



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME DE TRABAJO DE GRADO

TEMA

**EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL  
NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES  
FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA  
EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

**AUTORA:** GONZÁLEZ. P. Nelly. R.

**DIRECTORA:** Eco. MAIGUA. Kenia.

Ibarra, Junio, 2011

## SUMMARY EXECUTIVE

The present investigation project has for object to analyze the incidence of the informal trade on the level of the formal merchants of the city of Ibarra revenues, since the topic of the commercialization it is of great importance in the economy of the country in general, in Ibarra almost the population's 23% is devoted to the commercial activity, being this the economic activity with more percentage with relationship to the different activities to those that the inhabitants are devoted. In the city there are four markets offerers and plaintiffs intervene, they are: Mercado Mayorista, Mercado Santo Domingo, La Playita and Mercado Amazonas, however are not coarse for the quantity of existent merchants in the city. Intervening this investigation was determined that most of informal merchants come from other cantons, counties and countries like they are from Colombia and Peru, the informal trade is an economic activity that helps to the growth and development of the economy of the country, in spite of not being legally established under a place and appropriate conditions, however the entrance that perceive is dedicated to cover the basic necessities of its homes. Also proven that most of people that is devoted to be traveling alone it reaches a level of primary instruction, being this a fundamental factor for the socio-economic development of the country. It has also been determined that the informal trade affects since in form negative to the formal merchants disloyal competition it exists, offering the products to low prices, for such a reason the sales of the formal merchants are diminished the same as their revenues. It is for it that intends the informal merchants to associate, with the purpose that they obtain benefits, as: an appropriate place to be able to sell their products, access to micro-credits, among other and this way to improve the quality of people's life that devoted to the informal trade.

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene por objeto analizar la incidencia que tiene el comercio informal sobre el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra, ya que el tema de la comercialización es de gran importancia en la economía del país en general, en el cantón Ibarra, casi el 23% de la población se dedica a la actividad comercial, siendo ésta la actividad económica con mayor porcentaje con relación a las diferentes actividades a las que se dedican los habitantes. En la ciudad existen cuatro mercados en donde intervienen oferentes y demandantes, como son: el mercado mayorista, el mercado Santo Domingo, La Playita y mercado Amazonas, sin embargo no es basto para la cantidad de comerciantes existentes en el cantón. Mediante ésta investigación se determinó que la mayoría de comerciantes informales provienen de otros cantones, provincias y países como son de Colombia y Perú, el comercio informal es una actividad económica que ayuda al crecimiento y desarrollo de la economía del país, a pesar de no estar legalmente establecidos en un lugar y condiciones adecuadas, sin embargo el ingreso que perciben es destinado a cubrir las necesidades básicas de sus hogares. Además se comprobó que la mayoría de personas que se dedica a ser ambulantes solo alcanza un nivel de instrucción primaria, siendo éste un factor fundamental para el desarrollo socio-económico del país. También se ha determinado que el comercio informal afecta en forma negativa a los comerciantes formales ya que existe competencia desleal, ofreciendo los productos a precios bajos, por tal motivo las ventas de los comerciantes formales se ven disminuidas al igual que sus ingresos. Es por ello que se propone que se asocien los comerciantes informales, con la finalidad de que obtengan beneficios, como: un lugar adecuado para poder vender sus productos, acceso a micro-créditos, entre otros y de esta manera mejorar la calidad de vida de las personas que se dedican al comercio informal.

## AUTORÍA

Yo **NELLY RAKQUEL GONZÁLEZ PADILLA**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100287186-9, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “**EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA**”, que no ha sido previamente presentada por ningún grado, ni calificación profesional, y que se ha respetado las diferentes fuentes bibliográficas que constituyen en este documento.

Firma

-----  
Nelly Rakquel González Padilla

CI. 100287186-9

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, **GONZÁLEZ PADILLA NELLY RAKQUEL**, para optar por el título de INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS, cuyo tema es: “**EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COEMRCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA**”. Considero el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los.....del mes de ..... del 2011

Firma

ECO. KENIA MAIGUA

**DIRECTORA DE TESIS**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Nelly Rakquel González Padilla, con cédula de ciudadanía Nro. 100287186-9, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): .....

Nombre: Nelly Rakquel González Padilla

Cédula: 100287186-9

Ibarra, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de 20....



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100287186-9		
<b>APELLIDOS</b>	<b>Y</b>	GONZÁLEZ PADILLA NELLY RAKQUEL	
<b>NOMBRES:</b>			
<b>DIRECCIÓN:</b>	SAN ANTONIO-TANGUARÍN, CALLE IMBABURA		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:Nelly12011987@yahoo.es">Nelly12011987@yahoo.es</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062932954	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	094207032

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA.
<b>AUTOR (ES):</b>	GONZÁLEZ PADILLA NELLY RAKQUEL
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2011 – Junio -
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ECON. KENIA MAIGUA

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Nelly Rakquel González Padilla, con cédula de ciudadanía Nro. 10287186-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## **3. CONSTANCIAS**

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y

saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los ..... días del mes de ..... de 20.....

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....

(Firma) .....

Nombre: Nelly R. González Padilla

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

C.C.: 100287186-9

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## *DEDICATORIA*

*El presente trabajo dedico a toda mi familia, especialmente a mis padres, y hermanos que con su apoyo abnegado, sacrificio inmenso y amor sincero, forjaron en mí los buenos valores.*

*Al amor de mi vida que estuvo junto a mí, brindándome su apoyo incondicional y a los buenos amigos que me dieron una palabra de aliento para continuar.*

*Cumpliendo así una de las metas más importantes de mi vida, que es la culminación de la etapa estudiantil y la obtención de un título profesional.*

*Rakquel*

## **AGRADECIMIENTO**

*Un agradecimiento a todos quienes estuvieron junto a mí en el cumplimiento de este gran reto.*

*A Dios, por tenerme aquí presente y darme la vida.*

*A mis padres y hermanos, que siempre estuvieron para apoyarme y darme el aliento en todo momento.*

*A la Universidad Técnica del Norte, por abrirme las puertas y darme la oportunidad de formarme profesionalmente en ésta prestigiosa institución educativa, y cumplir una de las metas de mi vida, obteniendo una carrera profesional, ya que es el soporte de mi presente y futuro.*

*A todos los maestros que impartieron su conocimiento, especialmente a la Economista Kenia Maigua, que con su experiencia y capacidad profesional, hizo posible llegar a feliz término este trabajo, que es el complemento para mi formación integral.*

*Rakquel*

## PRESENTACIÓN

La presente investigación, tiene como objetivo principal, determinar como incide el comercio informal en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra.

Como inicio de la investigación se cuenta con la introducción acerca del comercio formal e informal en la ciudad, y justificación del porque se va realizar esta investigación.

El presente trabajo de investigación se encuentra dividido en cinco capítulos:

**EL CAPÍTULO I:** define el problema que incluye su formulación; detallando los antecedentes del comercio informal, situación actual y la prospectiva del comercio informal en la ciudad, el objetivo: que es determinar la incidencia que tiene el comercio informal sobre el nivel de ingresos de los comerciantes formales, además se establecen las variables e indicadores del problema.

**EL CAPÍTULO II:** se identifica la metodología adecuada para llevar a cabo el trabajo, estableciendo el diseño y tipo de investigación para determinar la incidencia del comercio informal sobre el nivel de ingresos de los comerciantes formales, asimismo se establece los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizarán para obtener la información necesaria de los comerciantes formales e informales, así como de las autoridades encargadas de la regulación del comercio en la ciudad de Ibarra, por último se define el procesamiento para la recolección y análisis de los datos.

**EL CAPÍTULO III:** es el diagnóstico situacional del problema, donde se realizará la determinación de la población que son los comerciantes formales de los mercados Amazonas - La Playita y de los comerciantes informales que realizan su trabajo en los alrededores de los mercados antes mencionados, una vez establecida la población se procede a determinar la muestra específica con la finalidad de facilitar el trabajo de investigación, también se presenta el análisis de los resultados de las encuestas aplicadas tanto a comerciantes formales como a comerciantes informales, y se establece la construcción de la matriz FODA de los comerciantes informales, y finalmente la identificación del problema a través del árbol de problemas.

**EL CAPÍTULO IV:** es el marco teórico que está conformado por bases teóricas que reúnen todos los aspectos importantes que nos permiten relacionar con el tema como: El comercio formal e informal. El mercado. La comercialización. La competencia. Estableciendo los respectivos subtemas relevantes de cada tema.

**EL CAPÍTULO V:** se encuentra la propuesta que es la creación de la asociación de comerciantes informales de la ciudad de Ibarra, esta asociación les permitirá tener mejores condiciones para realizar su actividad económica, además se establece los impactos que generará la ejecución de la propuestas, entre los principales se encuentran; económicos, social, ambiental.

También contiene las respectivas conclusiones y recomendaciones que servirán de complemento para el trabajo realizado, se culmina la presente investigación con referencias bibliográficas y anexos relacionados al presente trabajo de grado.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
Portada.....	i
Resumen ejecutivo.....	ii
Resumen ejecutivo.....	iii
Autoría.....	iv
Certificación del autor.....	v
Cesión de derechos a la Universidad Técnica del Norte.....	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	vii
Dedicatoria.....	x
Agradecimiento.....	xi
Presentación.....	xii
Índice.....	xiv
<b>CAPÍTULO I</b>	
Problema de investigación.....	1
Antecedentes del problema.....	1
Situación actual del problema.....	2
Prospectiva del problema.....	2
Formulación del problema.....	3
Objetivos de investigación.....	3
Variables.....	4
Indicadores.....	5
<b>CAPÍTULO II</b>	
Metodología.....	6
Diseño de investigación.....	6
Tipo de investigación.....	6
Método de investigación.....	7

Método inductivo.....	7
Método deductivo.....	7
Método analítico.....	7
Método sintético.....	8
Técnicas de investigación.....	8
Fuentes de información primarias.....	9
Encuesta.....	9
Entrevista.....	9
Fuentes de información secundaria.....	10
Internet.....	10
Instrumentos de investigación.....	10
Cuestionario.....	10
Análisis de la validez y confiabilidad de los instrumentos.....	11
Validez.....	11
Confiabilidad.....	11
Procesamiento para la recolección y análisis de datos.....	11
Aplicación de los instrumentos.....	12
Tabulación y análisis de la información.....	12
Elaboración de tablas y cuadros estadísticos.....	12
 <b>CAPÍTULO III</b>	
Desarrollo operativo del diagnóstico.....	13
Antecedentes.....	13
Objetivos del diagnóstico.....	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos.....	14
Determinación de la población.....	14
Determinación de la muestra.....	15
Diagnóstico de la población.....	17
Ubicación y superficie.....	17

Datos poblacionales.....	19
Comerciantes formales.....	19
Comerciantes informales.....	25
Actividades económicas.....	32
El Comercio.....	34
Sistema de comercialización de productos.....	36
Origen de los productos.....	37
Infraestructura.....	40
Tabulación y análisis de las encuestas.....	41
Construcción de la matriz FODA.....	56
Cruces estratégicos.....	57
Identificación del problema.....	58
Árbol de problemas.....	58

#### **CAPÍTULO IV**

Marco teórico.....	59
El comercio formal e informal.....	59
Definición de comercio formal.....	59
Ventajas y desventajas del comercio formal.....	59
Definición de comercio informal.....	60
Causas del comercio informal.....	61
Ventajas y desventajas del comercio informal.....	62
Rol del estado frente al comercio informal.....	63
Ordenanza municipal el comercio informal.....	64
El mercado.....	66
Que es un mercado.....	66
Funcionamiento de los mercados.....	67
Demanda de productos.....	68
Oferta de productos.....	70
Equilibrio de la oferta y la demanda.....	72

La asignación de recursos y el mercado.....	74
La comercialización.....	74
Que es la comercialización.....	74
Como se relaciona la comercialización con el producto.....	74
Que es el producto.....	75
Clases de productos.....	77
Funciones de comercialización.....	78
Canales básicos de comercialización.....	79
Quien ejecuta las funciones de la comercialización.....	81
La competencia.....	82
Que es la competencia.....	82
La competencia perfecta e imperfecta.....	83
Factores condicionantes de la competencia.....	85

## **CAPÍTULO V**

PROPUESTA.....	87
Nombre de la propuesta.....	87
Antecedentes.....	87
Justificación.....	88
Objetivos de la propuesta.....	88
Objetivo general.....	88
Objetivos específicos.....	89
Desarrollo de la propuesta.....	89
Reunión fundacional.....	90
Aprobación de los estatutos de la asociación.....	91
Domicilio.....	91
Denominación.....	91
Duración.....	91
Fines y actividades de la asociación.....	92
Régimen de administración y régimen disciplinario.....	92

Derechos y obligaciones de los asociados.....	94
Régimen democrático de funcionamiento.....	95
Órganos de gobierno y representación.....	95
Régimen de administración, contabilidad y documentación.....	97
Patrimonio inicial y los recursos económicos uso.....	98
Causas de disolución y destino del patrimonio.....	99
Aprobar un reglamento interno.....	99
Estructura de la organización.....	100
Manual de funciones.....	102
Organigrama estructural de la asociación.....	103
Presidente.....	104
Vicepresidente.....	105
Secretario.....	106
Tesorero.....	108
Vocales.....	109
Análisis de impactos.....	110
Impactos económicos.....	112
Impactos sociales.....	113
Impactos ambientales.....	114
CONCLUSIONES.....	115
RECOMENDACIONES.....	116
BIBLIOGRAFÍA.....	118
ANEXOS.....	121
ANEXO N° 1.....	122
ANEXO N° 2.....	124
ANEXO N° 3.....	126
ANEXO N° 4.....	127

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO</b>	<b>TITULO</b>	<b>PÁG.</b>
Cuadro N° 1	Género de comerciantes formales.....	20
Cuadro N° 2	Edad de los comerciantes formales.....	21
Cuadro N° 3	Nivel de instrucción de los comerciantes formales....	22
Cuadro N° 4	Tiempo que realizan la actividad económica.....	23
Cuadro N° 5	Productos que se venden dentro del mercado.....	24
Cuadro N° 6	Ingreso mensual de los comerciantes formales.....	25
Cuadro N° 7	Género de comerciantes informales.....	26
Cuadro N° 8	Edad de los comerciantes informales.....	27
Cuadro N° 9	Nivel de instrucción de los comerciantes informales..	28
Cuadro N° 10	Lugar de origen de los comerciantes informales.....	29
Cuadro N° 11	Tiempo que realizan la actividad económica.....	30
Cuadro N° 12	Productos que comercializan los informales.....	31
Cuadro N° 13	Ingresos mensuales de los comerciantes informales.	32
Cuadro N° 14	Actividad comercial en Ibarra.....	33
Cuadro N° 15	Variación de las ventas.....	35
Cuadro N° 16	Pago de impuestos.....	42
Cuadro N° 17	Incremento de comerciantes informales.....	43
Cuadro N° 18	Comerciantes I. frente a comerciantes F.....	44
Cuadro N° 19	Derecho al trabajo.....	45
Cuadro N° 20	Competencia de los comerciantes informales.....	46
Cuadro N° 21	Acceso a micro-créditos de los C.F.....	47
Cuadro N° 22	Problemas al realizar la actividad económica.....	48
Cuadro N° 23	Lugar de adquisición de los productos.....	49
Cuadro N° 24	Inconvenientes con los comerciantes formales.....	50
Cuadro N° 25	Pago de contribución o tasa de los C.I.....	51
Cuadro N° 26	Razones para no establecerse como formales.....	52

Cuadro N° 27	Acceso a micro-créditos de los C.I.....	53
Cuadro N° 28	Matriz FODA.....	56
Cuadro N° 29	Ventajas y desventajas del comercio formal.....	59
Cuadro N° 30	Ventajas y desventajas del comercio informal.....	62
Cuadro N° 31	Efectos del precio y cantidad con la variación de la oferta y la demanda.....	73
Cuadro N° 32	Estructura de los mercados.....	83
Cuadro N° 33	Cargo del presidente.....	104
Cuadro N° 34	Cargo del vicepresidente.....	105
Cuadro N° 35	Cargo del secretario.....	106
Cuadro N° 36	Cargo del tesorero.....	108
Cuadro N° 37	Cargo de los vocales.....	109
Cuadro N° 38	Matriz de impactos.....	110
Cuadro N° 39	Matriz de impacto económico.....	112
Cuadro N° 40	Matriz de impacto social.....	113
Cuadro N° 41	Matriz de impacto ambiental.....	114

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁG</b>
Gráfico N° 1	Pago de impuestos.....	42
Gráfico N° 2	Incremento de comerciantes informales en los 2 últimos años.....	43
Gráfico N° 3	Comerciantes informales frente a comerciantes formales.....	44
Gráfico N° 4	Derecho al trabajo.....	45
Gráfico N° 5	Competencia de los comerciantes informales.....	46
Gráfico N° 6	Acceso a micro-créditos de los comerciantes formales.....	47
Gráfico N° 7	Problemas al realizar la actividad económica.....	48
Gráfico N° 8	Lugar de adquisición de los productos para la comercialización.....	49
Gráfico N° 9	Inconvenientes con los comerciantes formales.....	50
Gráfico N° 10	Pago de contribución o tasa de los comerciantes informales.....	51
Gráfico N° 11	Razones para no establecerse como formales.....	52
Gráfico N° 12	Acceso a micro-créditos de los comerciantes informales.....	53
Gráfico N° 13	Curva de la demanda.....	69
Gráfico N° 14	Curva de la oferta.....	71
Gráfico N° 15	Equilibrio de la oferta y la demanda.....	73
Gráfico N° 16	Canales básicos de distribución de los productos.....	80
Gráfico N° 17	Organigrama de la asociación.....	103

## ÍNDICE DE MAPAS

<b>MAPA</b>	<b>TITULO</b>	<b>PAG</b>
Mapa N° 1	Mapa de ubicación del área de estudio – Ibarra.....	18
Mapa N° 2	Red de abastecimiento de la ciudad de Ibarra.....	36
Mapa N° 3	Origen nacional e internacional de los productos.....	37
Mapa N° 4	Origen provincial de los productos.....	38
Mapa N° 5	Origen de los productos.....	39
Mapa N° 6	Croquis de ubicación del mercado Amazonas y La Playita	41

## **CAPÍTULO I**

### **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

“EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA”

#### **1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

La ciudad de Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas y siete parroquias rurales, por interés del proyecto se consideran los sectores centro de la ciudad, que es donde se encuentran el mercado Amazonas y La Playita.

La ciudad de Ibarra, en los últimos años ha presentado un crecimiento poblacional, de la cual en su mayoría son emigrantes provenientes de: Otavalo, y de otras provincias como Carchi, Tungurahua, Chimborazo, Manabí, entre otros, así como también de países vecinos como Colombia y Perú. Además cabe señalar que de los comerciantes que pertenecen a la ciudad de Ibarra, la mayoría provienen de los sectores rurales de la ciudad como: la Esperanza, Angochagua, San Antonio, entre otros.

La característica de la educación de la población migratoria y de la ciudad de Ibarra, es la primaria y secundaria incompleta, además la situación de ilegalidad en que se encuentran los emigrantes, trae como consecuencia la dificultad de obtener un empleo fijo, ya que la oferta laboral es notablemente superior a la demanda laboral, lo que ha producido

desequilibrios en el mercado laboral, conduciendo a la generación de desempleo y subempleo.

Los pobladores han tenido que desarrollar creativamente múltiples estrategias de supervivencia y acomodo rebasando el orden establecido, la norma, lo legal, lo oficial y lo formal. Es así que en los últimos años se ha venido incrementando el comercio informal (ambulantes) los cuales se dedican a la venta de toda clase de productos como son: frutas, verduras, ropa, bisutería, entre otros. La presencia de estos comerciantes ha traído algunos problemas sociales, como son el desorden público, inseguridad, contaminación, entre otros.

## **1.2 SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA**

En la actualidad el comercio informal en la ciudad de Ibarra se lo sigue realizando con mayor intensidad, ya que es el único sustento de muchas familias que se encuentran en situación de desempleo, pese a los controles y restricciones que realiza la comisaría municipal frente a este problema, y cada vez se va incrementando el número de comerciantes que no están formados legalmente de acuerdo a lo que establecen las ordenanzas municipales.

## **1.3 PROSPECTIVA DEL PROBLEMA**

El comercio informal es una actividad que se ha dado desde muchos años atrás, debido al desequilibrio económico existente dentro de los países, por tal motivo es una actividad que seguirá existiendo ya que no se ha podido mantener un equilibrio en el cual no exista desempleo ni subempleo, es por eso que las personas buscan la manera de satisfacer las necesidades básicas, a través de ser comerciante informal ya que

establecerse como formal requiere de una inversión, que se hace difícil para una persona desempleada. Sin embargo lo que se puede hacer es establecer mecanismos para mejorar la situación, ya sea dándoles las facilidades para ser legales y designando un espacio físico adecuado donde puedan realizar su actividad económica.

