



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL-MED

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA: IMPACTO DEL INCREMENTO DE VENDEDORES
AMBULANTES POR EL BAJO NIVEL EDUCATIVO, EN LA
CIUDAD DE IBARRA, APLICADO A UN MODELO
MULTIVARIANTE DE REGRESIÓN.**

AUTORA: TORRES DÁVILA LUCÍA ELIZABETH

DIRECTOR: ING. MANTILLA VARGAS FARID A.

SANGOLQUÍ

2017



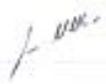
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL-MED

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“IMPACTO DEL INCREMENTO DE VENTAS AMBULANTES POR EL BAJO NIVEL EDUCATIVO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, APLICADO A UN MODELO MULTIVARIANTE DE REGRESIÓN”** realizado por la señorita **LUCÍA ELIZABETH TORRES DÁVILA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **LUCÍA ELIZABETH TORRES DÁVILA** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 21 de junio del 2017



FARID ALFREDO MANTILLA VARGAS

DIRECTOR



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL-MED

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **LUCÍA ELIZABETH TORRES DÁVILA**, con cédula de ciudadanía N° 100272543-8, declaro que este trabajo de titulación **“IMPACTO DEL INCREMENTO DE VENTAS AMBULANTES POR EL BAJO NIVEL EDUCATIVO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, APLICADO A UN MODELO MULTIVARIANTE DE REGRESIÓN”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad, y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 21 de junio del 2017

LUCÍA ELIZABETH TORRES DÁVILA

CC. 100272543-8



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL-MED

AUTORIZACIÓN

Yo, **LUCÍA ELIZABETH TORRES DÁVILA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“IMPACTO DEL INCREMENTO DE VENTAS AMBULANTES POR EL BAJO NIVEL EDUCATIVO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, APLICADO A UN MODELO MULTIVARIANTE DE REGRESIÓN”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolqui, 21 de junio del 2017

LUCÍA ELIZABETH TORRES DÁVILA

CC. 100272543-8

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a mis abuelitas
Carmen y Georgina, mujeres valientes,
trabajadoras y de buen corazón que siempre
han estado pendientes de mis logros, gracias
por tanto cariño y por ser un verdadero
ejemplo de lucha, en mi vida.

A mis padres y a mis hermanos Iván Israel y
Juan Carlos, cualquier esfuerzo se ve
recompensado gracias a ustedes, los amo con
mi vida.

A mi familia y amigos, parte fundamental en
mi vida, gracias por cada consejo y apoyo
incondicional, este logro también es gracias a
ustedes,

Lucía Elizabeth Torres Dávila

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por tantas bendiciones, sin él nada de esto fuera posible.

A mis padres que con sus enseñanzas y principios me han traído hasta aquí.
Gracias son los mejores, no me alcanzaría la vida para devolverles todo lo que han
hecho por mí.

A mis amados hermanos Iván y Juanito por ser una de las principales
motivaciones para seguir siempre adelante, espero no defraudarlos nunca.

A mi tutor el ingeniero Farid Mantilla, por su paciencia y entrega en todo este
tiempo de desarrollo del proyecto.

A todas las personas que forman parte de mi vida y que de una u otra forma han
colaborado para que hoy en día yo pueda cumplir esta meta.

En verdad, Gracias.

Lucía Elizabeth Torres Dávila

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes.....	2
1.2.1 Ventas ambulantes en América Latina.....	2
1.2.2 Ventas ambulantes en Ecuador.....	7
1.2.3 Ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra.....	9
1.3 Giro del Negocio.....	11
1.4 Importancia del problema.....	12
1.4 Marco teórico.....	13
1.4.1 Teorías de soporte.....	13
1.4.2 Ordenanzas que regulan las ventas ambulantes en la Ciudad de Ibarra.....	15
1.5 Marco referencial.....	17
1.6 Marco conceptual.....	20
CAPÍTULO II.....	25
2.1 Fase cualitativa.....	25
2.1.1. Problema objetivo de estudio.....	25
2.1.2 Necesidad:.....	26
2.1.3 Justificación:.....	26
2.1.4 Propósito:.....	27
2.1.5 Definición del problema:.....	27
2.1.6 Objetivos.....	28
2.1.7 Hipótesis.....	28
2.1.8 Ética del investigador:.....	28
2.2 Fase Metodológica.....	29
2.2.1 Enfoque de la investigación.....	29

2.2.2 Tipos de investigación	30
2.2.3 Fuentes de información	32
2.2.4 Técnica de muestreo.....	33
2.2.5. Diseño de la encuesta.....	39
2.2.6. Prueba piloto.....	44
2.2.7. Tamaño de la muestra.....	50
2.3 Fase Trabajo de Campo.....	51
2. 4 Fase de análisis.....	54
2.4.1 Análisis Univariado.....	56
2.4.2 Análisis Bivariado.....	76
CAPÍTULO III.....	89
3. APLICACIÓN MODELO MULTIVARIANTE DE REGRESIÓN.....	89
3.1 Descripción modelo multivariante.....	89
3.1.1 Objetivos del análisis multivariante.....	89
3.1.2 Regresión	89
3.1.3 Aplicación análisis multivariante de regresión:	90
CAPÍTULO IV.....	108
4. ESTRATEGIAS Y PROPUESTA.....	108
4.1 Estrategias.....	108
4.1.1 Definición	108
4.1.3 Estrategias a desarrollarse.....	109
4.2 Modelo GAP	114
4.2.1 Definición	114
4.2.2 Beneficios de un análisis Gap	115
4.2.3 Proceso Funcional de análisis Gap.....	115
4.2.4 Proceso de aplicación de análisis Gap.....	117
4.2.5 Fijación de los Objetivos de acuerdo al tema de Investigación.....	117
CAPÍTULO V	124

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
5.1 Conclusiones	124
5.2 Recomendaciones	124
BIBLIOGRAFÍA	126

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Actividad por género América Latina y el Caribe.	3
Figura 2: Informalidad en América Latina	5
Figura 3: Población sector informal a nivel urbano en Ecuador.....	8
Figura 4: Empleo en el sector informal en Ecuador: Total nacional.	9
Figura 5: Vendedora ambulante cargada niña, Ibarra.....	10
Figura 6: Giro de negocio en ventas ambulantes.....	12
Figura 7: Fase cualitativa de ventas ambulantes.....	25
Figura 8: Diagrama de Ishikawa.....	27
Figura 9: Tipos de investigación.....	30
Figura 10: Técnicas de muestreo	33
Figura 11: Vendedores ambulantes de pollos.....	35
Figura 12: Ventas ambulantes, mercado Amazonas.....	35
Figura 13: Ventas ambulantes cerca de la basura.	36
Figura 14: Vendedora ambulante de moras y frutillas.....	36
Figura 15: Vendedores ambulantes de churos.	37
Figura 16: Vendedores ambulantes de refrescos.	37
Figura 17: Zonas de influencia de ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra.	38
Figura 18: Calles conflictivas por ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra.....	39
Figura 19: Formato final encuesta	49
Figura 20: Proceso para realizar el trabajo de campo.....	51
Figura 21: Pasos para realizar análisis de datos estadísticos	54
Figura 22: Vista de variables ingresadas en formato SPSS.....	55
Figura 23: Vista de datos ingresados en formato SPSS.....	56
Figura 24: Tipo de análisis univariado a utilizar	56
Figura 25: Género de los encuestados	57
Figura 26: Edad de los encuestados.....	58
Figura 27: Nivel de instrucción de los encuestados.....	59
Figura 28: Número de hijos de los encuestados	60
Figura 29: Productos que ofertan vendedores ambulantes	61
Figura 30: Vendedores ambulantes o hijos.	62

Figura 31: Días de trabajo a la semana.....	63
Figura 32: Horas de trabajo al día.....	64
Figura 33: Rol que desempeña.....	65
Figura 34: Beneficios recibidos del Gobierno o Municipio.	66
Figura 35: Preferencia laboral.....	67
Figura 36: Oportunidades de capacitación o educación.	68
Figura 37: Causas que motivaron ser un vendedor ambulante.	69
Figura 38: Conocimiento de normas municipales.	70
Figura 39: Carnet de higiene.....	71
Figura 40: Medio de transporte de producto.....	72
Figura 41: Control de Policía Municipal	73
Figura 42: Ingresos diarios por ventas.....	74
Figura 43: Total tiempo en años como vendedor ambulante.....	75
Figura 44: Tipo de Análisis Bivariado.....	76
Figura 45: Contingencia instrucción y género	77
Figura 46: Contingencia hijos y horas trabajo	78
Figura 47: Contingencia rol actividad y conformidad.....	79
Figura 48: Contingencia ingresos y oportunidad de estudio.....	80
Figura 49: Significancia productos y medio para ofertar	82
Figura 50: Significancia recorre la ciudad e ingresos.....	83
Figura 51: Escala en el coeficiente de correlación	84
Figura 52: Correlación edad y número de hijos.....	85
Figura 53: Correlación días trabajo y horas trabajo.....	85
Figura 54: Chi- Cuadrado (Hijos-productos-Medios)	87
Figura 55: Chi- cuadrado (género - días trabajo – tiempo trabajo en años).	88
Figura 56: Métodos de regresión	90
Figura 57: Histograma regresión múltiple 1	91
Figura 58: Comparación 1 (Proyección para 2 años)	92
Figura 59: Comparación 1 (Proyección para 3 años)	94
Figura 60: Comparación 1 (Proyección para 4 años)	95
Figura 61: Histograma regresión múltiple 2.....	97
Figura 62: Comparación 2 (Proyección a 2 años).....	98

Figura 63: Comparación 2 (Proyección de 3 años).....	100
Figura 64: Comparación 2 (Proyección de 4 años).....	101
Figura 65: Histograma regresión múltiple 3.....	103
Figura 66: Comparación 3 (Proyección para 2 años)	104
Figura 67: Comparación 3 (Proyección para 3 años).....	106
Figura 68: Comparación 3 (Proyección para 4 años)	107
Figura 69: Dimensiones de las estrategias.....	108
Figura 70: Estrategias de mercado 1.....	109
Figura 71: Estrategias de mercado 2.....	111
Figura 72: Estrategias de mercado 3.....	112
Figura 73: Estrategias de mercado 4.....	113
Figura 74: Cambios análisis Gap.....	115
Figura 75: Proceso de Análisis Gap.....	116
Figura 76: Pasos del Método GAP.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Porcentajes de trabajo informal en países latinoamericanos.	4
Tabla 2: Ordenanzas que regulan las ventas ambulantes en la ciudad Ibarra.	15
Tabla 3: Cuadro comparativo de papers.	18
Tabla 4: Matriz de medida de escala aplicada a la encuesta.....	39
Tabla 5: Contingencia nivel instrucción y género	77
Tabla 6: Contingencia cantidad hijos y horas al día de trabajo	78
Tabla 7: Contingencia rol actividad y conformidad	79
Tabla 8: Contingencia ingresos y oportunidad de estudio	80
Tabla 9: Anova productos y medios para ofertar.....	81
Tabla 10: Anova ingresos y recorre la ciudad.....	83
Tabla 11: Correlación edad y número de hijos	84
Tabla 12: Correlación días trabajo y horas trabajo.	85
Tabla 13: Chi- Cuadrado (Hijos-productos-Medios)	86
Tabla 14: Chi- cuadrado (género - días trabajo – tiempo trabajo en años).	87
Tabla 15: Regresión múltiple análisis 1	90
Tabla 16: Media de variables para regresión múltiple 1	92
Tabla 17: Regresión múltiple análisis 2.	96
Tabla 18: Media de variables para regresión múltiple 2	97
Tabla 19: Regresión múltiple análisis 3.....	102
Tabla 20: Media de variables para análisis multivariante 3.....	104
Tabla 21: Objetivos de Marketing.....	118
Tabla 22: Objetivos de Productividad.....	119
Tabla 23: Objetivo de Innovación.....	120
Tabla 24: Objetivo de Recursos Humanos.....	121
Tabla 25: Objetivo de Responsabilidad Social	122

RESUMEN

La actividad comercial ambulante definida como aquella no establecida territorialmente, admite diversos factores o perspectivas que la sustentan como herramienta socioeconómica de ciertos grupos y sectores de menor desarrollo, sobre todo por el bajo nivel de escolaridad y analfabetismo que disminuye las probabilidades de emplearse en el sector formal; los efectos de este tipo de ocupación repercuten en la transgresión de la convivencia armónica de una comunidad, afectando el acceso de oportunidades formales y la percepción disgregada de las políticas de ordenamiento legal. Tal es el caso de la ciudad de Ibarra, que últimamente cuenta con un elevado flujo de vendedores ambulantes; los mismos que se ubican en vías y veredas de la ciudad, con carretillas, cajones y otros elementos que obstaculizan el tránsito de personas y automotores, ocasionando gran malestar en la ciudadanía. Es por ello, que se establece el presente estudio con el objetivo de determinar el impacto del incremento de vendedores ambulantes por la falta de estudios, en la ciudad de Ibarra, aplicado a un modelo multivariante de regresión. En el cual se analizan las variables que surgen de este tipo de actividad de acuerdo a las directrices establecidas en una investigación de tipo empírico, mediante el cual se comprueba una hipótesis para poder determinar cuál es el impacto socioeconómico que existe en la ciudad por el incremento de este tipo de trabajo informal, a fin de contribuir con propuestas que promuevan un desarrollo sostenible, incentivando el progreso económico y el bienestar general de la ciudadanía.

Palabras claves:

- **VENTAS AMBULANTES**
- **MODELO ESTADÍSTICO**
- **CIUDAD DE IBARRA**
- **DESARROLLO**
- **SOSTENIBLE.**

ABSTRACT

The commercial ambulant activity defined as that one not established territorially, it admits diverse factors or perspectives that sustain her as socioeconomic tool of certain groups and minor's sectors I develop, especially for the low level of education and illiteracy that diminishes the probabilities of using in the formal sector. The effects of this type of occupation reverberate in the transgression of the harmonic conviviality of a community, affecting the access of formal opportunities and the perception disintegrated of the policies of legal classification. Such it is the case of Ibarra's city, which lately possesses a high flow of peddlers; the same ones that locate in routes and paths of the city, with push-carts, booths and other elements that prevent the persons' traffic and autorails, causing great discomfort in the citizenship. It is for it, which establishes the present study with the aim to determine the impact of the increase of peddlers for the lack of studies, in Ibarra's city, applied to a model multivariant of regression. In which there are analyzed the variables that arise from this type of activity of agreement to the directives established in an investigation of empirical type, by means of which a hypothesis is verified to be able to determine which is the socioeconomic impact that exists in the city for the increase of this type of informal work, in order to propose diverse solutions that promote a sustainable development, stimulating the economic progress and the general well-being of the citizenship.

Key words:

- **AMBULANT SALES,**
- **STATISTICAL MODEL,**
- **IBARRA'S CITY,**
- **DEVELOPMENT,**
- **SUSTAINABLE.**

IMPACTO DEL INCREMENTO DE VENTAS AMBULANTES POR EL BAJO NIVEL EDUCATIVO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, APLICADO A UN MODELO MULTIVARIANTE DE REGRESIÓN

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Introducción

Según Lasso (2000) las denominadas ventas ambulantes, son actividades comerciales informales que se producen por una evidente falencia en la economía y por la presencia favorable de oportunidades para algunos sujetos que actúan fuera de normas y reglamentos que lo regulen. Este tipo de comercio informal constituye un ejemplo de cómo ciertas fuerzas sociales afectan la estructura de las transacciones económicas.

En el Ecuador existen hombres, mujeres e incluso niños y niñas que trabajan informalmente en las calles como una forma para mantener a sus familias; estas personas desarrollan todo tipo de estrategias de sobrevivencia, sin embargo, aunque esta actividad actúa como un refugio en periodos de crisis, se constituye en un factor que genera más pobreza y desempleo, pues a pesar de estar conformado por grupos vulnerables, se lo realiza bajo una total desprotección del Estado, lo que implica condiciones de trabajo menos favorables.

La falta de educación y capacitación surge como uno de los detonantes para que este tipo de actividad informal se incremente. Por lo que el estudio de esta problemática destaca la necesidad de que los gobiernos enfoquen sus programas sociales en la especialización de la población para que accedan a trabajos de calidad o se los involucre en la realización de proyectos económicos autónomos a fin de lograr una mejor inserción laboral.

Dentro del presente trabajo se analizan las variables que conforman el tema de estudio: impacto del incremento de ventas ambulantes por el bajo nivel educativo,

en la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, en Ecuador; y lo referente a los cambios que se han dado respecto a este fenómeno social, las causas que la generan, y el método multivariante de regresión que se ha puesto en práctica para medir esta actividad económica informal de una forma empírica.

1.2 Antecedentes

1.2.1 Ventas ambulantes en América Latina

Según Brunner & Elacqua (2003), las ventas ambulantes son un fenómeno social presente tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo. Tienen su origen en el limitado capital humano y en la abundancia de recursos naturales que estimulan especializaciones en sectores de baja productividad y estancan el crecimiento. Este tipo de comercio informal es una realidad presente en cualquier parte del mundo que representa un rol sustancial en materia de producción económica y de fuentes de empleo.

En América Latina, la economía informal creció al ritmo de la crisis latinoamericana de los años 80'. Según publicaciones del Proyecto Regional para Educación de América Latina y el Caribe y la Organización Internacional de Trabajo (PRELAC- OIT), el desempleo abierto creció debido a la capacidad de absorción de empleo y al hecho de que los puestos de baja productividad superaron por mucho a los de alta, tomando en cuenta también el bajo nivel de actividad. Si bien la globalización de los años 90', hizo posible el acceso a nuevos mercados e inversiones, esto no representó mayores beneficios en el incremento de ofertas laborales ni un mayor bienestar para la población.

Según Tokman (1992) las ventas ambulantes en América Latina se distinguen porque requieren poco capital, tecnologías simples y salarios marginales. Lo que significa que el ingreso de los agentes sociales a este tipo de comercio informal resulta relativamente fácil y conlleva menores costos.

Según la Organización Internacional de Trabajo (OIT) en países como México, Uruguay, Panamá, Costa Rica, Venezuela, Chile, Ecuador, Argentina, Honduras, Colombia, Perú, Brasil, Bolivia y Paraguay, se determinó que en el 2016

cerca de un 50% del total de empleados formaban parte del sector informal de la economía, es decir un 6,9% más que en el 2015.

La falta de buenas perspectivas de empleo es uno de los factores más importantes que impiden la inclusión a trabajos formales, ocasionado por los bajos niveles educativos de la población. Los trabajos en América Latina son en general, menos productivos, más inseguros y de menor salarios. Una quinta parte de la población que vive en América Latina trabaja en empleos informales, mientras que una proporción equivalente no tiene empleo, no estudia, ni recibe capacitación.

Según el Banco Mundial (BM) en todos los países de América Latina y el Caribe las tasas de desempleo son casi tres veces mayores entre los jóvenes, que entre los adultos, situación que prevalece entre los más desfavorecidos. Las deficientes oportunidades de empleo, que son aún peores entre las mujeres, traen en consecuencia una falta de bienestar y un círculo vicioso de inclusión en este tipo de actividad.

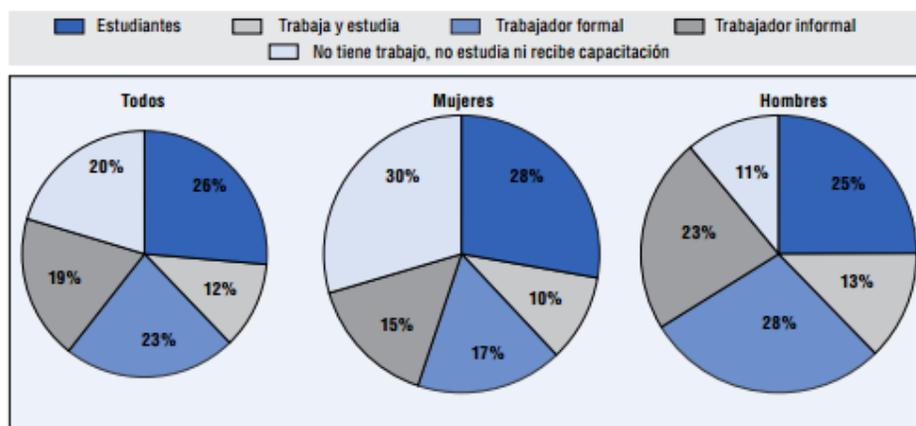


Figura 1: Actividad por género América Latina y el Caribe.

Fuente: Tabulaciones de la OCDE y el Banco Mundial con datos de la SEDLAC (CEDLAS y Banco Mundial).

En base al gráfico, se determina que el 30 % de mujeres en América Latina y el Caribe no tienen trabajo, no estudian, ni reciben capacitación; y el 15% forman parte del trabajo informal, demostrando de esta forma que las mujeres en algunos países aún se concentran en formas precarias de empleo y no gozan de las suficientes

garantías u oportunidades que les permita superarse, para de esta forma poder reducir la desigualdad de género y la pobreza de las mujeres.

