugar no resulta ser ni a óptimo ni a pésimo.
- Todos los lugares donde se realiza el comercio tienen un **nivel de basura** medio, cabe aclarar que estos resultados se enfocan a los días de feria conocidos, ahora es imperativo mencionar que la Plaza Sucre en Domingo (día de feria con más relevancia) los niveles de basura son elevados, es decir; son demasiado altos.
- Al igual que lo dicho anteriormente, se recalca en el mencionado actual, pero esta vez en relación a los **niveles de contaminación**, son medios por los días de feria, siendo también el día domingo un nivel elevado para la Plaza Sucre, mostrándose como un factor principal el que su locación esté en medio varias calles principales y de tránsito fluido.
- De las alternativas a **posibles cambios** que deberían producirse en el sitio donde se realiza el comercio ninguna coincidía debido a que no son las mismas plazas ni mercados, puesto a que son las distintas las necesidades que cada una de ellas muestra.
- No se podría determinar una mayoría en el **tipo de producto que vende**, lo que al contrario de ello resulta mejor denotar que la ubicación y lugar de actividad económica determina este tipo de mercancías, es decir; es en cierto lugar donde únicamente se vende ciertos tipos de mercancía y por ello son varias plazas y mercados, es importante mencionar también que se observa varias discrepancias con lo que se ha establecido a lo que es en realidad.

- La mayoría de comerciantes, coincide en que estarían de acuerdo y en **condiciones de apoyar a la municipalidad** en caso de ser necesario, a pesar de que existe un número menor de comerciantes que no.
- Como se ha establecido anteriormente, las necesidades de cambios no pueden ser similares entre los diversos sitios de comercio, por ende las **sugerencias** que los comerciantes puedan aportar a esta investigación tampoco podrán ser afines.
- Debido a diversas razones los comerciantes **llevan en el negocio** persistentemente varios años, es decir; llevan en el de 5 **años** en adelante, lo que significa que han pasado gran parte de su vida en estos sitios.
- Como ya se ha hecho mención previamente son los domingos el **día** de mayor afluencia comercial, es por ello que los comerciantes realizan sus actividades este día, seguido de ello, y también siendo un día de feria está el miércoles.
- Por ser el comercio una actividad que requiere que se invierta mucho **tiempo**, los comerciantes en su mayoría permanecen en el sitio donde realizan su actividad comercial desde las 8 horas diarias, en adelante.
- Según los resultados obtenidos, se ha determinado que un mayor número de comerciantes posee solo un **puesto de venta** en la zona donde realiza su actividad, debido a que no es muy sencillo administrar varios puestos a la vez y a varios aspectos como la necesidad de contratar personal y otros más.
- Los intervalos de **inversión** en los negocios de los comerciantes fluctúan de entre USD 1,00 a los USD 100, 00 valores que son necesarios en ciertos casos para adquirir la totalidad de mercancías, o a su vez un porcentaje menor de este, todo esto depende del tipo de negocio que tenga, ya que no invierten lo mismo un vendedor de ropa que uno de comida así como su volumen de ventas diarias no es equivalente.
- **Razones para efectuar o dedicarse al comercio** existen en gran cantidad, pero de entre las alternativas que se exponían en el instrumento de investigación, los comerciantes han coincidido en que es por la falta de empleo que se han dedicado al mismo, aunque un singular número menciona que es porque le gusta o posee aptitudes de comerciante estas dos razones han prevalecido, de entre todas.

- Ser independiente y tener un negocio propio es un **beneficio** que ha sobresalido en las respuestas de los cuatro sitios, siendo esta la ventaja que han hallado este grupo de comerciantes.
- Al mencionar las **desventajas** los comerciantes han optado por dos en esencia; el no contar con seguridad social y la época de crisis por pocas ventas, debido a que son las que más afectan en su estatus.
- Los comerciantes en una mayoría han mencionado que si obtienen **rentabilidad** de la actividad a la que se dedican, pero es necesario aclarar que muchos de estos comerciantes se refieren a rentabilidad al hecho de obtener lo necesario, no con ello quieren decir que tengan mayores ingresos que gastos no más bien a iguales condiciones.
- Existe una gran mayoría de comerciantes que no **contrata personal** para que le ayude en la actividad comercial, pero es necesario aclarar que de toda la muestra si existen quienes lo hacían, para ser más específicos 12 personas del total de la muestra en sumatoria de los cuatro sitios.
- En relación al resultado anterior de estos comerciantes que si contratan personal de apoyo, la **relación** que tienen con ellos es en su mayoría con familiares y en dos de los doce casos son otras personas a quienes se les ha considerado para ser contratados.
- Ahora bien, en cuanto al pago que se hace a estas personas contratadas por los comerciantes, por lo general va desde menos de USD 10,00 a USD 20,00 al día y de USD 320 en adelante al mes.
- Para definir la **procedencia de la mercancía** es necesario establecer que los comerciantes eligen las alternativas que estén a su disposición, es decir; a la que tengan mejor alcance y entre ellas la mayoría definió que es un proveedor quien les deja la mercancía o son ellos quienes la adquieren.
- La **forma de pago** que por mayoría los comerciantes han optado es la del pago en efectivo, claro está que existen además de esta otras alternativas que también tienen su importancia por la facilidad que representan, pero sin duda es en efectivo por la que existe mayor inclinación.

- Todos los resultados obtenidos del estudio realizado, tienen importantes fluctuaciones, debido a que para definir el *porcentaje de ventas*, este depende de la mercancía que se vende, puesto que no es lo mismo en el caso de que; por ejemplo la comida que la ropa, puesto a que no todos requieren que se venda en su totalidad.
- Del total de los comerciantes un alto porcentaje de ellos paga; como es reglamentario, el impuesto municipal y su debida patente, sin embargo además de ello existe un número menor de personas que además se encuentran bajo el régimen del RUC o del RISE.
- El volumen de vendedores *informales* es tal, que este *afecta* directamente a los comerciantes formales, así lo menciona un alto porcentaje del total de la muestra de los cuatro sitios analizados.
- *El informalismo en la actualidad existe por* un sinnúmero de razones, entre ellas los comerciantes han determinado que se deben a dos razones fundamentales, como lo es por una parte el valor de los impuestos municipales, y correlacionado a ello la existencia de desempleo, ya que es muy difícil hoy por hoy mantener una economía.
- El nivel de educación de los comerciantes de las plazas y mercados del sector urbano de Pujilí, refleja un estado algo alterante ya que a pesar de los programas de alfabetización que han pretendido erradicar este problema social, no se ha llegado a realizar del todo, mucha de esta gente, debido a este aspecto, no tiene un óptimo nivel de calidad de vida, que no es solo encerrar el problema en un efecto como el no haber estudiado, sino que esto abarca un sinnúmero de situaciones importantes en el buen vivir de un individuo, y por qué un sinnúmero?, pues debido a la magnitud de circunstancias que conlleva el no poder haber seguido un proceso educativo, en la actualidad se considera que una persona no hace nada sin haber cursado ciertos grados de escolaridad; pero no logra la mayoría, percibir la realidad social, una realidad en la que quien no sabe, busca los modos de desarrollarse, así se mira desde el punto de vista de aquellas

personas que han tenido que avanzar sin haber sido educados por docentes sino por la vida.

- La economía es uno de los motores que mueve el mundo, es esta la que hace que toda actividad tenga un movimiento como lo es el caso de la provisión de mercancías para los comerciantes, ellos por lo general tienen que hacer su inversión en efectivo; es decir deben buscar los modos de hacer la compra, una parte pequeña de este grupo de personas tiene acceso a condiciones de pago algo flexibles, aunque también depende del tipo de mercancías, es decir para aquellas en las que la inversión es mayor, podría decirse entonces que la inversión que hacen estas personas mientras mayor sea mayor rentabilidad quedará de ella mientras que aquellas inversiones menores.