#### **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Teniendo en consideración los argumentos expuestos anteriormente, la formulación del problema de investigación, se lo ha realizado a través de una pregunta de investigación.

¿En qué medida el comercio informal incide en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra?

#### **1.5 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

##### **GENERAL**

Determinar la incidencia del comercio informal en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra.

##### **ESPECÍFICOS**

- Determinar la metodología adecuada para llevar a cabo la investigación.
- Realizar un diagnóstico situacional del problema, para establecer las condiciones en que se encuentra, a través de la aplicación de encuestas a población involucrada.

- Elaborar un marco teórico de los temas que requiere el trabajo, a través de la investigación de segundo orden.
- Crear una propuesta encaminada a dar solución al problema de investigación e identificar los principales impactos que generaría la aplicación de la misma.

## 1.6 VARIABLES

**VARIABLE DEPENDIENTE:** El nivel de ingresos de los comerciantes formales.

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Los comerciantes informales.

De acuerdo a lo establecido en el problema de investigación, el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra depende de los comerciantes informales.

**Nivel de ingresos:** “es lo percibido por una persona o una colectividad como fruto del capital o remuneración del trabajo” (*Y. Bernard-J.C. COLLI, Diccionario económico y Financiero, tercera edición*)

**El comercio informal:** el comercio informal incluye a las personas que laboran en micro negocios comerciales que operan sin un local, es decir, en vía pública, o en pequeños talleres o locales” (*www.monografias.com*)

## 1.7 INDICADORES

**VARIABLE DEPENDIENTE:** Cantidad de ingresos de los comerciantes formales

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Catastro de los comerciantes informales.

La variable dependiente que es el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra se lo determinará, a través de la cantidad de ingresos que perciban mensualmente los comerciantes. Mientras que la variable independiente que es el comercio informal se lo establecerá de acuerdo al catastro existente en el municipio, para determinar el incremento que se ha dado de un tiempo a otro.

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA**

Para poder llevar a cabo la investigación, fue necesario recolectar información que identifique la incidencia de los comerciantes informales en el nivel de ingreso de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra, a través de algunos instrumentos de investigación, los cuales se detallan a continuación.

#### **2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

En este proyecto el diseño que se utilizó es no experimental de corte transversal causal, ya que no existe manipulación deliberadamente de las variables, y no se construye ninguna situación, los sujetos son observados en un entorno natural en su realidad, se concentran en analizar la causa y efecto de las variables de estudio como son el comercio informal y el nivel de ingresos de los comerciantes formales.

#### **2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo, se enmarcó dentro de un estudio explicativo, porque va más allá de la descripción de conceptos, están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Su interés se centra en explicar porqué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este o por qué dos o más variables están relacionadas; en lo cual se conoció el efecto que ocurre en el nivel de ingresos de los comerciantes formales por causa del comercio informal de la ciudad de Ibarra.

## **2.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Para realizar la investigación se utilizaron métodos de conocimiento teórico: inductivo – deductivo, analítico – sintético.

### **a) MÉTODO INDUCTIVO**

“Es aquel que partiendo de casos particulares, permite llegar a conclusiones generales”. (*ZORRILLA, Santiago y Otros, Metodología de la Investigación, Mc. Graw Hill, 1997*). La inducción se aplicó para hacer referencias de los resultados obtenidos de la muestra, a la población de comerciantes formales e informales de la ciudad de Ibarra, es decir que la información obtenida a través de la aplicación de las encuestas a una muestra de la población, tanto a comerciantes formales como a comerciantes informales sirvió como referencia para obtener un análisis de toda la población.

### **b) MÉTODO DEDUCTIVO**

“Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos, y que por medio del razonamiento lógico, pueden deducirse varias suposiciones” (*ZORRILLA, Santiago y Otros, Metodología de la Investigación, Mc. Graw Hill, 1997*). La deducción se utilizó para plantear las conclusiones y recomendaciones, una vez que se revisó los elementos teóricos y se expuso los resultados obtenidos.

### **c) MÉTODO ANALÍTICO**

“El análisis consiste en descomponer en partes algo complejo, en desintegrar un hecho o una idea en sus partes para mostrarlas, describirlas, numerarlas y para explicar las causas de los hechos o

fenómenos que constituyen el todo”. (*LEIVA, Zea Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Quinta Edición, 2006*). Éste método se lo aplicó mediante el estudio de cada uno de los elementos que intervienen tanto en el comercio formal como en el comercio informal, con la finalidad de descubrir las características de cada uno, entre los principales elementos que se investigó para poder realizar el análisis correspondiente están datos generales de cada comerciante como: género, edad, nivel de instrucción, lugar de donde provienen, el tiempo que se dedican a la actividad, los productos que comercializan, entre otros.

#### **d) MÉTODO SINTÉTICO**

“Es el proceso contrario, es decir aquel mediante el cual se reconstituye el todo uniendo sus partes que estaban separadas, facilitando la comprensión cabal del asunto que se estudia o analiza” (*LEIVA, Zea Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Quinta Edición, 2006*). El método sintético, se usó como complemento del método analítico ya que se integró a todos los comerciantes que conforman el mercado formal e informal, con la finalidad de determinar las características de cada grupo. Una vez obtenida la información de cada comerciante se procedió a unificar los datos en tablas y cuadros estadísticos, con la finalidad de hacer un análisis general de los elementos investigados de cada uno de los grupo, es decir de los comerciantes formales e informales.

### **2.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Se entiende por técnicas de recolección de datos, a las distintas formas o maneras de obtener la información. Las técnicas dependen de la fuente de información, las cuales pueden ser primarias o secundarias.

## **2.4.1 FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS**

Las fuentes de información primarias son directas y las que proporcionan información de primera mano, su utilización permite conocer los fenómenos tal y como suceden en la realidad, para este trabajo se recurrió a la encuesta, que se aplicará tanto a comerciantes formales como a comerciantes informales, y además se hará entrevistas a diferentes personas de instituciones que están vinculadas al tema planteado.

### **a) ENCUESTA**

La encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usada, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestados, la encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. *(BERNAL, Cesar Augusto, Metodología de la Investigación, Pearson Educación, México, segunda ed.2006.)*

### **b) ENTREVISTA**

La entrevista es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información, a diferencia de la encuesta, la entrevista puede tener un cuestionario muy flexible, ya que tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta, durante la entrevista se puede profundizar la información de interés para el estudio. *(BERNAL, Cesar Augusto, Metodología de la Investigación, Pearson Educación, México, segunda ed.2006.)*

## **2.4.2 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA**

Las fuentes secundarias se refieren a información obtenida de datos generados con anterioridad, es decir, no se llega directamente a los hechos, sino que se les estudia a través de lo que otros han escrito, para el trabajo se realizará las investigaciones tanto en libros, como en internet.

### **a) INTERNET**

“Es un recurso muy valioso, pues mediante una búsqueda completa se puede obtener resultados de diversas investigaciones relacionadas con el tema” *(Del Cid Alma, Méndez Rosemary, Sandoval Franco, Investigación Fundamentos y Metodología, Pearson Prentice Hall, primera edición 2006)*. La información que se obtuvo de las fuentes de información secundaria, es decir de libros e internet fue de gran importancia para la elaboración de las bases teóricas de la investigación.

## **2.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Las diferentes técnicas de recopilación de datos se basan en la utilización del cuestionario como instrumento para su aplicación.

### **a) CUESTIONARIO**

“El cuestionario es un instrumento que sirve para recoger los datos que nos proporcionan los encuestados a través de un conjunto de preguntas o cuestiones que constituyen el tema de la encuesta”. *(GUTIERRES, M. Abraham, Curso de Métodos de la Investigación y Elaboración de la Monografía)*. El cuestionario sirvió de instrumento fundamental para la recopilación de la información que se realizó tanto a los comerciantes formales como a

los comerciantes informales de la ciudad, así como también para la entrevista que se realizó al administrador de los mercados de la ciudad.

## **2.6 ANÁLISIS DE LA VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS**

Para la recopilación de datos se aplicó el cuestionario el cual es un instrumento rigurosamente estandarizado, mismo que nos permitió estudiar el hecho propuesto en la investigación, el instrumento utilizado cumplió con las exigencias de validez y confiabilidad.

### **a) VALIDEZ**

Las preguntas del cuestionario se estructuraron en base a los objetivos de la investigación, además se sometió al juicio del asesor, al momento de realizar las encuestas se reunió suficiente información sin distorsión de los hechos, ya que es el objetivo de la investigación.

### **b) CONFIABILIDAD**

Las encuestas antes de ser aplicadas a la muestra total se sometieron a una prueba piloto, lo cual permitió detectar errores previos a la aplicación total.

## **2.7 PROCESAMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS**

Para el procesamiento de recolección, análisis e interpretación de los datos se utilizarán los siguientes métodos estadísticos:

### **2.7.1 APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS**

La recopilación de la información se realizó mediante técnicas de primera mano, es decir que para obtener la información se aplicó las encuestas a los comerciantes formales e informales de acuerdo a la muestra obtenida.

### **2.7.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

En ésta etapa se hizo limpieza de datos, calificación cuantitativa, cualitativa, para posteriormente tabular los datos.

### **2.7.3 ELABORACIÓN DE TABLAS Y CUADROS ESTADÍSTICOS**

La información se la presentó en cuadros y gráficos estadísticos. El análisis de la información se realizó centrado en la unidad estadística de manera cualitativa basada en la información cuantitativa de los cuadros.

## **CAPÍTULO III**

### **3. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO**

#### **3.1 ANTECEDENTES**

Con el presente estudio investigativo se pretende obtener un diagnóstico situacional acerca del desarrollo del comercio formal e informal, indicar el tiempo que llevan realizando la actividad, la clase de productos que comercializan, los inconvenientes que tienen al realizar su actividad económica, así como también los recursos económicos con que cuentan para desarrollar su actividad comercial.

La información se consiguió a través de la aplicación de encuestas a la población involucrada, como son: los comerciantes formales e informales, también se aplicó la observación y la entrevista a las personas que forman parte de las instituciones encargadas de regular esta actividad económica.

La investigación se realizó en el sector del Mercado Amazonas y La Playita de la ciudad de Ibarra y sus alrededores. Con la finalidad de analizar el sistema de comercialización informal, los problemas que conlleva realizar la actividad y determinar la incidencia que tiene el comercio informal sobre el comercio formal.

## **3.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

### **3.2.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un diagnóstico situacional sobre el comercio formal e informal en la ciudad de Ibarra.

### **3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a)** Analizar a los comerciantes formales e informales de la ciudad de Ibarra.
- b)** Analizar el sistema de comercialización informal en la ciudad de Ibarra.
- c)** Establecer las causas de la comercialización informal en el cantón Ibarra.
- d)** Determinar la incidencia del comercio informal sobre el comercio formal.

## **3.3 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN**

La población motivo de la investigación serán los comerciantes formales e informales de la ciudad de Ibarra, de acuerdo a la información catastral procedente del Ilustre Municipio de Ibarra y de la Administración del mercado Amazonas.

Los comerciantes formales del mercado Amazonas y de La Playa está conformado por 2371 comerciantes, de acuerdo al catastro del año 2010, esta población se divide de la siguiente manera: Mercado Amazonas 1921 puestos de venta y Mercado La Playa 450 puestos de venta

Los comerciantes informales de la ciudad de Ibarra están conformados por 300 comerciantes, de acuerdo al registro catastral del Ilustre Municipio de Ibarra y de la administración de los mercados de la ciudad del año 2010.

**Nota:** Como son comerciantes informales no se tiene un registro real de las personas.

### 3.4 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula, mediante el muestreo aleatorio simple:

**FORMULA Nº 1  
CÁLCULO DE LA MUESTRA  
MARZO/2010**

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra.

S: varianza (0.25)

E: término de error ( $\alpha = 0.05$ )

Z: margen de confiabilidad (para una confianza de 95%,  $Z = 1.96$ )

N: tamaño de la población.

**Comerciantes formales:** para determinar la muestra de los comerciantes formales se ha tomado en cuenta los comerciantes del mercado Amazonas y de La Playa que tiene 2371 comerciantes.

$$n = \frac{(0.25)^2}{\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{(0.25)^2}{2371}} \quad n = \frac{0.0625}{0.000676} \quad n = 92$$

Una vez aplicada la fórmula con los datos respectivos se ha determinado que la muestra motivo de investigación de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra son 92 personas.

**Comerciantes informales:** para determinar la muestra de los comerciantes informales de la ciudad de Ibarra se ha tomado en cuenta el registro catastral del Ilustre Municipio de Ibarra y de la Administración de los mercados que son 300 comerciantes.

$$n = \frac{(0.25)^2}{\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{(0.25)^2}{300}} \quad n = \frac{0.0625}{0.000823} \quad n = 76$$

Una vez aplicada la fórmula con los datos respectivos se ha determinado que la muestra motivo de investigación de los comerciantes informales de la ciudad de Ibarra son 76 personas.

### **3.5 DIAGNÓSTICO DE LA POBLACIÓN**

#### **3.5.1 UBICACIÓN Y SUPERFICIE**

El presente proyecto de investigación estará ubicado en Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, la provincia está ubicada en el norte del país aproximadamente a unos 60 kilómetros de Quito, capital de la República, cuenta con una superficie aproximada de 4.611 Km<sup>2</sup> Limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, ambas situadas en la región central Andina; al este con la provincia de Sucumbíos en la Amazonía y al oeste con la provincia de Esmeraldas en la Costa del Pacífico. Imbabura posee una ubicación estratégica dentro del país, pues se encuentra a sólo 100 Km aproximadamente de la frontera colombiana. Es un eje comunicador entre la Amazonía, y la Costa, al tiempo que está muy próxima a la capital del Ecuador.

Ibarra la Ciudad Blanca del Ecuador, es la capital de la provincia de Imbabura, está ubicada al norte de la región Andina del país, a 115Km al Noreste de Quito, y a 125Km al Sur de Tulcán, fue fundada por el Español Cristóbal de Troya el 28 de Septiembre de 1606, tiene una altura de 2225 msnm, una superficie total de 1162,22 km<sup>2</sup> y un clima templado seco, está constituida por cinco parroquias urbanas y siete parroquias rurales de acuerdo a los datos del IMI.

La ciudad de Ibarra cuenta con una buena infraestructura, entre lo que se puede mencionar están sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas y cerros, donde las personas pueden recrear la mente y la vista, además cuenta con cuatro mercados, como son: Mercado Amazonas, La Playita, Santo Domingo y Mayorista, en los cuales se desarrollan en condiciones adecuadas la actividad comercial, y

las personas pueden satisfacer sus necesidades adquiriendo los productos de consumo.

El mercado Amazonas, y la Playita es el lugar específico donde se realizará el estudio de investigación, está ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra, entre las calles: Av. Pérez Guerrero al Norte, Obispo Mosquera al Sur, Sánchez y Cifuentes al Este y Eugenio Espejo al Oeste, lo que respecta al mercado Amazonas, mientras que el mercado La Playita se encuentra entre: Av. Pérez Guerrero al Norte, Av. Fray Vacas Galindo el Sur y al Oeste, Eugenio Espejo al Este.

**MAPA Nº 1  
MAPA DE UBICACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO-IBARRA  
Enero / 2011**



Fuente: Administración del Mercado Amazonas (Municipio de Ibarra)

### **3.5.2 DATOS POBLACIONALES**

Según datos del SIISE en su versión 3.5 del año 2001, la provincia de Imbabura cuenta con aproximadamente 344.044 habitantes, de los cuales 171.830 es considerada población rural, y 172.214 población urbana, lo cual supone un 2,83% de la población nacional.

El cantón más poblado es Ibarra, donde se ubica la capital de la provincia, con un 45% de los habitantes. Hay también una inmigración notable de población Colombiana; solo en el año 2003 se han registrado 859 personas entre Refugiados y Solicitantes de Refugio; sin embargo el total de la población colombiana es superior al mencionado. Algunas estimaciones dicen que la población real puede ser 10 veces la población registrada.

De acuerdo a los datos procedentes del Censo Nacional realizado en el año 2001 se dice que la población total del cantón Ibarra alcanza a 153.256 habitantes, de acuerdo a la información procedente del INEC la tasa de crecimiento poblacional anual es de 2.3%, en base a esto se ha realizado la proyección respectiva para el año 2010 lo cual se determina que la población es de 188.060 habitantes, de los cuales el 76.03% habitan en el sector urbano y 23.97% en el sector rural, 51.41% corresponde a mujeres y 48.59% corresponde a hombres.

Para la realización del presente proyecto de investigación, se ha tomado en cuenta las personas que se dedican a la actividad comercial, específicamente los comerciantes establecidos en el mercado Amazonas y La Playita, como comerciantes formales, y los comerciantes informales

que se encuentran en los alrededores de los mercados antes mencionados.

### 3.5.2.1 COMERCIANTE FORMALES

De acuerdo a la información obtenida en la Administración del Mercado Amazonas, se ha identificado que existe un total de 2371 comerciantes establecidos y catastrados como formales, tomados en cuenta los comerciantes de los dos mercados: Amazonas y La Playita, de los cuales según la muestra establecida que son 92 comerciantes, la mayoría está conformado por mujeres, lo cual demuestra que las actividades de venta de productos dentro de los mercado han sido designadas a las mujeres amas de casa con la finalidad de tener un sustento adicional para sus hogares, ya que los hombres se han dedicado por lo general a realizar actividades que requieren mayor fuerza físico, sin embargo el número de comerciantes del género masculino se ha venido incrementando, esto se alude en gran parte a la falta de empleo.

**CUADRO N° 1  
GÉNERO DE COMERCIANTES FORMALES  
MARZO / 2010**

<b>GENERO</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Masculino</b>	39	42,39
<b>Femenino</b>	53	57,61
<b>Total muestra</b>	92	100,00

FUENTE: comerciantes formales

Según datos procedentes de los comerciantes formales, las personas que se dedican a esta actividad económica, son personas que tienen diferentes edades, como se muestra en el cuadro N° 2.

**CUADRO N° 2  
EDAD DE LOS COMERCIANTES FORMALES  
MARZO / 2010**

<b>EDAD</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>20-25</b>	16	17,39
<b>26-30</b>	15	16,30
<b>31-35</b>	33	35,87
<b>más 35</b>	28	30,43
<b>Total</b>	92	100,00

**FUENTE:** comerciantes formales

Analizando la información obtenida, de la muestra, se identifica que la mayoría de comerciantes formales están en edades de más de 31 años, mientras que un considerable porcentaje se encuentra en edades que van desde 20 a 30 años, lo cual demuestra que para realizar ésta actividad no se requiere tener una determinada edad, y es por eso que dentro de los mercados se encuentra personas como niños y adultos mayores que se dedican a vender a pesar de que la ley establece que son personas que están en edades de realizar actividades diferentes a las de trabajar, sin embargo la necesidad de obtener un sustenta hace que todos sin importar edades se dediquen al comercio.

De acuerdo a la información obtenida de los comerciantes formales, se ha podido establecer que la mayoría de las personas que se dedican a la actividad comercial, tienen un nivel de instrucción de primaria y secundaria, como se muestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO Nº 3  
NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS COMERCIANTES FORMALES  
MARZO / 2010**

<b>INSTRUCCIÓN</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Ninguna</b>	10	10,87
<b>Primaria</b>	38	41,30
<b>Secundaria</b>	41	44,57
<b>Superior</b>	3	3,26
<b>Total</b>	92	100,00

**FUENTE:** comerciantes formales

Como se puede identificar en cuadro de análisis Nº 3, el nivel de instrucción de los comerciantes formales, según la muestra establecida la mayoría de personas solo tiene un nivel de instrucción primaria y secundaria incompleta, mientras que un considerable porcentaje de personas no tiene ningún nivel de instrucción, lo que demuestra que aún existe analfabetismo en el País, éstas personas pese a su condición han desarrollado capacidades para poder realizar su actividad económica, además se ha identificado que un mínimo porcentaje de personas tiene un nivel de instrucción superior, con lo que se puede analizar que las personas al no conseguir un empleo acorde a la profesión obtenida, han tenido que desenvolverse como comerciantes con la finalidad de tener un sustento para sus hogares.

La actividad económica dentro de los mercados se ha venido dando desde muchos años atrás, cuando en la administración del señor Pepe Tobar, en el año de 1964 se construyó los primeros mercados de la ciudad de Ibarra, los cuales eran tres: mercado Amazonas, mercado Santo Domingo, y un mercado que funcionaba en el antiguo cuartel, el cual desapareció con el pasar de los años, luego se construyó el mercado mayorista y La Playita, los cuales funcionan en la actualidad, a continuación se muestra el tiempo que realizan la actividad los actuales comerciantes.