Respecto al mismo gráfico, el 19% lo conforman los trabajadores informales entre hombres y mujeres de América Latina y el Caribe; y, el 20% corresponde a los que no trabajan, ni estudian y tampoco reciben capacitación. Esto ocasionaría que la gente que no se preocupa por mejorar sus niveles educativos a futuro, puedan formar parte del trabajo informal, lo que determinaría un aumento considerable en estas cifras, aspectos desfavorables para el sistema, traducidos en altos niveles de evasión fiscal y una menor capacidad de contribución.

Según la Organización Internacional de Trabajo (OIT), los factores condicionantes que originan este tipo de economía informal son la falta de oportunidades laborales que obedece al entorno económico en las ciudades consideradas las más pobladas y con mayor migración rural, conjuntamente con los bajos niveles de educación. Es decir, que la falta de educación produce condiciones laborales precarias. La misma organización según informes realizados, reporta que dos de cada tres empleados informales tienen baja instrucción.

Este tipo de trabajo informal, ha tenido un incremento en todos los países de la región. Entre los países latinoamericanos con una mayor tasa de informalidad debido a su complejidad, se han identificado a los siguientes que están por encima del promedio:

Tabla 1:

Porcentajes de trabajo informal en países latinoamericanos.

Países de América Latina	Año	Tasa de economía informal
Honduras	2013	73,40%
Perú	2013	68,80%
El Salvador	2013	65,40%
Paraguay	2013	64,50%
Colombia	2015	60,20%
República Dominicana	2015	54,40%
México	2013	53,90% Continúa →

Venezuela	2009	47,50%
Ecuador	2017	45,60%
Brasil	2013	36,90%
Chile	2016	36,00%

Fuente: Organización Internacional de Trabajo (OIT).

De acuerdo a estos porcentajes se determina que la informalidad laboral en Latinoamérica no se distribuye de forma homogénea. Según la Organización Internacional de Trabajo (OIT), en países con una alta renta per cápita como Argentina, Uruguay, Brasil, Panamá o Chile, el comercio informal es sustancialmente menor que en Centroamérica, donde puede llegar al 73.4% de los trabajadores, como en el caso de Honduras.

Según Rosenbuth (1994) la magnitud y condiciones de la actividad económica informal obedecen tanto a factores económicos como a aspectos sociopolíticos, en los que la informalidad surge como componente de la pobreza, sin embargo constituye una fuente importante de empleo en estas regiones.

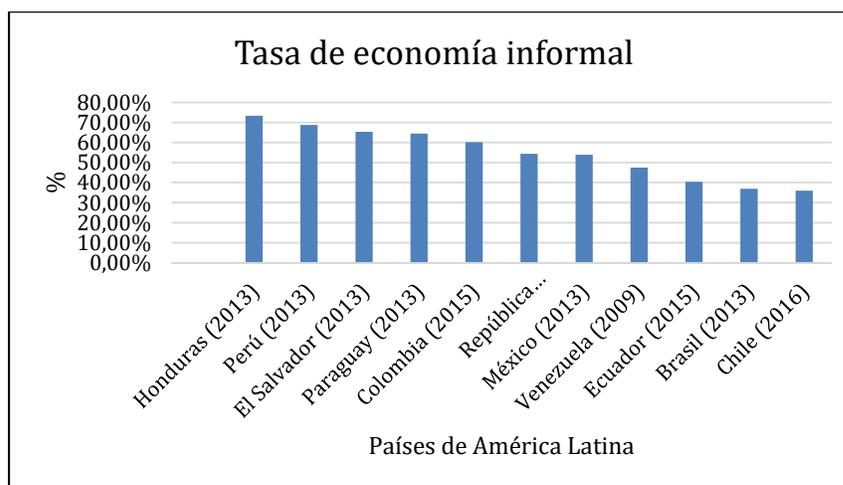


Figura 2: Informalidad en América Latina

Fuente: Organización Internacional de Trabajo (OIT).

De acuerdo al gráfico se puede evidenciar que en los países de bajos ingresos, más de la mitad de la fuerza de trabajo está constituida por trabajadores informales,

que representan entre el 60 y 70 por ciento del empleo total. Esto demuestra que todavía en América Latina las tasas de empleo informal son muy elevadas.

En Brasil, un país donde se concentra cerca del 40% de la población económicamente activa de toda la región y que influye fuertemente en el promedio para América del Sur y toda la región, afrontó que la urbanización que ha acompañado al desarrollo económico sólo sea evidente en determinadas zonas geográficas, ocasionando que se generen actividades comerciales informales, a pesar de que presenta un mayor nivel de desarrollo y una mayor influencia de su sector financiero, en donde los ya mencionados procesos de urbanización e industrialización empezaron antes que en la mayor parte de los países de América Latina.

La existencia de espacios económicos no cubiertos por la modernización en Brasil, fue una de las condiciones favorables para desarrollar estas actividades por cuenta propia, factor importante para analizar las características de la informalidad; en donde, los trabajadores informales suman alrededor de 41 millones de personas en todo el territorio nacional. Ellos son los que trabajan por su cuenta; los que no pueden participar en el sistema de seguridad social y están totalmente desprotegidos en la legislación social y laboral.

Según Rosenbluth (1994) la dimensión de las ventas ambulantes en países como Brasil, se determina por los siguientes factores: 1) La incapacidad del sector moderno para absorber en su totalidad la oferta de mano de obra, ocasionando que se incremente en períodos de crisis, cuando no sólo se debilita ésta función sino que se produce la liquidación de trabajadores; 2) La progresiva inestabilidad ocupacional que generan algunas actividades originadas por la modalidad de desarrollo, y 3) La existencia de espacios económicos no cubiertos por la modernización, donde se dan condiciones favorables para desarrollar actividades por cuenta propia, incluso superiores a las de muchos de los trabajos formales.

Chile es otro de los países en los que existe preocupación por el estado de desaceleración de su economía y porque esto ha ocasionado que la fuerza de trabajo informal se incremente a una tasa promedio de 3.9% hasta el primer trimestre del 2017, creciendo en casi 549 mil nuevos empleos en los últimos años. Si bien estas

cifras son bajas comparadas con otros países de la región, representan un número considerable de trabajadores que no aportan en el sistema previsional.

Según la Corporación de Investigación, Estudio y Desarrollo de la Seguridad Social (CIEDESS) el empleo informal en Chile equivale a un 22.3% de los ocupados y un 20.4% de la fuerza de trabajo. De acuerdo a estos resultados cerca de 3 millones de trabajadores formarían parte del comercio informal. Todas estas cifras dan cuenta del deterioro del mercado laboral que ha sufrido este país.

Los sectores de mayor informalidad en Chile son los hogares privados con servicio doméstico (41,8%), hoteles y restaurantes (28,9%) y organizaciones y otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (26,7%). Es decir las ocupaciones informales absorben un gran contingente de fuerza productiva urbana, por lo que existe un ritmo de crecimiento similar entre la población económicamente activa y el empleo informal.

Esto demuestra que las ventas ambulantes implican una menor recaudación de impuestos y un freno para las economías latinoamericanas, cuya productividad se ve afectada por este fenómeno. Por tal razón, este tipo de actividad comercial informal es considerada como una barrera al crecimiento económico y bienestar social de las sociedades latinoamericanas.

1.2.2 Ventas ambulantes en Ecuador

Ecuador no es la excepción, pues, según el último reporte del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2017, un total de 2,4 millones de personas trabajan en la informalidad en el país. La encuesta de empleo para marzo del 2017, establece que, del total de personas con empleo en el sector urbano del país, el 34,99% se encuentra en condiciones de informalidad, tal como lo muestra el siguiente gráfico:

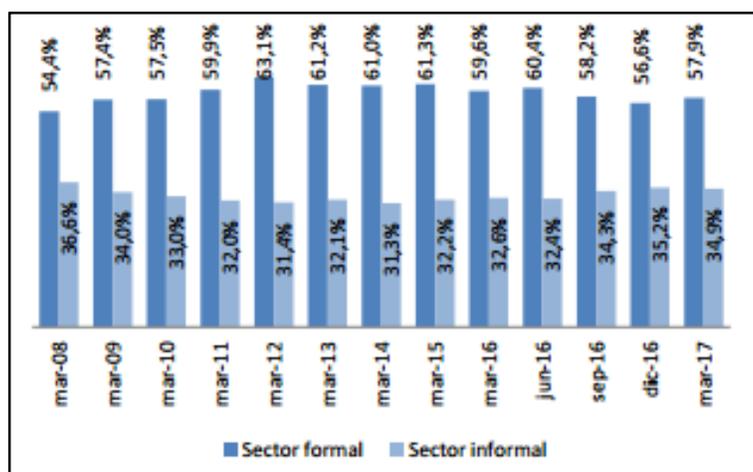


Figura 3: Población sector informal a nivel urbano en Ecuador

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) (2008-2017).

Además en el gráfico se puede determinar que desde marzo del 2008 hasta marzo del 2017 se ha generado una disminución del 2% en el sector informal a nivel urbano en el Ecuador, tal vez porque en su momento existió una gestión activa del Gobierno por reducir la desigualdad e incentivar la inclusión social, gestión que de apoco ha ido decreciendo, pues se observa nuevamente que existe un aumento progresivo en estos últimos años.

Esta consideración de la estadística oficial se efectúa en medio de un proceso evidente de deterioro de la economía, en donde los datos dan cuenta de la gran dimensión de informalidad en el mercado laboral ecuatoriano, que demuestra que seis de cada diez trabajadores son empleados informales, es decir, que más de la mitad están empleados en el sector informal.

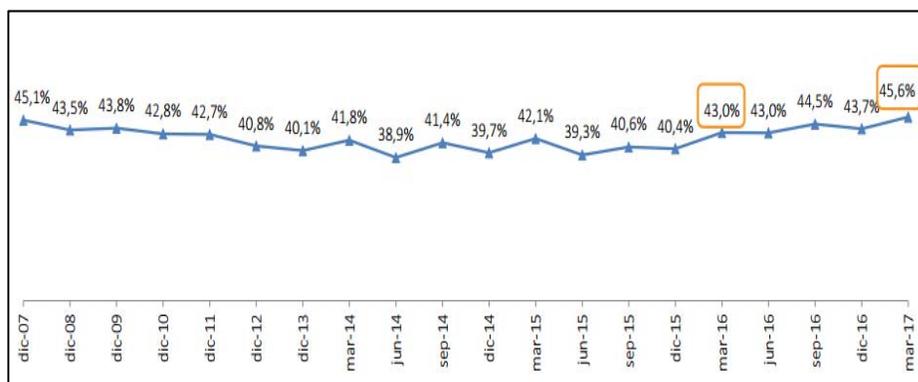


Figura 4: Empleo en el sector informal en Ecuador: Total nacional.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Según el gráfico, para marzo del 2017 el empleo en el sector informal en el Ecuador correspondía al 45,6% del total de la población, con un incremento de 2,6% respecto a marzo del 2016, y de 0,5 más con relación a diciembre del 2007. En tal razón es posible verificar que el sector informal disminuye en años de crecimiento económico y aumenta en periodos de crisis, estos aumentos nos indican que es necesario aplicar medidas que permitan obtener resultados sostenibles en cuanto a inclusión y reducción de la informalidad, e implica que la ocupación en el sector informal se da por una proporción considerable de personas que pierden su trabajo y fijan a esta actividad como la principal alternativa para generar ingresos.

En el Ecuador, el sector informal comprende a los trabajadores que se encuentran desarrollando actividades económicas sin el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y que no llevan contabilidad. Esto se produce como consecuencia del relativamente bajo dinamismo en la creación de nuevos empleos productivos y la falta de mecanismos que apoyen al trabajador cesante en la búsqueda de un nuevo puesto de trabajo.

1.2.3 Ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra

En la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura en Ecuador, lugar donde se ha focalizado el presente estudio, se ha evidenciado que en los últimos

años, ha surgido un aumento de su población, que en su mayoría se debe a inmigrantes que provienen de otras provincias como el Carchi y Esmeraldas, también de sectores rurales del cantón Ibarra, como Carpuela, Yuracruz, Cochapamba, la Esperanza y el Chota; y, de otros países como Colombia, Venezuela y Cuba.



Figura 5: Vendedora ambulante cargada niña, Ibarra.

Esto ha ocasionado que, en la ciudad de Ibarra, la oferta laboral supere por mucho la demanda, obligando a que las personas busquen formas de sustento que están fuera de lo legal y formal; sobre todo, por el hecho de que en su mayoría, no saben leer ni escribir o poseen bajo nivel educativo, lo que dificulta su inserción en trabajos formales.

Según Espinosa (2008) una de estas formas de sustento informal o ilegal son las ventas ambulantes de frutas, verduras, golosinas, películas, entre otros productos; las mismas que son catalogadas como actividades que no cumplen con reglamentaciones laborales, tributarias, contables, ni de sanidad; y, que a la larga han ocasionado algunas dificultades como: competencia desleal al comercio establecido, piratería, evasión fiscal, contaminación ambiental y visual, y todo aquello relacionado con el mal uso del espacio público.

Haciendo de este trabajo informal, un medidor del grado de compromiso de la gestión pública en la administración de la ciudad, que permite verificar las acciones que ha tomado el Municipio para que los vendedores ambulantes puedan incluirse de una manera formal y legal en nuevos mercados, a fin de abastecer la demanda de los consumidores de los distintos sectores de la ciudad de Ibarra y poder obtener una ciudad más limpia y organizada.

La dinámica de las ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra, inicia a partir de las 6:00 de la mañana con la presencia principalmente de productores agrícolas que se ubican en las afueras de las inmediaciones de los mercados Amazonas, Santo Domingo, la Playa, la Bahía y de otros lugares como el parque ciudad Blanca y el Terminal Terrestre, los mismos que terminan su labor hasta altas horas de la noche. Estos vendedores ambulantes recorren la ciudad en coches, carretillas o a pie ofertando especialmente frutas, hortalizas, granos, verduras, jugos o alimentos preparados.

Los vendedores ambulantes son comerciantes que deambulan en forma permanente por las calles de la ciudad de Ibarra, ofreciendo sus productos en las puertas de las instituciones educativas, en las paradas de buses o incluso utilizando camiones o camionetas para vender por las principales vías de la ciudad, por lo cual son perseguidos por las autoridades de control, pues no cuentan con los permisos ni instalaciones normalizadas para desarrollar su actividad.

Estos vendedores ambulantes soportan condiciones laborales deficientes, muchas horas de trabajo, no cuentan con seguro social, reciben ingresos irregulares y tienen un desconocimiento total del tratamiento y manipulación de alimentos perecibles, por lo que la salud de la ciudadanía podría estar en riesgo, todos estos, son algunos de los problemas que se generan por las ventas ambulantes.

Es por ello, que se ha visto la necesidad de realizar un estudio en la ciudad de Ibarra, sobre el impacto que conlleva el aumento de ventas ambulantes y analizar si este incremento guarda relación con la falta de estudios, cómo una de las causas de fondo que la generan; para verificar qué efectos trae consigo esta actividad; y, a la vez poder determinar cuáles son los impedimentos o limitantes que contribuyen a que estos vendedores informales no logren tener una vida digna y no puedan ser incluidos en la sociedad de una forma legal y efectiva.

1.3 Giro del Negocio

Las personas que se dedican a las ventas ambulantes son aquellas que por lo general han pasado mucho tiempo sin trabajar, que poseen bajos niveles educativos, que buscan cualquier forma de sustento, y por lo tanto han desarrollado una

capacidad autónoma para generar ingresos, a pesar de que esta forma se enmarca en desempeñar actividades informales, las cuales pueden ser las siguientes, según el giro de negocio:

GIRO DEL NEGOCIO DE VENTAS AMBULANTES

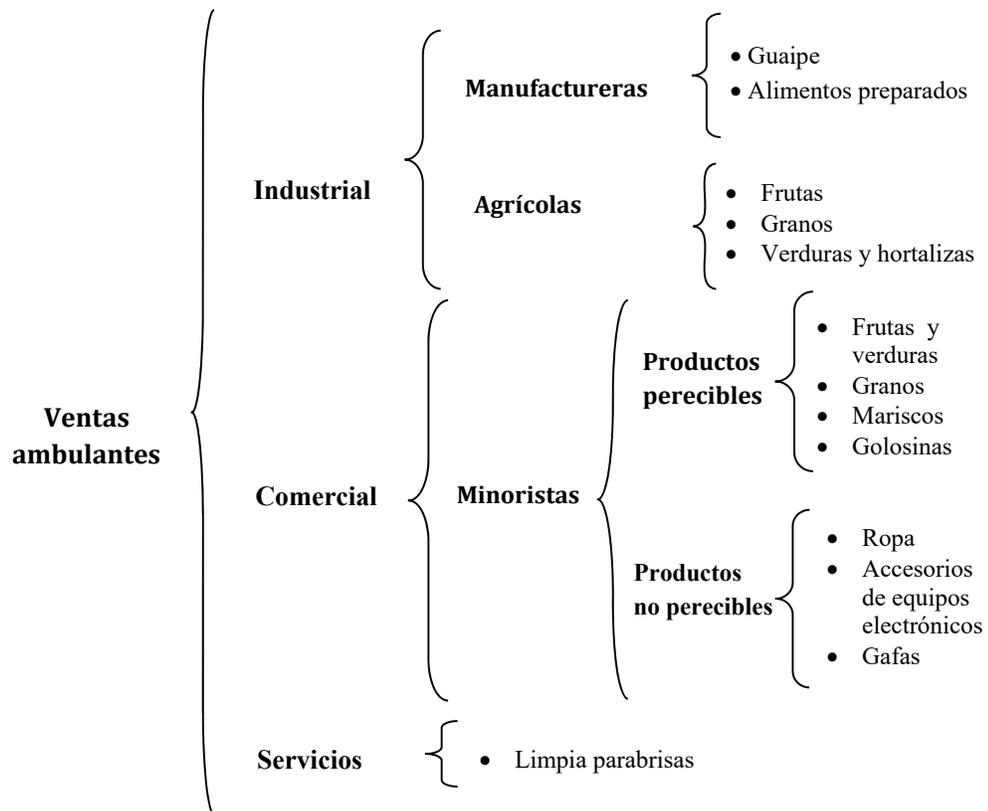


Figura 6: Giro de negocio en ventas ambulantes

1.4 Importancia del problema

Las señales de informalidad laboral son más agudas entre quienes menos tienen, en especial en un momento como el actual, caracterizado por una desaceleración de la economía que podría presionar a un incremento de las tasas de desempleo y de informalidad.

Las ventas ambulantes constituyen una situación con múltiples causas de gran magnitud y, al mismo tiempo, altamente heterogénea, que se destaca por generar un agudo déficit de trabajo decente. Las causas que la originan se asocian a diversos

factores económicos e institucionales como educación nula o precaria, marcos jurídicos inadecuados, trámites burocráticos complejos, situaciones de migración y falta de incentivos para formalizarse.

Sin embargo este tipo de actividad informal cumple una función muy importante en la generación de empleo, ingresos y producción, por lo tanto, contribuye en el desarrollo económico y social. Propicia beneficios propios derivados de ahorros por el no pago de servicios básicos ni arriendos, así como por la ausencia de contratos de trabajo y sus costos. No resulta tan beneficioso por las condiciones de inseguridad de los trabajadores, la falta de protección laboral, la evasión de impuestos que representa para el Estado, la variabilidad de las relaciones laborales informales, y la total falta de regulación.

Por lo tanto, las ventas ambulantes generan serias implicaciones para el contexto general y de políticas públicas, pues al no contar con algún tipo de protección o regulación que se aplica en el sector formal, originan ineficiencias y afectan la productividad; provocando un desgaste de ingresos por la evasión fiscal, debilitando la confianza en las instituciones estatales y dificultando la medición de variables económicas.

Por ello, se destaca la importancia de este problema, pues se debería reconocer a los vendedores ambulantes como actores legítimos y contribuyentes de la economía, que día a día enfrentan situaciones duras y complejas al tener empleos inestables y de poca remuneración, pero que aportan considerablemente al sector económico de un país.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Teorías de soporte

A. Teoría de pronósticos

Según Hanke & Wichern (2006) un pronóstico proporciona la predicción de lo que sucederá con un elemento determinado de variables, dentro del marco de un conjunto dado de condiciones, que consiste en reducir el rango de incertidumbre

dentro del cual se toman las decisiones que afectan el futuro de una situación determinada y el de todas las partes involucradas.

Uno de los modelos de pronóstico, es el causal, el cual intenta proyectar el mercado sobre la base de antecedentes cuantitativos; en este modelo, el de uso más frecuente es el modelo de regresión y es el que se planea emplear en esta investigación.

El análisis de regresión permite elaborar un modelo de pronóstico basado en variables, el cual puede tener desde una o más variables independientes. Existen dos modelos básicos de regresión: el modelo de regresión simple o de dos variables, y el modelo de regresión múltiple. El primero, indica que la variable dependiente se predice sobre la base de una variable independiente, mientras que el segundo, indica que la medición se basa en dos o más variables independientes. En ambos casos, aunque los valores de la variable independiente pueden ser asignados, los de la variable dependiente deben obtenerse por medio del proceso de muestreo.