CAPÍTULO III

3.1. PROPUESTA

3.1.1. Tema: Programa Continuo de Capacitación en Educación Administrativa y Financiera

3.1.2. Datos Informativos

Autoras: Mayra Azucena Aguayo García – Ana Belén Albarrasín Bassantes

Dirección Electrónica: mayraga@hotmail.com – lenismasbe_lla-@hotmail.com

Universidad: Universidad Técnica de Cotopaxi

Líneas de Investigación: Línea 1: Desarrollo Técnico Social Sostenible

Fecha de presentación: Noviembre 13 del 2015

3.1.3. Justificación

La finalidad es ayudar a un adecuado manejo de la economía familiar con la que se sustentan parte de la población de la ciudad de Pujilí; en este caso los comerciantes de las plazas y mercados del sector urbano de este cantón. La economía familiar es el

manejo inteligente de los recursos con que cuenta la familia apoyándose a la vez con los niveles de educación y las oportunidades de desarrollo de las mismas

La economía familiar se ve beneficiada cuando los niveles de educación de los integrantes de la misma cuentan con grados de estudio avanzados y con ello logran mejoras en la administración de ingresos y gastos, ya que entre más capacitados están mayor es la oportunidad de alcanzar mejoras y con ello satisfacer todas las necesidades que surgen en la economía de los hogares.

Todos estos antecedentes le dan relevancia a la presente investigación y a la presentación de esta propuesta de capacitación que sin duda alguna logrará grandes cambios en los aspectos tanto sociales como económicos de este grupo de participantes.

3.1.4. Objetivos

OBJETIVO GENERAL

- El objetivo general que contempla este tema es brindarle a las personas que realizan el acto de comercio, un espacio para el análisis de la economía familiar y a su vez, ofrecerles herramientas emocionales y técnicas para mejorar con éxito las finanzas y la administración del presupuesto del hogar a través una eficiente gestión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un listado de necesidades observadas a lo largo del estudio para dar a conocer cómo se debe administrar adecuadamente un presupuesto familiar e incentivar el hábito del ahorro en los participantes.
- Formular temas de capacitación en base a las necesidades y así motivar a aprovechar este tiempo tan particular que se está viviendo para cambiar de hábitos en la administración de la economía familiar.

- Establecer un gráfico estratégico con cada tema, subtema, recurso y tiempo para lograr el mejoramiento de la economía familiar con la introducción de prácticas de administración así como del desarrollo de negocios familiares.

3.1.5. Desarrollo de la Propuesta

La mayoría de los individuos conforman familias. Éstas tienen distintas formas y tamaños. En un extremo tenemos a la familia extendida, que consta de varias generaciones que viven juntas bajo un mismo techo y comparten sus recursos económicos. En el otro extremo está una persona que vive sola, a quien la mayoría de la gente no consideraría una “familia”. Sin embargo, para las finanzas, todos se clasifican como individuos estos tienen que hacer frente a cuatro tipos básicos de decisiones financieras:

Decisiones de consumo y ahorro: ¿Cuánta de riqueza actual deben gastar en consumo y cuanto de su ingreso corriente deben ahorrar para el futuro? Decisiones de inversión: ¿Cómo deben invertir el dinero que han ahorrado? Decisiones de Financiamiento: ¿Cuándo y cómo deben usar el dinero de otras personas para llevar a cabo sus planes de consumo e investigación? Decisiones de administración de riesgo: ¿Cómo y en qué términos deben buscar disminuir las incertidumbres financieras que enfrentan, o cuándo deben aumentar sus riesgos?

Como resultado de ahorrar parte de su ingreso para usarlo en el futuro, la gente acumula riqueza, la cual puede mantener en distintas formas. Una de ellas son las cuentas bancarias, otra puede ser un bien raíz o una acción en un negocio. Todas estas formas constituyen activos. Un activo es cualquier cosa que tiene valor económico. Por ende la situación económica mejorará, para ello se ve necesario algún tipo de instrucción en economía y ahorro que permita particularmente adquirir todos estos conocimientos analizados anteriormente, a este grupo de personas quienes serán partícipes de la capacitación en educación administrativa y financiera familiar. Este programa continuo de capacitación consta de una amplia estructura que desglosa todo aquel contenido relacionado con el tema, y cuya estructura consta de 4 temas

principales que comprenden distintos temas sencillos que ayudarán a una mejor comprensión.

3.1.5.1. Inventario De Necesidades

1. En base a los resultados obtenidos de la encuesta, en sus preguntas de estado civil, nivel económico y cargas familiares, es necesario que los comerciantes tengan conocimientos básicos en temas relacionados con un correcto manejo de la economía familiar.
2. En base a la obtención de la información en la tabulación de las encuestas y a los datos aportados en la entrevista, en aspectos tales como la higiene, recolección de basura y contaminación; se requieren acciones de manejo, prevención de salud y gestiones ambientales
3. Debido al extenso tiempo que han invertido los comerciantes a lo largo de su vida y al poco rédito obtenido, mediante las encuestas y entrevista en preguntas tales como los años, días y horas que dedican al negocio, la inversión, beneficios y rentabilidad, es notoria la falta de conocimientos en optimización de recursos.
4. En vista de respuestas de la encuesta en las que se determinaba la necesidad de negocios alternativos, con el fin de mejorar la situación económica de los comerciantes; se cree conveniente tener planes de negocios familiares.

Todos los ítems enumerados anteriormente dan paso al planteamiento de este programa de capacitación continua en educación administrativa y financiera, lo que plantea a su vez que se detallen cada una de las sub actividades de esta propuesta.

3.1.5.2. Temas de Capacitación Resultante del Inventario de Necesidades

1. Introducción a la Economía Familiar
2. Manejo de Desechos y Educación Ambiental
3. Formulación de Planes de Optimización de Recursos
4. Planeación de Negocios Familiares

3.1.5.3. Programas Continuo de Capacitación en Educación Administrativa y Financiero

PROGRAMA CONTINUO DE CAPACITACIÓN EN EDUCACIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA									
TEMA	SUB TEMAS	NECESIDAD	RESPONSABLE	BENEFICIARIOS	RECURSOS	TIEMPO	CRONOGRAMA	OBSERVACIONES	
E S T R A T E G I A S	Introducción a la economía familiar	<ul style="list-style-type: none"> - Como surge - Pasos - Trabajo en equipo - La comunicación - Relación dinero cónyuge 	Conocimiento en economía familiar	ADMINISTRADOR DE PLAZAS Y MERCADOS	- Comerciantes	<ul style="list-style-type: none"> - Diapositivas - Trípticos - Videos de motivación - Capacitador 	- 2 h	<ul style="list-style-type: none"> - Desde 01/03/2016 - Hasta 01/03/2016 	
	Manejo de desechos y educación ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Programa de recolección de basura - Contaminación ambiental - Acciones ambientales 	Reducir la contaminación y mejorar el manejo de desechos	LÍDER DE CONTROL AMBIENTAL	- Trabajadores de recolección de basura y capariches	<ul style="list-style-type: none"> - Diapositivas - Videos - Folletos 	- 2h	<ul style="list-style-type: none"> - Desde 08/03/2016 - Hasta 08/03/2016 	
	Formulación de planes de optimización de recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Definiciones de planes, optimización y recursos - Plan financiero - Manejo de gastos e ingresos - Tips para mejorar 	Falta de optimización de recursos	ADMINISTRADOR DE PLAZAS Y MERCADOS	- Comerciantes	<ul style="list-style-type: none"> - Ficha de ejercicios - Diapositivas - Esferográficos - Cartulinas - Videos - Marcadores - Capacitadores 	- 2h	<ul style="list-style-type: none"> - Desde 15/03/2016 - Hasta 16/03/2016 	
	Planeación de negocios familiares	<ul style="list-style-type: none"> - Planeación de negocios - Recursos financieros y técnicas de mejora - Liderazgo 	Mucho tiempo en el negocio, poco ahorro	ADMINISTRADOR DE PLAZAS Y MERCADOS	- Comerciantes	<ul style="list-style-type: none"> - Diapositivas - Videos - Hoja de ejercicios - Capacitadores 	- 2h	<ul style="list-style-type: none"> - Desde 22/03/2016 - Hasta 22/03/2016 	