**CUADRO Nº 4  
TIEMPO QUE REALIZAN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA  
MARZO / 2010**

<b>Tiempo de la Actividad Económica.</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Menos de 1 año</b>	4	4,35
<b>1 a 2 años</b>	44	47,83
<b>Más de 2 años</b>	44	47,83
<b>Total</b>	92	100,00

FUENTE: comerciantes formales

En el cuadro Nº 4 se puede analizar que de acuerdo a la muestra establecida, la mayoría de los comerciantes formales, lleva realizando su actividad económica más de un año, mientras que un mínimo porcentaje de comerciantes, lleva realizando su actividad económica por menos de un año.

Dentro de los mercados se encuentra una diversidad de productos que expenden los comerciantes formales, como se detalla a continuación:

**CUADRO Nº 5  
PRODUCTOS QUE SE VENDEN DENTRO DEL MERCADO  
MARZO / 2010**

<b>Productos</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Frutas</b>	14	15,22
<b>Verduras</b>	17	18,48
<b>Ropa</b>	18	19,57
<b>Bisutería</b>	9	9,78
<b>Otros</b>	34	36,96
<b>Total</b>	92	100,00

FUENTE: comerciantes formales

Analizando del total de la muestra de comerciantes, un considerable porcentaje de personas se dedica a la ventas de otra clase de productos, dentro de este grupo se encuentran: alimentos cocinados, abastos, productos de aseo, utensilios de cocina, cárnicos, animales, entre otros, seguido de los comerciantes que se dedican a la venta de ropa y verduras, mientras que la cuarta parte de comerciantes encuestados se dedica a la venta de frutas y bisutería.

Los comerciantes formales al realizar su actividad económica manifiestan que los ingresos que perciben mensualmente, varían de acuerdo a las ventas que realicen, sin embargo haciendo un promedio de los gastos que realizan por mes, en alimentación, salud, educación, vivienda, servicios básicos, transporte, entre otros, se ha obtenido el ingreso aproximado

promedio mensual de los comerciantes formales, como se detalla a continuación.

**CUADRO Nº 6  
INGRESO MENSUAL DE LOS COMERCIANTES FORMALES  
MARZO / 2010**

<b>Ingreso</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>0-100</b>	0	0,00
<b>101-200</b>	24	26,09
<b>201-300</b>	55	59,78
<b>mas de 300</b>	13	14,13
<b>Total</b>	92	100,00

FUENTE: comerciantes formales

De acuerdo a la muestra de comerciantes formales, la mayoría obtienen ingresos promedios mensuales que van desde 100 a 300 dólares, mientras que un mínimo porcentaje de personas obtiene ingresos mayores a los 300 dólares, además se ha podido determinar que el valor mínimo obtenido es de 115 dólares y el valor máximo es de 600 dólares.

De acuerdo a la política establecida por parte del Gobierno Central, el sueldo básico mínimo mensual que puede percibir una persona para el año 2010 es de 240 dólares, haciendo referencia a los datos obtenidos, más de la mitad de los comerciantes, según la muestra determinada, si obtienen el ingreso mínimo establecido, con el cual pueden cubrir sus necesidades básicas.

### 3.5.2.2 COMERCIANTE INFORMALES

De acuerdo a la información obtenida en el Ilustre Municipio de Ibarra, se ha identificado 300 personas como comerciantes informales (ambulantes), registradas en el catastro municipal y administración de los mercados, que se encuentran realizando su actividad en los alrededores de los mercados Amazonas y La playita, **tomando en cuenta que como son comerciantes informales (ambulantes)** no se logra tener un registro exacto de las personas que realizan esta actividad, sin embargo se ha determinado según la muestra establecida que al igual que los comerciantes formales, la mayoría de comerciantes informales son mujeres, como se muestra a continuación, lo que demuestra una vez más que la actividad comercial es realizada en la mayoría por mujeres, con la finalidad de obtener un sustento para su hogar.

**CUADRO N°7  
GÉNERO DE COMERCIANTES INFORMALES  
MARZO / 2010**

<b>GENERO</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Masculino</b>	36	47,37
<b>Femenino</b>	40	52,63
<b>Total muestra</b>	76	100,00

FUENTE: comerciantes informales

De igual manera que en los comerciantes formales, dentro de las personas que se dedican al comercio informal también se encuentran personas de diferentes edades, en el siguiente cuadro se ilustra las edades en que se encuentran los comerciantes informales.

**CUADRO Nº 8  
EDAD DE LOS COMERCIANTES INFORMALES  
MARZO / 2010**

<b>EDAD</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>20-25</b>	18	23,68
<b>26-30</b>	6	7,89
<b>31-35</b>	20	26,32
<b>más 35</b>	32	42,11
<b>Total</b>	76	100,00

FUENTE: comerciantes informales

Se ha identificado que las personas que se dedican al comercio informal son de diferentes edades, según la muestra establecida, la mayoría de comerciantes informales encuestados tienen más de 35 años, seguido de los que se encuentran en edades de 31 a 35 y 20 a 25, mientras que un mínimo porcentaje de personas tienen entre 26 a 30 años.

La mayoría de las personas que se dedican a esta actividad (ambulantes) no han tenido la oportunidad de obtener un título de bachillerato mucho menos de educación superior, es por esto y muchas razones más, que la oportunidad de conseguir un empleo fijo y que tenga las condiciones adecuadas como se merece cualquier persona, ha disminuido, por tal motivo se han dedicado a ser vendedores ambulantes, ya que es una actividad que no exige tener título alguno, lo único y más importante es tener las ganas de salir adelante.

A pesar de la falta de garantías que tienen para realizar la actividad, como: tienen que soportar el sol, la lluvia, no cuentan con servicios básicos, en fin con lo único que cuentan es con el ánimo de luchar y sobrevivir.

**CUADRO N° 9  
NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS COMERCIANTES INFORMALES  
MARZO / 2010**

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Ninguna</b>	14	18,42
<b>Primaria</b>	46	60,53
<b>Secundaria</b>	16	21,05
<b>Superior</b>	0	0,00
<b>Total</b>	76	100,00

FUENTE: comerciantes informales

De 76 personas encuestadas que es la muestra, se determina que el mayor porcentaje de los comerciantes tiene un nivel de instrucción primaria, mientras que un considerable porcentaje no tiene ningún nivel de instrucción, y que ningún comerciante tiene un nivel de educación superior. Lo que se puede decir y determinar que la falta de educación es una de las principales causas para que los comerciantes no logren obtener un empleo fijo y tener una mejor remunerado y que cuente con las condiciones necesarias para realizarlo.

La mayoría de las personas que se dedica al comercio informal, son procedentes de otros lugares, diferentes a la ciudad de Ibarra, como se detalla en el cuadro de análisis N° 10.

**CUADRO N° 10  
LUGAR DE ORIGEN DE COMERCIANTES INFORMALES  
MARZO / 2010**

<b>Lugar de donde proviene</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Ibarra</b>	22	28,95
<b>Otro cantón</b>	24	31,58
<b>Otra provincia</b>	20	26,32
<b>Otro país</b>	10	13,16
<b>Total</b>	76	100,00

FUENTE: comerciantes informales

La mayoría de las personas que se dedica al comercio informal (ambulantes), proviene de otros lugares diferentes a la ciudad de Ibarra, es así que de la muestra establecida, un alto porcentaje de comerciantes provienen de otro cantón de Imbabura como: Otavalo, Pimampiro, Urcuquí, entre las más principales, seguido de las personas que son del sector rural de la ciudad de Ibarra como: La Esperanza, Angochahua, San Antonio, además se ha identificado personas de otras provincias como: Manabí, Cotopaxi, Tungurahua, también se ha registrado personas de otro país, como son: Colombia y Perú, debido a las condiciones sociales y económicas en que se encuentran los países vecinos, las personas buscan un mejor porvenir en la ciudad de Ibarra.

**CUADRO Nº 11**  
**TIEMPO QUE REALIZAN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA**  
**MARZO / 2010**

<b>Tiempo de la Acti. Econ.</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Menos de 1 año</b>	6	7,89
<b>1 a 2 años</b>	24	31,58
<b>Más de 2 años</b>	46	60,53
<b>Total</b>	76	100,00

FUENTE: comerciantes informales

Del total de la muestra determinada de comerciantes informales, la mayoría lleva realizando su actividad comercian más de 2 años, mientras que un mínimo porcentaje realiza su actividad menos de 1 año.

Lo que demuestra que el comercio informal (ambulantes) es una actividad que se ha venido desarrollando desde muchos años atrás, incluso antes de que se formalice la actividad comercial, el cual ha servido en gran parte para el desarrollo social y económico de los países en el cual se ejecuta esta actividad.

Al igual que dentro de un mercado formalmente establecido, en la venta ambulante también se encuentra una diversidad de productos, que satisfacen las necesidades y la demanda de las personas, como se detalla a continuación.

**CUADRO N° 12**  
**PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN LOS INFORMALES**  
**MARZO / 2010**

<b>Productos</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Frutas</b>	24	31,58
<b>Verduras</b>	10	13,16
<b>Ropa</b>	10	13,16
<b>Bisutería</b>	12	15,79
<b>Otros</b>	20	26,32
<b>Total</b>	76	100,00

FUENTE: comerciantes informales

Al analizar el cuadro se puede decir que del total de comerciantes informales encuestados, la mayoría se dedica a la venta de frutas, esto es principalmente por la facilidad de transportar el producto, además ésta venta se lo realiza de acuerdo a la temporada, luego se encuentran las personas que se dedican a la venta de otra clase de productos como alimentos cocinados, productos de aseo, entre otros. Como son comerciantes informales, se dedican a la venta de una gran diversidad de productos de acuerdo a la temporada, pero siempre se encuentran en constante variación de productos para ofrecer a los consumidores.

Para determinar el ingreso mensual que perciben los comerciantes informales, se ha hecho un promedio de los gastos básicos que se realizan dentro de un hogar, como son: alimentación, salud, educación, vivienda, servicios básicos, entre otros. En el cuadro N° 13 se detalla el ingreso aproximado promedio mensual de los comerciantes informales (ambulantes).

**CUADRO Nº 13**  
**INGRESOS MENSUALES DE LOS COMERCIANTES INFORMALES**  
**MARZO / 2010**

<b>Ingresos</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>0-100</b>	0	0,00
<b>101-200</b>	12	15,79
<b>201-300</b>	46	60,53
<b>mas de 300</b>	18	23,68
<b>Total</b>	76	100,00

FUENTE: comerciantes informales

De todas las personas encuestadas la mayoría de comerciantes obtienen un ingreso promedio mensual que va desde 101 a 300 dólares, y un considerable porcentaje obtienen ingresos mayores a los trescientos dólares mensuales. Lo que significa que con ésta actividad la personas si obtienen el recurso necesario para cubrir sus necesidades básicas, haciendo referencia al sueldo básico establecido por parte del estado.

### **3.5.3 ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

El desarrollo económico de la provincia de Imbabura gira en torno al sector agropecuario y de servicios, el sector agropecuario por el volumen, la variedad de la producción o porque genera los mayores ingresos, mientras que el sector servicios por la relevante importancia dentro del producto interno bruto y en la PEA a diferencia del sector industrial manufacturero que tiene un bajo perfil en el desarrollo económico de la provincia. El atraso tecnológico hace del sector agropecuario una actividad de baja productividad y con una situación difícil de competitividad ante la globalización de la economía y la suscripción del

tratado de libre comercio que se torna en una herramienta muy exigente en calidad y cantidad para los productores locales.

Las actividades de comercio, restaurantes y hoteles han sido las que han logrado un incremento notable con respecto a los sectores agropecuarios e industrial como una tendencia general de la provincia a diferencia de los cantones cuyas variaciones son diferentes por las características específicas de cada uno de ellos.

En el cantón Ibarra del total de habitantes existentes aproximadamente 60.082 habitantes forman parte de la Población Económicamente Activa, es decir la población que participa en la producción de bienes y servicios, integrando grupos económicos específicos tales como: Comercio, agricultura, ganadería, caza, selvicultura, pesca, industrias manufactureras, construcción entre otros. Según datos procedentes del Ilustre Municipio de Ibarra, de todas las actividades que se realizan dentro del cantón la que más sobresale es el comercio con un porcentaje de 22.69% de la PEA.

**CUADRO N° 14  
ACTIVIDAD COMERCIAL EN IBARRA  
ENERO / 2011**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PEA TOTAL</b>	<b>PEA EN %</b>
Comercio, hoteles y restaurantes	13.635	22.69

Fuente: Municipio de Ibarra

### **3.5.3.1 EL COMERCIO**

El comercio es una actividad económica en la cual intervienen tanto compradores como vendedores, intercambiando libremente bienes y servicios con dinero, ya que es considerado como todo medio de pago generalmente aceptado, con la finalidad de satisfacer las necesidades tanto de oferentes y demandantes, esta actividad se la realiza generalmente dentro de un mercado que es un espacio físico donde pueden intervenir ambos grupos. Estos mercados al igual que cualquier institución actúan de acuerdo a reglamentos previamente elaborados, con la finalidad de tener un buen desarrollo de todas las actividades. En la ciudad de Ibarra el Mercado Amazonas es considerado el más importante centro de abastos en la zona urbana.

Pese a la existencia de espacios adecuados para la realización de la actividad comercial, se ha evidenciado que son espacios reducidos con relación a la demanda que existe, es por esto y por otros factores como la migración, falta de recursos económicos, la dificultad para acceder a créditos que las personas han tenido que realizar su actividad económica de forma ilegal, es decir no tienen un espacio físico donde puedan vender sus productos, por lo que se ven obligados a improvisar en las calles un local de venta.

El comercio ambulatorio existe debido a una demanda de la población de bajos ingresos que promueve esta forma de abastecimiento, así como también de la demanda por trabajo de población desempleada, la cual busca generar ingresos de alguna manera. Se reconoce que el ejercicio de esta actividad en la vía pública impone serios límites para su crecimiento.

La mayoría de comerciantes ambulantes constituyen cinturones alrededor de mercados formalmente establecidos. Ésta situación explica los conflictos existentes entre comerciantes ambulantes y comerciantes formales, los cuales son los mayores opositores al comercio ambulatorio. Se supone, que existe un desequilibrio entre la oferta y la demanda en ciertos ejes zonales que causan la sobrepoblación de comerciantes formales y ambulantes y las presiones por competir.

El comercio informal de alguna manera afecta a los comerciantes formales ya que ofrecen los mismos productos, pero a precios más bajos, es decir se da una competencia desleal, lo que se ha reflejado en el nivel de ventas de los comerciantes formales, puesto que la mayoría de los comerciantes formales encuestados es decir 54 personas manifiesta que las ventas han disminuido con relación a dos años atrás, y una de las razones por las que se ha dado esta variación en las ventas es por la presencia y aumento de los comerciantes informales en los alrededores de los mercados

**CUADRO Nº 15  
VARIACIÓN DE LAS VENTAS  
MARZO / 2010**

<b>Nivel de ventas mensuales</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Aumentado</b>	7	7,61
<b>Igual</b>	31	33,70
<b>Disminuido</b>	54	58,70
<b>Total</b>	92	100,00

FUENTE: comerciantes formales



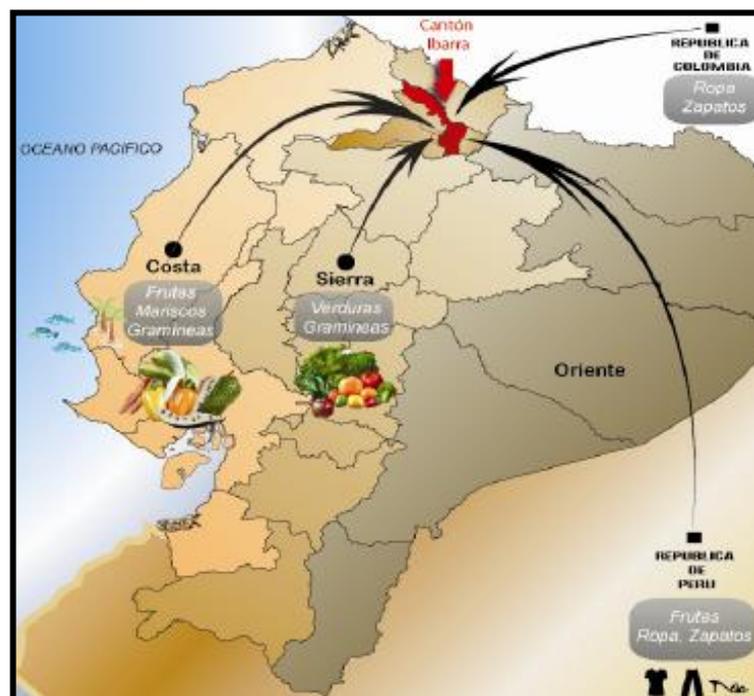
## b) ORIGEN DE LOS PRODUCTOS

Los mercados de la ciudad de Ibarra se abastecen de productos procedentes de diferentes lugares.

### ➤ Origen nacional e internacional de los productos

Los principales productos que provienen de de la Costa son frutas, mariscos y gramíneas, de la sierra provienen principalmente las verduras y gramíneas, mientras los países vecinos como la República de Colombia y Perú, abastecen a la ciudad con productos como ropa y zapatos, en el siguiente gráfico se ilustra el origen nacional e internacional de los productos.

**MAPA N° 3  
ORIGEN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS  
ENERO / 2011**

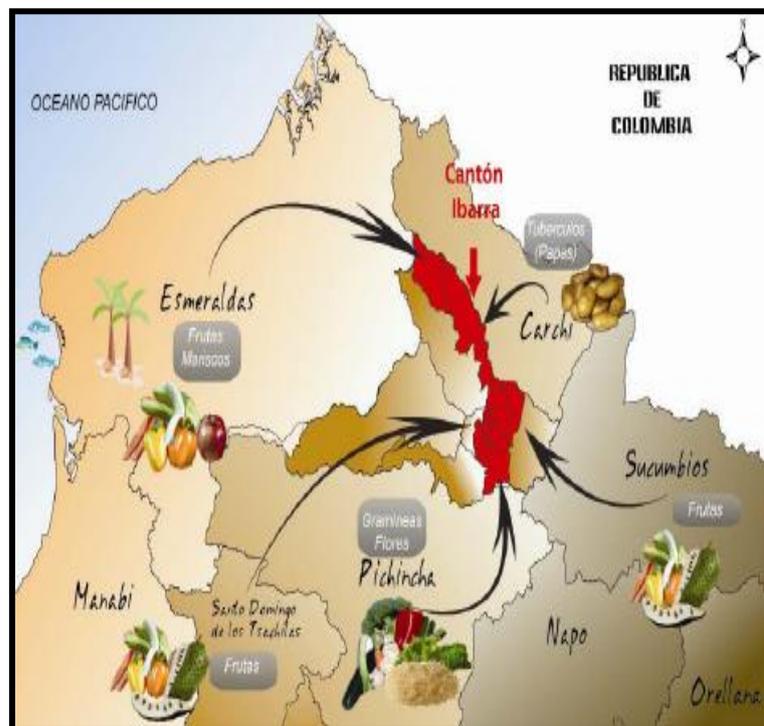


FUENTE: Administración del Mercado Amazonas

➤ **Origen provincial de los productos**

Los productos provenientes de otras provincias, hacia la ciudad de Ibarra son: Esmeraldas que abastece de frutas y mariscos, Manabí y Santo Domingo de los Tsachilas de frutas, Pichincha abastece de gramíneas y flores, Carchi de tubérculos, Sucumbios abastece con frutas, entre las principales provincias que se puede mencionar.