B. Teoría del Capital Humano – Educación

Según Becker (1983) y Theodore Schultz (1959), esta teoría reconoce al conjunto de habilidades y capacidades de los trabajadores, como uno de los factores determinantes en la explicación de ciertos fenómenos macroeconómicos, además de otros factores como el capital y el trabajo. Este factor, referente al conjunto de habilidades y capacidades, es el denominado capital humano.

Según Cruz et al. (2006) se considera capital humano, la acumulación de inversiones anteriores en educación, formación en el trabajo, y otros factores que permiten aumentar la productividad. Las falencias en el desarrollo de capital humano, terminan en expresiones comerciales que contraen la riqueza, lo que afecta a los segmentos poblacionales, ocasionando que cada vez, más gente se desempeñe en actividades de la economía informal.

Para desarrollar eficazmente diversas actividades que permitan alcanzar un crecimiento sostenible de la productividad y mejoramiento económico, resulta necesario potenciar todos los atributos humanos, no sólo a nivel de educación, sino también el de poner en acción productiva un amplio rango de habilidades y

capacidades, lo cual contribuiría a elevar y conservar la productividad, la innovación y la empleabilidad de una persona o una comunidad.

Según la Organización Internacional de Trabajo (OIT) en el 2004, la teoría del capital humano y los posteriores estudios que se han realizado han confirmado que la educación es un bien imprescindible para el individuo y para la sociedad en su conjunto, ya que amplía las posibilidades de acción y elección de los individuos y de la sociedad en general. El capital humano, además de ser un potencial económico que se encuentra depositado en las capacidades de las personas para realizar actos económicos, está fuertemente influenciado por las características económicas, del entorno de la persona, y en el mercado específico en el que la persona se desenvuelve.

1.4.2 Ordenanzas que regulan las ventas ambulantes en la Ciudad de Ibarra

Las ventas ambulantes se encuentran reguladas mediante ordenanzas las mismas que han sido aprobadas por el Ilustre Consejo Municipal de Ibarra, estas son:

Tabla 2:

Ordenanzas que regulan las ventas ambulantes en la ciudad Ibarra.

Ordenanza	Fecha de aprobación	Fecha de sanción	Respecto a ventas ambulantes
ORDENANZA QUE REGULA LA ACTIVIDAD DE COMERCIO EN EL CANTÓN IBARRA. (Original)	26/02/2002	28/02/2002	<p>Capítulo II</p> <p>De las Ventas Ambulantes</p> <p>Art. 40. Se prohíbe las ventas ambulantes en: mercados, parques, avenidas y 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... Continúa →</p>

		<p>... se considera ventas ambulantes a las realizadas por personas que no tienen un puesto fijo y autorizado para el expendio de productos.</p> <p>Art. 41. Quienes incumplieren lo dispuesto serán sancionados según el caso por el Comisario Municipal de Higiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Previa acta de juzgamiento 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. <p>Art. 42. Quienes expandieren mercaderías desde vehículos y automotores, en sitios y horarios que no sean determinados por la Comisaria Municipal de Higiene, serán sancionados con el decomiso de los productos o mercancías, o una multa que fluctuará entre diez y cien dólares, de acuerdo a la gravedad de la infracción. En caso de reincidencia, se aplicará el máximo de la sanción contemplada.</p> <p>Art. 43. Los productos comisados según lo establecido en el presente Capítulo, el Comisario Municipal de Higiene donará a las guarderías infantiles... Continúa →</p>
--	--	---

			... del Patronato de Amparo Municipal o demás centros de asistencia social de la ciudad.
ORDENANZA REFORMATORIA A LA ORDENANZA QUE REGLAMENTA LA CONSERVACIÓN Y OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA.	16/01/2001	18/01/2001	(Reforma) Agréguese al Artículo 18 los siguientes incisos: Se prohíbe la ocupación de las aceras y de las calles de la ciudad de Ibarra que no hayan sido previamente determinadas por el Consejo Municipal como sitios de expendio de artículos de toda índole y particularmente en aquellas calles que paulatinamente la Municipalidad vaya restringiendo para el uso de esta actividad. El Comisario Municipal de Higiene y la Comisión de Abastos y Mercados implementarán las medidas que se consideren necesarias para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de los incisos anteriores a este artículo.

Fuente: GAD Municipal de Ibarra.

1.5 Marco referencial

La educación y la capacitación deben ser consideradas como instrumentos estratégicos para una mejor inserción laboral para quienes se desempeñan como vendedores ambulantes. Pues en su mayoría quienes ejercen esta actividad de comercio informal son personas que se han enfrentado a grandes dificultades antes de terminar sus estudios, razón por la cual en la actualidad se les complica conseguir un empleo digno, porque no tienen la suficiente preparación académica requerida.

Según Moyano et al. (2007) en lo referente a la relación del incremento de ventas ambulantes causado por una deficiente educación, manifiesta que “Una de las motivaciones para desempeñarse en el trabajo informal son la falta de oportunidades

en el área de especialización o de estudio, la falta de confianza en instituciones públicas, el excesivo número de trámites para formalizar el trabajo”.

Según Silva (2008) la mayoría de las actividades comerciales informales se desarrollan con un mínimo nivel de inversión, capital humano y productividad, esto ocasiona que se generen empleos de baja calidad que ponen en riesgo la integridad del individuo que las realiza, de los espacios públicos que se ocupan y de los consumidores que adquieren estos productos o servicios, que no tiene ninguna garantía.

De acuerdo a estos autores, son una serie de problemas los que se deben tener en cuenta dentro de la economía informal, entre las que destaca las intervenciones educativas que tienen por objetivo la mejora de la educación básica y descuidan la educación de los adultos. Por lo que resulta indispensable focalizar los procesos educativos, pues si son bien administradas, lograrán una mejor inserción en el mercado, empleando más gente y generando ingresos para la población ocupada.

Tabla 3:

Cuadro comparativo de papers.

Silva, D.	Moyano, E.
Según Silva (2008) los niveles inferiores de educación implican menor nivel de renta y contracción del crecimiento económico.	Según Yunus, (2000) citado por Moyano, los vendedores ambulantes son personas que por motivos variados tales como falta de educación y capacitación, de oportunidades, de segregación social racial o provocada por limitaciones físicas, o tal vez por la sencilla razón de que disponen de un empleo ‘formal’ mal remunerado, buscan aumentar su ingreso por la vía informal. Continúa →

<p>Según Silva (2008) se reconoce a la educación como una inversión que aumenta la dotación de capital humano, incrementa la productividad, los ingresos futuros y establece una relación causal entre educación, productividad e ingresos.</p>	<p>Según Argyle (1992) citado por Moyano, quienes tienen menor calificación laboral o educación sistemática, presentan como principal motivación para decidir por un empleo u otro el monto de la remuneración, mientras que quienes han tenido una educación o capacitación más prolongada tienen como principal motivación para ello si el empleo en cuestión les provee o no de oportunidades para ejercer sus aptitudes en lo que les gusta hacer</p>
---	---

Fuente: Silva D, y Moyano, E., Castillo, R., & Lizana, J.

Análisis Comparativo

Del cuadro comparativo se determina que, según Silva los bajos niveles de educación son los que implican un crecimiento laboral de tipo informal, por su parte Moyano se refiere específicamente a que la falta de educación y capacitación es uno de los motivos que obliga a ciertas personas a convertirse en vendedores ambulantes para obtener una forma de ingreso. Aunque ambos autores lo mencionan de distintas maneras, coinciden en que las repercusiones sociales en la educación han ocasionado que cada vez más personas se integren a este tipo de comercio informal para obtener una forma de sustento.

Puede observarse, además, que las ventas ambulantes surgen de las diferencias de las características socioeconómicas de cada nación, tales como el nivel de ingresos, nivel educativo, antecedentes laborales de las personas; e incluso, por las formas de uso de la calle, en el caso de que se trate de vendedores sin puesto o si poseen algún tipo de local semifijo o fijo. También existen diferencias en relación al tipo de mercancía que comercian, a la ubicación en los diferentes puntos de la ciudad y a la posibilidad de que existan vendedores ambulantes independientes o trabajen como empleados remunerados por otros comerciantes ambulantes.

Resulta importante resaltar, que en los papers citados realizados por autores de distintos países y que corresponden al tema de estudio, coinciden en que la falta de educación o poseer un nivel deficiente de estudios constituyen por igual un factor determinante que motiva el incremento de ventas ambulantes.

Además, se destaca la existencia de instituciones, programas y sistemas de control específicos, que permiten regular las ventas ambulantes, como en el caso de México y Chile, lo que no sucede en Ecuador.

La problemática de vendedores ambulantes en nuestro país, cada día que pasa, va en crecimiento, haciendo muchas veces insoportable las áreas de influencia, mercados, centros comerciales, parques, sobre todo por el desaseo y delincuencia que se genera. Lo mismo sucede en la ciudad de Ibarra, motivo de mi estudio.

1.6 Marco conceptual

Se identifican los principales conceptos de soporte relacionados con el objeto de estudio, estos son:

- **Vendedor**

Según Kotler (2003) un vendedor es la persona que ejerce a nombre de una empresa una determina actividad de tipo comercial, en la que constan una o más de las siguientes actividades: búsqueda de prospectos, comunicación, soporte y obtención de información, intercambio de productos y servicios, impulso de marca. En tal razón, se entiende como aquella persona que tiene como función principal ofrecer algún tipo de producto o servicio, a fin de traspasar su propiedad, a cambio de una remuneración o precio establecido.

- **Ambulante**

Que va de un lugar a otro sin permanecer mucho tiempo fijo en un lugar habitual. Se considera a la persona que se detiene en distintos lugares y no es sedentaria, o que poseen instalaciones desmontables o transportables.

- **Vendedor ambulante**

Según Mendoza (1994) generalmente, se instala en pequeños kioscos en las aceras de las calles más transitadas de distintas partes de una ciudad. Se refiere a un comerciante no establecido y la mayor parte del tiempo ilegal, se considera que son fruto del alto índice de desempleo. En América, es el trabajador de la economía informal que comercia distintos bienes de consumo.

- **Analfabetismo**

Según Castro (2001) el analfabetismo se define como la carencia de instrucción elemental necesaria para desenvolverse en un determinado medio sociocultural, debido a la falta de oportunidades educativas. En este sentido genérico, se entiende que el analfabetismo se refiere a la situación de las personas que no saben leer ni escribir.

- **Trabajo informal**

Según la Organización Internacional de Trabajo (OIT), el trabajo informal es una forma urbana de hacer las cosas, que comprende factores como: pocas barreras a la entrada para el empresario, en lo referente a habilidades y capital requerido, empresas de propiedad familiar, operación en pequeña escala, producción de trabajo de baja intensidad con tecnología obsoleta, y un mercado no regulado y competitivo.

- **Ventas ambulantes**

Según Cervantes (2014) se refiere a las ventas ambulantes como una de las formas más evidentes de la economía informal. En tal razón, las ventas ambulantes se definen como una actividad comercial ejercida por personas ubicadas en distintos lugares del espacio público sin pertenecer a un local o

establecimiento que cumpla con las normas legales para la venta de algún producto o servicio, los cuales son intercambiados por dinero en efectivo con sus clientes, sin intervención de algún tipo de factura o soporte de venta.

- **Economía informal**

Según Hugo Maul (2013), la economía informal no comprende lo mismo que la economía ilegal, pues la economía informal es simplemente ganarse la vida mediante actividades y fines lícitos ejercidos a través de medios ilícitos. En este sentido se determina que dentro de la economía informal se encuentran las actividades que están reguladas por el Estado, frente a actividades económicas que escapan de todo tipo de regulación o normativa.

- **Sector Informal**

Se puede definir al sector informal en Ecuador como aquella unión de agentes sociales que se conforman por las empresas de hogares no constituidas en sociedad legalmente, para desarrollar actividades económicas sin poseer el Registro Único del Contribuyente (RUC), ni ningún otro tipo de permiso.

- **Espacio público**

Según León Balza (1998) define al espacio público como la red de espacios de propiedad pública y privada, edificaciones que son utilizadas por la población para su recreación y circulación, sea de manera permanente o regular. En base a la definición proporcionada por el autor se puede definir al espacio público como el territorio de uso estatal donde las personas pueden estar y circular libremente.

- **Evasión fiscal**

Según DIEP DIEP (1999) se define a la evasión fiscal como el hecho de ser contribuyente en alguna forma determinada por la ley, y no cumplir con las obligaciones tributarias establecidas. De acuerdo a lo manifestado por autor, se entiende que la evasión fiscal comprende cuando un sujeto siendo contribuyente de algún tipo determinado de impuesto por generar ingresos gravados o efectuar operaciones que implican la causación y pago de dicho impuesto, se abstiene de cumplir

- **Pobreza**

Según la Organización de la Naciones Unidas (ONU) la pobreza es “la condición caracterizada por una privación severa de necesidades humanas básicas, incluyendo alimentos, agua potable, instalaciones sanitarias, salud, vivienda, educación e información”. En tal sentido, se entiende como pobreza a la carencia de una cosa determinada y hace referencia a la falta de tener lo necesario para vivir dignamente.

- **Desigualdad social**

Según Rousseau (2010) la desigualdad social es la situación social y económica disímil entre ciudadanos en la que cierto grupo recibe un trato desigual o diferente ya sea por su clase económica, cultural, religiosa, racial, entre otras.

- **Gestión pública**

Se entiende por gestión pública al conjunto de actividades realizadas por organismos del Estado, destinadas a dar cumplimiento a los compromisos democráticamente acordados y asumidos, para atender de forma integral, oportuna, transparente y eficiente las necesidades de la ciudadanía y dar

cumplimiento a la función y competencias encomendadas por la Constitución y la ley de cada nación.

- **Áreas de influencia**

Según Conessa (1997) define a las áreas de influencia como los lugares que sufren cierta alteración, favorable o desfavorable, en el medio o en un componente del medio, fruto de una actividad o acción. De acuerdo a esta definición se determina que es el espacio o territorio donde se manifiestan ciertos impactos de orden económico, social, natural o económico de diferente magnitud o intensidad, producidos por el desarrollo de ciertas actividades.

- **Grupos vulnerables**

Según el Grupo de Atención a Grupos Vulnerables (GAGV) se define a los grupos vulnerables como el conjunto de personas que se encuentran en condiciones de desventaja, respecto a su situación económica, cultural, psicológica por la cual puede sufrir maltratos contra sus derechos humanos.

- **Precariedad laboral**

La precariedad laboral se refiere a las condiciones de trabajo que no garantiza ningún tipo de seguridad para quien las desarrolla, en donde se recibe un salario insuficiente para satisfacer las necesidades humanas, que comprende además jornadas laborales que sobrepasan la carga horaria permitida por la legislación y se desenvuelven en circunstancias que podrían poner en riesgo la salud del empleado. La precariedad laboral se relaciona con la falta de garantías para el trabajador.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Fase cualitativa

Mediante este enfoque se pretende ampliar diversos aspectos de la investigación, que permitan definir con claridad el problema de estudio, tales como:

2.1.1. Problema objetivo de estudio

Impacto del incremento de ventas ambulantes por el bajo nivel educativo, en la ciudad de Ibarra.

Problema	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra.
Población (N)=	<ul style="list-style-type: none"> • Sectores de venta informal en mercados y áreas de influencia.
Muestra (n)=	<ul style="list-style-type: none"> • Vendedores ambulantes en los sectores de influencia
Marco muestral (mm)=	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de vendedores ambulantes en áreas de influencia.
Unidad muestral (um)=	<ul style="list-style-type: none"> • Inmediaciones sector mercado Amazonas
Unidad de análisis (ua)=	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta/ Observación
Unidad de observación (uo)=	<ul style="list-style-type: none"> • Vendedores ambulantes frutas y verduras.

Figura 7: Fase cualitativa de ventas ambulantes.

2.1.2 Necesidad:

Conocer el porqué del incremento de los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra y porqué la Municipalidad no ha dado solución a este problema introduciéndolos a mercados formales.

2.1.3 Justificación:

Las ventas ambulantes se constituyen en un fenómeno social poco estudiado, que se efectúa en medio de un proceso evidente de deterioro de la economía. Este tipo de actividad informal, tiene como factor incidente la falta de educación, ocasionada tal vez por el descuido de las autoridades de gobierno, que no ofrecen medidas de apoyo para mejorar la capacitación e instrucción en el sector informal. De manera que los vendedores ambulantes no pueden competir por empleos estables en el sector formal de la economía, ni mucho menos puedan tener su propio negocio.

Estos vendedores ambulantes desde una perspectiva negativa son considerados como una competencia desleal por el hecho de que no pagan impuestos, son causantes además del deterioro del espacio público, fomentan la contaminación, la inseguridad; siendo los propios vendedores los que sufren de constantes desalojos y agresiones. Desde una perspectiva positiva, son sujetos activos de la economía, fomentan el empleo, reducen visiblemente el valor de algunos productos y realizan esta actividad como un medio de subsistencia.

Por este motivo en la presente investigación se busca llegar a conocer la problemática que existe en la ciudad de Ibarra a causa del incremento de ventas ambulantes, considerando el hecho de que gran parte de la fuerza laboral generada por los vendedores ambulantes contribuye de forma significativa a la economía nacional, a pesar de encontrarse desprovista de la protección y la regulación del Estado.

2.1.4 Propósito:

Determinar la situación real que afrontan los vendedores ambulantes y el Municipio de Ibarra respecto a la problemática del exceso de ventas ambulantes en zonas de influencia y su falta de reubicación a nuevos mercados.

2.1.5 Definición del problema:

Es el punto de partida de la investigación, que permite identificar los componentes específicos que conforman el problema, para poder definirlo con claridad. En tal razón, mediante el Diagrama de Causa y Efecto se determinan algunos de los factores o componentes específicos que se considera, han influido en el incremento de las ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra.

CAUSAS Y EFECTOS DEL INCREMENTO DE VENTAS AMBULANTES.

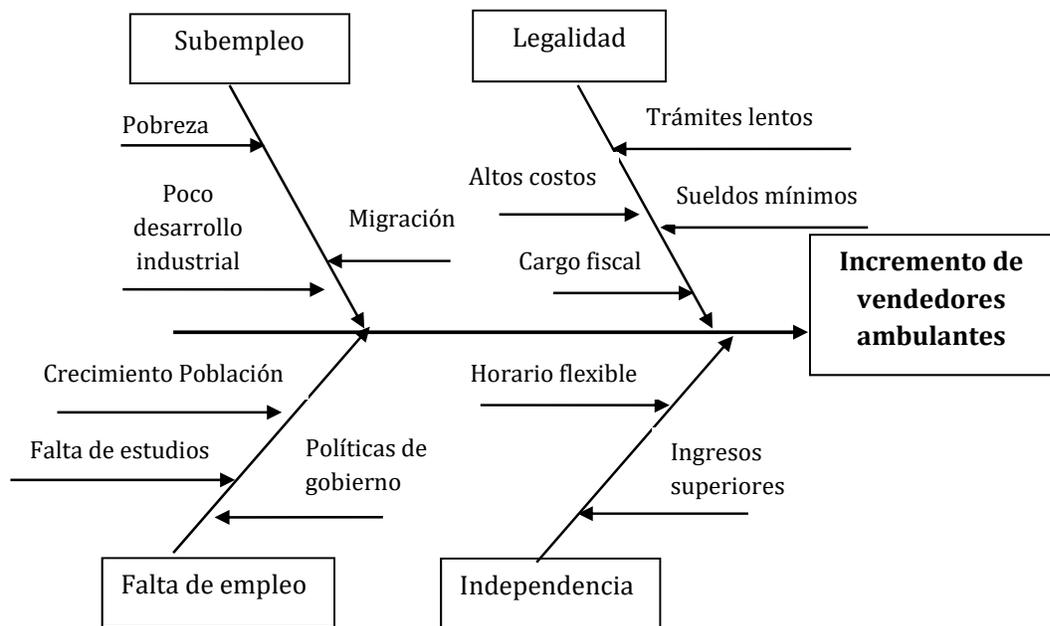


Figura 8: Diagrama de Ishikawa

2.1.6 Objetivos

A. Objetivo General

- Conocer el impacto social y económico por el incremento de vendedores ambulantes por el bajo nivel educativo, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

B. Objetivos específicos

- Ubicar los espacios públicos en los que laboran los vendedores ambulantes y determinar los problemas que se presentan en las zonas de mayor influencia por esta actividad en la ciudad de Ibarra.
- Identificar las causas que motivan las ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra.
- Establecer las ventajas y desventajas que traen consigo las ventas ambulantes dentro de la ciudad de Ibarra.
- Determinar si actualmente el Municipio de la ciudad de Ibarra tiene una participación activa en la inclusión de los vendedores ambulantes en el comercio formal.

2.1.7 Hipótesis

Ho1: La existencia de un bajo nivel educativo en la población influye en el incremento de ventas ambulantes.