3.1.5.4. Presupuesto

PRESUPUESTO PARA EL PROGRAMA CONTINUO DE CAPACITACIÓN EN EDUCACIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA				
N° DE TEMA	RECURSOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Introducción a la economía familiar	Trípticos	1.152	0,15	172,80
	Capacitador	2h	200,00	400,00
Manejo de desechos y educación ambiental	Folletos	105	1,00	105,00
Formulación de planes de optimización de recursos	Fichas de ejercicios prácticos	1.152	0,03	34,56
	Esferográficos	1.152	0,25	288,00
	Pliegos Cartulinas	500	0,25	288,00
	Marcadores	500	0,25	288,00
	Capacitador	4h	200,00	800,00
Planeación de negocios familiares	Hoja de Ejercicio	1152	0,03	34,56
	Capacitador	4h	200,00	800,00
TOTAL (Ver ANEXO 9)			601,96	2.922,92

3.2. Resultados Generales de Aplicación de la Propuesta

Los resultados que han sido obtenidos de la presente investigación, muestran una gran importancia; debido a que es evidente que las condiciones económicas, en caso de no existir la capacitación continua, serían cada vez y con el pasar del tiempo menos favorables para las familias ya que no verían rentabilidad en su actividad económica cualquiera que esta fuera.

El programa aportará de una manera extraordinaria a uno de los problemas actuales más preocupantes que se está viendo en la sociedad y que afecta a quienes tienen o no capacidad adquisitiva (dinero), y esto es el consumismo impulsivo, gracias a estas capacitaciones continuas las personas concientizarán ese impulso que para nada beneficia al ahorro familiar.

La obtención de rentabilidad es posible con un correcto manejo de la información económica dentro de un núcleo social, la propuesta muestra toda la información en cada uno de los módulos y de una manera secuencial en los que se detalla claramente el modo correcto de cómo manejar los recursos familiares y esto a su vez mejora las condiciones de vida de cada miembro de esta.

También es importante mencionar que los temas expuestos son de fácil comprensión para el público beneficiario, sin importar el nivel de educación con el que presenten ya que es imposible perderse con los contenidos dentro este programa de capacitación continua, dado que la información conlleva aspectos técnicos, pero nada extremos ni fuera del alcance en conocimiento.

Resultado de la aplicación de conocimientos obtenidos de las capacitaciones continuas, las familias superarán su estimación de ahorro y gracias a ese incremento en el ahorro familiar se logrará obtener beneficios superiores, lo que incluso puede aspirarse a crear mejores negocios, mejorar su economía e incluso generar fuentes de trabajo en la sociedad.

Con la ejecución de las capacitaciones propuestas se conseguirá no solo una mejor situación económica de los individuos, además de ello se obtendrá la integración, no solo familiar, sino también la interacción entre comerciantes de todas las plazas y mercados del sector urbano de Pujilí y así se forjarán lazos de compañerismo fuertes y sólidos.

3.3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía Citada

- *Revista Pujilí, Cuna del Danzante, Patrimonio Cultural Intangible de la Nación* . **GARCÍA Lanas , P.** 1, Pujilí : s.n., 2001, Vol. I. 1852.
- **GONZALES, Paula y LÓPEZ, Jorge.** *Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables* . 2012.
- **MARSHAL , Alfred.** Economía para todos y algo mas . *Economía para todos y algo mas* . [En línea] Junio de 2012. [Citado el: 20 de octubre de 2014.] <http://econmiaparatodosyalgomas.blogspot.com/2012/definicion-de-economia-segun-algunos.html>.
- **POYER, M y MC GRAW, Hill.** *Teoría Microeconómica*. España : Interamericana, 1990. ISBN 84-481-1718-2.
- **Lionel, ROBBINS.** economía para todos y algo mas. *economía para todos y algo mas*. [En línea] 06 de 2012. [Citado el: 13 de 08 de 2014.] <http://econmiaparatodosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>.
- **MILLER Le Roy, Roger.** *Banca y Política Monetaria*. Mexico : ISBN 9968-31-328-9, 1990.
- **GÓMEZ, sarahi, y otros, y otros.** *prezi.com. prezi.com*. [En línea] 30 de 10 de 2012. [Citado el: 24 de 12 de 2014.] https://prezi.com/gghqv5mi_3z1/comercio-formal-e-informal-ventajas-y-desventajas/.
- *soleclopedia.org. soleclopedia.org*. [En línea] 04 de 02 de 2010. [Citado el: 07 de 06 de 2015.] http://es.soleclopedia.org/index.php?title=Finanza_Solidaria.
- **CHUGCHILAN, Manuel.** *Propuesta de campaña electoral*. Pujilí : s.n.
- **LARROULET , Cristián y MONCHÓN , Francisco.** *Economía*. Mexico : s.n., 1996.
- **FROYEN, Richard.** *Macroeconomía*. Mexico : Morales coop ediciones, 1197. ISBN Q-13-233867-X.
- **KRUGMAN, Paúl R.** *Microeconomía*. Estads Unidos : Worth Publishers, 1953. ISBN 978-84-297-2633-0.
- Definición de. *Definición de*. [En línea] 2008. Definición general de oferta [Citado el: 30 de noviembre de 2014.] <http://definicion.de/oferta/>.

Bibliografía Consultada

- **ANDERSEN**, Arthur; Economía y negocios; Diccionario espasa; Única edición; Editorial Espasa Calpe S.A; Madrid; 94, 95,96, 97 páginas.
- **BARANDIARÁN**, Rafael; Diccionario de términos financieros; Única edición; Trillas; México 2008; 368 páginas: 131, 109, 100, 145, 243, 238, 239, 331 páginas.
- **BARRE**, Roymond; Economía Política; Novena edición; Editorial Arial; Barcelona 1977; 520 páginas: 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 47, 48, 49, 50,51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 60, 61 páginas.
- **CERTO**, Samuel; Administración moderna; Octava edición; Pearson Educación de Colombia; Bogotá 2001; 624 páginas: 4, 5, 6,7 páginas.
- **GRAU-HILL** Introducción a la teoría general de la administración; Séptima edición; MC Interamericana; México; 54, 55 páginas.
- **LARRAIN** Felipe, Macroeconomía En La Economía Global, segunda edición, Buenos Aires, pags 792, ISBN 98794606B5, Pearson Education.
- **KMARTINEZ ESRADA**, Alejandro; Elementos de economía; Novena edición; Maya Ediciones; Quito 2003; 128 páginas: 12, 13, 14, 15, 16, 17, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 110, 111, 112, 113 páginas.
- **MARTINEZ ESRADA**, Alejandro; Elementos de economía; sexto curso; Maya Ediciones; Quito 2003; 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87 páginas.
- **OCEANO**, Centrum; Diccionario de administración y finanzas; Única edición; Edición Española; España; 1444 Páginas: 274, 275, 247 páginas.
- **POYER**, M. (1990). Teoría Microeconomía. Microeconomía. (pg. 6-703). Mexico: Mo Graw Hill.
- **ROBBINS**, Stephenp; Fundamentos de administración; Sexta edición; Person Educación; México 2009; 480 páginas: 17, 454 páginas.