**MAPA N° 4  
ORIGEN PROVINCIAL DE LOS PRODUCTOS  
ENERO / 2011**



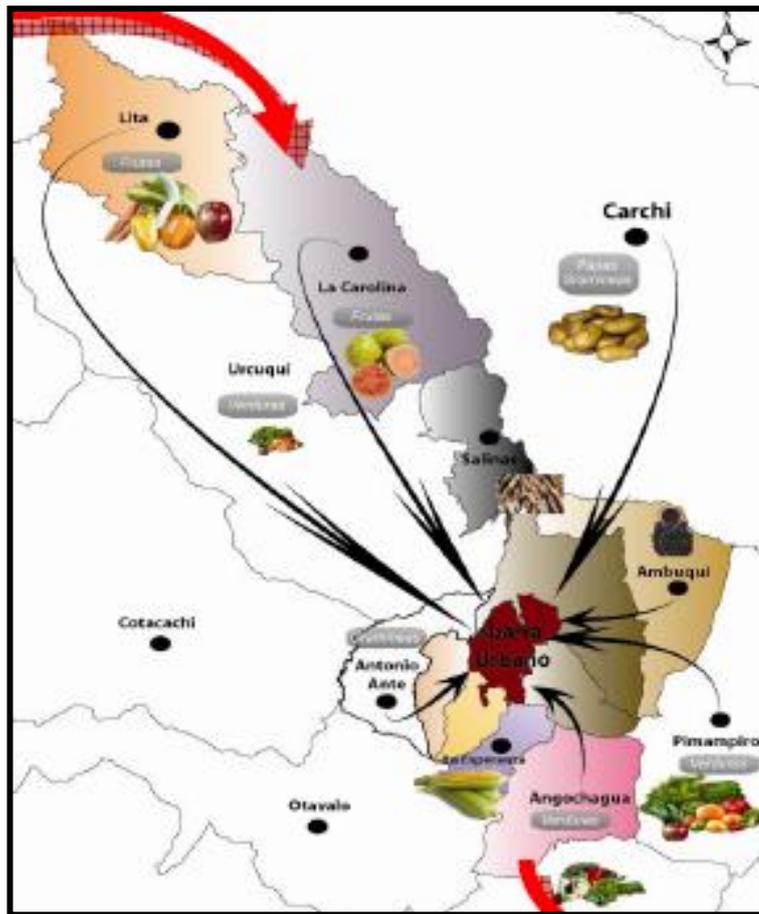
FUENTE: Administración del Mercado Amazonas

➤ **Origen de lugares cercanos a la ciudad**

Entre los principales lugares que abastecen de productos agrícolas a la ciudad de Ibarra se encuentran: Lita y La Carolina que ofrecen frutas, Urcuquí, Pimampiro y Angochagua ofrecen verduras, Antonio ante

abastece de gramíneas, a continuación se muestra una ilustración de los lugares más cercanos a la ciudad que abastecen de productos para la venta al consumidor final.

### MAPA Nº 5 ORIGEN DE LOS PRODUCTOS ENERO / 2011



FUENTE: Administración del Mercado Amazonas

### **3.5.4 INFRAESTRUCTURA**

El centro de la ciudad de Ibarra cuenta con 3 mercados minoristas, en el cual los comerciantes realizan sus actividades económicas: Santo Domingo, La Playita, Amazonas, para el presente estudio de investigación se ha tomado en cuenta 2 mercados, como es: mercado Amazonas y La Playita.

El mercado Amazonas fue construido en el año de 1964, en la época del señor Pepe Tobar, según datos procedentes del archivo histórico del Ilustre Municipio de Ibarra, adicionalmente a este mercado se construyó dos mercados más, como son: el Mercado Santo Domingo y otro que funcionaba en el antiguo cuartel, éste último fue cerrado hace mucho tiempo, recientemente fue construido el mercado La Playita, en el año 2000, con la finalidad de que todos los comerciantes que se encontraban realizando sus ventas en la calle, puedan contar con un espacio adecuado para realizar su comercio, sin embargo el área físico existente no es suficiente para abastecer la demanda, es por esto que los comerciantes optan por salir a los alrededores del mercado, para poder realizar sus ventas.

Además los mercados cuentan con las garantías que se requiere para realizar la actividad comercial, con agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, transporte terrestre, las calles son adoquinadas, está rodeada de locales comerciales, iglesias, bancos, escuela, parques, vigilancia pública.

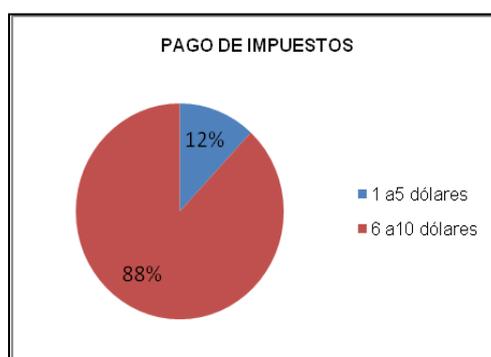


1. ¿Usted aproximadamente cuánto paga de impuestos municipales y tributarios?

**CUADRO Nº 16  
PAGO DE IMPUESTOS  
MARZO/2010**

Pago Impuestos	Municipales	%
1 a5 dólares	11	11,96
6 a10 dólares	81	88,04
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO Nº 1  
PAGO DE IMPUESTOS**



FUENTE: Comerciantes formales  
ELABORADO POR: González P. Nelly R

### **Análisis**

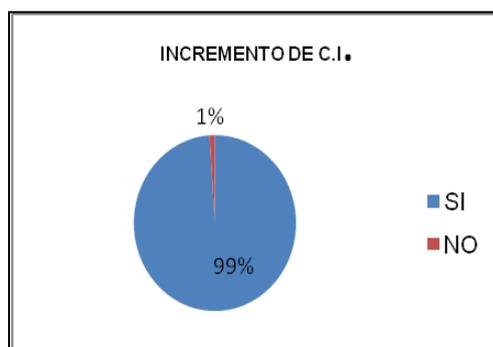
De acuerdo a lo que manifiestan los 92 comerciantes formales, la mayoría de los comerciantes paga por concepto de impuestos municipales entre 6 y 10 dólares. Mientras que ninguno de los comerciantes formales encuestados realiza algún pago tributario. Lo que significa que los comerciantes por realizar su actividad económica deben contribuir con una determinada cantidad de dinero al municipio, mientras que los comerciantes informales (ambulantes) no, lo que hace que los ingresos de los comerciantes formales se vea reducido.

2. ¿Usted cree que ha aumentado el número de comerciantes informales en los dos últimos años?

**CUADRO N° 17  
INCREMENTO DE COMERCIANTES INFORMALES  
MARZO/2010**

Incremento de C.I.	F	%
SI	91	98,91
NO	1	1,09
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO N° 2  
INCREMENTO DE COMERCIANTES INFORMALES**



FUENTE: Comerciantes formales  
ELABORADO POR: González P. Nelly R

### **Análisis**

De acuerdo a la información obtenida de los 92 comerciantes formales, se determina que casi la totalidad de los comerciantes cree que si se ha aumentado el número de comerciantes informales en los dos últimos años. Es evidente el incremento de comerciantes informales en los alrededores de los mercados de la ciudad, esto se aduce a la falta de empleo estable en el país, es por eso que las personas han tomado alternativas como la de vendedores ambulantes, para de esta manera obtener un sustento para sus familias, lo cual es positivo para el país ya que aportan en su desarrollo social y económico.

3. ¿Usted considera que la presencia de los comerciantes informales afecta a los comerciantes formales?

**CUADRO Nº 18  
COMERCIANTES INFORMALES FRENTE A COMERCIANTES  
FORMALES  
MARZO/2010**

Presencia de C.I. afecta a C.F.	F	%
SI	90	97,83
NO	2	2,17
<b>Total</b>	92	100,00

**GRÁFICO Nº 3  
COMERCIANTES INFORMALES FRENTE A COMERCIANTES  
FORMALES**



FUENTE: Comerciantes formales  
ELABORADO POR: González P. Nelly R

### Análisis

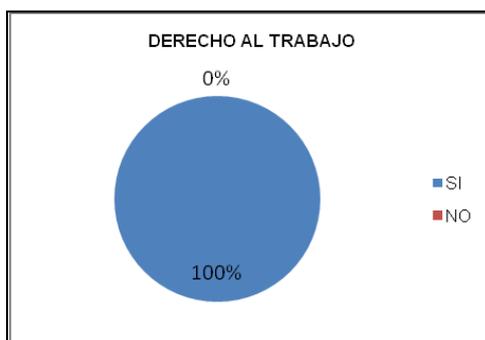
La mayoría de los encuestados según la muestra establecida de 92 personas, considera que la presencia de los comerciantes informales si afecta a los comerciantes formales. Lo que indica que al estar los comerciantes informales en los alrededores de los mercados, el nivel de ventas de los comerciantes formales se reduce, y por ende el nivel de sus ingresos también reduce.

4. ¿Usted cree que todas las personas tienen derecho al trabajo?

**CUADRO N° 19  
DERECHO AL TRABAJO  
MARZO/2010**

Derecho al trabajo	F	%
SI	92	100,00
NO	0	0,00
Total	92	100,00

**GRÁFICO N° 4  
DERECHO AL TRABAJO**



**FUENTE:** Comerciantes formales  
**ELABORADO POR:** González P. Nelly R

### Análisis

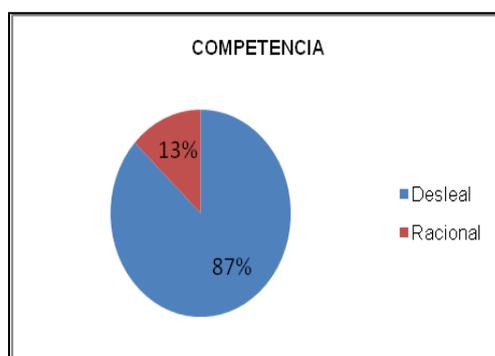
La totalidad de los comerciantes formales encuestados, de acuerdo a la muestra establecida que es de 92 personas, consideran que todas las personas tienen derecho al trabajo. Lo cual de alguna manera justifica que las personas se dediquen a la venta de productos de forma ambulante, ya que si no hay la oportunidad de desempeñarse en actividades reguladas y normadas de acuerdo a la ley, tienen el derecho a desempeñarse y buscar la manera de realizar alguna actividad la cual genere un sustento económico con el cual puedan sobrevivir.

5. ¿Cómo cree que es la competencia con los comerciantes informales?

**CUADRO N° 20**  
**COMPETENCIA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES**  
**MARZO/2010**

Competencia	F	%
Desleal	80	86,96
Racional	12	13,04
Total	92	100,00

**GRÁFICO N° 5**  
**COMPETENCIA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES**



FUENTE: Comerciantes formales  
ELABORADO POR: González P. Nelly R

### Análisis

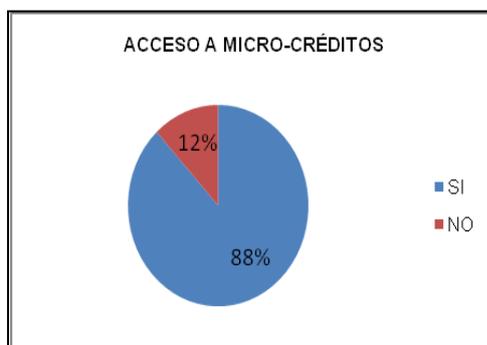
De la muestra total de 92 personas, la mayoría de los comerciantes formales manifiestan, que la competencia con los comerciantes informales es desleal. Es desleal ya que los comerciantes informales ofrecen mayor cantidad de producto y a menores precios que los comerciantes formales, lo cual conlleva a que los consumidores adquieran más los productos que ofrecen los informales que los que ofrecen los formales, además el hecho de ser ambulantes, la movilidad les facilita para que puedan ofrecer sus productos.

## 6. ¿Usted tiene acceso a micro-créditos?

**CUADRO N° 21  
ACCESO A MICRO-CRÉDITOS  
MARZO/2010**

Acceso a micro-créditos	F	%
SI	81	88,04
NO	11	11,96
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO N° 6  
ACCESO A MICRO-CRÉDITOS**



**FUENTE:** Comerciantes formales  
**ELABORADO POR:** González P. Nelly R

### **Análisis**

De acuerdo a la información obtenida de los 92 comerciantes encuestados, se determina que la mayoría de los comerciantes si tiene acceso a micro-créditos. Los comerciantes al acceder a un crédito, pueden invertir en su negocio, haciéndolo crecer, lo que conlleva a mejorar sus ingresos económicos y por ende tener un mejor nivel de vida.

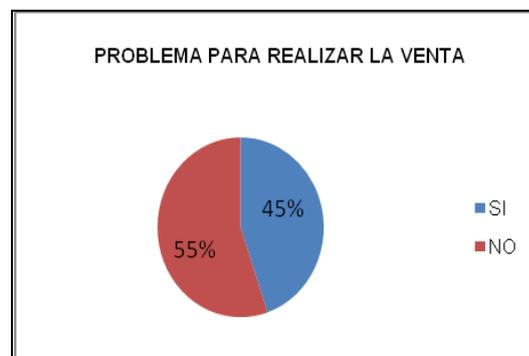
### 3.6.2 COMERCIANTES INFORMALES

#### 1. ¿Tiene algún problema para realizar su actividad económica?

**CUADRO Nº 22**  
**PROBLEMAS AL REALIZAR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA**  
**MARZO/2010**

Problema	F	%
SI	34	44,74
NO	42	55,26
Total	76	100,00

**GRÁFICO Nº 7**  
**PROBLEMAS AL REALIZAR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA**



FUENTE: Comerciantes informales  
ELABORADO POR: González P. Nelly R

#### **Análisis**

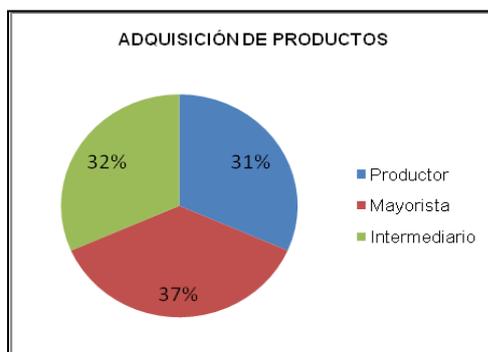
Según la muestra determinada de 76 personas, un considerable porcentaje de comerciantes informales manifiesta que no tiene algún problema para realizar su actividad económica. Esto se debe a que como son informales están infringiendo la ley lo cual hace que tengan problemas con las autoridades encargadas de hacer cumplir la ley, además otros problemas son: la falta de un espacio físico adecuado, la exposición diaria al sol, agua, y es más corren el peligro de tener algún accidente.

## 2. ¿Dónde adquiere los productos para la comercialización?

**CUADRO N° 23**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS**  
**MARZO/2010**

Adquisición de productos	F	%
Productor	24	31,58
Mayorista	28	36,84
Intermediario	24	31,58
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO N° 8**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS**



FUENTE: Comerciantes informales  
ELABORADO POR: González P. Nelly R

### Análisis

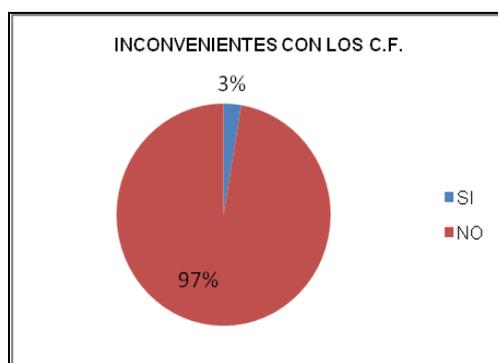
De acuerdo a la información obtenida de las 76 personas encuestadas, se determina un alto porcentaje de comerciantes adquiere sus productos en el mercado mayorista. Lo cual ayuda a dinamizar el mercado, sin embargo no todos cumplen con el sistema de comercialización existente en el mercado, que establece que los productores venden a los mayoristas, y los mayoristas a los minoristas.

### 3. ¿Usted ha tenido inconvenientes con los comerciantes formales?

**CUADRO N° 24**  
**INCONVENIENTES CON LOS COMERCIANTES FORMALES**  
**MARZO/2010**

Inconvenientes con los C.F.	F	%
SI	2	2,63
NO	74	97,37
Total	76	100,00

**GRÁFICO N° 9**  
**INCONVENIENTES CON LOS COMERCIANTES FORMALES**



FUENTE: Comerciantes informales  
ELABORADO POR: González P. Nelly R

#### Análisis

De los 76 comerciantes informales encuestados, la mayoría manifiesta que no ha tenido inconvenientes con los comerciantes formales. Lo que demuestra que por más afectados que se sientan los comerciantes formales, ante todo está el respeto por los demás, es así que los comerciantes informales han podido realizar su actividad económica, además todos son conscientes de la situación del país en la cual no es fácil conseguir empleo, por lo tanto cada cual desarrolla su actividad en su ambiente.

#### 4. ¿Usted paga alguna contribución o tasa?

**CUADRO Nº 25**  
**PAGO DE CONTRIBUCIÓN O TASA DE LOS C. INFORMALES**  
**MARZO/2010**

Pago de Contribución o tasa	F	%
SI	0	0,00
NO	76	100,00
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO Nº 10**  
**PAGO DE CONTRIBUCIÓN O TASA DE LOS C. INFORMALES**



**FUENTE:** Comerciantes informales  
**ELABORADO POR:** González P. Nelly R

#### **Análisis**

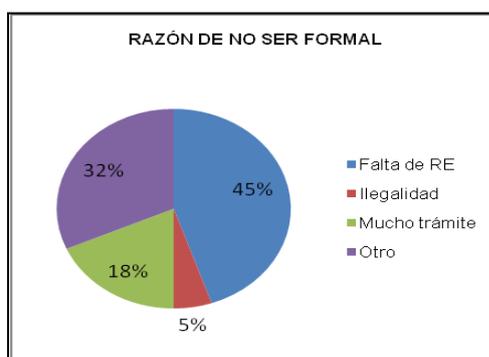
El total de comerciantes informales encuestados, de acuerdo a la muestra establecida de 76 personas, no paga alguna contribución o tasa por realizar su actividad económica. Lo que significa que sus ingresos no se ven afectados por el pago de algún impuesto, mientras que los comerciantes formales sí tienen que pagar, es por esto que los comerciantes formales sienten alguna inconformidad con los comerciantes informales, además son personas que no contribuyen al ingreso del país.

5. ¿Cuál es la razón por la que no se ha establecido como comerciante formal?

**CUADRO Nº 26  
RAZONES PARA NO ESTABLECERSE COMO FORMALES  
MARZO/2010**

Razón de no ser Formal	F	%
Falta de RE	34	44,74
Ilegalidad	4	5,26
Mucho trámite	14	18,42
Otro	24	31,58
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO Nº 11  
RAZONES PARA NO ESTABLECERSE COMO FORMALES**



**FUENTE:** Comerciantes informales  
**ELABORADO POR:** González P. Nelly R

### **Análisis**

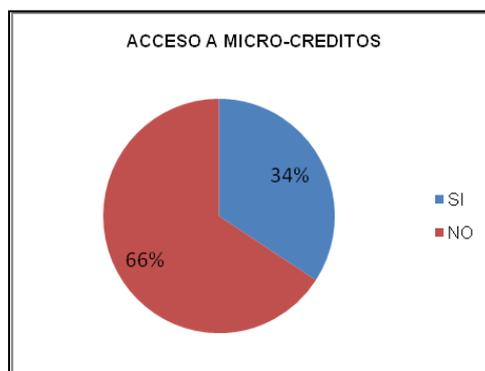
De la muestra de 76 personas, un alto porcentaje de comerciantes informales manifiesta que la razón por la que no se ha establecido como comerciante formal es por falta de recursos económicos. La falta de recursos económico se da ya que no pueden acceder a créditos, debido a la falta de garantías que tienen para hacerlo.

## 6. ¿Usted ha accedido a micro-créditos?

**CUADRO Nº 27  
ACCESO A MICRO-CRÉDITOS  
MARZO/2010**

Acceso a micro-créditos	F	%
SI	26	34,21
NO	50	65,79
Total	76	100,00

**GRÁFICO Nº 12  
ACCESO A MICRO-CRÉDITOS**



FUENTE: Comerciantes informales  
ELABORADO POR: González P. Nelly R

### Análisis

De acuerdo a la información obtenida de los 76 comerciantes, se determina que la mayoría de comerciantes no ha accedido a micro-créditos, esto es principalmente porque de acuerdo a las políticas de las instituciones financieras, no tienen garantías, que les confirme que el dinero desembolsado se recupere, es por eso que los comerciantes informales no cuentan con un capital para poder invertir en su negocio y de esta manera crecerlo y mejorarlo.

**Análisis general:** tomando en cuenta los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas tanto a comerciantes formales como a informales y dando cumplimiento a los objetivos específicos planteados en el presente diagnóstico situacional, se ha analizado a los comerciantes formales e informales del centro de la ciudad de Ibarra, determinando que existen 2371 comerciantes formales que realizan sus actividades económicas en el mercado Amazonas, así como en el mercado La Playita, de los cuales según la muestra determinada de 92 comerciantes formales, el 57.61% está conformada por mujeres y el 42.39% por hombres, y la mayoría de los comerciantes se encuentran en edades de más de 31 años, y alrededor del 86% de los comerciantes tiene un nivel de instrucción primario y secundario. Además se analizó a los comerciantes informales obteniendo una cantidad de 300 comerciantes informales existentes en los alrededores de los mercados Amazonas y L a Playita, sabiendo que como son informales no existe un registro exacto de los comerciantes, sin embargo al determinar la muestra que es de 76 comerciantes, se ha obtenido que el 52.63% de comerciantes está conformado por mujeres y el 47.37% por hombres de los cuales alrededor del 68% se encuentra en edades de más de 31 años, y el 60% tiene un nivel de instrucción primaria, además se ha determinado que alrededor del 70% de los comerciantes informales son procedentes de otros lugares diferentes a la ciudad de Ibarra, como son: el cantón Otavalo, otras provincias como Manabí, Cotopaxi, Tungurahua, entre otros, y de otros países como Colombia y Perú.