Hi1: La existencia de un bajo nivel educativo en la población no influye en el incremento de ventas ambulantes.

2.1.8 Ética del investigador:

Los datos aquí expuestos serán usados utilizados para fines académicos, garantizando su transparencia y veracidad. No se falsificará ningún dato de análisis.

Además, se ha tomado en consideración el juicio de la investigación, lo que representa una valoración sobre su importancia social, la cual busca plantear una intervención que conduzca a generar conocimientos que permitan forjar oportunidades de superación.

2.2 Fase Metodológica

Dentro de esta fase, se establece la forma o método que se empleará para obtener y analizar los datos, proporcionando una conceptualización adecuada al problema de investigación. Es por esta razón, que se procede a identificar y seleccionar el enfoque científico y tipo de investigación acordes al estudio a realizar.

2.2.1 Enfoque de la investigación

Según Grinnell (1997), citado por Hernández et al. (2003) señala que, al emplear un enfoque mixto de investigación, se combinan los enfoques cualitativo y cuantitativo en la mayoría de sus etapas, permitiendo la posibilidad de encontrar diferentes caminos, que conducen a una comprensión e interpretación más amplia del fenómeno de estudio.

El presente estudio se lo realizará bajo el enfoque de investigación mixta, que como se detalló anteriormente está formado por estos dos enfoques:

A. Enfoque cuantitativo

Según Gutiérrez (1996), este enfoque cuantitativo es el que nos permite recolectar datos para probar hipótesis, tomando como base la medición y el análisis estadístico, con el fin de establecer patrones de comportamiento y confirmar teorías. En tal razón la interpretación que surge de este análisis se la realiza según las hipótesis y las teorías planteadas, mediante un patrón estructurado, que busca explicar y predecir los fenómenos que se estudian.

B. Enfoque cualitativo

Según Hernández et al. (2006) el enfoque cualitativo es de una perspectiva más interpretativa, los estudios se fundamentan en un proceso inductivo, consistente en explorar y descubrir, para luego generar perspectivas teóricas. En este enfoque se plantea un problema, pero sin seguir un proceso claramente definido; no se prueban hipótesis, estas aparecen en el proceso; y el análisis de datos no es estadístico.

2.2.2 Tipos de investigación

Según Mantilla (2015) los tipos de investigación son procedimientos y medios que hacen posible que un método se vuelva operativo de acuerdo a la utilidad práctica que se le da, en razón de que se requieren ciertos elementos concretos y adaptados a un objeto definido, es decir que se enmarquen dentro del problema de investigación. Los tipos de investigación definidos por el autor, son:

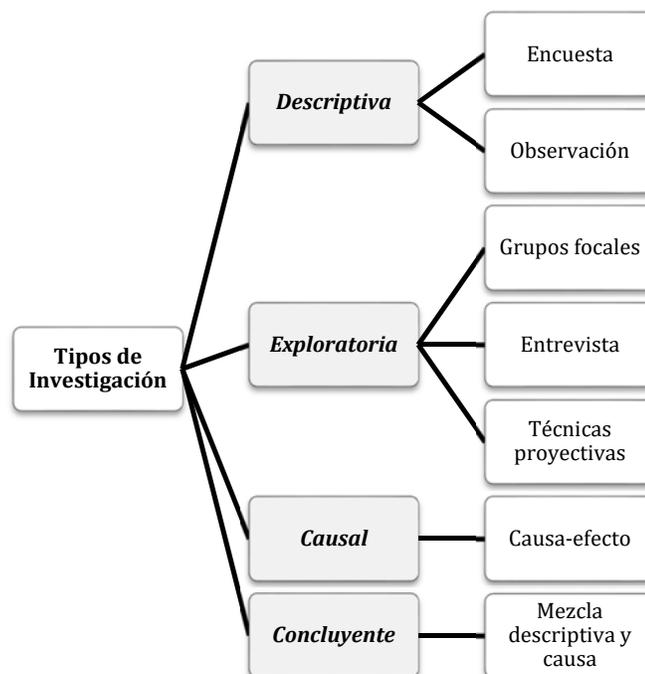


Figura 9: Tipos de investigación

Fuente: Fase Metodológica (Mantilla, 2015)

Investigación Descriptiva:

En el presente trabajo de investigación se utilizará la investigación de tipo descriptiva, la misma que permitirá conocer las circunstancias, costumbres y actitudes dominantes a través de la descripción puntual de actividades, objetos, procesos y personas.

Según Mantilla (2015) en este tipo de investigación la meta no se limita a la recolección de datos, sino al pronóstico e identificación de las relaciones existentes entre dos o más variables de estudio. En la presente investigación se emplearon dos técnicas: la encuesta y la observación.

a. Encuesta

Técnica de recolección de información que se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas con el propósito de obtener información de las personas. Se empleará la encuesta de tipo analítica que permitirá explicar el porqué de una determinada situación, mediante la examinación de al menos dos variables que se relacionen entre sí.

Según Mantilla (2015) la encuesta debe ser estructurada tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- Se conformará con un mínimo de 10 preguntas.
- Se emplearán medidas de escala de tipo ordinal, nominal, intervalo y razón.
- Cada pregunta tendrá relación con los objetivos planteados.

b. Observación

Técnica de recolección de datos en forma visual, que consiste en examinar con atención, analizar e interpretar comportamientos y hechos de personas u objetos en busca de contemplar en forma cuidadosa y sistemática como se desarrollan dichas características en un contexto determinado. Se toman en cuenta dos tipos de observaciones dentro del presente estudio:

- **Observación abierta:** es el tipo de observación en la que los encuestados se percatan de la presencia del observador, sin embargo, se debe procurar que la presencia sea mínima para que no influya en el patrón de conducta de quienes van a ser investigados.

- **Observación natural:** esta técnica de observación incluye observar la conducta conforme sucede en el entorno, con el objeto de que los fenómenos observados reflejen con precisión lo que en verdad ocurre.

2.2.3 Fuentes de información

Las fuentes de información a utilizar fueron de tipo mixto, esto hizo posible conocer todo tipo de fundamentos y conocimientos relacionados con el tema de investigación; en específico la aplicación de fuentes de información de tipo mixto en el presente proyecto, permitió recolectar, analizar y vincular datos, recurriendo a técnicas documentales o de campo, para responder al planteamiento con fundamentos válidos, confiables y factibles.

Según Fidias (2012) la investigación documental comprende el empleo de libros, revistas, tesis doctorales; por otro lado la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados y de la realidad donde ocurren los hechos.

Las fuentes de información mixta, la conforman las fuentes primarias y secundarias:

a. Fuentes de información primarias

Proporcionan datos no disponibles, ni internos, ni externos, sino que son generados por el propio investigador, es decir, se trata de información nueva. En el presente trabajo de investigación se realizará la recolección de datos en forma directa mediante las técnicas de observación y la aplicación de encuestas a la muestra seleccionada de vendedores ambulantes de productos alimenticios en la ciudad de Ibarra, para conocer si su incremento se debe a los bajos niveles educativos de la población.

b. Fuentes de información secundarias:

Las fuentes de información secundaria son datos existentes, generados con otra finalidad por otros autores, sea esta general o específica, distinta de las necesidades de información o de los problemas que el investigador pretende abordar en su estudio. Para la presente investigación se emplearán datos estadísticos y actuales de diferentes organismos encargados de realizar estudios sobre el comercio informal, en especial sector ventas ambulantes, pudiendo ser estos datos de carácter nacional e internacional.

2.2.4 Técnica de muestreo

Se entiende por muestreo, a la técnica estadística empleada en la investigación de mercados que permite seleccionar un conjunto de personas o cosas relevantes dentro del grupo al que pertenecen, para poder determinar ciertas características mediante un estudio.

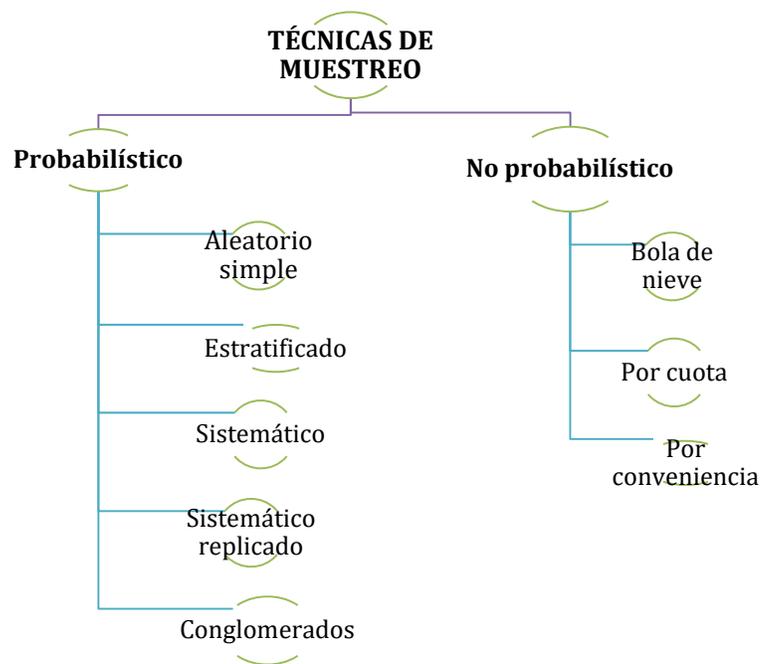


Figura 10: Técnicas de muestreo

Fuente: (Mantilla, 2015).

Tipo de muestreo a utilizar

Dentro del presente trabajo se empleará la técnica de muestreo estratificado, lo cual nos permitirá distribuir la muestra según la naturaleza de la población en subgrupos, llamados estratos, esto, con el fin de obtener los resultados más cercanos a los objetivos planteados, evitando caer en sesgos que generen mucha varianza y nos conduzca a errores dentro de la investigación.

A. Variables de estudio

Las variables de estudio en el presente trabajo de investigación son:

- **Variable independiente:** Incremento de vendedores ambulantes.
- **Variable dependiente:** Bajo nivel educativo.

B. Elementos y unidades muestrales

Las unidades de muestra se refieren al número de elementos de la población que van a ser objeto de análisis. En la presente investigación se toman en cuenta los siguientes aspectos de los vendedores ambulantes como objeto de estudio:

Género: Femenino y masculino.

Nivel socioeconómico: Bajo.

Población: Urbana.

Sector: Ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura (Ecuador).

Lugares: Los espacios públicos en la ciudad de Ibarra, en los que se ha verificado una mayor afluencia de vendedores ambulantes, son principalmente los alrededores de los mercados de la ciudad, así como también se identificaron como espacios preferenciales las paradas de buses debido a la gran cantidad de personas que utilizan el transporte público para trasladarse.

En tal razón, se describen los siguientes lugares, en los que se demuestra mediante fotografías las condiciones insalubres con las que trabajan los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra.

- **Alrededores de los mercados Amazonas, La Playa y La Bahía.**



Figura 11: Vendedores ambulantes de pollos.

La mayor cantidad de vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra se encuentran en los alrededores de los mercados Amazonas, La Playa y La Bahía, localizados entre las calles Alfredo Pérez Guerrero, Sánchez y Cifuentes, Obispo Mosquera, Fray Vacas Galindo y Avenida Eugenio Espejo. En estos lugares existe una variedad de productos ofertados por los vendedores ambulantes, los cuales inician sus actividades desde las 06h00 hasta las 19h00 diariamente, ocasionando gran dificultad al paso vehicular y peatonal, casi todos los días de la semana. Además se evidenció que estos mercados presentan pésimas condiciones higiénicas tanto en las afueras como en el interior de los centros de comercio, por lo que a las personas les resulta lo mismo comprar a comerciantes formales que a vendedores ambulantes.



Figura 12: Ventas ambulantes en la noche.



Figura 13: Ventas ambulantes cerca de la basura.

- **Alrededor del mercado Santo Domingo**



Figura 14: Vendedora ambulante de moras y fresas.

Las afueras del mercado Santo Domingo, localizado entre las calles Arsenio Torres y Avenida Jaime Roldós, en la ciudad de Ibarra, también es otro lugar frecuentado por vendedores ambulantes, los mismos que inician sus actividades comerciales a las 07H00 y se extienden hasta las 18h00; sin embargo a diferencia del mercado Amazonas, este lugar no tiene mucha afluencia de vendedores ambulantes, esto puede deberse a que el mercado Santo Domingo cuenta con mejores instalaciones, por lo que la gente que concurre a este mercado solo realiza sus compras dentro de este centro de comercio.

- **Alrededores del Terminal Terrestre de la ciudad de Ibarra**



Figura 15: Vendedores ambulantes de churos

Los alrededores del Terminal Terrestre, también corresponde a otro de los lugares considerados un área crítica, en especial la Av. Eugenio Espejo en donde se evidencia la presencia de muchos comerciantes informales que poseen puestos en las aceras fuera del terminal, este espacio convoca cada vez más, a nuevos vendedores ambulantes.

- **Parque Ciudad Blanca**



Figura 16: Vendedores ambulantes de refrescos.

Adicionalmente el Parque Ciudad Blanca mantiene una presencia considerable de vendedores ambulantes desde las primeras horas de la mañana, sin embargo una mayor conflictividad se da los fines de semana en horas de la tarde, se encuentra localizado en la Avenida Camilo Ponce y Ricardo Sánchez.

Todos estos lugares corresponden a los puntos de conflictividad urbana que recorren en circuitos pequeños los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra, los mismos que básicamente se dedican a la venta de: frutas, verduras, refrescos y alimentos preparados en condiciones que son poco o nada saludables.

UBICACIÓN EN GOOGLE MAPS DE LOS LUGARES OCUPADOS POR VENDEDORES AMBULANTES



Figura 17: Zonas de influencia de ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra.

Fuente: GAD Municipal de Ibarra.



Figura 18: Calles conflictivas por ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra.

Fuente: GAD Municipio de Ibarra.

2.2.5. Diseño de la encuesta

Diseñar adecuadamente la encuesta, permitirá obtener datos confiables de una forma ágil y accesible, para posteriormente poder ordenarlos e interpretarlos de manera acertada. Las encuestas se realizaron en la ciudad de Ibarra, en las zonas de influencia en las que se encuentran la mayor cantidad de vendedores ambulantes. Por consiguiente se establece la matriz de encuesta, en la que se alinean las preguntas con los objetivos generales y específicos, propuestos en el presente estudio:

Tabla 4:

Matriz de medida de escala aplicada a la encuesta

N°	PREGUNTAS PARA CADA OBJETIVO	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA	MEDIDAS DE ESCALA	OBJETIVO
				Continúa →

1	Seleccione su género	Femenino Masculino Otro	Nominal	Determinar si existen diferencias en relación al género.
2	¿Qué edad tiene usted?	Menos de 17 años De 18 a 25 años De 26 a 45 años De 46 a 65 años De 66 en adelante	Razón	Definir la proporcionalidad del universo entrevistado en rangos de edad
3	¿Cuál es su nivel de instrucción?	Primaria Secundaria Universidad Ninguno	Nominal	Determinar si existe relación entre el incremento de ventas ambulantes y un bajo nivel educativo.
4	¿Cuántos hijos tiene usted?	De 0 a 1 De 2 a 4 De 5 a 6 De 7 a 8 Más de 9	Razón	Identificar la situación en la que trabajan los vendedores ambulantes de acuerdo a su número de hijos.
5	¿Qué productos vende?	Frutas Verduras Golosinas Alimentos preparados	Nominal	Identificar el giro del negocio que prevalece en las ventas ambulantes en... Continúa →

		Jugos		... lo que se refiere a productos alimenticios.
6	¿Usted recorre la ciudad con sus productos?	Si No	Ordinal	Determinar si la muestra encuestada corresponde a vendedores informales fijos o ambulantes.
7	¿Cuántos días a la semana trabaja?	De 1 a 2 días De 3 a 4 días De 5 a 6 días 7 días	Razón	Definir si son vendedores ambulantes permanentes u ocasionales.
8	¿Cuántas horas al día trabaja?	De 1 a 2 horas De 2 a 3 horas De 4 a 5 horas De 6 a 7 horas Más de 8 horas	Razón	Definir la permanencia en el sitio de trabajo.
9	¿Qué rol cumple en los productos que comercializa?	Dueño Vendedor Socio Productor	Nominal	Verificar si los vendedores ambulantes trabajan por cuenta propia o asociadamente.
10	¿Qué beneficios recibe del Estado o	Salud Educación	Nominal	Identificar la gestión que está realizando... Continúa→

	Municipio?	Capacitación Becas Ninguno		... el Estado o Municipio en favor de los vendedores ambulantes.
11	¿Le gusta trabajar como vendedor ambulante?	Si No	Ordinal	Determinar la situación real de los vendedores ambulantes.
12	¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo?	Si No	Ordinal	Identificar a cuantos vendedores ambulantes les gustaría continuar sus estudios o capacitarse.
13	¿Por qué se hizo vendedor ambulante?	Horario flexible Bajo nivel de estudios Falta de empleo estable	Nominal	Determinar la situación real de los vendedores ambulantes respecto a la actividad que realizan.
14	¿Tiene usted conocimiento sobre las normas municipales?	Mucho Poco Nada	Nominal	Identificar si el municipio informa a los vendedores ambulantes sobre las ordenanzas vigentes
15	¿Tiene usted carnet de higiene?	Si No	Ordinal	Verificar si los productos ofertados por vendedores... Continúa→

				...ambulantes cumplen normas de higiene.
16	¿Cuáles son las condiciones que posee el vendedor el área de venta?	Canasta Carretilla Bandeja Coche Funda	Nominal	Verificar si los vendedores ambulantes trabajan por cuenta propia o asociadamente.
17	¿Tiene problemas con los controles de la policía municipal?	Si No	Ordinal	Determinar la gestión del Municipio para controlar las ventas ambulantes.
18	¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas?	De \$1 a \$5 dólares De \$5 a \$10 dólares De \$11 a \$15 dólares De \$16 a \$20 dólares	Razón	Identificar el promedio de ingresos que reciben mensualmente en ventas ambulantes.
19	¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor ambulante?	De 1 a 2 años De 3 a 4 años De 5 a 6 años De 7 a 8 años Más de 8 años Menos de 1 año	Razón	Verificar si existe un incremento en las ventas ambulantes.

2.2.6. Prueba piloto

La prueba piloto se la realiza con el objetivo de poder verificar si el primer cuestionario es comprensible para las personas que van a ser encuestadas, y según esto, poder realizar los cambios que sean necesarios respecto a las palabras que sean un tanto complejas, solventar errores e incluso reformular las preguntas para que sean entendidas en su totalidad. El objetivo es facilitar la comprensión y llenado del cuestionario. Además, la prueba piloto nos permitirá analizar la pregunta filtro, mediante la cual se determina P (Probabilidad a favor) y Q (Probabilidad en contra) para el cálculo de la muestra.

En la prueba piloto se cumplirá con lo siguiente:

- Preguntas claras, concisas y entendibles.
- Aplicación a 10 personas.
- Pregunta filtro (P y Q)

Registro de cambios

Para poner en marcha la prueba piloto, se aplicó el cuestionario a 10 vendedores ambulantes, en los sectores del mercado Amazonas, mercado la Bahía y mercado Playita, en las cuales se pudo determinar que se requieren realizar los siguientes cambios en algunas preguntas de la encuesta:

- En la **pregunta N° 1**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 2**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 3**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 4**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 5**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 6**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 7**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 8**: no se tuvo inconvenientes.

- En la **pregunta N° 9**: Se formula nuevamente la pregunta, para tener una mejor comprensión, debido a que la palabra “rol” no es de conocimiento de los señores vendedores ambulantes:

<p style="text-align: center;">¿Qué rol cumple en los productos que comercializa?</p> <p style="text-align: center;">Por:</p> <p style="text-align: center;">¿La actividad que realiza es de...?</p>
--

- En la **pregunta N° 10**: Se incluye la palabra “Bono” en las opciones de

<p style="text-align: center;">¿Qué beneficios recibe del Estado o Municipio?</p> <p style="text-align: center;">Salud <input type="checkbox"/> Educación <input type="checkbox"/> Capacitación <input type="checkbox"/> Becas <input type="checkbox"/> Bono <input type="checkbox"/></p> <p style="text-align: center;">Ninguno <input type="checkbox"/></p>
--

- En la **pregunta N° 11**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 12**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 13**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 14**: no se tuvo inconvenientes.
- En la **pregunta N° 15**: Se formula nuevamente la pregunta:

<p style="text-align: center;">¿Tiene conocimiento de normas de higiene?</p> <p style="text-align: center;">Por:</p> <p style="text-align: center;">¿Tiene usted carnet de higiene?</p>

- En la **pregunta N° 16**: Se fórmula nuevamente la pregunta, para simplificar su estructura y tener una mejor comprensión:

<p style="text-align: center;">¿Cuáles son las condiciones que posee el vendedor ambulante en el área de venta?</p> <p style="text-align: center;">Por:</p>

- En la **pregunta N° 17**: no se tuvo inconvenientes.