- **VAN DEN BERGHE ROMERO**, Edgar; Gestión y gerencia empresarial aplicada al siglo XXI; Única edición; Ecoe Ediciones; Bogotá 2005: 110,111 páginas.
- **WAYNE MONDY**, Robert; Administración de recursos humanos; Novena edición; Noe Person Educación; México 2005; 560 páginas: 359, 289, 291 páginas.
- <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/javier%20vaca%20c.pdf>
- **CERISE, Portal de Microfinanzas**www.lamicrofinance.org/resource_centers/impactperf/ - en francés).
- **SOCIOECO**, http://www.socioeco.org/bdf_dossier-17_es.html
- 26 Sep 2015 22:49:25 GMT, La plaza Sucre, en Pujilí, expone las historias de más de 500 comerciantes, <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-centro/item/la-plaza-sucre-en-pujili-expone-las-historias-de-mas-de-500-comerciantes.html>
- <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/s/sucre.htm>

Bibliografía Virtual

- **CARVAJAL, Lizardo.** lizar-do-carvajal.com. *lizar-do-carvajal.com*. [En línea] producción de bienes, 20 de 06 de 2014. [Citado el: 27 de 03 de 2015.] <http://www.lizar-do-carvajal.com/que-se-entiende-por-produccion-de-bienes-materiales/>.
- **RODRIGUEZ O., Nuri E y LÓPEZ R., Carlos E.** DerecHo Comercial. *Derecho Comercial*. [En línea] <http://www.derechocomercial.edu.uy/respcomercio01.htm>.
- **DE CONCEPTOS.COM.** *De conceptos.com*. [En línea] 2015. [Citado el: 27 de 10 de 2014.] <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/comercio>.
- **COFOPRI.GOB.PE.** *COFOPRI.GOB.PE.* [En línea] <http://www.cofopri.gob.pe/pdf/concurso/Arequipa.pdfv>.
- **PÉREZ, Monica.** SEMINARIO NUEVAS TECNOLOGÍAS. *blogspot.com*. [En línea] 09 de 05 de 2010. [Citado el: 29 de 10 de 2014.] <http://tp2seminarionuevastechnologias.blogspot.com/2010/05/etapas-evolutivas-en-la-sociedad-humana.html>.
- **RODAS, Claudia.** ACTUARIAADOM. *actuariaadom*. [En línea] Planeación, 12 de 03 de 2012. [Citado el: 27 de 10 de 2014.] <https://sites.google.com/site/actuariaadmon/unidad-de-competencia-ii/planeacion/-que-es-la-planeacion-por-diferentes-autores>.
- **ECONOMIA PARA TODOS Y ALGO MAS .** *blogspot.com*. [En línea] definición de economía, 19 de 06 de 2012. [Citado el: 10 de 03 de 2015.] <http://econiapiaratodosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html> .
- **SNI.** app.sni.gob.ec. *app.sni.gob.ec*. [En línea] http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0504_PUJILI_COTOPAXI.pdf.
- [En línea] — <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/comercio>.

4. ANEXOS

ANEXO N° 1 ENCUESTA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Encuesta dirigida a los comerciantes de la ciudad de Pujilí, con el objetivo de realizar una investigación de los problemas socioeconómicos existentes en torno a la infraestructura de mercados:

Lugar de Residencia:	Género: M () F ()	
Ocupación (es):	Edad:	Estado Civil:
Lugar donde realiza la actividad económica:	Ingresos Económicos: Alto() Medio() Bajo()	
Número de hijos que conviven con usted:	Nivel Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior () Ninguno ()	
Número de hijos que estudian:	Número de hijos que trabajan:	
De los hijos que trabajan, estos aportan al hogar:		
1. ¿Considera que el mercado es uno de los mercados más importantes con que cuenta la ciudad? Si () No ()		
2. ¿Cómo evalúa las condiciones higiénico sanitarias del mercado? Malo() Regular() Bueno() Muy bueno() Excelente()		
3. ¿Cómo evalúa los niveles de basura que se genera en el mercado? Alto() Medio() Bajo()		
4. ¿Cómo evalúa los niveles de contaminación ambiental por smog, gases y emisión vehicular que se genera alrededor del mercado? Alto() Medio() Bajo()		
5. ¿Considera necesario promover cambios en la infraestructura del lugar donde se ubica el mercado? Si() No()		
6. Mencione Usted el tipo de producto que vende a. ()Verduras b. ()Frutas c. ()Comida d. ()Discos musicales e. ()Productos electrodomésticos f. ()Ropa g. ()Otros (especifique):		
7. ¿Estaría en condiciones de apoyar a la Municipalidad en caso de que se necesitara hacer cambios al mercado? Si() No()		
8. ¿Qué necesidades considera usted que se deberían cubrir en este lugar?		
9. Mencione aproximadamente cuantos años tiene en este negocio Menos de 1 () 1-3 () 4-10 () más de 10 ()		

10. ¿Podría indicar qué días de la semana labora usted en este oficio? L () M () M () J () V () S () D () Todos los días ()								
11. ¿Aproximadamente cuantas horas trabaja en este oficio al día? <table border="1" style="margin-left: 100px;"> <tr> <td>Hora</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2 – 4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5 – 8</td> <td></td> </tr> <tr> <td>8 en adelante</td> <td></td> </tr> </table>	Hora		2 – 4		5 – 8		8 en adelante	
Hora								
2 – 4								
5 – 8								
8 en adelante								
12. ¿Tiene varios puestos en la misma zona? Si () No ()								
13. ¿Cuál es su inversión semanal en el negocio? ()								
14. ¿Cuál es el motivo principal por el cual ha decidido dedicarse a este negocio? a. Por falta de empleo () b. Es un problema de edad () c. Escolaridad insuficiente () d. No cuenta con suficiente experiencia de trabajo () e. Posee aptitudes y gusta de ser comerciante ()								
15. ¿Qué beneficios ha encontrado al dedicarse a esta actividad? Mejores ingresos () Disponibilidad de tiempo () Los impuestos no son tan altos () Es independiente, tiene su propio negocio () Otros (especifique):								
16. ¿Qué desventajas ha encontrado al dedicarse a esta actividad? No cuenta con seguridad social () No cuenta con prestaciones () Época de crisis por pocas ventas () Otras (especifique):								
17. ¿Usted considera que este oficio es rentable? Sí () No () ¿Por qué?:								
18. ¿Contrata personal para que le apoye en el negocio? Si () No ()								
19. ¿En base a la pregunta anterior ¿Qué relación tiene con sus empleados? Familiares () Amigos () Otros (especifique):								
20. ¿Cuánto y que cantidad paga usted a sus empleados en promedio?: USD _____ Por día () Por semana () Por quincena () Por mes ()								
21. ¿Dónde compra los productos que vende? Proveedor () Compra Usted () Produce usted ()								
22. ¿Cuáles son las condiciones en las cuales adquiere los productos? Compra a plazos () Consignación () En efectivo () Crédito ()								
23. ¿De la cantidad de insumos para la venta, cuál es el porcentaje aproximado que vende? ()								
24. ¿Qué tipo de impuestos paga usted en este negocio? IVA/ RUC () ISLR () IMP () RISE () Otro: _____								
25. ¿Cree que su nivel de ventas se ve afectado por los vendedores informales? Si () No ()								
26. ¿A su consideración cuál de los siguientes factores incide mayormente en la existencia y permanencia del comercio informal? Los Impuestos municipales Existencia de Desempleo () Cultura del consumo () Nivel adquisitivo de los consumidores () Inexistencia de una cultura del consumidor orientada a la calidad e imagen del producto () Tendencia de la población a preferir el mercado informal ()								

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO N° 2 ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

1. ¿Cuáles son los valores que el comerciante paga por el uso de un puesto en las diversas plazas, mercados y ferias libres del cantón?
2. ¿Debido a que razones existen este tipo de variaciones en los valores mencionados anteriormente?
3. Al momento de establecer los valores correspondientes al pago de los puestos de comercio incluyendo aquellas diferencias que ya nos mencionó anteriormente, en que aspectos se basan para hacerlo.
4. En la investigación directa realizada a los comerciantes de estos sitios se pudo observar inconformidad respecto al pago y condiciones que cumplen. ¿Cuáles son los motivos de que exista preferencia o diferencia al establecer aspectos relacionados con el puesto de venta, para con los comerciantes que no son oriundos del cantón; es decir el respectivo pago de patente, impuesto e incluso la locación?