Al analizar el sistema de comercialización de los comerciantes informales se ha determinado que aproximadamente el 63% de comerciantes, adquiere sus productos directamente del productor y de intermediarios, y los principales productos que comercializan son: frutas, verduras, ropa y bisutería.

Entre las principales causas que se presentan para que las personas se dedican a comercializar sus productos de forma ilegal aproximadamente el 44.75%, equivalente a 34 comerciantes, coincide que por la falta de recursos económicos no se han podido establecer como comerciantes legales, esto se da porque los informales no han podido acceder a un micro-crédito, además entre las razones que se establecen por las que no son legales es la situación de ilegalidad en que se encuentra muchas personas y los trámites y documentos que se requieren para formar parte de los comerciantes formales.

Al determinar la incidencia que tiene el comercio informal sobre el comercio formal se ha determinado que las ventas del año actual con relación a dos años atrás han disminuido considerablemente, es en lo que coinciden alrededor del 58.7%, es decir 54 de los comerciantes formales encuestados, los cuales han manifestado que el principal motivo para que se de esta disminución de las ventas es el aumento de comerciantes informales que se ha evidenciado en los últimos años, ya que manifiestan que los comerciantes informales ofrecen productos a precios más bajos de los que ofrecen los comerciantes formales, por lo que existe una competencia desleal, esto manifiesta el 86.96% de comerciantes formales de un total de 92 personas, sin embargo la totalidad de comerciantes manifiesta que todas las personas tienen derecho a trabajar, es por esto que se buscará alternativas de mejoramiento de la comercialización, en la cual el beneficio sea tanto para comerciantes formales como para los comerciantes informales.

### 3.7 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ FODA

**CUADRO Nº 28  
MATRIZ FODA  
MARZO / 2011**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>1. Capacidad de comercialización.</p> <p>2. Actitud positiva pese a las adversidades que se presentan.</p> <p>3. Existe un gran número de personas que se dedican al comercio informal</p>	<p>1. Contar con una infraestructura adecuada para realizar la venta de sus productos.</p> <p>2. Formar asociaciones para establecerse legalmente dentro del mercado.</p> <p>3. El acceso a crédito formal, a tasas inferiores.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>1. Deficientes condiciones para realizar la actividad económica.</p> <p>2. Falta de organización entre comerciantes.</p> <p>3. Falta de una infraestructura adecuada.</p>	<p>1. Competencia con comerciantes formales.</p> <p>2. Las ordenanzas municipales.</p> <p>3. Altos costos de formalización.</p>

### **3.7.1 CRUCE ESTRATÉGICO**

F3O2: Aprovechar el número grande de personas, para formar asociaciones y establecerse legalmente dentro de un mercado.

F3O3: Aprovechar el número grande de personas para que se reúnan y puedan tener acceso a créditos.

F1A1: Utilizar la capacidad de comercialización para poder competir con los comerciantes formales.

F2A2: Emplear la actitud positiva para acatar las ordenanzas municipales.

F3A3: Como existe un gran número de personas que se dedican al comercio informal pueden reducir los costos de formalización.

D1O1: Contrarrestar las deficientes condiciones para realizar la actividad económica, con una buena infraestructura para realizar las ventas.

D2O2: Contrarrestar la falta de organización entre comerciantes, a través de la formación de asociaciones para establecerse legalmente dentro del mercado.

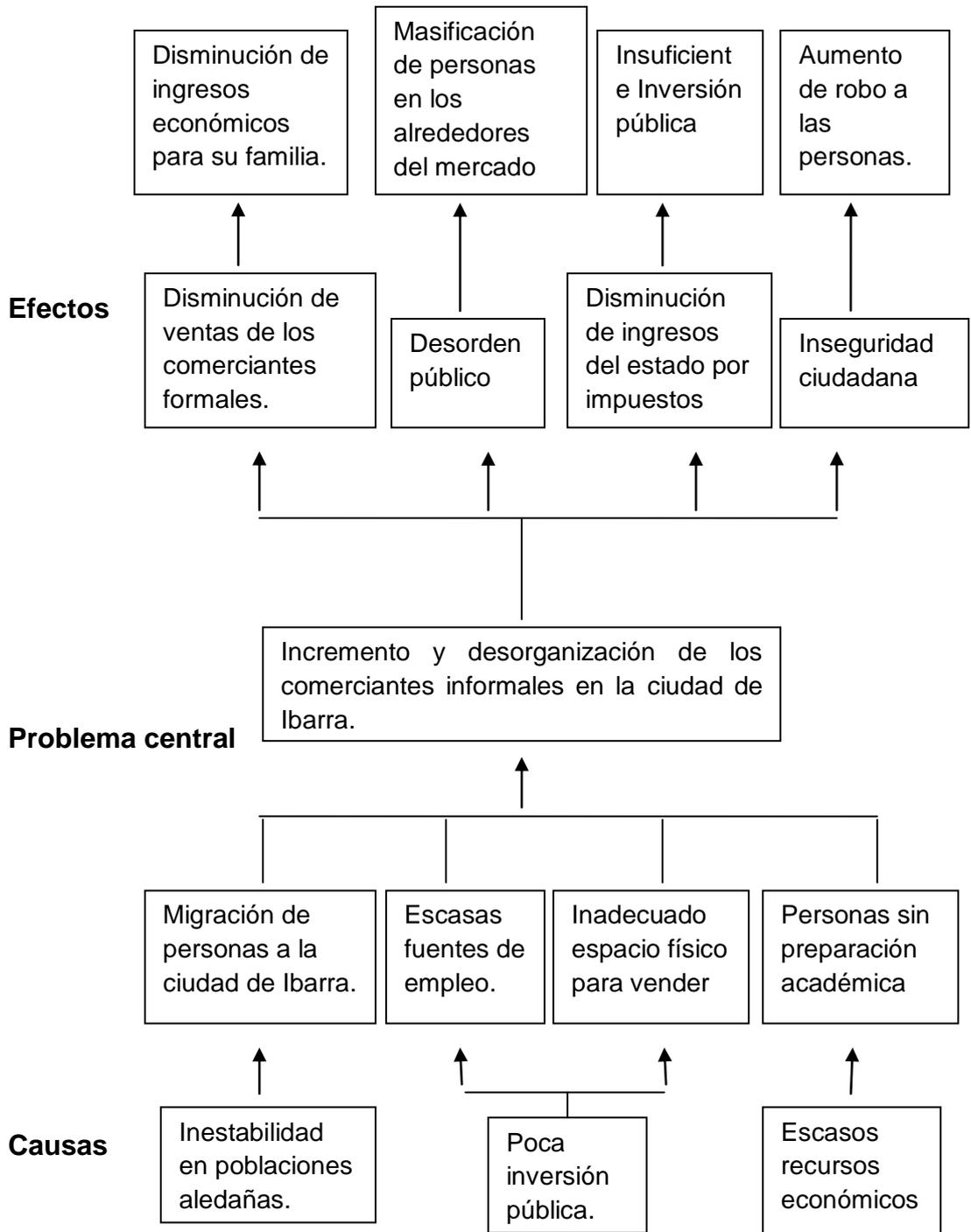
D3O3: Contrarrestar la falta de una infraestructura adecuada, con el acceso a créditos formales a tasas inferiores.

D1A1: Contrarrestar las deficientes condiciones para realizar la actividad económica, para poder competir con los comerciantes formales.

D1A1: Compensar la falta de organización entre comerciantes, para acatar las ordenes municipales.

### 3.8 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

#### ÁRBOL DE PROBLEMAS



## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO TEÓRICO

#### 4.1 EL COMERCIO FORMAL E INFORMAL

##### 4.1.1 Definición de comercio formal

El comercio Formal es el comercio que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes. (<http://elecoperubiano.galeon.com/index.html>)

El comercio formal es la compra-venta de productos, en base a leyes reglamentos que regulan el buen funcionamiento y desarrollo del mismo, se da en espacios y condiciones adecuadas para realizar esta actividad económica.

##### 4.1.2 Ventajas y desventajas del comercio formal

El comercio formal presenta diversas ventajas y desventajas dentro de las que se pueden mencionar:

**CUADRO N° 29  
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO INFORMAL**

<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Garantía en los productos que se ofertan.</li><li>▪ Instalaciones adecuadas.</li><li>▪ Diversas formas de pago.</li><li>▪ Está amparado por la ley.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tienen un costo elevado.</li><li>▪ Les resulta difícil adquirirlo para las familias de escasos recursos económicos.</li></ul>

**FUENTE:**(<http://elecoperubiano.galeon.com/index.html>)

### 4.1.3 Definición de comercio informal

El comercio no estructurado o informal incluye a las personas que laboran en micro negocios comerciales asociados a los hogares y los trabajadores vinculados a micro negocios registrados que operan sin un local, es decir, en vía pública, o en pequeños talleres o locales. Existen diversos tipos de comerciantes y vendedores, destacando los ambulantes. (<http://www.monografias.com/trabajos30/comercio-informal>)

El comercio informal es una categoría más amplia que dentro de sus múltiples modalidades agrupa al comercio ambulatorio. Se llama comercio ambulatorio a la actividad comercial que se desarrolla en las calles, ya sea de forma cambiante o en un lugar fijo ocupado durante determinadas horas del día.

El comercio ambulatorio existe debido a una demanda de la población de bajos ingresos que promueve esta forma de abastecimiento, así como también de la demanda por trabajo de población desempleada, la cual busca generar ingresos de alguna manera. Se reconoce que el ejercicio de esta actividad en la vía pública impone serios límites para su crecimiento.

La mayoría de comerciantes ambulantes constituyen cinturones alrededor de mercados formalmente establecidos. Ésta situación explica los conflictos existentes entre comerciantes ambulantes y comerciantes formales, los cuales son los mayores opositores al comercio ambulatorio. Se supone, que existe un desequilibrio entre la oferta y la demanda en ciertos ejes zonales que causan la sobrepoblación de comerciantes formales y ambulantes y las presiones por competir.

El ambulante, tal como lo conocemos, que debe tener cierta movilidad debido a la inseguridad de sus derechos y que opera en un espacio limitado, está restringido a productos simples y baratos, que constituyen la porción menos dinámica de la economía nacional.

En el comercio informal prevalecen las familias, que trabajan con poco capital y manejan pequeñas cantidades de mercancías. Este tipo de comercio, paradójicamente, constituye a menudo un ejemplo de competencia monopolística. Así, factores de localización, captación de clientela o especialización de las tiendas motivan que mercancías físicamente idénticas puedan venderse a precios diferentes, lo que sería imposible en la competencia perfecta, y demuestra que existe un elemento de monopolio. El resultado de esta competencia monopolística no es que los beneficios sean grandes, sino que el número de tiendas es mayor que si existiera competencia perfecta, siendo el consumidor el que paga en la forma de precios más altos los derroches de este mercado imperfecto.

#### **4.1.4 Causas del comercio informal.**

Existen múltiples razones por las cuales se origina en mayor proporción la economía informal. La migración: producto de esta marginación, hizo colapsar a los sistemas urbanos y fue generando lo que hoy se conoce como mercado informal. Otro motivo por el que se atraviesa después en relación a la existencia de un sector informal son los elevados costos de la formalidad, tanto para el acceso como para la permanencia. Para esto se da el caso en que una persona que quiera establecer su propio negocio necesita contratar los servicios de un abogado y luego dedicar semanas si no meses a conseguir permisos y licencias a una multitud de oficinas públicas diferentes

La informalidad además, surge como una manera de salir adelante, como una forma de sobrevivir que se ha ido extendiendo. La incapacidad del sector moderno para absorber en su totalidad la oferta de mano de obra, situación que se agudiza en períodos de crisis, cuando no sólo se debilita ésta función sino que se produce una expulsión de trabajadores. La alta inestabilidad ocupacional que generan algunas actividades promovidas por la modalidad de desarrollo.

#### 4.1.5 Ventajas y desventajas del comercio informal.

Dentro de las ventajas y desventajas que ofrece el comercio informal podemos citar las siguientes:

**CUADRO Nº 30  
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO INFORMAL**

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Precios más bajos que en el comercio formal.</li> <li>▪ Posibilidad de regatear el precio.</li> <li>▪ Calidad aceptable en los productos.</li> <li>▪ Lugar accesible para realizar las compras.</li> <li>▪ Se beneficia la población que tiene menos recursos económicos por el costo mínimo de los productos.</li> <li>▪ Da oportunidad de trabajo a personas sin preparación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de garantía en los productos y servicios.</li> <li>▪ productos robados o piratas.</li> <li>▪ Instalaciones inadecuadas.</li> <li>▪ Falta de higiene.</li> <li>▪ El estado no recibe ingresos por impuesto.</li> <li>▪ La población viola las leyes.</li> <li>▪ Deshumaniza a la sociedad.</li> <li>▪ Crea desorden y hay maltrato psicológico hacia las personas.</li> <li>▪ Genera inseguridad ciudadana.</li> </ul>

**FUENTE:** (<http://elecoperubiano.galeon.com/index.html>)

#### **4.1.6 Rol del estado frente al comercio informal.**

Es misión del estado el promover políticas de manera que el costo de ser informal sea mayor que el costo de abrir y operar un negocio formalmente, para ello es esencial reducir los costos.

Promover políticas que reduzcan las barreras administrativas para la constitución de nuevos negocios formales.

En países donde existen bajas tasas impositivas, una menor cantidad de leyes y normas y un menor nivel de corrupción, alientan el cumplimiento de los contribuyentes. Justamente son la creciente carga impositiva la mayor normativa estatal con regulaciones débiles y aplicadas de manera arbitraria, y los excesivos aportes la seguridad social los principales aportes que alimentan el núcleo de la economía informal.

Los gobiernos pueden entonces poner freno a la economía informal, utilizando responsable y eficientemente su política económica y reafirmando la importancia del estado de derecho, herramientas que la lamentablemente parecen haber sido dejadas de lado para adoptar medidas correctivas que no solucionan los problemas de fondo.

#### **Tipos de medidas del gobierno:**

La posibilidad de fallos de mercado plantea la cuestión de medidas de gobierno en las economías como un medio para rectificar desviaciones.

- Puede legislar para modificar el sistema de derechos de propiedad que rige el intercambio de bienes y servicios.

- Los recursos de acceso común se pueden transformar en propiedades privadas concediendo el derecho al uso y disposición exclusivos a un único individuo.
- Se puede establecer organismos reguladores para atenuar el poder de mercado de los monopolios limitado sus precios o beneficios.
- Se puede establecer niveles mínimos de consumo de bienes.
- Se puede crear organismos públicos para regular los recursos de acceso libre, como una alternativa a la concesión de propiedad en manos privadas.
- Pueden modificarse los precios para los cuales tienen lugar los intercambios mediante el establecimiento de impuestos o subvenciones con el fin de reducir la producción y el consumo de mercancías que dan lugar a externalidades negativas, y aumentar los de las mercancías que producen externalidades positivas. *(HUGH Gravelle, RAY Rees, 2006"microeconomía" Pearson Prentice Hall, tercera edición).*

#### **4.1.7 Ordenanza Municipal sobre el comercio informal.**

##### **CAPÍTULO 2 DE LAS VENTAS AMBULANTES**

Art. 40. Se prohíbe las ventas ambulantes en: mercados, parques, avenidas, puentes, portales, aceras y calles de la ciudad a excepción de las autorizadas por la Comisaría Municipal de Higiene, previo el cumplimiento de los requisitos exigidos por esta. Para efectos de la presente Ordenanza, se considera ventas ambulantes a las realizadas por personas que no tienen un puesto fijo y autorizado para el expendio de sus productos.

Art. 41. Quienes incumplieren lo dispuesto en el presente capítulo serán sancionados, según el caso por el Comisario Municipal de Higiene:

- a) Previa acta de juzgamiento impondrá sanciones que van desde cuatro a cuarenta dólares, la primera vez y en caso de reincidencia, se aplicará el máximo de la sanción contemplada.
- b) Comiso de la mercadería.

Art. 42. Quienes expendieren mercaderías desde vehículos y automotores, por el sistema al por mayor y/o por menor, en sitios y horarios que no sean determinados por la Comisaría Municipal de Higiene, serán sancionados con el decomiso de los productos o mercancías; o con una multa que fluctuará entre 10 y 100 dólares, de acuerdo a la gravedad de la infracción. En caso de reincidencia, se aplicará el máximo de la sanción contemplada.

Art. 43. Los productos comisados según lo establecido en el presente Capítulo, el Comisario Municipal de Higiene donará las guarderías infantiles del Patronato de Amparo Social Municipal o demás centros de asistencia social de la ciudad, previa la suscripción de un acta de entrega-recepción.

Art. 44. Todas las transgresiones a este capítulo, serán juzgadas y sancionadas por el Comisario Municipal de Higiene, siguiendo el trámite establecido por el Código de Procedimiento Penal para las contravenciones.

Art. 45. De la ejecución de las disposiciones del presente capítulo se encargará la Dirección de Salud y Medio Ambiente, la .Comisaría Municipal de Higiene, la Policía Municipal-y la Policía Nacional , al tenor de lo que establece el Art. 72, numeral 42 de la Ley de Régimen Municipal. (**ORDENANZA QUE REGULA LA ACTIVIDAD DE COMERCIO EN EL CANTÓN IBARRA**)

## **4.2 EL MERCADO**

### **4.2.1 Qué es un mercado**

El mercado es como una maraña de compradores y vendedores, parece casi un milagro que se produzcan alimentos en cantidades adecuadas, que sean transportados a los lugares exactos y que lleguen en buen estado a la mesa. En sentido general los mercados son lugares en los que compradores y vendedores interactúan, intercambian bienes y servicios y determinan precios. (**SAMUELSON Nordhaus. 2006, "ECONOMÍA". Mc Graw Hill.**)

Un mercado es toda institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente. (**MOCHÓN Francisco, "PRINCIPIOS DE ECONOMÍA", Mc Graw Hill, tercera edición.**)

El mercado es el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único, y por lo tanto la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar. (**ARBOLEDA VÉLEZ Germán, "DISEÑO DE PROYECTOS"**)

Tomando en cuenta los criterios de los autores antes citados se puede decir que un mercado es el área física donde interactúan tanto compradores como vendedores, con la finalidad de satisfacer sus necesidades, llegando a acuerdos entre las dos partes, estableciendo los

precios y las cantidades de los productos que formarán parte del intercambio.

#### **4.2.2 Funcionamiento de los mercados**

Según *Mochón Francisco* debido a la existencia del dinero el intercambio es indirecto ya que un bien se cambia por dinero y éste, posteriormente por otros bienes, cuando en el intercambio se utiliza el dinero existen dos tipos de agentes bien definidos que son los compradores y los vendedores.

Los compradores y vendedores se ponen de acuerdo sobre el precio de un bien o un servicio de forma que se producirá el intercambio de cantidades determinadas de ese bien o servicio por una cantidad de dinero también determinada.

Los precios coordinan las decisiones de los productores y los consumidores en el mercado. Precios bajos estimulan el consumo y desaniman la producción, mientras que precios altos tienden a reducir el consumo y estimulan la producción, los precios actúan como el mecanismo equilibrador del mercado.

Fijando precios para todos los bienes, el mercado permite la coordinación de compradores y vendedores y por tanto, asegura la viabilidad de un sistema de economía de mercado.

### 4.2.3 La demanda de productos

Las cantidades demandadas de un bien que los consumidores deseen y puedan comprar se denomina demanda de dicho bien. (**MOCHÓN Francisco, "PRINCIPIOS DE ECONOMÍA", Mc Graw Hill, tercera edición.**)

La demanda de productos es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción. (**ARBOLEDA VÉLEZ Germán, "DISEÑO DE PROYECTOS"**)

Según **Arboleda Vélez** Germán la demanda se clasifica de acuerdo con su probabilidad y de acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos.

#### **De acuerdo con su probabilidad:**

*Demanda efectivo o real:* es la demanda totalmente cierta.

*Demanda aparente:* es aquella demanda probable en la cual no se conocen las pérdidas por comercialización.

*Demanda potencial:* es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se la puede volver real.

#### **De acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos:**

*Demanda básica:* cuando el uso o consumo es fina.

*Demanda derivada:* cuando el uso o consumo son intermediarios.