- En la **pregunta N° 18**: Se fórmula nuevamente la pregunta, para tener una mejor comprensión:

¿Cuánto dinero gana al día?
Por:
¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas?

- En la **pregunta N° 19**: Se fórmula nuevamente la pregunta, para que tenga una mayor conexión con el tema de investigación:

¿Cuánto años reside en la ciudad de Ibarra?
Por:
¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor ambulante?

Una vez realizados todos los cambios, se establece como cuestionario final el siguiente:

	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
ENCUESTA	
OBJETIVO: Determinar el impacto del incremento de vendedores ambulantes por el bajo nivel educativo en la ciudad de Ibarra.	
INSTRUCCIONES: <ol style="list-style-type: none"> 1) Responda las preguntas que a continuación se plantean únicamente con la verdad. 2) Los resultados de la encuesta serán analizados con absoluta reserva. 3) Marque con una "X" su respuesta 	
FECHA:	
SECTOR:	Continúa →

1. ¿Seleccione su género?			
Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>
		Otro	<input type="checkbox"/>
2. ¿Cuántos años tiene usted?			
Menos de 16 años	<input type="checkbox"/>	De 27 a 45 años	<input type="checkbox"/>
De 18 a 26 años	<input type="checkbox"/>	De 46 a 65 años	<input type="checkbox"/>
		Más de 66	<input type="checkbox"/>
3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?			
Primaria	<input type="checkbox"/>	Universidad	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>	Posgrado	<input type="checkbox"/>
		Ninguno	<input type="checkbox"/>
4. ¿Cuántos hijos tiene usted?			
De 0 a 1 hijo	<input type="checkbox"/>	De 5 a 6 hijos	<input type="checkbox"/>
De 2 a 4 hijos	<input type="checkbox"/>	De 7 a 8 hijos	<input type="checkbox"/>
		Más de 9 hijos	<input type="checkbox"/>
5. ¿Qué productos vende?			
Frutas	<input type="checkbox"/>	Jugos	<input type="checkbox"/>
Verduras	<input type="checkbox"/>	Golosinas	<input type="checkbox"/>
		Alimentos preparados	<input type="checkbox"/>
6. ¿Usted recorre la ciudad con sus productos?			
Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
7. ¿Cuántos días a la semana trabaja?			
De 1 a 2 días	<input type="checkbox"/>	De 5 a 6 días	<input type="checkbox"/>
De 3 a 4 días	<input type="checkbox"/>	7 días	<input type="checkbox"/>
			Continúa →

8. ¿Cuántas horas al día trabaja?			
De 1 a 2 horas	<input type="checkbox"/>	De 4 a 5 horas	<input type="checkbox"/>
De 2 a 3 horas	<input type="checkbox"/>	De 6 a 7 horas	<input type="checkbox"/>
		Más de 8 horas	<input type="checkbox"/>
9. ¿La actividad que realiza es de...?			
Dueño	<input type="checkbox"/>	Vendedor	<input type="checkbox"/>
Socio	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
		Productor	<input type="checkbox"/>
10. ¿Qué beneficios recibe del Gobierno?			
Salud	<input type="checkbox"/>	Capacitación	<input type="checkbox"/>
Educación	<input type="checkbox"/>	Bono	<input type="checkbox"/>
		Becas	<input type="checkbox"/>
		Ninguno	<input type="checkbox"/>
11. ¿Le gusta trabajar como vendedor ambulante?			
Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
12. ¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando?			
Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
13. ¿Por qué se hizo vendedor ambulante?			
Horario flexible	<input type="checkbox"/>	Bajo nivel de estudios	<input type="checkbox"/>
		Falta de empleo estable	<input type="checkbox"/>
14. ¿Tiene usted conocimiento sobre las normas municipales?			
Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
15. ¿Tiene usted carnet de higiene?		Continúa →	

Si <input style="width: 40px; height: 25px; margin-left: 10px;" type="checkbox"/> No <input style="width: 40px; height: 25px; margin-left: 10px;" type="checkbox"/>																
16. ¿Qué medio utiliza para transportar sus productos?																
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; padding: 5px;">Canasta</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">Bandeja</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">Funda</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Carretilla</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="padding: 5px;">Coche</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td colspan="3"></td> </tr> </table>	Canasta	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	Bandeja	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>		Funda	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	Carretilla	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	Coche	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>					
Canasta	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	Bandeja	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>		Funda	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>										
Carretilla	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	Coche	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>													
17. ¿Tiene problemas con los controles de la policía municipal?																
Si <input style="width: 40px; height: 25px; margin-left: 10px;" type="checkbox"/> No <input style="width: 40px; height: 25px; margin-left: 10px;" type="checkbox"/>																
18. ¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas ambulantes?																
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; padding: 5px;">De \$1 a \$5 dólares</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">De \$11 a \$15 dólares</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">De \$21 a \$25 dólares</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">De \$6 a \$10 dólares</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="padding: 5px;">De \$16 a \$20 dólares</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td colspan="3"></td> <td style="padding: 5px;">Más de \$30 dólares</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> </tr> </table>	De \$1 a \$5 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De \$11 a \$15 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>		De \$21 a \$25 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De \$6 a \$10 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De \$16 a \$20 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>				Más de \$30 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>
De \$1 a \$5 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De \$11 a \$15 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>		De \$21 a \$25 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>										
De \$6 a \$10 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De \$16 a \$20 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>				Más de \$30 dólares	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>								
19. ¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor ambulante?																
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; padding: 5px;">De 1 a 2 años</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">De 5 a 6 años</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">Más de 8 años</td> <td style="width: 15%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">De 3 a 4 años</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td style="padding: 5px;">De 7 a 8 años</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> <td colspan="3"></td> <td style="padding: 5px;">Menos 1 año</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/></td> </tr> </table>	De 1 a 2 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De 5 a 6 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>		Más de 8 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De 3 a 4 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De 7 a 8 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>				Menos 1 año	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>
De 1 a 2 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De 5 a 6 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>		Más de 8 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>										
De 3 a 4 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>	De 7 a 8 años	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>				Menos 1 año	<input style="width: 40px; height: 25px;" type="checkbox"/>								

Figura 19: Formato final encuesta

Además se determinan los valores para fijar P y Q mediante la siguiente pregunta que sirvió de filtro:

Pregunta filtro:

¿Usted recorre la ciudad con sus productos?

Si= 7 No= 3

En base a estos resultados se determinó que 7 de los encuestados si eran vendedores ambulantes y tan solo 3 vendedores fijos informales. Por lo que se obtiene una probabilidad a favor de 0,7 y una probabilidad en contra de 0,3.

2.2.7. Tamaño de la muestra

Según Mantilla (2015) el tamaño de la muestra es igual al número total de elementos o unidades muestrales que van a ser investigadas. Para el presente trabajo de investigación, el tamaño de la muestra se fijará en base al número total de vendedores ambulantes. De acuerdo a la información proporcionada por el Municipio de la ciudad Ibarra son aproximadamente 613 vendedores ambulantes los que recorren la ciudad con sus productos.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 N + Z^2 P Q}$$

n= Muestra

N= Tamaño de la población

P= Probabilidad a favor (0,8)

Q= Probabilidad en contra (0,2)

Z= Nivel de confianza (1,96)

e= Nivel de significancia 5%

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,7)(0,3)(613)}{(0,05)^2(613) + (1,96)^2(0,7)(0,3)}$$

$$n = \frac{494,529168}{1,5325 + 0,806736}$$

$$n = \frac{494,529168}{2,339236} = 211,40$$

Se pudo determinar que se requiere de una muestra de 211 vendedores ambulantes para poder realizar nuestra investigación. Las encuestas se aplicaron específicamente a vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra que ofertan productos alimenticios.

2.3 Fase Trabajo de Campo

La investigación se realizó a los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra para conocer si su incremento se debe o no a un bajo nivel de estudios. El método empleado para el trabajo de campo fue la encuesta, adicionalmente mediante las observaciones se logró constatar otros fenómenos de interés para nuestro caso de estudio, los cuales los detallaremos en el respectivo análisis estadístico.

Se detalla a continuación las distintas fases que se dieron cumplimiento para conseguir un trabajo de campo efectivo.

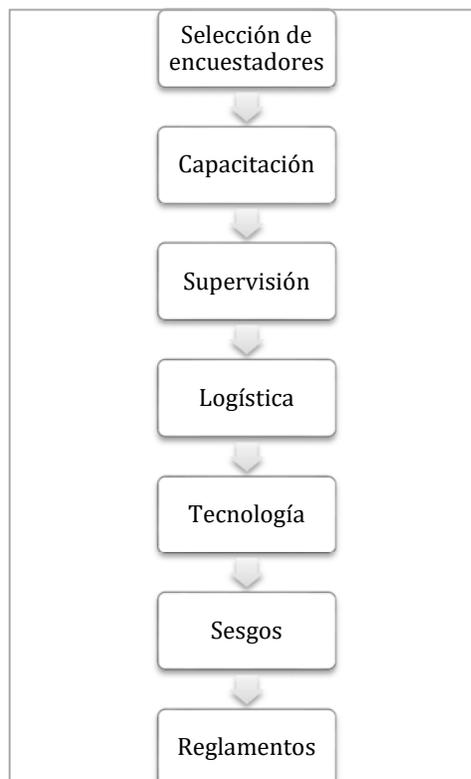


Figura 20: Proceso para realizar el trabajo de campo

Fuente: (Mantilla, 2015)

a. Selección de encuestadores

En la selección de encuestadores, la autora del presente trabajo de investigación, tuvo la necesidad de buscar personas capaces y responsables que puedan cumplir con la misión de encuestar a los vendedores ambulantes, considerando la poca colaboración de las personas encuestadas por su bajo nivel educativo, tal como se pudo comprobar en la encuesta piloto; encontrando este apoyo en 10 personas conformadas por familiares y amigos, capaces de cumplir un buen trabajo y garantizar una recolección de datos fidedigna, quienes fueron previamente capacitados.

a. Capacitación

Una adecuada capacitación o entrenamiento permite obtener datos con exactitud, en tal razón se prevé realizar el trabajo de campo siguiendo cada una de las instrucciones y cumpliendo con los tiempos establecidos. La capacitación en el presente trabajo de campo constó principalmente en impartir medidas de seguridad a los participantes debido a que los sectores presentan altos índices de delincuencia, a continuación se indicó a los encuestadores que deben leer anticipadamente el cuestionario y la forma como deben marcar las respuestas para evitar malos registros, además se identificó la muestra que va a ser encuestada, y por último se recomendó ser sociable y cordial para poder obtener el consentimiento de los encuestados y poder realizar las preguntas.

b. Supervisión

La supervisión de la investigación la realizará el Ing. Farid Mantilla, él mismo que tiene bajo su responsabilidad controlar toda actividad que realice el personal de encuestadores, en especial que se cumpla con las instrucciones, verificar la calidad de los datos y comprobar que las encuestas se hayan llenado correctamente. Controlará además, la aplicación de un correcto proceso educativo en el desarrollo de las encuestas.

c. Logística

La logística al momento de realizar las encuestas a los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra incluyó: la preparación e impresión de encuestas, compra de esferos y carpetas; posteriormente se dividió en un máximo de veintiún encuestas por carpeta de acuerdo a cada sector para su aplicación; los sectores designados fueron: mercado Amazonas, mercado Santo Domingo, mercado La Playa, mercado La Bahía, Terminal Terrestre de la ciudad de Ibarra y Parque Ciudad Blanca. Se ejecutó además coordinaciones para el transporte, para lo cual se utilizaron dos vehículos; la comunicación entre encuestadores se efectuó mediante teléfonos celulares; todo esto se realizó con el objeto de precautelar el bienestar de los encuestadores y garantizar una recolección efectiva de datos.

d. Tecnología

Para la obtención, ingreso y procesamiento de datos estadísticos, imágenes y el resto de información se utilizaron equipos como: laptops, cámara, grabadora de audio, smartphone, pen drive y aplicaciones como Google Maps, Spss Statics, Word, Excel, Whatsapp, Paint.

e. Sesgos

Para evitar sesgos se procura realizar las encuestas a un ritmo que permita identificar errores de manera sistemática, no comprometa la calidad de la encuesta y garantice una investigación confiable; además, se realiza una adecuada distribución de las preguntas para facilitar el ingreso de los datos en el sistema.

f. Reglamentos

No se cuenta con una reglamentación específica, pero si se establece como regla indispensable que el investigador debe ser responsable, ético y honesto con el

manejo de los datos recolectados, además se garantiza que la información será utilizada únicamente para el propósito de estudio como se indicó en un inicio.

2. 4 Fase de análisis

Según Mantilla (2015) el análisis de datos estadístico es un proceso que permite transformar datos, mediante el uso de principios y modelos matemáticos, con el objetivo de recoger, organizar y presentar la información relativa a un conjunto de casos en apoyo a la toma de decisiones. En esta fase, se ingresarán en el programa estadístico SPSS las variables que conforman cada una de las preguntas y los datos que las 211 encuestas nos proporcionen, para posteriormente poder efectuar los respectivos análisis univariado, bivariado y multivariado.

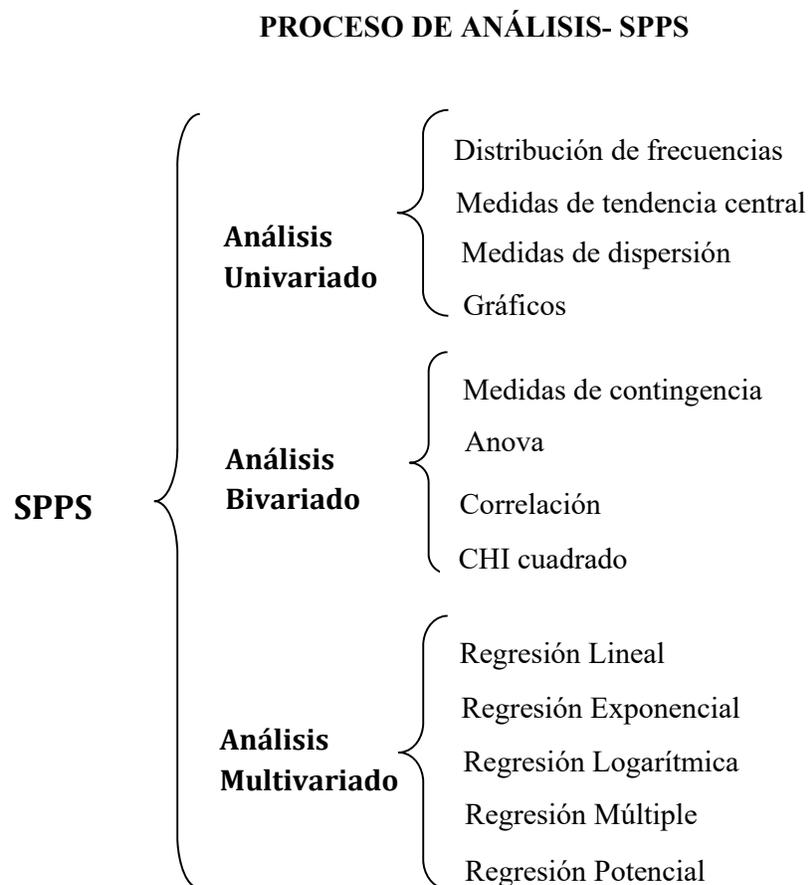
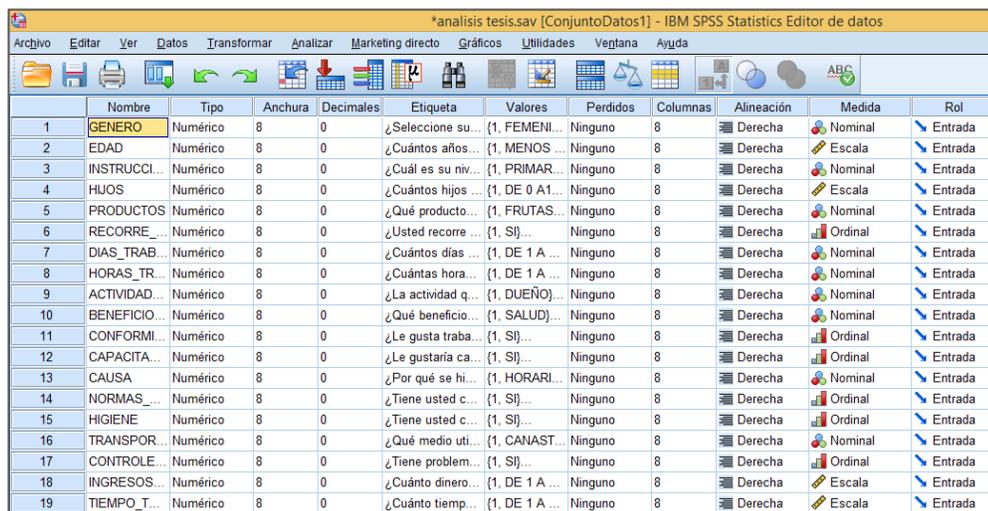


Figura 21: Pasos para realizar análisis de datos estadísticos
Fuente: (Mantilla, 2015)

Aplicación de SPSS

El SPSS es un programa estadístico que permite realizar una gestión acertada de datos en distintos formatos, a fin de descubrir relaciones de dependencia e interdependencia, predecir comportamientos, clasificar variables, entre otras; destacándose su aplicación en el análisis multivariante de datos, lo que nos permitirá obtener los cálculos deseados en la presente investigación.

Se presenta el formato de cómo se visualizan los datos una vez que han sido ingresadas las variables (Ver figura 22) que conforman las preguntas y los datos (Ver figura 23) proporcionados en la respuestas que se obtuvieron en el cuestionario aplicado a los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra.



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	GENERO	Numérico	8	0	¿Seleccione su...	{1, FEMENI...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	EDAD	Numérico	8	0	¿Cuántos años...	{1, MENOS ...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
3	INSTRUCCI...	Numérico	8	0	¿Cuál es su niv...	{1, PRIMAR...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	HUOS	Numérico	8	0	¿Cuántos hijos ...	{1, DE 0 A1...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
5	PRODUCTOS	Numérico	8	0	¿Qué producto...	{1, FRUTAS...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	RECORRE_...	Numérico	8	0	¿Usted recorre ...	{1, SI}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	DIAS_TRAB...	Numérico	8	0	¿Cuántos días ...	{1, DE 1 A ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	HORAS_TR...	Numérico	8	0	¿Cuántas hora...	{1, DE 1 A ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	ACTIVIDAD...	Numérico	8	0	¿La actividad q...	{1, DUEÑO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	BENEFICIO...	Numérico	8	0	¿Qué beneficio...	{1, SALUD}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	CONFORMI...	Numérico	8	0	¿Le gusta traba...	{1, SI}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	CAPACITA...	Numérico	8	0	¿Le gustaría ca...	{1, SI}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	CAUSA	Numérico	8	0	¿Por qué se hi...	{1, HORARI...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	NORMAS_...	Numérico	8	0	¿Tiene usted c...	{1, SI}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	HIGIENE	Numérico	8	0	¿Tiene usted c...	{1, SI}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	TRANSPOR...	Numérico	8	0	¿Qué medio uti...	{1, CANAST...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	CONTROLE...	Numérico	8	0	¿Tiene problem...	{1, SI}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	INGRESOS...	Numérico	8	0	¿Cuánto dinero...	{1, DE 1 A ...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
19	TIEMPO_T...	Numérico	8	0	¿Cuánto tiemp...	{1, DE 1 A ...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada

Figura 22: Vista de variables ingresadas en formato SPSS

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra.