**ANEXO N° 3 REFORMA A LA ORDENANZA DEL
FUNCIONAMIENTO Y OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS Y
MERCADOS**



CONSIDERANDO

Que, el artículo 238 de la Constitución de República del Ecuador, son gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera.

Que, el artículo 264 de la Constitución de la República del Ecuador numeral 5, en concordancia artículo 55 literal (e) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, los Gobiernos Municipales tienen la potestad de crear, modificar mediante ordenanzas, tasas tarifas y contribuciones.

Que, el artículo 46 numeral 2 de la Constitución Política de la República del Ecuador, garantiza la protección especial contra cualquier tipo de explotación laboral o económica.

Se prohíbe el trabajo de menores de quince años y se implementara políticas de erradicación progresiva del trabajo infantil. El trabajo de los adolescentes y los adolescentes será excepcional, y no podrá conculcar su derecho a la educación no realizarse en situación nocivas o peligrosas para salud o su desarrollo personal. Se respetará, reconocerá y respaldara su trabajo y las demás actividades siempre que no atenten a su formación y a su desarrollo integral.

Que, el artículo 54 literal (a) del Código de Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal lo siguiente: Promover el desarrollo sustentable de sus circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales en el marco de sus competencias constitucionales.

Que, el artículo 87 literal (z) del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización: La institucionalidad del sistema distrital de protección integral para grupos de atención prioritaria.

Que, el artículo 8 del Código de la Niñez y la Adolescencia, Establece la corresponsabilidad del Estado, la sociedad y la familia. “Es deber del Estado, la sociedad y la familia, dentro de sus respectivos ámbitos, adoptar las medidas políticas, administrativas, económicas, legislativas, sociales y jurídicas que sean necesarias para la plena vigencia, ejercicio efectivo, garantía, protección y exigibilidad de la totalidad de los derechos de niños niñas y adolescentes.

Por lo expuesto y dentro del ámbito de su competencia y territorio, y en uso de sus facultades constitucionales que le faculta al Gobierno Autónomo Descentralizado

Municipal del cantón Pujilí.

EXPIDE:

**LA REFORMA A LA ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE REGULA EL
FUNCIONAMIENTO Y OCUPACIÓN DEL MERCADO, FERIAS LIBRES Y
OCUPACIÓN DE LA VIA PÚBLICA DEL CANTÓN PUJILÍ**

Art. 1.- A continuación del artículo 23, agréguese el siguiente artículo innumerado:

“**Art. ...-** Se prohíbe realizar todo tipo de trabajo infantil que implique la utilización de la mano de obra de niñas, niños y adolescentes, para la venta y expendio de todo tipo de productos, bienes y servicios”.

Art. 2.- El primer inciso del artículo 29 sustitúyase por el siguiente:

“**Art. 29.-** El incumplimiento a las disposiciones contenidas en los artículos 20, 21, 22 y artículo innumerado después del artículo 23 de la presente ordenanza, serán sancionados de la siguiente forma:”

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

PRIMERA.- La presente reforma entrará en vigencia una vez que sea aprobada y sancionada, sin perjuicio de la publicación en la Gaceta Oficial Municipal, página web institucional y en el Registro Oficial.

Dado en la Sala de Sesiones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí, a los diecinueve días del mes de diciembre del dos mil trece.

Econ. Gustavo Cañar Viteri Adriana Rivera Cevallos

ALCALDE DEL CANTON PUJILI SECRETARIA GENERAL

CERTIFICACIÓN: LA REFORMA A LA ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE

REGULA EL FUNCIONAMIENTO Y OCUPACIÓN DEL MERCADO, FERIAS

LIBRES Y OCUPACIÓN DE LA VIA PUBLICA DEL CANTÓN PUJILÍ fue discutida y aprobada en primero y segundo debate, por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí, en sesiones ordinarias de 11 y 18 de diciembre de 2013, respectivamente, de conformidad con lo que establece el Art. 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, la misma que remito al señor Alcalde para que sancione o la observe.

Adriana Rivera Cevallos

SECRETARIA GENERAL

SANCIÓN.- ALCALDIA DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO

MUNICIPAL DEL CANTON PUJILI.- Pujilí, 19 de diciembre de 2013, a las 16H00, conforme lo dispone la Ley, SANCIONO LA REFORMA A LA ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE REGULA EL FUNCIONAMIENTO Y OCUPACIÓN DEL MERCADO, FERIAS LIBRES Y OCUPACIÓN DE LA VIA PUBLICA DEL CANTÓN PUJILÍ por encontrarse enmarcada dentro del ordenamiento jurídico existente.

EJECÚTESE DE MANERA INMEDIATA.-

Econ. Gustavo Cañar Viteri

ALCALDE DEL CANTON PUJILI

SECRETARIA GENERAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO

MUNICIPAL DEL CANTON PUJILI.- Proveyó y firmó el Decreto que antecede el señor Econ. Gustavo Cañar Viteri, Alcalde del Cantón Pujilí, en la fecha y hora señaladas.-

LO CERTIFICO.-

Adriana Rivera Cevallos

SECRETARIA GENERAL

**ANEXO N° 4 ORDENANZA DEL FUNCIONAMIENTO Y
OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS Y MERCADOS
EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL
CANTÓN PUJILÍ.**

CONSIDERANDO:

Que, el Art. 238 de la Constitución de la República del Ecuador indica que los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.

Que, el Art. 264 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador determina que los Gobiernos Municipales tendrán como competencias exclusivas; Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural;

Que, el Art. 264 de la Constitución de la República del Ecuador numeral 5, en concordancia con el Art. 55 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, (COOTAD) literales e) los Gobiernos Municipales tienen la potestad de crear, modificar mediante ordenanzas, tasas tarifas y contribuciones especiales de mejoras.

Que, el Art. 55 literal g) del COOTAD determina como competencia exclusiva del Gobierno Municipal, el planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;

Que, el Art. 54 literal l) del COOTAD indica como función del Gobierno Municipal el prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la

elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios;

Por lo expuesto, en el ámbito de su competencia y territorio, y en uso de sus facultades constitucionales y legales el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí.

EXPIDE:

**LA ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE REGULA EL FUNCIONAMIENTO Y
OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS, MERCADOS, FERIAS LIBRES Y
OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA DE LA CIUDAD DE PUJILI**

CAPITULO I

DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO Y OCUPACION

Art. 1.- El funcionamiento y ocupación del mercado, ferias libres y ocupación de la vía pública, así como el control, estará sujeto a la autoridad de la Comisaría Municipal, con el apoyo de la Inspectoría de Plazas y Mercados y de la Policía Municipal.

Art. 2.- Las personas interesadas en ocupar un puesto de venta, sea en el interior de las plazas y mercados, así como la utilización de los puestos de la vía pública y ferias libres, formularán una solicitud a la Comisaria Municipal, adjuntando los siguientes datos y documentos:

- a) Solicitud dirigida a la Comisaría Municipal, con la especie valorada respectiva, adjuntando la copia de la cédula y de la papeleta de votación actualizada; indicando la extensión o número de puesto que solicita y clase de negocio que va a establecer;
- b) Adjuntar el certificado de salud conferido por el Centro de Salud.
- c) Pago de la Patente Municipal.
- d) Certificado de no adeudar al Municipio.