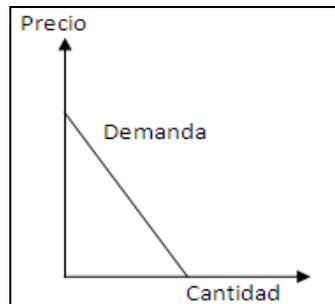
De acuerdo a lo que establece **Samuelson Nordhaus** dice que tanto el sentido común como la observación científica cuidadosa muestran que la

cantidad de bienes que los individuos adquieren depende de su precio. Mientras mayor sea el precio de un artículo, y todo lo demás se mantiene constante, menos unidades están dispuestos a comprar los consumidores de ese bien. Cuanto más bajo es el precio de mercado, más unidades se compran.

Existe una relación definida entre el precio de mercado de un bien y la cantidad demandada del mismo.

### **Curva de la demanda:**

**GRÁFICO Nº 13  
CURVA DE LA DEMANDA**



### **Factores que afectan la curva de demanda:**

1. Ingresos promedio: a medida que el ingreso aumenta, la gente compra más productos.
2. Población: un aumento de la población aumentan las compras.
3. Precios de bienes relacionados: una reducción de los precios de los bienes relacionados aumenta la demanda de los bienes.
4. Gustos: es el determinante más evidente de la demanda, pues por lo general se demanda aquello que nos gusta.

5. Características especiales: entre las características se encuentran la existencia de otros tipos de bienes con diferentes características.

#### 4.2.4 La oferta de productos

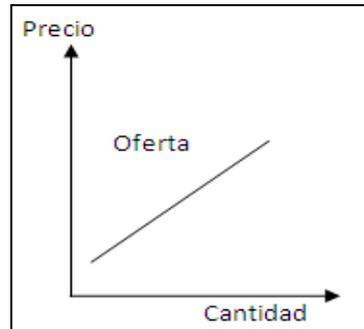
Según **Mochón Francisco** La cantidad ofrecida de un bien es lo que los vendedores quieren y pueden vender.

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios. (**ARBOLEDA VÉLEZ Germán, "DISEÑO DE PROYECTOS"**)

De acuerdo a lo que establece **Samuelson Nordhaus** el lado de la oferta de un mercado se refiere, normalmente a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. La oferta de un producto nos dice la cantidad que se venderá a cada precio, más concretamente la función de oferta relaciona la cantidad ofrecida de un bien a su precio de mercado, si todo lo demás permanece constante. Cuando se analiza la oferta de un bien, lo que se mantiene constante incluye precios de insumos, precios de bienes relacionados y políticas del Estado.

## Curva de la oferta:

**GRÁFICO N° 14  
CURVA DE LA OFERTA**



## Factores que afectan la curva de la oferta:

1. Tecnología: la fabricación con tecnología reduce los costos de producción y eleva la oferta.
2. Precios de los insumos: una reducción en el precio de los insumos, reduce los costos de producción y eleva la oferta.
3. Precios de los bienes relacionados: si bajan los precios de los bienes relacionados, la oferta de los bienes aumenta.
4. Políticas del estado: la eliminación de cuotas o aranceles, aumenta la oferta de los productos.
5. Características especiales: las compras y subastas permiten a los consumidores comprar más, por lo tanto la oferta aumenta.

#### 4.2.5 Equilibrio de la oferta y la demanda

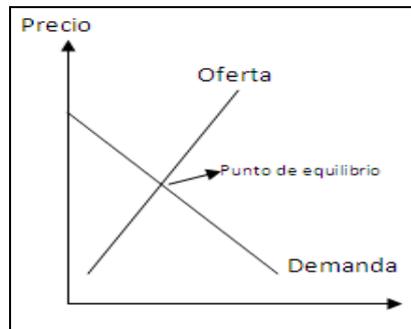
Según **Mochón Francisco** manifiesta que en economía entendemos por equilibrio aquella situación en la que no hay fuerzas inherentes que inciten al cambio. Cambios a partir de una situación de equilibrio ocurrirán solo como resultado de factores exógenos que alteren el statu quo. Así pues se tendrá una combinación de equilibrio de precio, cantidad ofrecida y demandada; cuando rija en el mercado un precio para el que no haya ni compradores ni vendedores frustrados que tiendan a empujar los precios al alza o a la baja para adquirir las cantidades deseadas o estimular las ventas.

De acuerdo a lo que establece **Samuelson Nordhaus** el equilibrio de mercado se presenta el precio y cantidad en las que las fuerzas de oferta y demanda están en equilibrio. Al precio de equilibrio, la cantidad que los compradores quieren comprar es exactamente igual a la cantidad que los vendedores quieren vender.

La razón por la que esto se llama equilibrio es porque, cuando las fuerzas de oferta y demanda están balanceadas, no existe motivo alguno para que el precio suba o baje, siempre y cuando el resto se mantenga constante.

**Curvas de oferta y demanda en equilibrio:**

**GRÁFICO Nº 15  
EQUILIBRIO DE LA OFERTA Y DEMANDA**



El equilibrio de mercado se encuentra en el precio al que la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida. En ese equilibrio el precio no tiende a subir ni a bajar, este precio también se denomina precio que vacía el mercado, lo que significa que se satisfacen todos los pedidos de oferta y demanda.

**Efectos sobre el precio y cantidad variando la oferta o la demanda:**

**CUADRO Nº 31  
EFECTOS DEL PRECIO Y CANTIDAD VARIANDO LA O Y D**

Desplazamientos de la demanda y de la oferta		Efectos sobre el precio y la cantidad
Si la demanda aumenta	La curva de la demanda se desplaza hacia la derecha.	Precio ↑ Cantidad ↑
Si la demanda disminuye	La curva de la demanda se desplaza hacia la izquierda	Precio ↓ Cantidad ↓
Si la oferta aumenta	La curva de oferta se desplaza hacia la derecha.	Precio ↓ Cantidad ↑
Si la oferta disminuye	La curva de oferta se desplaza hacia la izquierda.	Precio ↑ Cantidad ↓

#### 4.2.6 La asignación de recursos y el mercado

**Mochón Francisco** manifiesta que si suponemos que los productores desean producir más allí donde los beneficios sean mayores, y que los consumidores desean aumentar su satisfacción por medio del consumo, un cambio, por ejemplo en los gustos de los consumidores, hará que estos deseen más de un bien y menos de otro, este cambio puede hacer que aparezca escasez de un bien y abundancia de otro, la escasez genera un aumento del precio, y la abundancia un descenso.

El sistema de precios y el flujo circular de la renta: dado que hay estrechas relaciones entre los mercados de bienes y de factores, cabe decir que los mercados de productos son los más importantes para determinar **qué** producir, y que los mercados de factores son los más relevantes para determinar **cómo** producir bienes y **para quién**. Así cualquier alteración en las condiciones de la demanda o en la oferta de factores modificará los ingresos de los individuos y estos cambios influirán sobre la demanda de productos y a la inversa.

La clave del mecanismo de mercado es la señal que proporcionan los precios, si se desea algo y se tiene suficiente dinero se compra y si hay un número suficiente de personas se hacen lo mismo, las ventas totales de ese productos aumentarán y probablemente también su precio. Paralelamente los productores al ver aumentan las ventas y los precios, procurarán incrementar la producción de ese bien.

### 4.3 LA COMERCIALIZACIÓN

#### 4.3.1 ¿Que es la comercialización?

Según **Arboleda Germán** La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios.

La comercialización es la función coordinadora entre el producto y/o servicio y el consumidor final, cuidando las necesidades y requerimientos específicos que este demanda, estableciendo una liga de comunicación para conocerlo mejor.

*([http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes3agvv/sec\\_1.htm](http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes3agvv/sec_1.htm))*

La comercialización es la acción que se realiza entre el comprador y el vendedor, en la cual tanto oferentes como demandantes se ponen de acuerdo en el precio y la cantidad del producto, con la finalidad de satisfacer las necesidades de ambas partes, es decir que el comprador recibe su bien o servicio a cambio de una determinada cantidad de dinero, y el vendedor recibe el dinero a cambio del bien o servicio que ofrece.

#### **4.3.2 Como se relaciona la comercialización con el producto.**

Si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización. Creen que es solo tener un buen producto, los negocios serán un éxito.

El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor. En este caso utilidad significa la capacidad para ofrecer satisfacción a las necesidades humanas. No hay necesidad por satisfacer y por ende no hay utilidad.

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

- Utilidad de posesión significa obtener un producto y tener el derecho de usarlo o consumirlo.
- Utilidad de tiempo significa disponer del producto cuando el cliente lo desee.
- Utilidad de lugar significa disponer del producto donde el cliente lo desee.

### 4.3.3 Qué es el producto

**Arboleda Germán** manifiesta que en términos simples, el producto es el resultado natural de proceso productivo. El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades, el producto puede estar formado por uno o varios bienes y servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción.

Cada empresa esta vendiendo algo que el cliente desea: satisfacción, uso o beneficio. Cuando los productores o intermediarios compran productos, se interesan en la ganancia que puede obtener de su compra, mediante su uso o reventa, no en como se hicieron los productos.

Debido a que los consumidores compran satisfacción, no elementos sueltos. **Producto** significa el ofrecimiento -por una firma- de satisfacer necesidades. Lo que interesa a los clientes es como ellos ven el producto.

La calidad del producto también debería determinarse a través de como los clientes ven el producto. Desde una perspectiva comercial, calidad significa la capacidad de un producto para satisfacer las necesidades o requerimientos de un cliente.

**El producto:** es un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que incluye el empaque, color, precio, prestigio del fabricante, prestigio del detallista y servicios que prestan este y el fabricante.

*(<http://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml>)*

La idea básica en esta definición es que los consumidores están comprando algo más que un conjunto de atributos físicos. En lo fundamental están comprando la satisfacción de sus necesidades o deseos. Así una firma inteligente vende los BENEFICIOS DE UN PRODUCTO más que el mero producto. (*<http://www.monografias.com/produccion>*)

El producto es el bien o servicio que se ofrece al consumidor, con la finalidad de satisfacer sus necesidades, este producto es el resultado de un proceso productivo en el cual interviene el hombre con su fuerza de trabajo, dando una imagen determinada al producto como es: forma, color, olor, presentación, entre otras, que distingue uno de otro.

#### **4.3.4 Clases de productos**

Los productos pueden ser tangibles o intangibles, los productos se clasifican en tres grandes grupos:

**Productos de consumo:** a su vez, los productos de consumo pueden ser:

1. Productos de conveniencia o de compra rápida: los alimentos, los periódicos, entre otros.
2. Los productos básicos: son productos que se compran a menudo, en forma rutinaria y sin mucha meditación; se venden en lugares

convenientes como tiendas de comestibles, tiendas de descuento, entre otros.

3. Los productos de impulso: son aquellos que se compran rápidamente por sentir una fuerte necesidad. Los verdaderos productos de impulsos son artículos que el cliente no había planeado comprar, decide hacerlo cuando los ve; estos deben colocarse donde puedan verse y comprarse, cerca de los mostradores de las cajas o en otras zonas de gran tránsito de una tienda.
4. Los productos de emergencia: son aquellos que se compran inmediatamente cuando la necesidad es grande. Los clientes no se preocupan por los precios más elevados que se les cobran, pues los consideran emergencias.
5. Productos de uso infrecuente o de comparación: ropa en general, el mobiliario de una casa, los utensilios de cocina, entre otros.
6. Productos especializados: el televisor a color, equipo de sonido, equipo de video, programas de computador, entre otros.

**Productos intermedios:** la mayoría de los insumos y las materias primas industriales.

**Productos de capital:** son productos que sirven como capital para la empresa ejemplo un tractor agrícola, un torno, entre otros.

#### **4.3.5 Funciones de la comercialización**

Las funciones de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta.

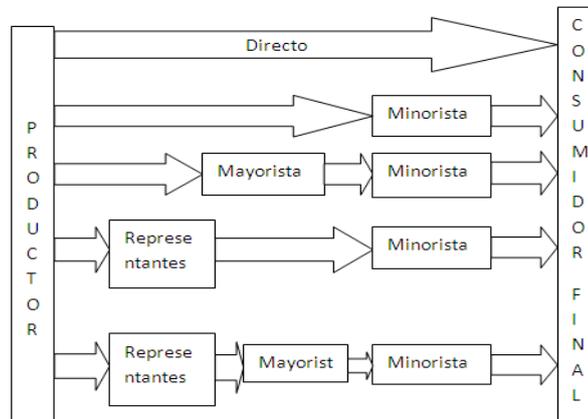
- **La función de compra** significa buscar y evaluar bienes y servicios.
- **La función venta** requiere promover el producto.
- **La función de transporte** se refiere a trasladar.
- **La función de almacenamiento** implicar guardar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad.
- **Estandarizar y clasificar** incluyen ordenar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad.
- **La financiación** provee el efectivo y crédito necesarios para operar. (Producir, vender, comprar, almacenar)
- **La toma de riesgos** entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

#### **4.3.6 Canales básicos de comercialización.**

Según **Arboleda Germán** Una estrategia de comercialización adecuada debe comprender. Fijación de precios y medidas de promoción, incluidos organización de ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, así como el costo de la distribución.

## Canales básicos de distribución:

**GRÁFICO N° 16**  
**CANALES BÁSICOS DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS**



*Representantes o agentes:* no son dueños de los productos que distribuyen, ofrecen sus servicios a los productores, por lo cual reciben un pago o una comisión.

*Mayoristas:* son comerciantes que compran los productos y los venden a los minoristas, a los consumidores industriales e instituciones y en escasas oportunidades, al consumidor doméstico.

*Minoristas:* son comerciantes dedicados a vender los productos al consumidor doméstico final.

Los canales de distribución de los productos tiene como ***Función Básica:*** Concretar el encuentro entre la oferta y la demanda.

**Intermediarios Comerciantes:** Son los que reciben el título de propiedad y revenden la mercadería. Son los mayoristas y minoristas.

**Intermediarios Agentes:** Buscan clientes y pueden negociar en representación del productor pero no reciben título de propiedad sobre la mercadería. Son los representantes comerciales, comisionistas y agentes de ventas.

**Facilitadores:** ayudan en el trabajo de la distribución pero ninguno de ellos recibe el título de propiedad ni negocia ventas o compras. Son compañías de transporte, bancos y agencias de publicidad.

#### **4.3.7 ¿Quién ejecuta las funciones de la comercialización?**

Las funciones de comercialización ejecutan los productores, consumidores y los especialistas en comercialización.

Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar las funciones de comercialización. Las funciones se pueden desplazar y compartir.

Desde un punto de vista macro, todas las funciones de comercialización deben ser desempeñadas por alguien. Pero, desde un punto de vista micro, no todas las firmas deben ejecutar todas las funciones. Además, no todos los bienes y servicios exigen todas las funciones en cada una de las etapas de su producción.

*(<http://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml>)*

## 4.4 LA COMPETENCIA

### 4.4.1 ¿Qué es la competencia?

La competencia es precisamente el modo o manera como se ejerce esa jurisdicción por circunstancias concretas de materia, cuantía, grado, turno, territorio imponiéndose por tanto una competencia, por necesidades de orden práctico.  
*(<http://www.monografias.com/trabajos7/compro/compro.shtml>)*

La competencia es el verdadero motor de un gran número de actividades. La competencia se asocia, con frecuencia, a la idea de rivalidad u oposición entre dos o más sujetos para el logro de un objetivo, como la utilidad personal o la ganancia económica privada. En Economía, esta concepción se ha visto complementada por aquella otra que considera a la competencia como un mecanismo de la organización de la producción y de la determinación de precios y rentas.

La competencia se da entre los oferentes, ya que cada uno quiere obtener más ventas de sus productos, gracias a la competencia se puede obtener mejor calidad de los productos para el consumidor, mejores precios, ya que los oferentes tratan de innovar y sacar productos con calidad, presentación, ofertas, con la finalidad de lograr su objetivo que es cubrir la mayor parte del mercado, y estar con las exigencias del consumidor, que es a quien va dirigido el producto.

La competencia que se produzca entre un gran número de vendedores (**competencia perfecta**) será distinta de aquella que se genere en un mercado donde ocurra un número reducido de vendedores (**oligopolio**).

Estructura del mercado según el número de participantes.

**CUADRO Nº 32**  
**ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS**

Demanda Oferta	Un solo Comprador	Pocos compradores	Muchos compradores
<b>Un solo vendedor</b>	Monopolio bilateral	Monopolio parcial	Monopolio
<b>Pocos vendedores</b>	Monopolio parcial	Oligopolio bilateral	Oligopolio
<b>Muchos vendedores</b>	Monopsonio	Oligopsonio	Competencia Perfecta

*FUENTE: (<http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/.shtml>)*

#### 4.4.2 La competencia perfecta e imperfecta.

Según **Mochón Francisco** dice que en cualquier caso el análisis de la realidad del tejido empresarial de nuestro entorno nos dice que la competencia perfecta e imperfecta son raros y lo que más abunda son industrias y empresas que se sitúan en posiciones intermedias.

**La competencia perfecta:** un mercado es de competencia perfecta cuando hay muchos vendedores pequeños en relación con el mercado, el producto es homogéneo, los compradores están perfectamente informados, existe libre entrada y salida de empresas, y las decisiones, tanto de los oferentes como de los demandantes, son independientes.

La **competencia perfecta** es una situación del mercado que se produce cuando se dan las siguientes condiciones:

1. productos homogéneos

Muchos compradores y vendedores con pleno conocimiento del mercado. Facilidad de ingreso para compradores y vendedores; es decir, las firmas nuevas tienen pocas dificultades para iniciarse en sus actividades y, por otro lado, nuevos clientes ingresan con facilidad en el mercado. (<http://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml>)

**Mochón Francisco** manifiesta que **la competencia imperfecta**: se da cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria, esto es actúan como precio-oferentes.

La diferencia entre la competencia perfecta e imperfecta puede expresarse también en términos de la elasticidad precio de la demanda, en caso de la empresa competitiva, la curva de la demanda es completamente elástica, mientras que en el caso de la competencia imperfecta la empresa se enfrenta a una curva de la demanda con una elasticidad precio e la demanda finita.

En el caso de la competencia perfecta, la empresa se enfrenta a una demanda individual que es completamente elástica, indicando que puede vender todo lo que desee al precio de mercado. En el caso de la competencia imperfecta, la demanda a la que se enfrenta tiene pendiente negativa, de forma que para poder incrementar sus ventas, tendrá necesariamente que reducir el precio de sus productos.

*Las causas de imperfección en los mercados*: son dos los factores que suelen impedir que se incorporen a la industria un número elevado de

empresas y que en consecuencia originan la aparición de imperfecciones en el mercado: los costes de producción y las barreras a la entrada de nuevos competidores en una industria.

#### **4.4.3 Factores condicionantes de la competencia.**

**Mochón Francisco** establece que en un mercado competitivo requiere que se cumplan las cuatro condiciones siguientes:

1. *Existencia de un elevado número de compradores y vendedores en el mercado de forma que cada una de las empresas es demasiado pequeña para influir en el precio de mercado:* la competencia entre los compradores conducirá a que nadie pueda comprar a un precio inferior al que compra al resto, asimismo, la competencia entre los vendedores llevará a que ninguno de ellos pueda vender a un precio más alto del que lo hacen los demás, pues si lo intentara la competencia del resto de los productores lo expulsaría del mercado.
2. *Tanto compradores como vendedores deberán ser indiferentes respecto a quien compra o vende:* este supuesto implica que el bien comprado o vendido sea homogéneo, se presupone implícitamente, por tanto que cada unidad de un determinado bien deberá ser idéntica a cualquier otra del mismo, de lo contrario el productor de algún bien o servicio ligeramente diferente de los demás tendrá cierto control sobre el mercado, y por tanto sobre el precio de su producto. Este supuesto implica que no hay marcas que diferencien a los productos.
3. *Que todos los compradores y vendedores tengan un conocimiento pleno de las condiciones generales del mercado, esto es ausencia de*

*incertidumbre:* de este supuesto se infiere que los vendedores generalmente conocen lo que los compradores están dispuestos a pagar por sus productos, mientras que los demandantes saben a que precio los oferentes desean vender, de esta manera es posible predecir correctamente aquel precio que equilibrará el mercado.

4. *La libre movilidad de los recursos productivos de forma que las empresas tienen libertad de salida y de entrada al mercado:* la totalidad de los agentes que participan en la producción podrá, entrar y salir del mercado de forma inmediata como respuesta a incentivos pecuniarios. De igual manera quien desee dedicarse a la producción de un bien o servicio podrá hacerlo sin que se lo impida ninguna restricción.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### **5.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA**

Creación de una Asociación de comerciantes informales de la ciudad de Ibarra.

#### **5.2 ANTECEDENTES**

El comercio informal, es una actividad que se ha venido desarrollando desde muchos años atrás, debido a la falta de fuentes de trabajo fijo para las personas que están en condiciones y tienen la capacidad de realizar alguna actividad económica, el comercio informal de alguna manera ha formado parte del crecimiento y desarrollo económico en el país, ya que las personas que se dedican a esta actividad lo hacen con la finalidad de dar una mejor educación, salud, vivienda, entre otras cosas, para su familia, de esta manera se ha logra una mejor calidad de vida y por ende un desarrollo económico.