EDAD	GENERO	EDAD	INSTRUCCION	HIJOS	PRODUCTO	RECORRE_CUIDAD	DIAS_TRABAJO	HORAS_TRABAJO	ACTIVIDAD	BENEFICIOS_GOB	CONFORMIDAD	CAPACITACION	CAUSA	NORMAS MUNICIPALES	HIGIENE	
1	FEMENINO	DE 46 A 6...	SECUNDA	DE 2 A 4...	FRUTAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	FALTA DE...	SI	SI	
2	FEMENINO	DE 46 A 6...	PRIMARIA	DE 2 A 4...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	MÁS DE 8...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	FALTA DE...	SI	SI	
3	MASCULINO	DE 66 EN...	PRIMARIA	MÁS DE 9...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	BONO	SI	NO	BAJO NIV...	SI	SI	
4	FEMENINO	DE 66 EN...	PRIMARIA	MÁS DE 9...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	NO	BAJO NIV...	SI	SI	
5	FEMENINO	DE 66 EN...	PRIMARIA	DE 0 A 1 H...	ALIMENTO...	SI	DE 3 A 4...	DE 4 A 5...	DUEÑO	NINGUNO	SI	NO	BAJO NIV...	NO	NO	
6	FEMENINO	DE 27 A 4...	UNIVERSI...	DE 5 A 6...	ALIMENTO...	SI	7 DÍAS	DE 4 A 5...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	FALTA DE...	SI	NO	
7	FEMENINO	DE 27 A 4...	PRIMARIA	DE 0 A 1 H...	ALIMENTO...	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	BAJO NIV...	SI	SI	
8	FEMENINO	DE 46 A 6...	PRIMARIA	DE 5 A 6...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	MÁS DE 8...	DUEÑO	NINGUNO	SI	NO	BAJO NIV...	SI	SI	
9	FEMENINO	DE 18 A 2...	SECUNDA	DE 0 A 1 H...	FRUTAS	SI	7 DÍAS	MÁS DE 8...	VENDEDOR	NINGUNO	SI	SI	FALTA DE...	NO	NO	
10	FEMENINO	DE 46 A 6...	PRIMARIA	DE 2 A 4...	FRUTAS	SI	7 DÍAS	MÁS DE 8...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	BAJO NIV...	SI	SI	
11	FEMENINO	DE 46 A 6...	PRIMARIA	DE 2 A 4...	ALIMENTO...	SI	DE 1 A 2...	DE 4 A 5...	DUEÑO	NINGUNO	SI	NO	BAJO NIV...	NO	NO	
12	FEMENINO	DE 66 EN...	PRIMARIA	DE 5 A 6...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	BONO	SI	NO	BAJO NIV...	SI	SI	
13	FEMENINO	DE 27 A 4...	SECUNDA	DE 0 A 1 H...	JUJOS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	FALTA DE...	NO	NO	
14	FEMENINO	DE 27 A 4...	SECUNDA	DE 2 A 4...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	FALTA DE...	SI	SI	
15	FEMENINO	DE 27 A 4...	PRIMARIA	DE 2 A 4...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	BAJO NIV...	SI	SI	
16	MASCULINO	DE 46 A 6...	PRIMARIA	DE 2 A 4...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	NO	BAJO NIV...	NO	NO	
17	FEMENINO	DE 66 EN...	PRIMARIA	DE 7 A 8...	VERDURAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	NO	BAJO NIV...	SI	SI	
18	MASCULINO	DE 46 A 6...	NINGUNO	DE 5 A 6...		22	SI	7 DÍAS	MÁS DE 8...	DUEÑO	NINGUNO	SI	NO	BAJO NIV...	SI	SI
19	MASCULINO	DE 46 A 6...	PRIMARIA	DE 2 A 4...	FRUTAS	SI	7 DÍAS	MÁS DE 8...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	BAJO NIV...	NO	NO	
20	FEMENINO	DE 27 A 4...	PRIMARIA	DE 2 A 4...	FRUTAS	SI	7 DÍAS	DE 6 A 7...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	BAJO NIV...	SI	SI	
21	FEMENINO	DE 27 A 4...	PRIMARIA	DE 2 A 4...	FRUTAS	SI	7 DÍAS	MÁS DE 8...	DUEÑO	NINGUNO	SI	SI	BAJO NIV...	NO	NO	

Figura 23: Vista de datos ingresados en formato SPSS

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra.

2.4.1 Análisis Univariado

El análisis estadístico univariado permite el estudio de variables por separado, de esta manera se analiza y determina sus propiedades, evaluándolas de forma independiente.

El tipo de medida a utilizar en el presente estudio es la distribución de frecuencias.



Figura 24: Tipo de análisis univariado a utilizar

- **Distribución de frecuencias**

Permite conocer la distribución de los datos recopilados de acuerdo a cada categoría a la que pertenece y según el número de casos que haya de variables. A partir de estos valores, se calcula el porcentaje que indica el total de observaciones,

porcentaje válido que excluye los valores perdidos y el porcentaje acumulado que suma el porcentaje de la primera clase más el de la segunda y así sucesivamente. Se representa mediante tablas de frecuencia y gráficos.

RESULTADOS DE ANÁLISIS UNIVARIADO: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

ANÁLISIS DE VARIABLE 1. Seleccione su género.

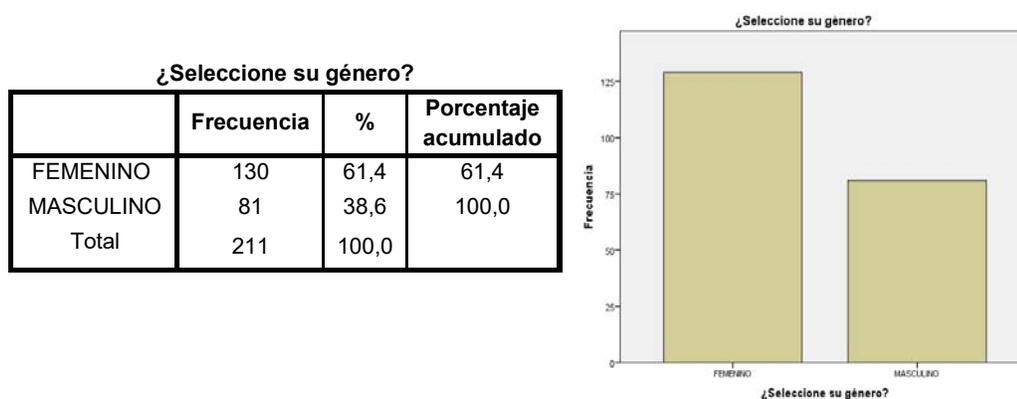


Figura 25: Género de los encuestados

Análisis ejecutivo

Se puede determinar que en la ciudad de Ibarra existe un mayor porcentaje de mujeres que se dedican a ser vendedoras ambulantes con un 61,40%, mientras que el género masculino desempeña este tipo de actividad en un 38,60%. Estos resultados nos indican que ser vendedor ambulante resulta una actividad atractiva tanto para hombres, como para mujeres, sobre todo por el hecho de que pueden obtener ingresos diarios y porque este tipo de actividad no exige ninguna clase de especialización. Un mayor porcentaje de mujeres como vendedoras ambulantes ocasiona que vayan a trabajar con sus hijos pequeños en la vía pública, generando que ellos puedan correr peligro en la calle, que se incremente la contaminación porque no tienen una asepsia adecuada y que los menores descuiden sus estudios porque también son obligados a trabajar por sus madres.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación al género se establece que en Talca un 50,5% corresponde al género masculino y el 49,5% al femenino; se aprecia que existe un mayor número de personas de sexo masculino a cargo del comercio informal, lo que comprueba que existe diferencias con las encuestas realizadas en días anteriores en la ciudad de Ibarra, ya que en ciudades de otros países la mayoría de vendedores ambulantes son hombres y en menor número mujeres.

ANÁLISIS DE VARIABLE 2. ¿Cuántos años tiene usted?

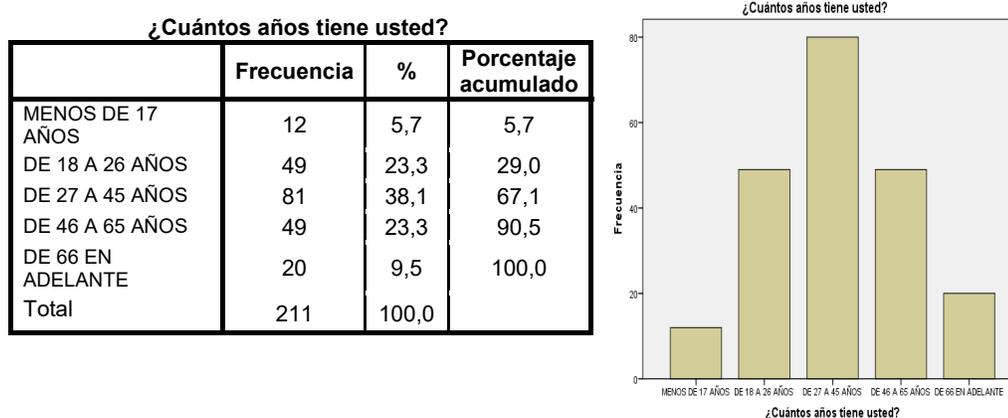


Figura 26: Edad de los encuestados

Análisis ejecutivo

De acuerdo a la amplia diversidad de edades, se establecieron rangos que nos permitieron definir la proporción de la población encuestada. Siendo la población entre 27 y 45 años los que en mayor número se dedican al comercio informal. Se trata de vendedores ambulantes que se encuentran en edad de trabajar y se dedican a este tipo de actividad como medio de subsistencia del núcleo familiar por ser cabeza de familia.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación a la media de edades en Talca, el resultado fue de 45 años. Por lo que se concluye que la mayoría de vendedores ambulantes en Talca poseen edades iguales a las edades de los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, lo que ratifica la encuesta desarrollada en días anteriores, que los vendedores de Talca e Ibarra, en su mayoría, están en edades de entre los 27 a 45 años.

ANÁLISIS DE VARIABLE 3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

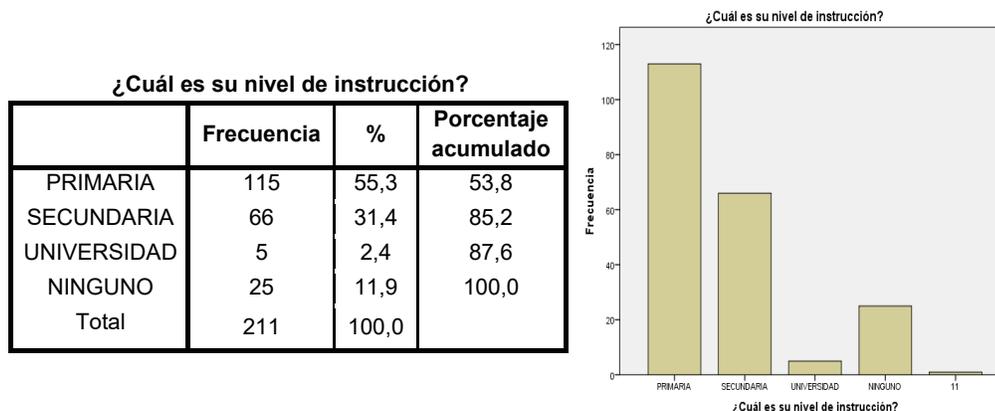


Figura 27: Nivel de instrucción de los encuestados

Análisis ejecutivo

En base al análisis de esta pregunta se determinó que la mayoría de vendedores ambulantes tiene cursada tan solo la instrucción primaria. Esto evidencia que la falta de educación conlleva a que las personas no pueden optar por empleos formales y mejor remunerados, sino más bien, su baja o nula especialización les obliga a formar parte del sector informal, dedicándose a vendedores ambulantes como forma de subsistencia.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación al nivel educacional en Talca, un 54,7% alcanzó únicamente estudios a un nivel básico, lo que coincide con la investigación desarrollada en días anteriores en la ciudad de Ibarra, es evidente que en ciudades de otros países el bajo nivel educativo también influye a que las personas opten por un trabajo informal como medio de sostenimiento para sus familias.

ANÁLISIS DE VARIABLE 4. ¿Cuántos hijos tiene usted?

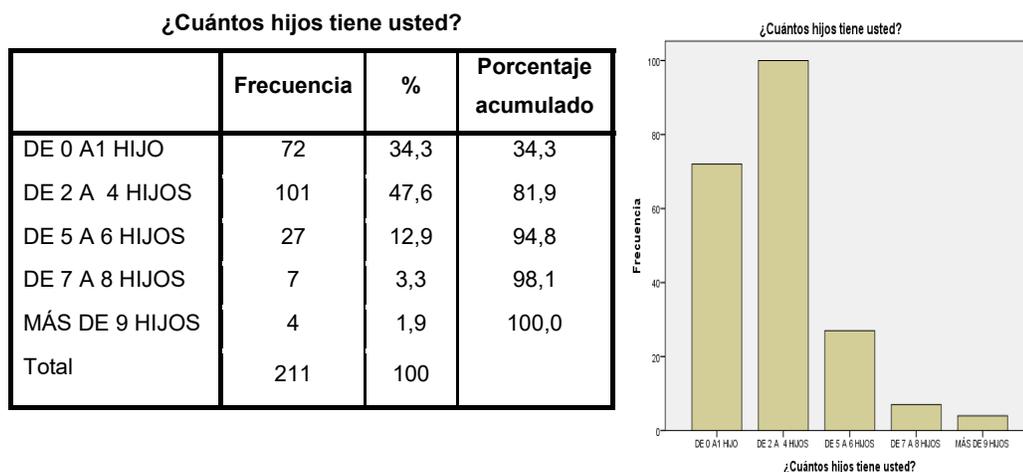


Figura 28: Número de hijos de los encuestados

Análisis ejecutivo

Los resultados nos demuestran que la mayoría de vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra tienen en promedio de 2 a 4 hijos, por lo que se desprende que la condición familiar es un factor determinante que los obliga a buscar medios de subsistencia para ellos y sus hijos, sin tomar en cuenta la magnitud que este trabajo implica.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación al número de hijos que tienen los comerciantes informales de Talca, se determinó que también oscila en un promedio de 2 a 4 hijos, esto quiere decir que estas personas ejercen esta labor como cabeza de hogar, lo que significa que los resultados son iguales a los obtenidos en las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra en días anteriores.

ANÁLISIS DE VARIABLE 5. ¿Qué productos vende?

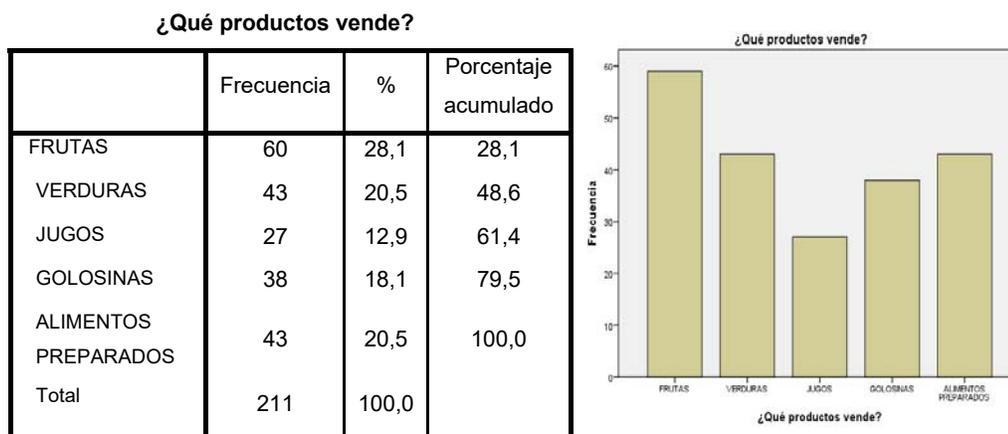


Figura 29: Productos que ofertan vendedores ambulantes

Análisis ejecutivo

De la investigación realizada en la pregunta de productos que más ofertan los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra, se pudo observar que el mayor porcentaje representa la venta de frutas, seguido por la venta de verduras, y de igual manera de alimentos preparados, es decir todos productos perecibles, lo que evidencia que las ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra es muy agresiva debido a la competencia existente, además, a simple vista se determina que los productos no poseen un nivel de salubridad apto para el consumo humano.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile, con relación a los productos que se ofrecen con mayor frecuencia en Talca, se encuentran los productos elaborados en el hogar y productos agrícolas que son esenciales en la economía, además los datos nos indican que son los hombres quienes gozan de mejores condiciones en las ventas, pues en su mayoría ofrecen productos no perecederos, mientras que las mujeres venden productos perecederos, es decir los resultados son similares en Talca y en Ibarra pues en ambos lugares los productos agrícolas y por ende perecibles son los que más se ofertan.

ANÁLISIS DE VARIABLE 6. ¿Usted recorre la ciudad con sus productos?

¿Usted recorre la ciudad con sus productos?			
	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
SI	178	84,3	84,3
NO	33	15,7	100,0
Total	211	100,0	

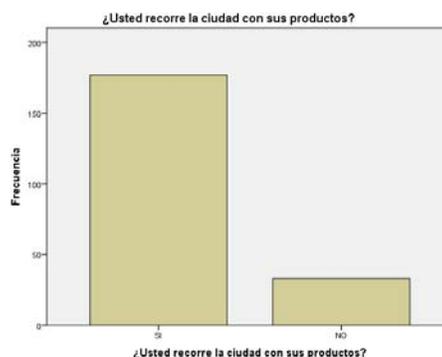


Figura 30: Vendedores ambulantes o fijos.

Análisis ejecutivo

De acuerdo a los porcentajes obtenidos se determina que la mayoría corresponde a comerciantes informales que si recorren la ciudad, es decir se trata de personas que ocupan vías y aceras sin ningún tipo de permiso, y que caminan con sus productos un perímetro de hasta cinco cuadras en los distintos los lugares de mayor influencia de ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra, ocasionando de esta forma que exista una menor disponibilidad del espacio público, que se atente contra la integridad de estos lugares y que se dificulte la circulación vehicular y peatonal.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación relacionado con el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile, concretamente en Talca, alrededor de un 85% de la población en estudio indicó no tener un puesto y mucho menos un lugar fijo de trabajo, es decir, existe una clara similitud con relación a los datos obtenidos en la ciudad de Ibarra, en donde, de igual forma la mayoría de comerciantes informales son ambulantes, pues, tampoco cuentan con un puesto o un lugar fijo de trabajo, y coinciden en que esta actividad de tipo informal atenta contra la integridad y disponibilidad del espacio público.

ANÁLISIS DE VARIABLE 7. ¿Cuántos días a la semana trabaja?

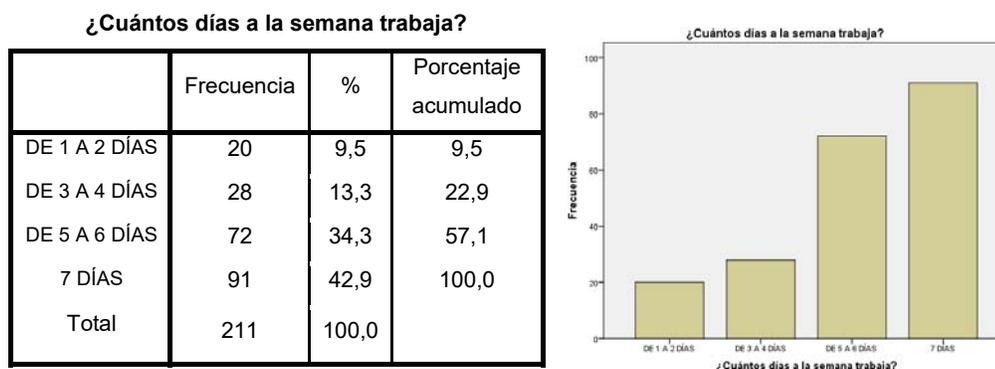


Figura 31: Días de trabajo a la semana.

Análisis ejecutivo

Según los datos se pudo definir que la mayor parte de los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra salen los siete días a la semana a trabajar, esto ocasiona que las personas trabajen más de lo que la ley establece, sin recibir beneficio alguno, es decir, ponen en peligro su propia salud por el hecho de que no tienen vacaciones ni gozan de periodos de descanso y, trabajan en condiciones que no son las adecuadas, pues, tienen que afrontar a diario las inclemencias del tiempo, la inseguridad y la contaminación.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación relacionado con el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile, los vendedores ambulantes en Talca trabajan mayoritariamente los siete días a la semana, es decir, los resultados son similares a los obtenidos en las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra.

ANÁLISIS DE VARIABLE 8. ¿Cuántas horas al día trabaja?

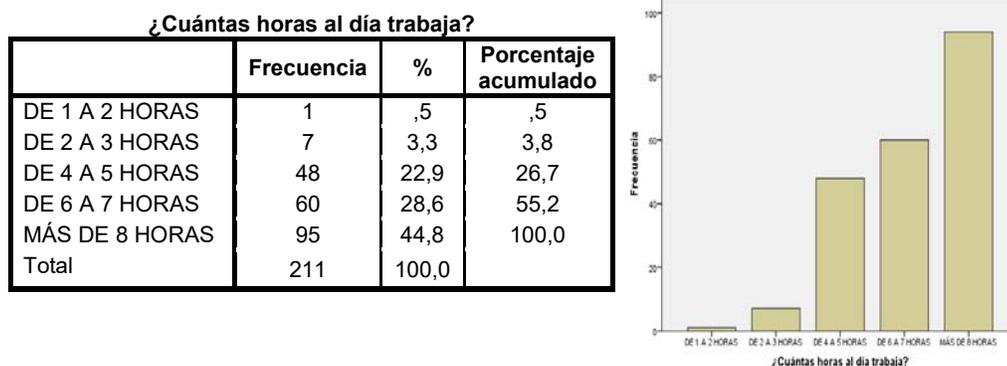


Figura 32: Horas de trabajo al día.

Análisis ejecutivo

De acuerdo a los datos obtenidos, la mayoría de vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra trabajan más de 8 horas al día. Se destaca que casi la mayoría de trabajadores ambulantes permanecen en la vía pública laborando más de 8 horas, y lo hacen bajo condiciones que ponen en riesgo su integridad personal y que incluso superan el número de horas de trabajo que establece la ley.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación al número de horas que

trabajan los comerciantes informales de Talca, se determinó que la mayoría no tiene un horario fijo establecido, pero si trabajan más de 8 horas al día, lo que ratifica los datos obtenidos en la encuesta realizada a los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra.