Art. 3.- Las solicitudes serán presentadas a la Comisaría Municipal, para que en el plazo máximo de 15 días se emita la autorización y se disponga la obtención de la patente municipal así como el pago de las tasas municipales, para lo cual se remitirá la documentación a la Dirección Financiera.

En el caso de las personas que utilizan los puestos de venta en las plazas, mercados, ferias libres y en las vías públicas, se les cobrará la matrícula anual, cuyo valor es de USD 1,00.

Art. 4.- El Legislativo Municipal de manera anual fijará mediante resolución los valores económicos que registrarán cada año, los mismos que están en función de los gastos de mantenimiento y la inversión efectuada.

Art. 5.- Se recaudará por metro cuadrado a todos los usuarios de puestos de venta de plazas, mercados abiertos y cerrados, ferias libres y vías públicas.

En el caso del patio de comidas del mercado cerrado, se cancelará de acuerdo a la actividad comercial y a los valores económicos fijados conforme el Art. 4.

Art. 6.- Las ferias libres funcionarán en los lugares y días que determinen las autoridades correspondientes del Cantón, conforme lo determinado en el artículo 4 de la presente ordenanza.

Art. 7.- La Comisaría Municipal realizará permanentes inspecciones de control a cada uno de los puestos de venta al finalizar su jornada de actividad comercial; y de existir algún incumplimiento a las disposiciones de la presente ordenanza, se procederá con las respectivas sanciones.

CAPITULO II

DE LAS OBLIGACIONES

Art. 8.- Una vez que el usuario haya pagado el valor de la matrícula y el valor por la ocupación de un puesto de venta en plazas, mercados, ferias libres y vías públicas, el interesado estará en condiciones de desarrollar su actividad comercial.

Art. 9.- Los señores comerciantes y usuarios de los puestos de venta que realizan su actividad comercial en plazas, mercados, ferias libres y vías públicas deberán cancelar el derecho anual de ocupación hasta fines del mes de marzo de cada año.

Art. 10.- La matrícula que autoriza la ocupación de un puesto de venta en plazas, mercados, así como la ocupación de la vía pública y ferias libres tiene el carácter de no negociable e intransferible.

Art. 11.- Los comerciantes de las plazas, mercados, ferias libres y ocupación de la vía pública deberán utilizar sus respectivas carpas, uniformes, charoles, mesas y demás utensilios idóneos para el expendio de su actividad comercial conservando los mismos en perfectas condiciones, cumpliendo las normas de salud e higiene.

Art. 12.- En todo puesto de venta deberá existir para el uso de los ciudadanos un basurero mínimo de 20,000 cm³, de acuerdo a las características proporcionadas por el Comisario

Municipal.

Art. 13.- Todos los puestos de venta de las plazas, mercados, ferias libres y ocupación de la vía, posterior a su jornada de trabajo deberán recoger los desechos en fundas 4 plásticas, mismas que serán depositadas en los distintos puntos verdes más cercanos, dejando en perfectas condiciones de limpieza cada uno de los puestos de venta.

CAPITULO III

DE LAS PROHIBICIONES

Art. 14.- Ninguna persona podrá destinar su puesto de venta a otras actividades o negocios distintos a las especificadas en la autorización concedida para el efecto.

Art. 15.- Se justificará la ausencia del señor comerciante en su puesto de venta únicamente por razones de problemas emergentes debidamente justificados que

imposibiliten al comerciante atender personalmente su negocio, debiendo solicitar a la

Comisaría Municipal hasta 60 días de licencia.

Art. 16.- El usuario que desee dar por terminado su negocio, deberá poner en conocimiento de la Comisaría Municipal, con ocho días de anticipación, sin que este hecho le libere de la obligación de pagar el valor económico imponible por el derecho de ocupación.

Art. 17.- Se prohíbe a los señores comerciantes realizar cualquier actividad comercial ambulante en los andenes, aceras y demás espacios públicos destinados para la libre circulación peatonal,

Art. 18.- Los puestos de venta de las plazas, mercados, ferias libres y ocupación de la vía pública, están prohibidos de lanzar agua y desperdicios de alimentos en la plataforma o al piso.

Art. 19.- Se prohíbe la ocupación de la vía pública para la ubicación de puestos de venta o cualquier actividad comercial, a una distancia de 10 metros al contorno de las instituciones educativas e instituciones públicas.

Art. 20.- Se prohíbe la ocupación de la vía pública al contorno de las plazas, mercados y ferias libres, para desarrollar cualquier tipo de actividad comercial.

Se exceptúa esta prohibición en caso que la autorización de ocupación sea expedida mediante resolución del Concejo Municipal.

Art. 21.- Se prohíbe a los comerciantes que ocupan las plazas, mercados, ferias libres y de la vía pública, el mantener sus vehículos estacionados al contorno de estos lugares.

Art. 22.- Se prohíbe la venta y expendio de todo tipo de productos, bienes y servicios, en vehículos estacionados o en movimiento, dentro del perímetro de la zona urbana de la ciudad de Pujilí.

Art. 23.- Se prohíbe la venta de artículos de dudosa procedencia o que no se pueda justificar su propiedad.

CAPITULO IV

DE LAS SANCIONES

Art. 24.- Los comerciantes que hacen uso de los puestos de venta en plazas, mercados, ferias libres y la ocupación de la vía pública podrán ser sancionados con la suspensión temporal o definitiva del derecho a ocuparlos, imposición de multa entre el 10 y 30 % de la remuneración básica unificada, según la gravedad de la infracción, por las siguientes causas:

- a) Contravenir las disposiciones contenidas en el artículo 9 de la presente ordenanza; será objeto de suspensión temporal en la actividad comercial hasta que cumpla con la obligación.
- b) Falta de presentación o renovación oportuna de los certificados requeridos por la autoridad competente; será objeto de sanción pecuniaria con el 10% del salario básico unificado.
- c) Vender productos de contrabando, adulterados, caducados o descompuestos; será objeto de suspensión definitiva de la actividad comercial.
- d) Provocar o ser partícipe de riñas, algazaras y escándalos, serán sancionados de la siguiente manera:

Por primera ocasión: será objeto a la sanción del 10% del salario mínimo unificado y la suspensión temporal de la actividad comercial por el lapso de 30 días, previo el informe de la Policía Municipal y la verificación de la Inspectoría de Plazas y Mercados.

Por reincidencia dentro del año fiscal, será objeto a la suspensión definitiva de la actividad comercial, previo informe del señor Policía Municipal y la verificación de la Inspectoría de Plazas y Mercados.

e) Dejar desocupado el puesto por más de 30 días consecutivos, sin justificación alguna; será suspendido definitivamente.

Art. 25.- Ocupar el puesto sin la autorización determinada en el artículo 8, se procederá al decomiso de los productos que se encuentre expendiendo, así como a la sanción de un salario básico unificado para proceder a la devolución de los bienes.

Art. 26.- Los comerciantes que incumplan con esta normativa estipulada en el artículo 18, estarán sujetos a las siguientes sanciones:

Por primera ocasión: se les realizará un llamado de atención verbal.

Reincidente por segunda ocasión en el período fiscal: se les notificará por escrito la falta cometida y tendrá una amonestación económica del 10% del salario básico unificado.

Reincidente por tercera ocasión en el período fiscal: se le suspenderá de forma definitiva del puesto de venta.

Art. 27.-El incumplimiento de la disposición contenida en el artículo 11 de la presente ordenanza, será objeto de suspensión definitiva e inmediato desalojo del puesto, mismo que pasará a disposición de la Comisaría Municipal.