Pese a que ésta actividad beneficia a las personas que se dedican a realizarla, trae consigo algunos problemas de carácter social, político y económico, que conlleva a ser una actividad no permitida y rechazada por muchas personas, ya que se desarrolla sin tomar en cuenta la política o las ordenanzas de cada sector.

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

La presente propuesta tiene como finalidad organizar a los comerciantes informales que realizan su actividad económica en los alrededores del Mercado Amazonas y La Playita de la ciudad de Ibarra en una Asociación, para hacer frente a las diferentes necesidades que tienen al realizar sus actividades diarias.

Permitirá que los comerciantes informales, tengan acceso a un lugar adecuado donde puedan vender sus productos, brindando una buena imagen a quienes adquieren, y lograrán un bienestar personal, ya que no estarán expuestos al sol, al agua, al menos ahora en la actualidad que se está más propenso a adquirir cualquier enfermedad causada por el sol, es preciso tener una protección, también estarán menos propensos a tener cualquier tipo de accidentes, además garantizará a los consumidores tener productos de mejor calidad, que es una de los principales factores para que el producto pueda ser vendido.

Por otro lado la creación de la asociación de comerciantes informales beneficiará indirectamente a los comerciantes formales, ya que al estar asociados establecerán precios y cantidades de los productos lo cual reducirá la competencia desleal.

### **5.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

#### **5.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Crear una Asociación de comerciantes informales de la ciudad de Ibarra, que les permita participar en procesos de desarrollo organizacional, con la finalidad de mitigar sus necesidades.

#### **5.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICO**

- Motivar a los comerciantes informales de los alrededores del mercado Amazonas y la Playita, que estén interesados en participar en la creación de la Asociación.
- Identificar a los comerciantes que están dispuestos a formar parte de la Asociación.
- Integrar una directiva provisional de la formación de la Asociación, instalando una asamblea general de comerciantes.
- Iniciar los trámites pertinentes para lograr la formación definitiva de la Asociación, mediante reuniones periódicas.

#### **5.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

En la ciudad de Ibarra, específicamente en los alrededores de los mercados Amazonas y La Playita, los comerciantes informales (Ambulantes), están preocupados por la falta de apoyo por parte de las autoridades competentes y el impedimento para realizar su actividad económica, y la escasa oportunidad de acceso a créditos económicos por parte de las Instituciones Financieras, recurso que es indispensable para tener un mejoramiento continuo de su negocio. Es por ello que se propone formar una Asociación de Comerciantes Informales de la ciudad de Ibarra.

Para la conformación de la Asociación se realizarán actividades que están divididas en tres etapas encaminadas a conseguir el objetivo tales como.

## **ETAPA Nº 1**

### **5.5.1 REUNIÓN FUNDACIONAL**

Como primera instancia se mantendrá una reunión inicial con los comerciantes informales (Ambulantes) con la finalidad de exponer y dar a conocer la propuesta de formar una Asociación, en la cual se identificará a las personas que están interesadas en constituirse en asociación, para posteriormente llevará a cabo la reunión fundacional.

A la misma asistirán normalmente todas aquellas personas que tienen interés en ser miembros de la nueva asociación, como existe un gran número de comerciantes informales, los intercambios de ideas, discusiones y aclaraciones se tornarían difíciles, es por ello que se formará una comisión gestora, con un número reducido de personas, a la cual se designarán poderes y obligaciones para que en nombre de todos los comerciantes miembros de la Asociación, celebren formalmente la reunión fundacional.

La reunión fundacional que se realizará con los comerciantes informales que estén interesados en formar parte de la asociación, tendrá los siguientes objetivos:

- Constituir una asociación, aprobando su denominación, el lugar donde tendría su domicilio y los fines que va a perseguir.
- Aprobar los estatutos por los que se va a regir la asociación.
- Designar a las personas que se ocuparán de llevar a cabo los trámites administrativos necesarios para la constitución de la asociación.

## **ETAPA Nº 2**

### **5.5.2 APROBACIÓN DE LOS ESTATUTOS DE LA ASOCIACIÓN**

Los Estatutos son las reglas fundamentales del funcionamiento de la asociación y cumplen con lo que marca la ley, además consta las necesidades de la Asociación de Comerciantes Informales de la ciudad de Ibarra.

#### **a) DOMICILIO**

La Asociación de Comerciantes Informales de la ciudad de Ibarra estará ubicada en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia San Francisco, Av. Pérez Guerrero.

#### **b) DENOMINACIÓN**

La presente Asociación llevará el nombre identificando la actividad Económica de las personas que formaran parte de la misma.

**ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INFORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA**

#### **c) DURACIÓN**

La Asociación de Comerciantes Informales tendrá una duración por tiempo indefinido, para que continúe y perdure a través de los tiempos, con nuevas personas que quieran formar parte de la misma.

#### **d) FINES Y ACTIVIDADES DE LA ASOCIACIÓN**

El fin de la Asociación de Comerciante Informales de la Ciudad de Ibarra, es de ofrecer una diversidad de productos de buena calidad, para el consumo de los clientes y a través de la organización tener acceso a créditos otorgados por parte de las entidades financieras de la ciudad, con el propósito de tener un mejoramiento continuo de los negocios.

#### **ACTIVIDADES**

- Impulsar el Desarrollo Económico y Social entre los comerciantes informales.
- Promover el hábito de ahorro en los comerciantes informales.
- Ofrecer productos de buena calidad para los consumidores.
- Adoptar estrategias innovadoras y creativas para ofrecer los productos.
- Fortalecer a los asociados con valores éticos, humanistas e identidad de servicio.
- Establecer estándares de calidad y precios de venta de los diferentes productos.

#### **e) RÉGIMEN DE ADMISIÓN Y EL RÉGIMEN DISCIPLINARIO**

Serán admitidos dentro de la Asociación a las personas que realicen su actividad económica en calidad de Comerciantes Informales de la ciudad de Ibarra. Y que reúnan los siguientes requisitos.

- Presentar la solicitud de ingreso, dirigida al presidente de la Asociación.
- Ser comerciante informal (Ambulante).
- Presentar documentos personales en regla.
- Ser legalmente calificado.
- Ser aceptada la solicitud por parte de las autoridades de la Asociación.
- Aportar con un valor mínimo de admisión.

Los comerciantes dejarán de ser miembros de la Asociación por las siguientes razones.

- Por retiro voluntario, mediante renuncia escrita presentada a los directivos de la Asociación.
- Por pérdida de alguno de los requisitos indispensables para tener la calidad de asociado.
- Por exclusión acordada por los directivos de la Asociación, por infringir las disposiciones estatutarias o incumplimiento de las normas y resoluciones aprobadas.
- Por expulsión aprobada por los administrativos de la Asociación, cuando se compruebe las causas que le imputen, las causas pueden ser: mala conducta notoria, disposición arbitraria de fondos, atentado contra el honor y la vida de las personas, operaciones ficticias o dolosas realizadas en perjuicio de la Asociación.
- Por fallecimiento.

## **f) DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS ASOCIADOS**

Las personas que quieran formar parte de la Asociación de Comerciantes Informales de la ciudad de Ibarra deberán someterse a los presentes estatutos. Son derechos y obligaciones de los socios lo siguiente.

### **DERECHOS**

- a) Asistir a las asambleas y sesiones de la Asociación a las que fueren convocados, con derecho a voto.
- b) Elegir y ser elegido para funciones directivas y administrativas de la Asociación.
- c) Desempeñar con responsabilidades los cargos para los cuales fueron elegidos.
- d) Participar en las actividades programadas dentro de la Asociación.
- e) Derecho a solicitar información concerniente a las actividades de la Asociación.
- f) Poseer un ejemplar de los estatutos y reglamento interno desde su ingreso en la asociación.
- g) Tener el conocimiento oportuno de los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.

### **OBLIGACIONES**

- a) Cumplir los preceptos que marcan los estatutos y el reglamento interno, y los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.
- b) Realizar las operaciones propias de la Asociación.
- c) Abonar las cuotas que se determinen en el tiempo y forma.

- d) Cooperar en el desarrollo del trabajo de la asociación y en la buena ejecución de las actividades que se determinen.

### **g) RÉGIMEN DEMOCRÁTICO DE FUNCIONAMIENTO**

La Asociación funcionará bajo el criterio democrático, es decir que las decisiones a ser tomadas dentro de la misma serán admitidas de acuerdo a lo que la mayoría de los asociados coincida.

Dependiendo del tema se realizará una lluvia de ideas entre las personas que se encuentren en la sesión, una vez identificadas las ideas se procederá a realizar la votación correspondiente y se determinará la idea que gane de acuerdo a lo que la mayoría disponga.

### **h) ÓRGANOS DE GOBIERNO Y REPRESENTACIÓN**

Los órganos de gobierno y representación de la Asociación están dados por la Asamblea General y la Junta Directiva.

La Asamblea General es el órgano donde reside la soberanía de la Asociación y está compuesta por todos los socios. Sus características fundamentales son:

- Debe reunirse al menos una vez al año, con carácter ordinario, para aprobar las cuentas del año que termina y el presupuesto del año que empieza.
- Las sesiones extraordinarias se celebrarán par la modificación de estatutos y para todo aquello que se prevea en ellos.
- El quórum necesario para la constitución de la Asamblea será de un tercio de los asociados.

Los acuerdos de la Asamblea General se adoptarán por mayoría simple, de las personas presentes, cuando los votos afirmativos superen a los negativos, no obstante, requerirán mayoría cualificada de las personas presentes, que resultará cuando los votos afirmativos superen la mitad, los acuerdos relativos a disolución de la asociación, modificación de los Estatutos, disposición o enajenación de bienes y remuneración de los miembros del órgano de representación.

La Junta Directiva de la Asociación es el encargado de gestionar la asociación entre asambleas, y sus facultades se extenderán con carácter general, a todos los actos propios de las finalidades de la asociación, y estará conformada por:

- a) Presidente: es la persona que convoca las reuniones del comité directivo, preside las reuniones y realiza cualquier otra tarea que le haya sido asignada en las reuniones.
- b) Vicepresidentes: es el encargado de ayudar y sustituir al presidente cuando sea necesario.
- c) Secretario: se encarga de levantar el acta de las reuniones generales y del comité directivo, mantiene los archivos de la asociación y es responsable de la correspondencia.
- d) Tesorero: es quien se encarga de cobrar las cuotas, coordinar actividades para reunir fondos, se encarga de los asuntos financieros en general de la asociación, y entrega informes financieros a los miembros.
- e) Vocales (2): ayudan en actividades designadas, generalmente para el cumplimiento de objetivos.

## **i) RÉGIMEN DE ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD Y DOCUMENTACIÓN**

Una vez creada la Asociación, registrada su acta fundacional y aprobado sus estatutos, la asociación deberá llevar al día el libro de actas, el libro de socios y los libros de contabilidad. Estos Libros recogen los datos fundamentales de la vida de la Asociación, y son el referente legal ante terceros y ante los propios socios, de los acuerdos, composición, origen y destino de los recursos económicos de la Asociación.

**El libro de actas** se trata de un libro de hojas numeradas donde se recogerán las sesiones de los órganos de gobierno de la Asociación, con especial referencia a los acuerdos adoptados. Su ordenación en el Libro será cronológica, y en caso de que dejásemos alguna hoja o parte de ella, sin escribir, la anularemos para evitar anotaciones que no respondan al desarrollo de las sesiones.

Los datos que deberá contener cada acta son los siguientes:

- Órgano que se reúne
- Fecha, hora y lugar de la reunión
- Número de convocatoria (Primera o Segunda)
- Asistentes (Datos nominales o numéricos)
- Orden del día
- Desarrollo de la reunión con los principales argumentos ligados a las personas que los defienden
- Acuerdos adoptados
- Sistema de adopción de los acuerdos y resultados numéricos
- Firma de la Secretaria y del Presidente.

Las actas se deben recoger durante el desarrollo de las sesiones y presentarse en la siguiente reunión del órgano en cuestión para su aprobación, por lo que normalmente, el primer punto del orden del día consiste en la lectura y aprobación del acta de la reunión anterior.

**El Libro de Socios** es un registro de las altas y bajas de socios que se van produciendo en la Asociación, consta de una serie de columnas para recoger los datos del socio, las fechas de alta y baja, el número de socio, entre otros, de manera que cada socio ocupará una fila.

**El libro de contabilidad** es necesario llevar una contabilidad que permita obtener la imagen fiel del patrimonio, del resultado y de la situación financiera de la entidad, así como las actividades realizadas, efectuar un inventario de sus bienes, es decir, una contabilidad por partida doble y Analítica.

#### **j) PATRIMONIO INICIAL Y LOS RECURSOS ECONÓMICOS DE LOS QUE SE PODRÁ HACER USO.**

La Asociación para poder iniciar accederá a un crédito otorgado por alguna institución financiera, con la finalidad de poder equipar una oficina, y en cuanto a los recursos económicos de los que se podrá disponer son: las cuotas mínimas mensuales que los socios aportarán, y en caso de haber alguna donación, subvenciones o herencias.

## **k) CAUSAS DE DISOLUCIÓN Y DESTINO DEL PATRIMONIO**

Las razones por las cuales se disolverá la Asociación serán:

- a) Que no cuente con el apoyo de la mayoría de sus miembros.
- b) Que no cumpla con el mínimo de miembros requerido.
- c) Que no cuente con recursos económicos suficientes para el correcto funcionamiento.
- d) Cuando no se cumpla con los fines para lo cual fue creada.

Como en una Asociación los socios no podrán lucrarse durante el tiempo de funcionamiento de la misma, tampoco en el momento de su disolución podrán disponer del dinero o bienes que la asociación haya acumulado durante su vida, es por ello que el patrimonio de la Asociación será destinado otra Asociación sin fines de lucro.

## **ETAPA Nº 3**

### **5.5.3 APROBAR UN REGLAMENTO INTERNO**

Con la finalidad de lograr un buen funcionamiento de la Asociación se aprobará un reglamento interno, el cual constará de normas prácticas, a la junta directiva le corresponde redactar el reglamento interno y luego será sometido a la asamblea general para su aprobación definitiva.

- Emblema de la organización
- Forma de Interpretar los estatutos

- Modo de constituir las comisiones y regular su funcionamiento
- Cómo se llevan a cabo las votaciones en la asamblea general
- Forma de redactar las actas de la asamblea general
- El reglamento electoral
- Procedimiento a seguir para inscribirse como socio de la asociación
- Establecer el sistema de infracciones y sanciones
- El procedimiento disciplinario

## **5.6 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN**

### **MISIÓN**

La Asociación de Comerciante Informales de la Ciudad de Ibarra, tiene como misión ofrecer una diversidad de productos de buena calidad, con los valores y responsabilidad humana que nos caracteriza, para el consumo de nuestros clientes.

### **VISIÓN**

La Asociación de Comerciantes Informales de la Ciudad de Ibarra, para el año 2015, estará establecida legalmente y contará con el apoyo y respaldo de las autoridades competentes de la ciudad de Ibarra, además tendrá un espacio físico donde se pueda atender las peticiones de los asociados y público en general.

### **VALORES**

- Honradez
- Respeto
- Confianza

- Responsabilidad
- Motivación
- Compañerismo

## **OBJETIVOS**

- Impulsar el Desarrollo Económico y Social entre los comerciantes informales.
- Promover el hábito de ahorro en los comerciantes informales.
- Ofrecer productos de buena calidad para los consumidores.
- Adoptar estrategias innovadoras y creativas para ofrecer los productos.
- Fortalecer a los asociados con valores éticos, humanistas e identidad de servicio.
- Establecer estándares de calidad y precios de venta de los diferentes productos.

## **POLÍTICAS**

- Mejoramiento continuo de la atención al cliente.
- Promociones para los clientes.
- Protección del medio ambiente.

## **ESTRATEGIAS**

- Aprovechar la concurrencia masiva de los comerciantes informales en los alrededores del mercado Amazonas y La Playita, para motivarles a formar parte de la Asociación que será de mucha ayuda en el desarrollo de sus actividades.

- Cumplir con todos los requisitos legales que exigen los organismos que rigen en este sector, evitando de esta manera que surjan inconvenientes que alteren el normal desarrollo de las actividades.

## **5.6.1 MANUAL DE FUNCIONES**

### **5.6.1.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA ASOCIACIÓN**

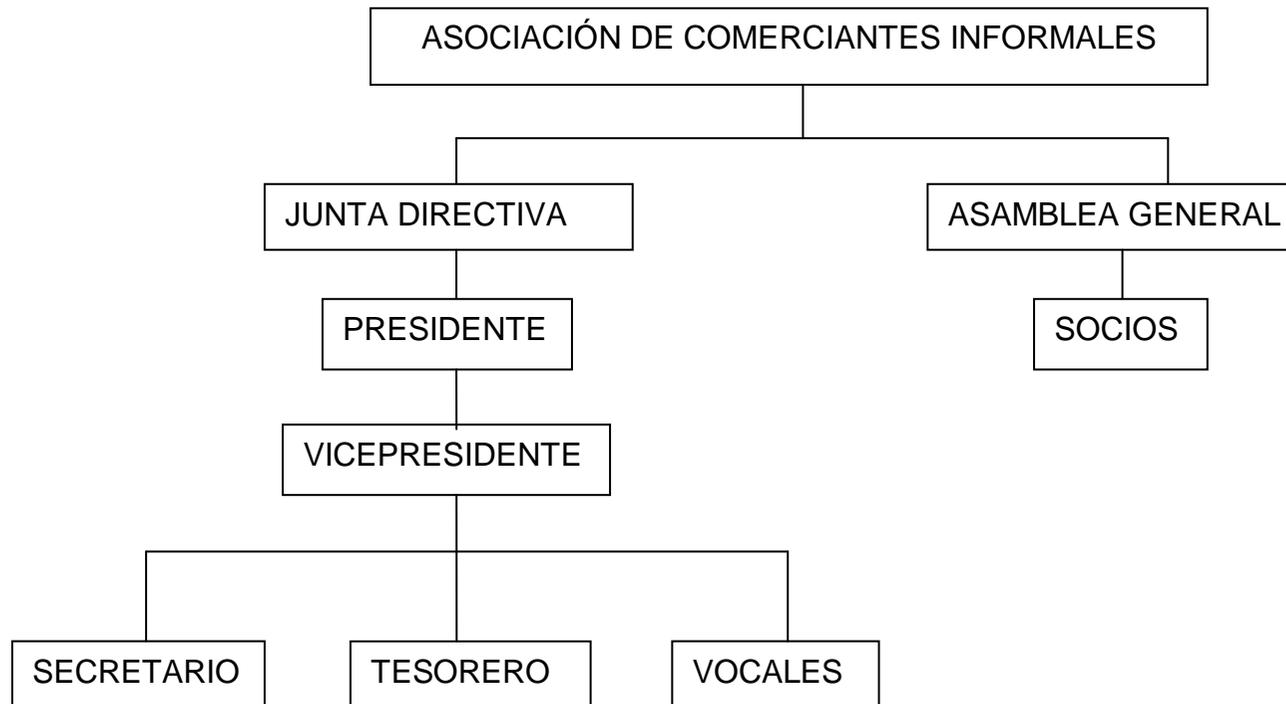
Un organigrama representa la estructura orgánica de una institución, en el que se establecen niveles de autoridad y canales de comunicación entre diferentes unidades administrativas.

Es importante mencionar que para toda institución en general, simboliza una herramienta integral y un requisito indispensable que cualquier entidad debe tenerlo, ya que de ahí parte el inicio de su formación y la manera de cómo se encuentra estructurada, para lograr efectividad y eficiencia en las actividades dentro de la Asociación es necesario establecer una adecuada organización estructural para permitir una buena comunicación entre los diferentes niveles.

El presente organigrama se elaboró tomando de base investigaciones como: tesis, textos, entre otros que proporcionaron la información requerida para su respectiva realización.

# ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INFORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA

**GRÁFICO Nº 17  
ORGANIGRAMA DE LA ASOCIACIÓN**



a) PRESIDENTE

**CUADRO N° 33**  
**CARGO DEL PRESIDENTE**

<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INFORMALES</b>
<b>CARGO: PRESIDENTE</b> <b>NIVEL: EJECUTIVO</b>
<b>OBJETIVO DEL PUESTO DE TRABAJO</b> Cumplir y hacer cumplir el estatuto, reglamento interno y las decisiones y resoluciones de la asamblea general.
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Presidir la reunión de la asamblea general y del comité directivo.</li><li>2. Convocar a las asambleas ordinarias y extraordinarias, y a las sesiones del comité directivo.</li><li>3. Planificar con el comité directivo el cumplimiento de objetivos y metas.</li><li>4. Vigilar la presentación de informes, balances, y poner el visto bueno una vez aprobado.</li><li>5. Presidir todos los actos oficiales de la asociación.</li><li>6. Representar legalmente a la asociación.</li><li>7. Autorizar y otorgar poderes especiales para el manejo financiero.</li></ol>

**b) VICEPRESIDENTE**

**CUADRO N° 34  
CARGO DEL VICEPRESIDENTE**

<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INFORMALES</b>
<b>CARGO: VICEPRESIDENTE</b> <b>NIVEL: EJECUTIVO</b>
<b>OBJETIVO DEL PUESTO DE TRABAJO</b>  Ayudar y sustituir al presidente en sus funciones cuando sea necesario.
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Presidir la reunión de la asamblea general y del comité directivo, en caso de faltar el presidente.</li><li>2. Planificar con el comité directivo el cumplimiento de objetivos y metas.</li><li>3. Presidir todos los actos oficiales de la asociación, conjuntamente con el presidente.</li><li>4. Organizar actos sociales, anexos a la asociación, conjuntamente con el presidente, la junta directiva.</li><li>5. Cumplir con las funciones encomendadas por el presidente, cuando así lo requiera.</li></ol>

**c) SECRETARIO**

**CUADRO Nº 35  
CARGO DEL SECRETARIO**

<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INFORMALES</b>
<b>CARGO: SECRETARIO</b> <b>NIVEL: OPERATIVO</b>
<b>OBJETIVO DEL PUESTO DE TRABAJO</b>  Ejecutar las labores variadas como: certificaciones de documentos, organización y custodia de archivo y correspondencia de la asociación, trámites internos y externos, entre otros.  <b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Atender en forma amable las llamadas telefónicas y dar la información correcta.</li><li>2. Coordinar y organizar con el presidente las actividades diarias en la agenda de trabajo.</li><li>3. Cumplir con los requerimientos administrativos de secretaría de la presidencia.</li><li>4. Redactar oficios, memorandos y otros documentos necesarios.</li><li>5. Desarrollar y tramitar los asuntos relacionados con la recepción y despacho de correspondencia.</li><li>6. Registrar las resoluciones impartidas en la asamblea general.</li><li>7. Velar por el adecuados manejo y utilización de materiales de oficina.</li></ol>

8. Llevar el sistema de archivos de la documentación de la asociación.
9. Adecuado uso y mantenimiento de los bienes entregados para el desarrollo de sus actividades.
10. Comunicar a presidencia sobre cualquier novedad o asunto de interés para la asociación.
11. Realizar cualquier tipo de trámite que requiera la asociación.
12. Levantar el acta de reuniones generales y del comité directivo.
13. Cualquier otra función establecida o requerida por a presidencia.

d) TESORERO

**CUADRO N° 36**  
**CARGO DEL TESORERO**

<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INFORMALES</b>
<b>CARGO: TESORERO</b> <b>NIVEL: OPERATIVO</b>
<b>OBJETIVO DEL PUESTO DE TRABAJO</b> Manejar de forma adecuada los recursos económicos, llevando una contabilidad de los ingresos y egresos de la asociación.
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se encarga de recaudar las cuotas o fondos de la asociación.</li><li>2. Coordinar actividades para reunir fondos.</li><li>3. Se encarga de los asuntos financieros en general de la asociación.</li><li>4. Entregar informes financieros a los miembros.</li><li>5. Elaboración de presupuestos, balances e inventarios para su aprobación.</li><li>6. Realizar los pagos ordenados por el Presidente.</li><li>7. Custodiar los registros contables y los justificantes de pago.</li></ol>

e) **VOCALES**

**CUADRO N° 37**  
**CARGO DEL LOS VOCALES**

<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES INFORMALES</b>
<b>CARGO: VOCALES</b> <b>NIVEL: OPERATIVO</b>
<b>OBJETIVO DEL PUESTO DE TRABAJO</b> Ayudar en actividades designadas, generalmente para el cumplimiento de objetivos.
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ayudar en la ejecución y cumplimiento de las actividades programadas en la asociación.</li><li>2. Formar comisiones de ejecución de actividades.</li><li>3. Ayudar al cumplimiento de las metas y objetivos propuestos por la asociación.</li><li>4. Hacer las funciones que se les designe.</li><li>5. Asistir a las asambleas ordinarias y extraordinarias convocadas por el presidente.</li></ol>

## 5.7 ANÁLISIS DE IMPACTOS

El presente proyecto de investigación, pretende realizar un análisis de cómo inciden los comerciantes informales (ambulantes), sobre el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra, especialmente de los mercados Amazonas y La Playita, y se ha planteado una posible alternativa de solución, que es formar una Asociación de comerciantes informales.

Además, se ha realizado un análisis de los aspectos positivos y negativos que tendría el proyecto, al ser ejecutado, en diferentes ámbitos en los que tenga una relación directa o indirecta. Para realizar el análisis de impactos, se ha identificado la metodología adecuada, la cual consta de una matriz de impactos, que está formada por valores cuantitativos y cualitativos, y de una fórmula que sirven para medir el valor que tiene dicho impacto, como se detalla a continuación.

La matriz de impactos esta formada por un eje horizontal y un eje vertical, en la cual en su eje horizontal ubicamos los niveles de impactos como se muestra a continuación.

**CUADRO Nº38  
MATRIZ DE IMPACTOS  
MARZO/2011**

<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Impacto Negativo Alto	Impacto Negativo Medio	Impacto Negativo Bajo	No hay Impacto	Impacto Positivo Bajo	Impacto Positivo Medio	Impacto Positivo Alto

Mientras que en el eje vertical determinamos una serie de indicadores relevantes, los cuales nos permitirán realizar el análisis. Luego se asigna un nivel de impacto de acuerdo a la tabla y procedemos a realizar la sumatoria de los valores asignados.

Para determinar el nivel de impacto del área dividimos la sumatoria para el número de indicadores, como se muestra en la siguiente fórmula.

**FÓRMULA Nº 2  
CÁLCULO DEL NIVEL DE IMPACTO  
MARZO/2011**

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{sumatoria de calificación}}{\text{número de indicadores}}$$

Entre los principales impactos que inciden en el proyecto se ha identificado a los siguientes:

- Impactos Económicos.
- Impactos sociales.
- Impactos Ambientales.

## 5.7.1 IMPACTOS ECONÓMICOS

**CUADRO N° 39  
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO  
MARZO/2011**

IMPACTO ECONOMICO								
INDICADOR	NEGATIVO				POSITIVO			TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Dinamismo en la Economía							X	3
Fuentes de Empleo						X		2
Desarrollo del Sector							X	3
Creación de micro-empresas						X		2
Pago de obligaciones							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>13</b>

$$\text{Nivel de Impacto económico} = \frac{13}{5} = 2.6$$

### ANÁLISIS

De acuerdo a la puntuación establecida a cada indicador para medir el nivel de impacto económico, se obtiene un valor de 2.6 positivo, lo que demuestra que la ejecución de la propuesta planteada, daría resultados positivos, ya que a través del mismo se pretende aumentar el dinamismo de la economía, lo cual conlleva a tener un desarrollo económico, a través de la creación de micro-empresas que generarán fuentes de empleo para el sector.

## 5.7.2 IMPACTOS SOCIALES

**CUADRO Nº 40  
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL  
MARZO/2011**

IMPACTO SOCIAL								
INDICADOR	NEGATIVO				POSITIVO			TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejor calidad de vida.						X		2
Legalmente organizados							X	3
Discordias con los C. formales					X			1
Seguridad de los clientes de los C.I.							X	3
Seguridad integral de los C.I.							X	3
Formación en valores						X		2
<b>TOTAL</b>								14

$$\text{Nivel de Impacto social} = \frac{14}{6} = 2.3$$

### ANÁLISIS

El impacto social da como resultado un valor de 2.3 positivo el cual significa que la propuesta tendrá un impacto positivo medio, es decir que quienes conformen la asociación de comerciantes informales, tendrán una mejor calidad de vida ya que al mejorar y crecer sus negocios, obtendrán mayores ingresos que les permitirá cubrir y satisfacer las necesidades básicas, además estarán legalmente establecidos, lo que les permitirá conseguir un lugar adecuado para realizar las ventas, y contarán con el respaldo de las autoridades, y de esta manera podrán desarrollar su actividad económica con plena tranquilidad, además se evitará discordias entre los comerciantes formales e informales, ya que desarrollarán sus actividades económicas en iguales condiciones lo cual permite reducir la competencia desleal. Además tanto los comerciantes informales como sus clientes contarán con una mayor seguridad para realizar sus actividades, ya que no estarán expuestos a los peligros que hay en las calles de los alrededores de los mercados.

### 5.7.3 IMPACTOS AMBIENTALES

**CUADRO Nº 41  
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL  
MARZO/2011**

IMPACTO AMBIENTAL									
INDICADOR	NEGATIVO				0	POSITIVO			TOTAL
	-3	-2	-1	1		2	3		
Contaminación por desechos.						X			1
Contaminación por ruido.								X	3
Contaminación visual.								X	3
<b>TOTAL</b>									<b>7</b>

$$\text{Nivel de Impacto ambiental} = \frac{7}{3} = 2.33$$

### ANÁLISIS

El impacto ambiental que tendrá la puesta en marcha de la propuesta planteada, de acuerdo a los valores designados, será positivo ya que se obtiene un valor de 2.33 que significa impacto positivo medio, ya que habrá reducción de la contaminación en los alrededores de los mercados Amazonas y La Playita, es decir que reduciría el nivel de ruido que se produce al realizar la actividad, lo que se refiere a la contaminación visual se vería notablemente el cambio ya que los comerciantes ya no estarían en las calles ofreciendo sus productos, sino en lugares adecuados, y lo que es más se crearía conciencia para que los desechos de los productos que venden no sean arrojados en las calles de la ciudad.

## CONCLUSIONES

- La presencia de los comerciantes informales en los alrededores de los mercados de la ciudad de Ibarra, conlleva a generar algunos problemas como es el desorden público, masificación de las personas, lo cual hace que la ciudad se convierta en un lugar inseguro, y la ciudadanía que transita por estos lugares están propensos a ser víctimas de la delincuencia, además se evidencia gran cantidad de contaminación, ruido, y por ende la imagen de la ciudad no es la adecuada, especialmente para generar un buen turismo.
- Entre las causas principales de la comercialización informal (ambulantes) en la ciudad de Ibarra, se ha podido identificar la migración de las personas hacia la ciudad por la inestabilidad que viven en los lugares aledaños, también se da por las escasas fuentes de empleo y el inadecuado espacio físico para vender, esto es principalmente por la poca inversión por parte del sector público, además se determinó que la educación es un factor importante para que se de este gran problema, ya que se ha identificado que la mayoría de las personas solo alcanza un nivel de instrucción primaria.
- La incidencia del comercio informal sobre el comercio formal se da en forma negativa por el incremento de comerciantes informales en los alrededores de los mercados de la ciudad, las ventas de los comerciantes formales se ven disminuidas, ya que los comerciantes informales ofrecen sus productos a precios más bajos de los que ofrecen los comerciantes formales, además les facilita el hecho de estar caminando para poder ofrecer los productos, esto conlleva a que los ingresos de los comerciantes formales se vean disminuidos.

- El comercio informal es una fuente de empleo principalmente para las personas que no tienen la oportunidad de estar en un trabajo fijo, y que necesitan mantener una familia, es decir dar alimentación, educación, vivienda, vestido, salud, entre otros, lo cual es algo positivo para la sociedad ya que están contribuyendo de alguna manera al desarrollo socio-económico del país.
- Los comerciantes informales, pese a que solo tienen un nivel de instrucción primario, cuentan con gran capacidad de comercialización, esto es por la experiencia que han ganado, además de la actitud positiva para realizar la actividad económica, pese a las adversidades que se les presenta y a las condiciones en que se desenvuelven ya que es evidente que tienen que mantenerse en el sol, la lluvia, con tal de lograr el propósito de vender su mercadería.

## **RECOMENDACIONES**

- Como se ha podido identificar que un gran número de personas se dedican a la actividad de comercio informal, es importante que se organicen de alguna manera, ya sea formando asociaciones, cooperativas, entre otros, lo cual les facilitaría para tramitar con las autoridades y poder establecerse en un lugar adecuado donde vendan sus productos, además tendrían acceso a micro-créditos otorgados por las instituciones financieras y de esta manera crecer como microempresarios.
- Como la población de la ciudad tiene un crecimiento constante es indispensable que se creen nuevos mercados acordes a la demanda existente, en los alrededores de la ciudad, con la finalidad de que se

les ubique a los comerciantes informales, y así se formalizaría y podrían realizar sus actividades en formal normal, de esta manera se disminuiría en gran medida y se evitarían los problemas que atrae el comercio informal.

- Que el Ilustre Municipio de Ibarra y la administración de los mercados que son los encargados de la regularización del comercio en la ciudad, cree nuevas estrategias para que se de la comercialización en forma ordenada, regulando precios y cantidades de los productos frecuentemente y sobre todo dando a conocer los reglamentos vigentes para de esta manera crear conciencia en los comerciantes.
- Que los comerciantes informales formen una asociación de comerciantes informales, con la finalidad de hacer frente a las diferentes necesidades que tienen al realizar sus actividades diarias, hacer valer sus derechos como ciudadanos, ya que todas las personas tienen derecho al trabajo, y de esta manera poder realizar su actividad en mejores condiciones, además al establecerse como formales beneficia de alguna manera también a los comerciantes formales ya que de igualmente establecerán precios y cantidades para la venta de los productos lo cual significa eliminar la competencia desleal.
- Crear conciencia tanto a los comerciantes formales como a los comerciantes informales con respecto a la no contaminación del medio donde se desenvuelven, incentivando al reciclaje, a botar los desechos en los lugares adecuados, entre otros, con la finalidad de contribuir a la mitigación del problema de la contaminación del medio ambiente, además que ayuda a que la ciudad tenga una mejor imagen y presentación hacia las personas que vivimos en la ciudad y a los turistas que nos visitan.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADMINISTRACIÓN DEL MERCADOS Municipio de Ibarra 2002
- ANDRSEN, Arthur, “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS”, 2006.
- ARBOLEDA VÉLEZ, Germán, “DISEÑO DE PROYECTOS”, 2005
- BENALCÁZAR, G. Marco A. Guía para realizar Monografías, Tesis y Tesinas, 2006.
- BERNAL, César Augusto, Metodología de la Investigación, Pearson Educación, México, segunda ed.2006.
- COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN UTN, Guía para el diseño del plan de trabajo de grado, 2005.
- CUADRADO ROURA, Juan R. Introducción a la Política Económica, McGraw-Hill Madrid, 2007
- DEL CID, Alma; MÉNDEZ, Rosemary; SANDOVAL, Franco; “INVESTIGACIÓN FUNDAMENTOS Y METODOLOGÍA”, Pearson Prentice Hall, primera edición 2007
- Diccionario Océano uno color-Enciclopédico, edición 2002
- GOODSTEIN, Leonard; NOLAN, Timothy; PFEIFFER, William, Planeación Estratégica Aplicada, Mc Graw Hill, 2004.
- GUTIERRES, M. Abraham, Curso de Métodos de la Investigación y Elaboración de la Monografía, 2005.
- HUGH, Gravelle; RAY, Rees, 2006”microeconomía” Pearson Prentice Hall, tercera edición.

- LARROULET, Cristian y MOCHÓN, Francisco; ECONOMÍA, Mc Graw Hill cuarta edición, 2003.
- LEIVA, Zea Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Quinta Edición, 2006
- MOCHÓN, Francisco, Principios de economía, Mc Graw Hill, tercera edición, 2002.
- ORDENANZA QUE REGULA LA ACTIVIDAD DE COMERCIO EN EL CANTÓN IBARRA, 2009.
- REVISTA “Cultura tributaria”, 2008.
- SAMUELSON, Nordhaus. 2006, “ECONOMÍA”. Mc Graw Hill.
- Y. Bernard-J.C., COLLI, Diccionario Económico y Financiero de, tercera edición, 2000.
- ZORRILLA, Santiago y Otros, Metodología de la Investigación, Mc. Graw Hill, 1997.

## **LINCOGRAFÍA**

- <http://www.eumed.net/libros/http://archivos.diputados.gob.mx>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingresos>
- <http://www.monografias.com/comercio-informal/.shtml>
- <http://www.monografias.com/comercialización.shtml>
- <http://www.monografias.com/elproducto.shtml>
- <http://www.monografias.com/ofertaydemanda/.shtml>

- <http://elecoperubiano.galeon.com/index.htm>
- [http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes3agvv/sec\\_1.htm](http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes3agvv/sec_1.htm)
- <http://www.econlink.com>.
- <http://archivos.diputados.gob.mx>
- <http://www.monografias.com/crecimientoeconomico/.shtml>
- [www.ilo.org/global](http://www.ilo.org/global)
- <http://www.monografias.com/sociedad-y-asociacion-civi>
- <http://www.metcouncil.net//comoformarunaasociacion.htm>
- <http://www.asociaciones.org/>
- <http://www.lexnova.es/>
- <http://www.informajoven.org/pub/asocia/docus/modelo12.htm>
- <http://amub.org.ni/mi-alcaldia/manual-de-control>

# **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES INFORMALES DE LA**  
**CIUDAD DE IBARRA.**

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información de los comerciantes informales de la ciudad de Ibarra, para poder evaluar las condiciones en que realizan su actividad económica, siendo esto de carácter educativo.

<b>Género:</b>	<b>Edad:</b>	<b>Nivel de instrucción:</b>
Femenino ( )	20-25 ( )	Ninguna ( )
Masculino ( )	26-30 ( )	Primaria ( )
	34-35 ( )	Secundaria ( )
	+ 35 ( )	Superior ( )

1. ¿De qué lugar proviene?

2. ¿Qué tiempo lleva realizando la actividad económica?

Menos de 1 año ( )    Entre 1 a 2 años ( )    Más de 2 años ( )

3. ¿Qué clase de productos comercializan?

Frutas ( )      Verduras ( )      Ropa ( )      Bisutería ( )      Otros ( )

4. ¿Tiene algún problema para realizar su actividad económica?

SI ( )      NO ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. ¿Dónde adquiere los productos para la comercialización?

Productor ( )      Mayorista ( )      Intermediario ( )

6. ¿Usted ha tenido inconvenientes con los comerciantes formales?

SI ( )      NO ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

7. ¿Usted paga alguna contribución o tasa?

Municipio ( )      Asociación de comerciantes ( )      otro ( ) \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es la razón por la que no se ha establecido como comerciante formal?

Falta de RE ( )      Ilegalidad ( )      Mucho trámite ( )      Otro ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

9. ¿Usted ha accedido a micro-créditos?

SI ( )      NO ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES FORMALES LA CIUDAD DE**  
**IBARRA.**

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra, para poder evaluar la incidencia que tienen por parte de los comerciantes informales, siendo esto de carácter educativo.

<b>Género:</b>	<b>Edad:</b>	<b>Nivel de instrucción:</b>
Femenino ( )	20-25 ( )	Ninguna ( )
Masculino ( )	26-30 ( )	Primaria ( )
	34-35 ( )	Secundaria ( )
	+ 35 ( )	Superior ( )

1. ¿Qué tiempo lleva realizando la actividad económica?

Menos de 1 año ( )      Entre 1 a 2 años ( )      Más de 2 años( )

2. ¿Qué clase de productos comercializan?

Frutas ( )      Verduras ( )      Ropa ( )      Bisutería ( )      otros ( )

3. ¿Usted aproximadamente cuánto paga de impuestos municipales y tributarios?

Municipales ..... Tributarios ..... total .....

4. ¿Usted cree que ha aumentado el número de comerciantes informales en los dos últimos años?

SI ( ) NO ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿Usted considera que la presencia de los comerciantes informales afecta a los comerciantes formales?

SI ( ) ¿De qué manera? \_\_\_\_\_

NO ( )

6. ¿Usted cree que todas las personas tienen derecho al trabajo?

SI ( ) NO ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. ¿Cómo cree que es la competencia con los comerciantes informales?

Desleal ( ) Racional ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

8. El nivel de ventas mensuales de este año con relación a los dos años anteriores

Aumentado ( ) Igual ( ) Disminuido ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

9. ¿Usted tiene acceso a micro-créditos?

SI ( ) NO ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

FOTOS DEL COMERCIO INFORMAL EN LA CIUDAD DE IBARRA



FUENTE: Mercado Amazonas Av. Pérez Guerrero.



FUENTE: Mercado Amazonas.

FOTOS DEL COMERCIO FORMAL EN LA CIUDAD DE IBARRA



FUENTE: Mercado La Playita



FUENTE: Mercado Amazonas