ANÁLISIS DE VARIABLE 9. ¿La actividad que realiza es de?

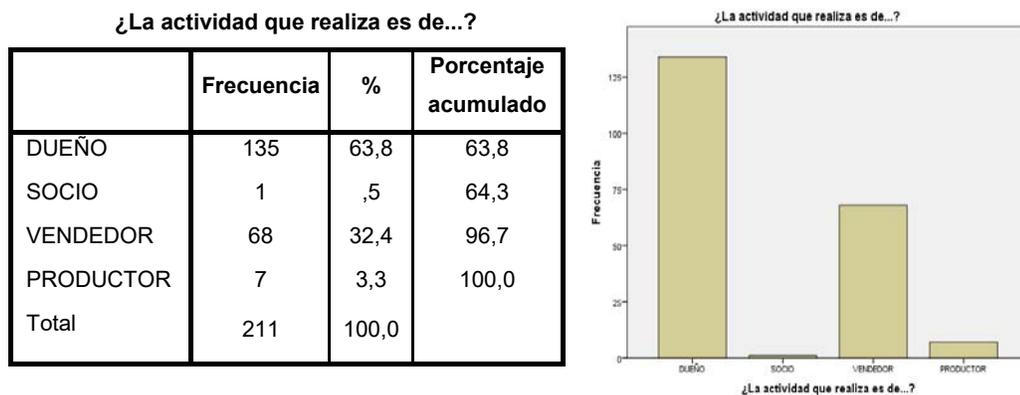


Figura 33: Rol que desempeña.

Análisis ejecutivo

Según los datos analizados el mayor porcentaje de vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra son dueños de sus negocios informales, esto evidencia que la actividad realizada como negocio informal es de propiedad en su mayoría de quienes la realizan, dando lugar a que en la ciudad de Ibarra exista desorden por estas actividades, en especial en sitios aledaños a mercados, parques y plazas.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación al rol que desempeñan los vendedores ambulantes en Talca, se determina que la mayoría es propietario de la

mercadería que comercia, en tal razón se establece que existe similitud con los datos obtenidos mediante encuesta realizada en la ciudad de Ibarra.

ANÁLISIS DE VARIABLE 10. ¿Qué beneficios recibe del gobierno?

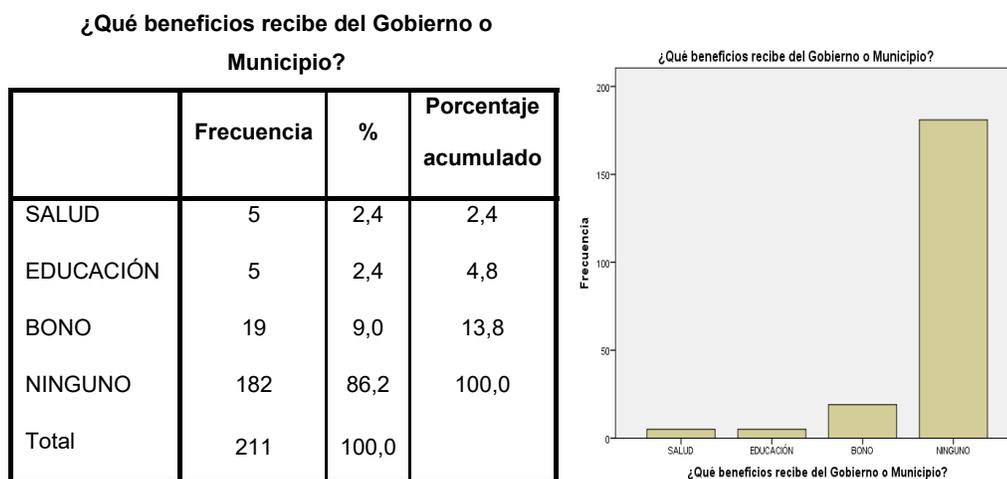


Figura 34: Beneficios recibidos del Gobierno o Municipio.

Análisis ejecutivo

La mayor parte de vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra supo manifestar que no reciben ningún beneficio por parte del Municipio o el Estado, esto quiere decir la gestión que realiza el Municipio para lograr una inclusión social en mercados formales de vendedores ambulantes es nula o también demuestra que las acciones que ha tomado no son las adecuadas pues los vendedores ambulantes no se sienten beneficiados en absoluto.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación a los beneficios que reciben los comerciantes informales de Talca, se determinó que no reciben ningún tipo de beneficios por parte del Estado por tener la calidad de informales, esto ratifica los

datos obtenidos en las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra, en donde los vendedores ambulantes tampoco reciben beneficio alguno por parte del Gobierno.

ANÁLISIS DE VARIABLE 11. ¿Le gusta trabajar como vendedor ambulante?

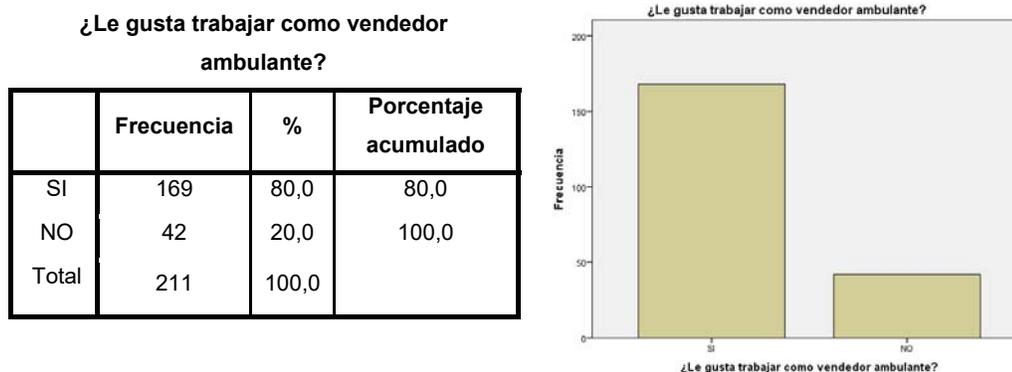


Figura 35: Preferencia laboral.

Análisis ejecutivo

De acuerdo a los datos obtenidos mediante encuesta se determina, que al 80% de los vendedores ambulantes encuestados les gusta desempeñar esta actividad, esto evidencia que la mayoría de vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra se encuentran conformes realizando este tipo de actividad, tal vez por los ingresos que generan, porque no requieren de ningún tipo de especialización para trabajar como vendedor ambulante, o porque son sus propios jefes y gozan de flexibilidad horaria en el trabajo.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación a si los comerciantes ambulantes en Talca les gusta desempeñar esta actividad, la mayoría supo manifestar que sí, se aprecia que existe un mayor número de personas que les gusta trabajar como vendedores ambulantes tanto en Ibarra como en Talca.

ANÁLISIS DE VARIABLE 12. ¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo?

¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo?

	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
SI	163	77,1	77,1
NO	48	22,9	100,0
Total	211	100,0	

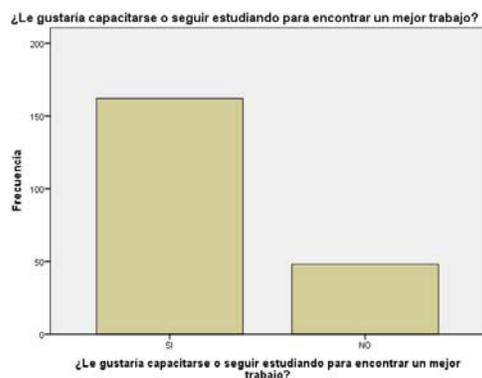


Figura 36: Oportunidades de capacitación o educación.

Análisis ejecutivo

El 77,1 % de los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra manifestaron que si les gustaría seguir estudiando y capacitándose para encontrar un mejor trabajo, esto evidencia que las personas que conforman el sector informal tienen deseos de superación y en futuro desearían tener los medios para poder seguir estudiando, capacitándose o especializándose para lograr conseguir mejores oportunidades laborales y mejorar la situación de ellos y sus familias.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile con relación a las oportunidades de capacitación en Talca, el resultado fue que a la mayoría de comerciantes ambulantes sí les gustaría poder terminar sus estudios o que el Estado proporcione capacitaciones para desarrollar sus habilidades y aptitudes. Por lo que se concluye que a la mayoría de vendedores ambulantes en Talca les gustaría continuar con sus estudios o capacitándose, al igual que los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, lo que ratifica los resultados obtenidos mediante encuesta en la ciudad de Ibarra.

ANÁLISIS DE VARIABLE 13. ¿Por qué se hizo vendedor ambulante?

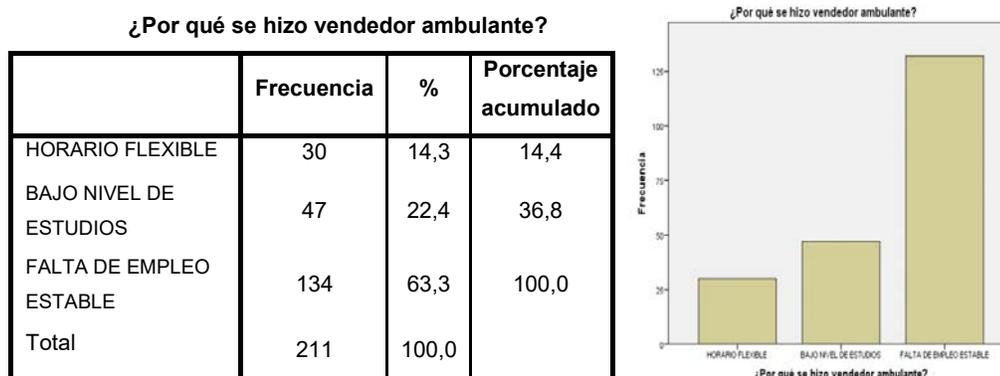


Figura 37: Causas que motivaron ser un vendedor ambulante.

Análisis ejecutivo

Según los datos obtenidos el 62,9% se convirtieron en vendedores ambulantes por la falta de empleo estable. Esto nos indica que la mayoría de personas reconocen que se dedican a vendedores ambulantes porque no encuentran empleos fijos bien remunerados, sin darse cuenta que la razón principal por la que no logran conseguir un empleo digno es por su bajo nivel educativo, pues hoy en día resulta difícil conseguir empleo sin título de bachiller por lo menos.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Talca en Chile, tanto hombres como en mujeres, el principal motivo que los impulsa es el haber sufrido un largo periodo de cesantía, es decir, existen diferencias en las causas que motivan a la persona a convertirse en vendedores ambulantes, pues en Ibarra la causa es la falta de empleo estable, a diferencia de Talca, en donde la causa principal es pasar por un largo periodo de cesantía.

ANÁLISIS DE VARIABLE 14. ¿Tiene usted conocimiento sobre las normas municipales?

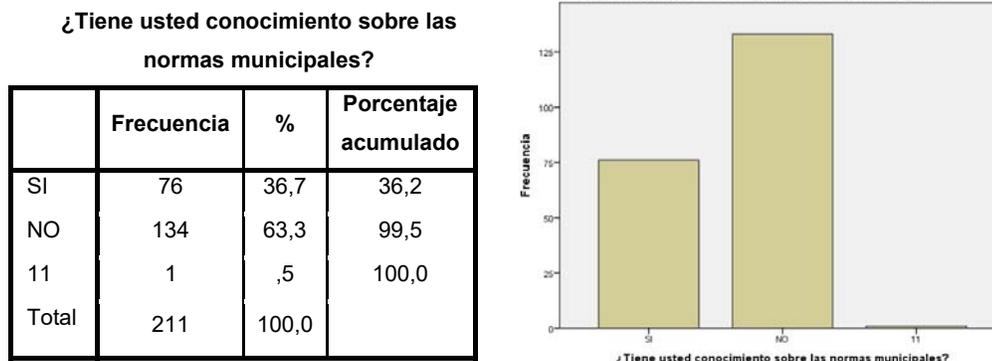


Figura 38: Conocimiento de normas municipales.

Análisis ejecutivo

Los datos obtenidos indican que el 63,3% de vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra dijeron no tener ningún conocimiento. Según los resultados obtenidos, se infiere que la gestión por parte del Municipio de Ibarra es relativamente baja, pues, no se ha encargado de socializar las ordenanzas que regulan y sancionan las ventas ambulantes.

Análisis comparativo

Según el diario La Hora de Ibarra en su publicación “Ordenanza que regula el comercio se socializa con vendedores ambulantes” del año 2016, las autoridades municipales tenían como objetivo en las socializaciones dar a conocer las sanciones que tienen que asumir los comerciantes informales, que infrinjan esta normativa legal vigente, sin embargo, pese a la publicación, los datos obtenidos en la encuesta realizada en días anteriores, demuestra que esta gestión no se cumplió eficazmente, pues la mayoría de vendedores ambulantes aún desconocen la normativa por lo que no guardan relación con los datos obtenidos en la encuesta.

ANÁLISIS DE VARIABLE 15. ¿Tiene usted carnet de higiene?

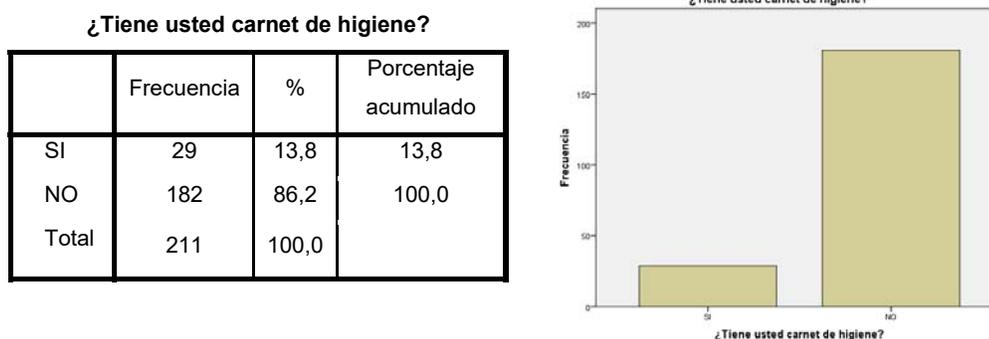


Figura 39: Carnet de higiene.

Análisis ejecutivo

La muestra estuvo dirigida a vendedores ambulantes que ofertan productos alimenticios, por lo tanto, resultaba indispensable saber si poseen algún tipo de certificación o carnet que garantice que venden productos aptos para el consumo humano. Con este motivo se pudo determinar que el 86,2% no tiene carnet de higiene, esto nos permite determinar que existe un riesgo para la salud de la población que adquiere estos productos. El indicador muestra que existe una deficiencia de control de higiene en los productos que se ofertan por vendedores ambulantes, pues no existen acciones preventivas y mucho menos correctivas que permitan reducir este riesgo que atenta contra la salud de los consumidores.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile, en lo que respecta a controles sanitarios a los productos que expenden comerciantes ambulantes en Talca, se puede establecer que el control es deficiente. Estos datos ratifican los resultados obtenidos mediante encuesta en la ciudad de Ibarra, es decir, tanto en Talca, como en Ibarra, los consumidores de estos productos corren peligro porque no cumplen con normas de higiene.

ANÁLISIS DE VARIABLE 16. ¿Qué medio utiliza para transportar sus productos?

¿Qué medio utiliza para transportar sus productos?

	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
CANASTA	35	16,7	16,7
CARRETILLA	22	10,5	27,1
BANDEJA	42	20,0	47,1
COCHE	86	40,5	87,6
FUNDA	26	12,4	100,0
Total	211	100,0	

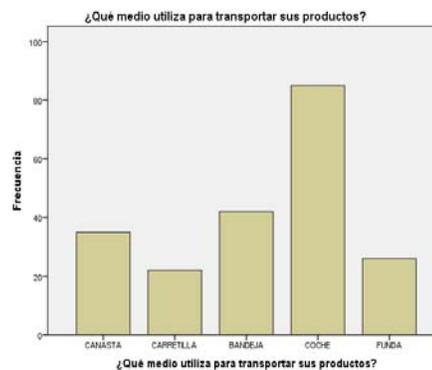


Figura 40: Medio de transporte de producto.

Análisis ejecutivo

Estos datos reflejan la realidad de como los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra expenden sus productos, siendo un mayor porcentaje el que expende sus productos en coches preparados, específicamente para estos menesteres. Esto quiere decir, que tanto hombres como mujeres emplean coches para ofertar sus productos, sin embargo, este medio no cumple con las requerimientos adecuados de higiene para mantener los alimentos en óptimas condiciones para el consumo, ya que se ha visto casos, en que dentro de los coches se encuentran los productos para las ventas y encima de estos se encuentran los hijos de los vendedores ambulantes.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile, se desprende que en Talca, la mayoría de vendedores ambulantes hombres ofertan sus productos utilizando carros o bicicletas, mientras que las mujeres utilizan canastas o colocan sus productos en mantas tendidas en el suelo, esto evidencia que existe diferencias con los datos obtenidos en la ciudad de Ibarra, en donde la mayoría, sean hombres o mujeres utilizan coches para ofertar sus productos.

ANÁLISIS DE VARIABLE 17. ¿Tiene problemas con los controles de la policía municipal?

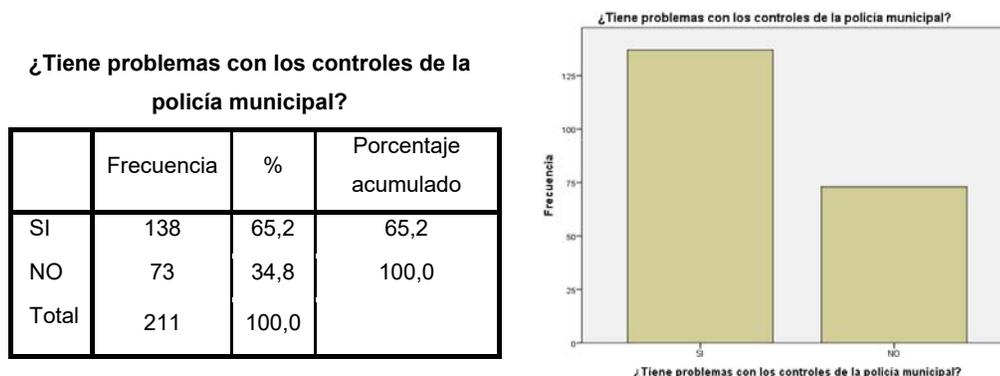


Figura 41: Control de Policía Municipal

Análisis ejecutivo

Según los datos obtenidos mediante encuesta, el 65,2% de vendedores ambulantes ratifican que si han tenido problemas con la Policía Municipal, reconocen que los mismos únicamente tienen relación con los controles que ejecuta esta Unidad Administrativa, esto demuestra que exista una participación activa por parte del Municipio de Ibarra para lograr un control adecuado de las ventas ambulantes.

Análisis comparativo

Según la compañía COMERCIBARRA, en octubre del 2016, se realizó una reunión de directorio en la que se analiza asuntos referentes al funcionamiento de la Compañía y la firma del Convenio Interinstitucional entre el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra y COMERCIBARRA, para brindar una mejor seguridad y evitar las ventas ambulantes en el interior y exterior del Mercado Mayorista Ibarra, con el objeto de alcanzar un control policial municipal más eficiente. Esto demuestra que si guarda relación con los datos obtenidos en las encuestas realizadas en días anteriores en la ciudad de Ibarra, en la que si se

evidencia un control activo por parte de la Policía Municipal a los vendedores ambulantes.

ANÁLISIS DE VARIABLE 18. ¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas ambulantes?

¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas ambulantes?

	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
DE 1 A 5 DÓLARES	16	7,6	7,6
DE 6 A 10 DÓLARES	43	20,5	28,1
DE 11 A 15 DÓLARES	43	20,5	48,6
DE 16 A 20 DÓLARES	46	21,4	70,0
DE 21 A 25 DÓLARES	40	19,0	89,0
MÁS DE 30 DÓLARES	23	11,0	100,0
Total	211	100,0	

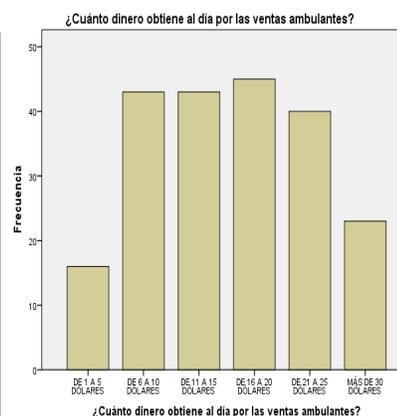


Figura 42: Ingresos diarios por ventas.

Análisis ejecutivo

Se determinó que los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra en su mayoría tiene como ingresos un rango que va entre los 16 a 20 dólares, según estos resultados se determina que los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra, obtienen un ingreso mensual de 448 dólares a 560,00 dólares, con costos mínimos, pues, no pagan arriendos, seguros, impuestos, transporte. Esto evidencia que algunos vendedores ambulantes generan ingresos superiores con relación a personas que ocupan un puesto formal dentro del mercado.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile, con relación a los ingresos que obtienen

los vendedores ambulantes en Talca, el resultado fue que generan ingresos por encima de los que generan los trabajadores formales, esto ratifica la encuesta desarrollada en días anteriores, que los vendedores de Talca e Ibarra, en su mayoría, generan mejores ingresos en relación a los trabajadores formales.