Art. 28.- Las sanciones pecuniarias impuestas serán canceladas en las ventanillas de Recaudación Municipal, en un plazo máximo de ocho días, en caso de incumplimiento será desalojado de su puesto de venta de forma inmediata por la Comisaria Municipal.

Art. 29.- El incumplimiento a las disposiciones contenidas en los artículos 20, 21 y 22 de la presente ordenanza, serán sancionados de la siguiente forma:

Por primera ocasión se entregará la notificación correspondiente estipulando la falta.

Por reincidencia dentro del período fiscal, se le suspenderá la actividad comercial por el lapso de 30 días.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- El Comisario Municipal, para la aplicación de la presente ordenanza, dará cumplimiento con el procedimiento estipulado en el artículo 395 y siguientes del COOTAD.

SEGUNDA.- Deróguese la Ordenanza publicada en el Registro Oficial N° 421 de fecha 06 de abril de 2011 y cualquier disposición que exista sobre la materia.

DISPOSICION TRANSITORIA

UNICA.- La presente Ordenanza entrará en vigencia desde la aprobación y sanción, sin perjuicio de su publicación en la página web institucional y en la Gaceta Oficial Municipal.

Dado en la Sala de Sesiones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí, a los veinte y ocho de diciembre de dos mil doce.

Econ. Gustavo Cañar Viteri Adriana Rivera Cevallos

ALCALDE DEL CANTON PUJILI SECRETARIA GENERAL

CERTIFICACIÓN: LA ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE REGULA EL

FUNCIONAMIENTO Y OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS, MERCADOS, FERIAS LIBRES Y OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA DE LA CIUDAD DE PUJILI, fue discutida y aprobada en primero y segundo debate, por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí, en sesiones ordinarias realizadas el 19 y 28 de diciembre de 2012, respectivamente.

Adriana Rivera Cevallos

SECRETARIA GENERAL

SANCIÓN.- ALCALDIA DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON PUJILI.- Pujilí, 29 de

diciembre de 2012, a las 09H00, conforme lo dispone la Ley, sanciono **LA ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE REGULA EL FUNCIONAMIENTO Y OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS, MERCADOS, FERIAS LIBRES Y OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA DE LA CIUDAD DE PUJILI**, por encontrarse enmarcada dentro del ordenamiento jurídico existente. **EJECÚTESE DE MANERA INMEDIATA.-**

Econ. Gustavo Cañar Viteri

ALCALDE DEL CANTON PUJILI

SECRETARIA GENERAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON PUJILI.- Proveyó y firmó el Decreto que antecede el señor Econ. Gustavo Cañar Viteri, Alcalde del Cantón Pujilí, en la fecha y hora señaladas.-

LO CERTIFICO.-

Adriana Rivera Cevallos

SECRETARIA GENERAL

ANEXO N° 5 FOTOGRAFÍAS



Plaza Sucre - Cubierta



Mercado Rosalino Ruiz- Baños



Mercado Rosalino Ruiz - Fuente de agua



Mercado Rosalino Ruiz - Condiciones de los puestos de venta



Interiores del Mercado Rosalino Ruiz



Cubierta del Mercado Rosalino Ruiz



Visera del Mercado Rosalino Ruiz



Plaza Luis Felipe Chávez



Basureros Fuera de días de feria



Interiores del Mercado Augusto Lema



Ingreso al mercado Augusto Lema



Baños del Mercado Augusto Lema



Cubierta del mercado Augusto Lema



Plaza Sucre - parte inferior



Plaza Sucre- Tomas de agua Insalubres y deterioradas



Plaza Sucre – Puertas en mal estado



Plaza Sucre – Lavamanos dañados



Baños Plaza Sucre



Carpas encada puesto de comercio



Puestos de venta descuidados



Puesto de venta bien llevado



Puesto ordenados pero con basura alrededor



Puesto ordenado, limpio y con basureros



Puesto con carpa y dentro de la cubierta de la Plaza Sucre



Basureros en un día de feria (domingo)

Proceso de Encuestas



**ANEXO N° 6 RESOLUCIÓN DE LA FIJACIÓN DEL VALOR
POR METRO CUADRADO EN LAS DIFERENTES PLAZAS Y
MERCADOS, PATIO DE COMIDAS Y COOPERATIVAS DE
TRANSPORTE**



Gobierno Autónomo Descentralizado

Municipal del Cantón Pujilí.

SECRETARÍA GENERAL

Oficio Nro. 0179 GADMCP-SG-2015
Pujilí, 07 de abril del 2015,

Señores

Ing. Fausto Ruiz S.,
Ing. Edgar Neto,
Lic. Edwin Navas,
Ing. Carlos Arroyo,
Presente.-

**DIRECTOR FINANCIERO MUNICIPAL
DIRECTOR DE GESTIÓN AMBIENTAL
JEFE DE RENTAS MUNICIPALES
TESORERO MUNICIPAL**

De mis consideraciones

Luego de expresarles un atento y cordial saludo, me permito participar a ustedes que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí, en sesión ordinaria realizada el día miércoles 1 de abril del 2015, al analizar el punto: APROBACIÓN DE LAS ACTAS DE LAS SESIONES: ORDINARIAS DE LOS DÍAS, JUEVES 19 DE MARZO DEL 2015, ...".- Luego del análisis pertinente, de conformidad con lo que expresan los Arts., 76 numeral 7 letra l), 226 de la Constitución de la República, los Arts. 57 letras a) y t), 318 del COOTAD el Legislativo Municipal **RESOLVIÓ POR UNANIMIDAD: reconsiderar la resolución emitida en el acta de la sesión ordinaria de fecha 19 de marzo del 2015, en el punto 6.- CONOCIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN OF. NRO. 031 GADM-DF-R-2015 DE FECHA 11 DE MARZO DEL 2015, SUSCRITO POR LOS SEÑORES ING. FAUSTO RUIZ SARZOSA, DIRECTOR FINANCIERO MUNICIPAL E ING. CARLOS ARROYO, TESORERO MUNICIPAL, Y LIC. EDWIN NAVAS NARANJO, JEFE DE RENTAS, REFERENTE (E) A LA NECESIDAD DE FIJACIÓN DEL VALOR POR METRO CUADRADO EN LAS DIFERENTES PLAZAS Y MERCADOS, PATIO DE COMIDAS Y COOPERATIVAS DE TRANSPORTE.- En la que se resolvió: " Incrementar para el presente año, el 10% de los valores que vienen recaudándose por metro cuadrado en las diferentes plazas, mercados, patio de comidas y Cooperativas de Transporte del Cantón; así como, se incremente el 10 % en los cánones de arrendamiento de los locales comerciales municipales en excepción de los nuevos locales comerciales ubicados al sur de la plaza Sucre, y de esta manera se pueda ya emitir los títulos del año 2015"; añadiendo a la misma que **durante el mes de abril del presente año no se cobrarán intereses por este concepto, mismos que correrán a partir del 1 de mayo del 2015.****

Particular que me permito poner en vuestro conocimiento para los fines consiguientes.

Atentamente,

Dr. Rubén Darío Jácome C.

SECRETARIO GENERAL DEL GADM DEL CANTÓN PUJILÍ

E-mail: mun_pujilil@andinanet.net

08-04-2015

ANEXO N° 7 MARCO CONCEPTUAL

Subempleo.- Esto se entiende cuando gran parte de la fuerza de trabajo permanece poco utilizada o inactiva, debido a la falta de empresas que puedan poseer la capacidad de emplear. O cuando las condiciones de empleo son precarias, significando esto que los trabajadores afectados no pueden consentir puestos que deberían ocupar de acuerdo a su formación y experiencia

PEA.- Población Económicamente Activa, que hace referencia a todas las personas mayores de 12 años que desempeñan una labor, o que se encuentran activamente en busca de uno.

Sector económico.- Se refiere a cada sector que tiene una actividad económica y cuyos elementos poseen características comunes, los mismos que se dividen de acuerdo a los métodos o procesos de producción a los que son sometidos, estos son: sector primario o agropecuario, sector secundario o industrial, sector terciario o de servicios.

Interdependiente.- Se entiende como una acción de ser responsable mutuamente, así también como el de compartir un conjunto frecuente o común de principios con las demás personas.

Contrapartida.- Quiere decir a la compensación que se da en pago o gratificación a lo que se ha recibido de una tercera persona.

Especulación.- Esta se basa en la compra o venta de bienes con el propósito de una posterior reventa, cuando el motivo de dicha acción es la perspectiva de un cambio en los precios afectados con relación al precio dominante y no la ganancia originaria de su uso.

Macroeconomía.- Es la disciplina económica que se ocupa de estudiar y especificar las políticas económicas destinadas al buen funcionamiento global de la economía, basándose para ello en una serie de herramientas de análisis e indicadores

macroeconómicos como el Producto Interior Bruto (PIB), la balanza comercial, el porcentaje de empleo o la inflación entre otros.

Pobreza: La pobreza es una situación social y económica caracterizada por una carencia marcada en la satisfacción de las necesidades básicas. Las circunstancias para especificar la calidad de vida y determinar a si un grupo en particular se cataloga como empobrecido suelen ser el acceso a recursos como la educación, la vivienda, el agua potable, la asistencia médica, etc.; asimismo, suelen considerarse como importantes para efectuar esta clasificación las circunstancias laborales y el nivel de ingresos.

Extrema pobreza.- La pobreza extrema es el estado más severo de pobreza. Cuando las personas no pueden satisfacer varias de las necesidades básicas para vivir como alimento, agua potable, techo, sanidad, y cuidado de la salud. Para determinar la población afectada por la pobreza extrema, el Banco Mundial define la pobreza extrema como personas viviendo con menos de USD1.25 dólares al día. El Banco Mundial estima que 1,400 millones de personas han vivido bajo estas condiciones en el año 2008

Desempleo.- Este concepto se usa en el contexto de la Economía y las finanzas públicas. Parte de la fuerza de Trabajo que estando en condiciones de trabajar no se encuentra ocupada en actividades productoras de Bienes o servicios. Incluye a las personas cesantes y a las que buscan Trabajo por primera vez.

Desocupación.- La palabra desocupación alude al caso de aquella persona perteneciente a la población económicamente activa que se encuentra sin ocupar un puesto en el mercado de trabajo.

Subempleo.-Situación de una economía en la que parte de la fuerza de trabajo permanece inactiva o poco utilizada, debido a la insuficiencia de capital o la falta de capacidad empresarial. Situaciones de este tipo son inevitables en determinadas fases

del ciclo económico y se presentan, sobre todo, en los países subdesarrollados en los sectores agrícola y de servicios.

Oferta: Es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

Demanda: Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Nicho: Es un término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

Proceso: Se denomina proceso a la consecución de determinados actos, acciones, sucesos o hechos que deben necesariamente sucederse para completar un fin específico.

Tabular: Es el proceso posterior a la recolección de datos primarios generalmente por respuestas a cuestionarios-encuestas.

Rentabilidad: Es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado.

Escasez: Que figura no poseer y no poder obtener los suficientes ingresos que quiere, necesita o desea la gente, para satisfacer o complacer cada deseo y/o necesidad que se pueda presente en cualquier momento del tiempo.

ANEXO N° 8 DECRETO DE CANTONIZACIÓN DE PUJILI

En sesión de 22 de septiembre la H. Asamblea Constituyente presidida por Don Pedro Moncayo Esparza, jurista e historiador imbabureño, aprueba en tercer y último debate la **CANTONIZACIÓN DE PUJILI**, mediante el siguiente Decreto que dice así:

"REPÚBLICA DEL ECUADOR.- La Asamblea Nacional del Ecuador, Considerando:

1°.- QUE concentrada la acción administrativa, se promueve eficazmente el progreso de los pueblos.

2°.- QUE la Parroquia de Pujilí y sus anexos tienen elementos para formar un Cantón.

DECRETA:

Artículo único: Las parroquias de San Felipe, Poaló, Saquisilí, Isinliví, Chugchilán, Sigchos, Pilaló, Angamarca, Pangua, Zapotal, y Pujilí, formarán en lo sucesivo un Cantón que tendrá el nombre de esta última que será su capital- Comuníquese al Poder Ejecutivo para su publicación y cumplimiento - Dado en la Sala de Sesiones de Guayaquil, a 22 de septiembre de 1852, Octavo de la Libertad.-El Presidente de la Asamblea, (f) Pedro Moncayo.-El Secretario, (f) Pedro Fermín Cevallos.-El Secretario, (f) Pablo Bustamante".

Dos días después de haberse expedido este Decreto, fue sancionado por el General José María Urbina Viteri, quiteño, séptimo Presidente Constitucional de la República que ejerció el poder de 1.852 a 1.856, firmado con él como Secretario del Interior el Dr. Xavier Espinoza, jurista quiteño, después Presidente de la República (1.868-1.869), deduciéndose que la Cantonización de Pujilí quedó firmada y sellada en trámite legal el 24 de septiembre de 1.852. Pero transcurrieron 10 días más para que el susodicho Decreto llegara a la Gobernación de León, y ésta dijera en términos oficiales el 5 de Octubre del mismo año: "Publíquese por Bando y circúlese al que corresponda.-(f) Modesto Albuja.-El Secretario, (f) Juan Páez", hasta que por fin el

Juzgado Primero Parroquial de Pujilí, sentó en sus Libros esta histórica razón: "**Octubre 14 de 1.852.**- Recibido en esta fecha el presente Decreto; se publicó con la solemnidad debida y en los lugares públicos y acostumbrados, lo que pongo por diligencia para que conste". (f) José Jaramillo, Teniente 1º Parroquial. La mentada Divulgación causó el justo regocijo popular y la más acendrada expresión de reconocimiento para los Gobernantes que ordenaron el establecimiento del nuevo y sonriente cantón."

ANEXO 9 PROFORMAS PARA EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN



Instituto de
Matrimonio y Familia

COPEMFE
CORPORACION PARA LA EDUCACION
DEL MATRIMONIO Y LA FAMILIA
DEL ECUADOR

INSTITUCIÓN SIN
FINES DE LUCRO,
FAVOR NO RETENER
IMPUESTO A LA RENTA
AUTORIZACIÓN N° 1117324132
FECHA AUT. 28/07/2015
DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

Francisco Flor 164 y Alpillana
Teléfono: 2502 668 Quito - Ecuador
RUC: 1792264820001

FACTURA

N° 001-001-00 **0003081**

Cliente: SANDOVAL C. MÓNICA C. I/Ruc: 0501308118001 Dirección: LATACUNGA		Teléfono: 032292238	Fecha: 23/09/2015 Vence:
CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	TOTAL
1	CONFERENCIA Institución: PARTICULAR	200.00	200.00
Favor emitir cheque a nombre de COPEMFE		Subtotal: 200.00 Descuento: IVA 0%: 0.00 TOTAL: 200.00	
 Firma Autorizada		Recibido por Fecha:	

CEDEÑO PISCO DOLORES MARIA DE JESUS HOLA IMPRESORES RUC:1303630550001 AUT: 1220 TELF: 2236-316 28/07/2015 DEL 2981 al 3480
 VALIDAS DESDE 28/07/2015 HASTA 28/07/2016 ORIGINAL: ADQUIRIENTE