ANÁLISIS DE VARIABLE 19. ¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor ambulante?

¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor ambulante?

	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
DE 1 A 2 AÑOS	58	27,6	27,6
DE 3 A 4 AÑOS	35	16,7	44,3
DE 5 A 6 AÑOS	29	13,8	58,1
DE 7 A 8 AÑOS	6	2,9	61,0
MÁS DE 8 AÑOS	68	31,9	92,9
MENOS 1 AÑO	15	7,1	100,0
Total	211	100,0	

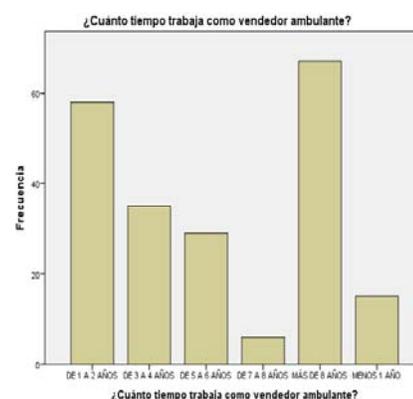


Figura 43: Total tiempo en años como vendedor ambulante.

Análisis ejecutivo

Estos datos nos permiten identificar que los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra han permanecido desarrollando esta actividad por un tiempo mayor a 8 años, esto evidencia que las ventas ambulantes son una actividad que se realiza desde algunos años atrás y que incluso pasa de generación en generación.

Análisis comparativo

Según Bustamante et al. (2016) en su publicación el análisis al comercio ambulante de la región de Maule en Chile, la antigüedad en el comercio informal en Talca, alcanza un promedio de 12 años y hasta llega a 20 años de actividad. Estos

resultados nos indican que existe una similitud con los datos obtenidos en las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra en días anteriores.

2.4.2 Análisis Bivariado

Este análisis permite hacer un estudio comparativo entre una variable dependiente y al menos una variable independiente, para determinar la existencia o no de relación entre estas dos variables, para lo cual se realizan diferentes pruebas de significación estadística. La forma en que se relacionan dos variables se denomina asociación entre dos variables, cuyo fin esencial es determinar la forma en que se distribuye la variable dependiente en función de las diferentes categorías o valores de la variable independiente.

El análisis bivariado se aplicará en el presente estudio, utilizando las siguientes medidas:



Figura 44: Tipo de Análisis Bivariado

RESULTADO ANÁLISIS BIVARIADO:

ANÁLISIS CROSSTAB O TABLA DE CONTINGENCIA

Este análisis nos muestra la asociación y relación de dos variables para analizar y determinar el mayor contingente.

ANÁLISIS CROSSTAB 1

Tabla 5:

Contingencia nivel instrucción y género

Tabla cruzada ¿Cuál es su nivel de instrucción?*¿Seleccione su género?

Recuento

		¿Seleccione su género?		Total
		FEMENINO	MASCULINO	
¿Cuál es su nivel de instrucción?	PRIMARIA	78	37	115
	SECUNDARIA	32	34	66
	UNIVERSIDAD	2	3	5
	NINGUNO	18	7	25
Total		130	81	211

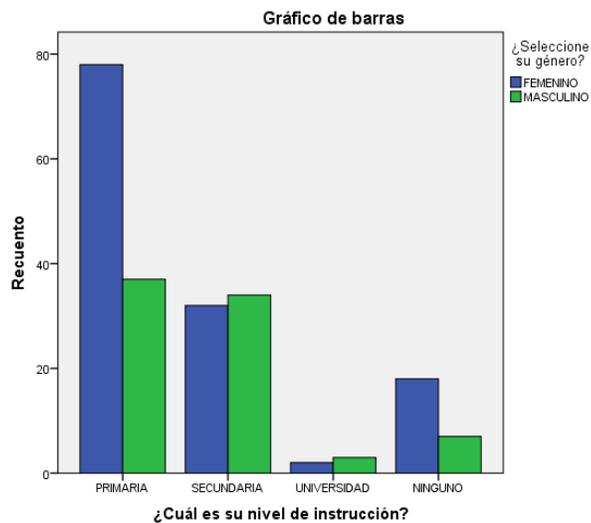


Figura 45: Contingencia instrucción y género

Análisis ejecutivo:

Realizado el cruce de variables sobre los distintos niveles de instrucción que poseen los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra y el género, se observa que la mayor contingencia se asocia y se relaciona con el grupo de sexo femenino y el nivel de instrucción correspondiente a primaria; por consiguiente, esta contingencia de 78 nos permite determinar que este es nuestro mercado potencial.

ANÁLISIS CROSSTAB 2

Tabla 6:

Contingencia cantidad hijos y horas al día de trabajo

Tabla cruzada ¿Cuántos hijos tiene usted? * ¿Cuántas horas al día trabaja?

¿Cuántos hijos tiene usted?	¿Cuántas horas al día trabaja?					Total
	DE 1 A 2 HORAS	DE 2 A 3 HORAS	DE 4 A 5 HORAS	DE 6 A 7 HORAS	MÁS DE 8 HORAS	
DE 0 A 1 HIJO	0	4	18	15	35	72
DE 2 A 4 HIJOS	1	3	20	31	46	101
DE 5 A 6 HIJOS	0	0	5	9	13	27
DE 7 A 8 HIJOS	0	0	4	3	0	7
MÁS DE 9 HIJOS	0	0	1	2	1	4
Total	1	7	48	60	95	211

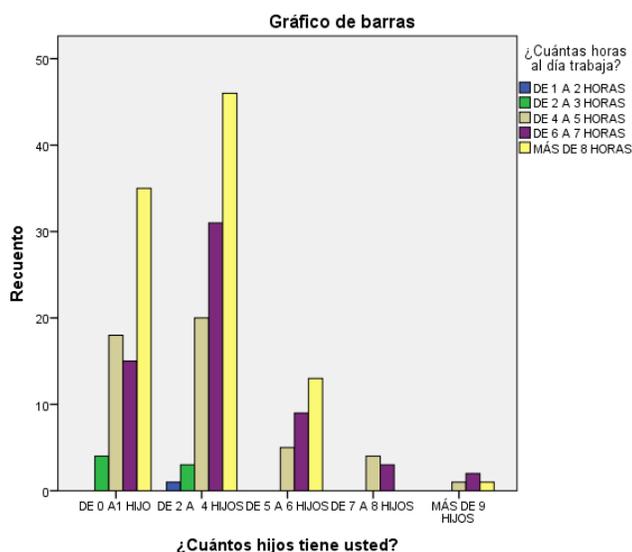


Figura 46: Contingencia hijos y horas trabajo

Análisis ejecutivo

Realizado el cruce de variables sobre cuántos hijos tienen los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra y las horas de trabajo al día, se observa que la mayor contingencia se asocia y relaciona con los grupos de los que tienen de 2 a 4 hijos y trabajan más horas; por consiguiente esta contingencia de 46 nos permite determinar que este es nuestro mercado potencial.

ANÁLISIS CROSSTAB 3

Tabla 7:

Contingencia rol actividad y conformidad

Tabla cruzada ¿La actividad que realiza es de...?*¿Le gusta trabajar como vendedor ambulante?

		¿Le gusta trabajar como vendedor ambulante?		Total
		SI	NO	
¿La actividad que realiza es de...?	DUEÑO	108	27	135
	SOCIO	1	0	1
	VENDEDOR	53	15	68
	PRODUCTOR	7	0	7
Total		169	42	211

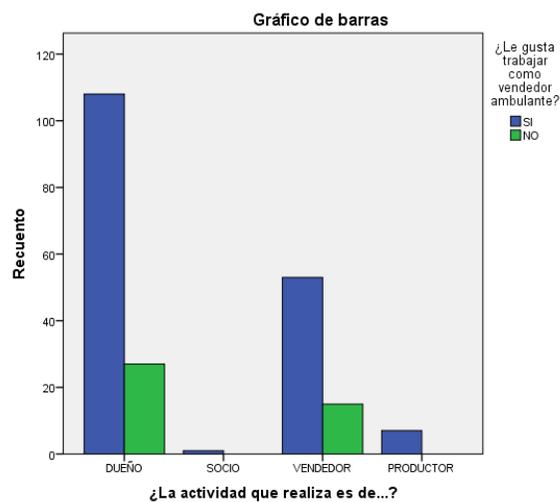


Figura 47: Contingencia rol actividad y conformidad

Análisis ejecutivo

Realizado el cruce de variables sobre el rol que cumple en la actividad que realiza y si le gusta trabajar como vendedor ambulante, se observa que la mayor contingencia se asocia y se relaciona con los grupos que cumplen la actividad como dueños y que sí les gusta trabajar como vendedores ambulantes; por consiguiente esta contingencia de 108 nos permite determinar que este es nuestro mercado potencial.

ANÁLISIS CROSSTAB 4

Tabla 8:

Contingencia ingresos y oportunidad de estudio

Tabla cruzada ¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas ambulantes? * ¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo?

		¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo?		Total
		SI	NO	
¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas ambulantes?	DE 1 A 5 DÓLARES	7	9	16
	DE 6 A 10 DÓLARES	33	10	43
	DE 11 A 15 DÓLARES	31	12	43
	DE 16 A 20 DÓLARES	37	9	46
	DE 21 A 25 DÓLARES	33	7	40
	MÁS DE 30 DÓLARES	22	1	23
Total		163	48	211

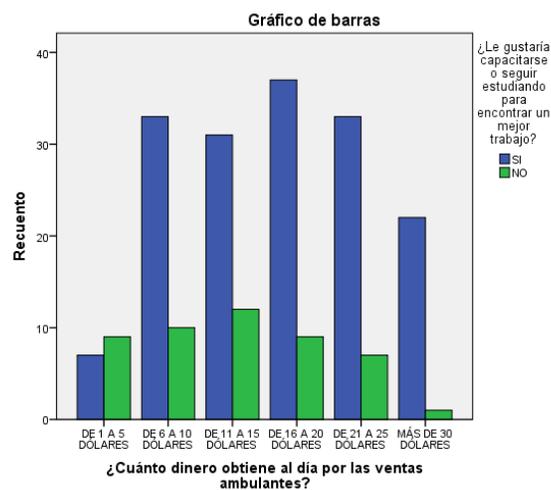


Figura 48: Contingencia ingresos y oportunidad de estudio

Análisis ejecutivo

Realizado el cruce de variables sobre cuánto dinero obtiene y si le gusta capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo, se observa que la mayor contingencia se asocia y se relaciona con los grupos que obtienen al día por las ventas de 16 a 20 dólares y que sí les gustaría capacitarse y seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo; por consiguiente esta contingencia de 37 nos permite determinar que este es nuestro mercado potencial.

ANÁLISIS ANOVA

Es la relación entre dos variables con respecto a su promedio.

ANÁLISIS ANOVA 1

Hipótesis:

H₀: Hipótesis Nula: Si hay relación entre los productos que venden los vendedores ambulantes y **los medios que utilizan los vendedores ambulantes para ofertar sus productos.**

H₁: Hipótesis Alternativa: No hay relación entre los productos que venden los vendedores ambulantes y **los medios que utilizan los vendedores ambulantes para ofertar sus productos.**

Tabla 9:

Anova productos y medios para ofertar

ANOVA

¿Qué productos vende?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	55,611	4	13,903	6,658	,000
Dentro de grupos	430,180	207	2,088		
Total	485,791	211			

Entonces, si:

H_0 : Si A y B es mayor a 5% se rechaza la hipótesis.

H_1 : Si A y B es menor a 5% se acepta la hipótesis.

En este caso el grado de significancia es $\leq 0,05$ Acepto H_0 , por lo tanto si hay relación.

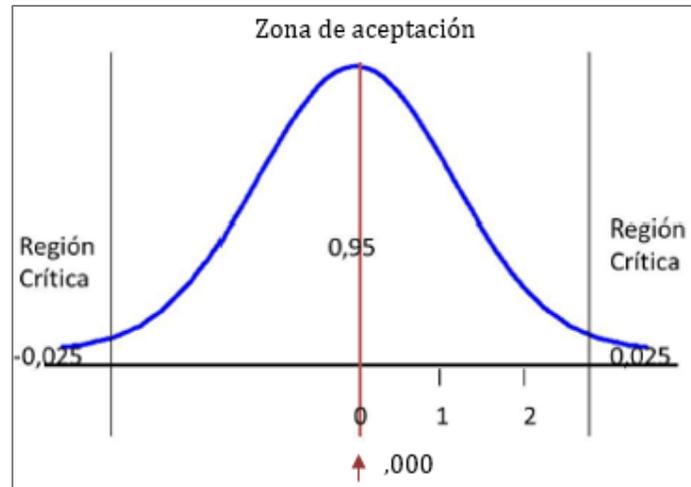


Figura 49: Significancia productos y medio para ofertar

Análisis ejecutivo

Una vez realizada la Anova para las variables podemos observar que el nivel de significancia se encuentra dentro de la zona de aceptación, debido a que este caso es: 0,000, esto nos indica, que las variables se encuentran estrechamente relacionadas, lo que da a entender que el proyecto es viable.

ANÁLISIS ANOVA 2

Hipótesis:

H_0 : Hipótesis Nula: Si hay relación entre usted recorre con sus productos y **cuánto dinero obtiene al día por las ventas.**

H₁: Hipótesis Alternativa: No hay relación entre usted recorre con sus productos y cuánto dinero obtiene al día por las ventas.

Tabla 10:

Anova ingresos y recorre la ciudad.

ANOVA

¿Usted recorre la ciudad con sus productos?

	Suma de cuadrados	gl.	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	3,887	5	,777	6,654	,000
Dentro de grupos	23,952	206	,117		
Total	27,839	211			

El grado de significancia es $\leq 0,05$ Acepto H₀, por lo tanto si hay relación.

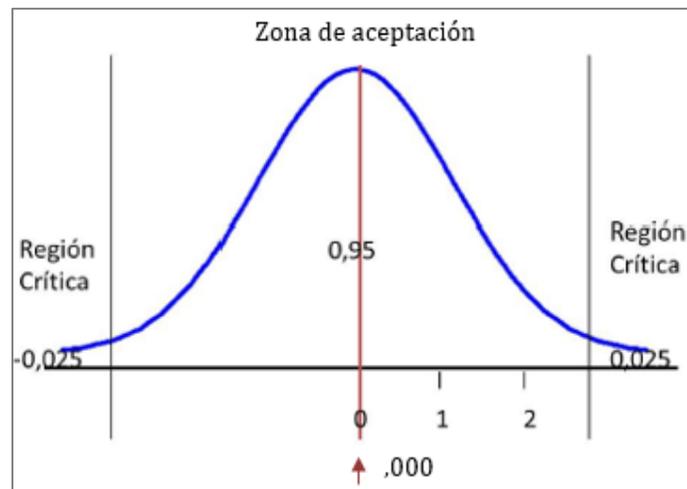


Figura 50: Significancia recorre la ciudad e ingresos.

Análisis ejecutivo

Una vez realizada la Anova, para las variables podemos observar que el nivel de significancia se encuentra dentro de la zona de aceptación, debido a que este caso es: 0,000, esto nos indica que las variables se encuentran estrechamente relacionadas, lo que da a entender que el proyecto es viable.

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN

Es la asociación entre dos o más variables de estudio, que se mide a través de una correlación de tipo alta, media o baja, con el objeto de poder determinar si existe o no relación entre las variables de estudio.

El coeficiente obtenido en el análisis, puede interpretarse en la siguiente escala:

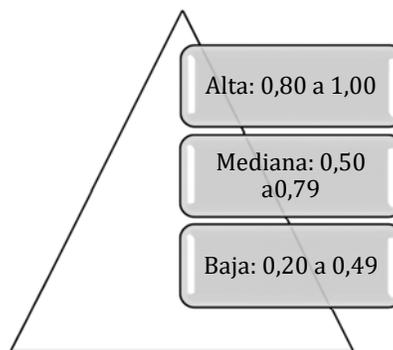


Figura 51: Escala en el coeficiente de correlación

ANÁLISIS CORRELACIÓN 1

Tabla 11:

Correlación edad y número de hijos

Correlaciones			
		¿Cuántos años tiene usted?	¿Cuántos hijos tiene usted?
¿Cuántos años tiene usted?	Correlación de Pearson	1	,622**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	211	211
¿Cuántos hijos tiene usted?	Correlación de Pearson	,622**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	211	211

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



Figura 52: Correlación edad y número de hijos

Análisis ejecutivo

De acuerdo al análisis de correlación entre variables, la edad de los vendedores ambulantes y el nivel de ingresos se puede determinar que presenta una correlación mediana con el valor de 0,622. Por lo que se establece que las variables de estudio tienen validez y el proyecto es viable.

ANÁLISIS CORRELACIÓN 2

Tabla 12:

Correlación días trabajo y horas trabajo.

Correlaciones			
		¿Cuántos días a la semana trabaja?	¿Cuántas horas al día trabaja?
¿Cuántos días a la semana trabaja?	Correlación de Pearson	1	,348**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	211	211
¿Cuántas horas al día trabaja?	Correlación de Pearson	,348**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	211	211

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



Figura 53: Correlación días trabajo y horas trabajo

Análisis ejecutivo

De acuerdo al análisis de correlación entre variables, días a la semana de trabajo y horas de trabajo al día se puede determinar que presenta una correlación baja con el valor de 0,348, sin embargo se establece que las variables de estudio tienen una correlación positiva y el proyecto es aceptable.

ANÁLISIS DE CHI-CUADRADO

Es la relación y asociación entre dos o tres variables de estudio, la misma que se basa en los datos observados frente a los esperados.

ANÁLISIS DE CHI-CUADRADO 1

H₀: si, ¿Cuántos hijos tiene?, ¿Qué productos vende? y ¿Qué medio utiliza para transportar sus productos?, es mayor al 5%. Rechazo H₀.

H₁: si, ¿Cuántos hijos tiene?, ¿Qué productos vende? y ¿Qué medio utiliza para transportar sus productos?, es menor al 5%. Acepto H₁.

Tabla 13:

Chi- Cuadrado (Hijos-productos-Medios)

Estadísticos de prueba			
	¿Cuántos hijos tiene usted?	¿Qué productos vende?	¿Qué medio utiliza para transportar sus productos?
Chi-cuadrado	172,389 ^a	13,431 ^a	62,578 ^a
gl	4	4	4
Sig. asintótica	,000	,009	,000

a. 0 casillas (,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 42,2.

En el análisis CHI cuadrado se puede observar que las tres variables seleccionadas: número de hijos, productos que ofertan y el medio que utilizan para

transportar productos, debido a que los cálculos realizados determinan que se encuentran dentro de la zona de aceptación, con valores de significancia de .000, .009 y .000 respectivamente, por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa y se determina que el proyecto es viable.

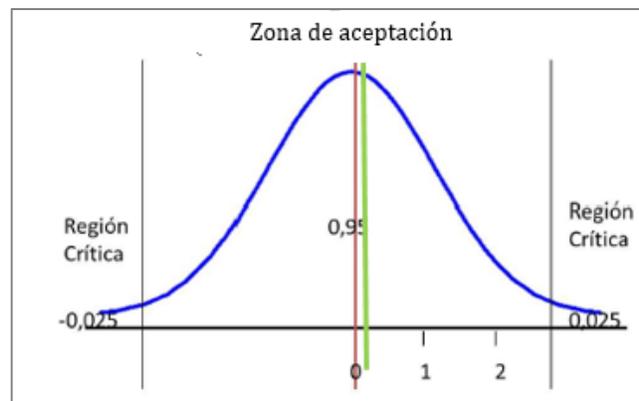


Figura 54: Chi- Cuadrado (Hijos-productos-Medios)

ANÁLISIS DE CHI-CUADRADO 2

H₀: si, ¿Seleccione su género?, ¿Cuántos días a la semana trabaja? y ¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor ambulantes?, es mayor al 5%. Rechazo H₀.

H₁: si, ¿Seleccione su género?, ¿Cuántos días a la semana trabaja? y ¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor ambulantes?, es menor al 5%. Acepto H₁.

Tabla 14:

Chi- cuadrado (género - días trabajo – tiempo trabajo en años).

Estadísticos de prueba			
	¿Seleccione su género?	¿Cuántos días a la semana trabaja?	¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor ambulante?
Chi-cuadrado	11,379 ^a	66,706 ^b	82,318 ^c
gl	1	3	5
Sig. asintótica	,001	,000	,000

- a. 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 105,5.
- b. 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 52,8.
- c. 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 35,2.

Análisis ejecutivo

En el análisis CHI cuadrado se puede observar que las tres variables seleccionadas: género, días a la semana de trabajo y tiempo trabajando como vendedor ambulante, debido a que los cálculos realizados determinan que se encuentran dentro de la zona de aceptación, con valores de significancia de .001, .000 y .000 respectivamente, por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa y se determina que el proyecto es viable.

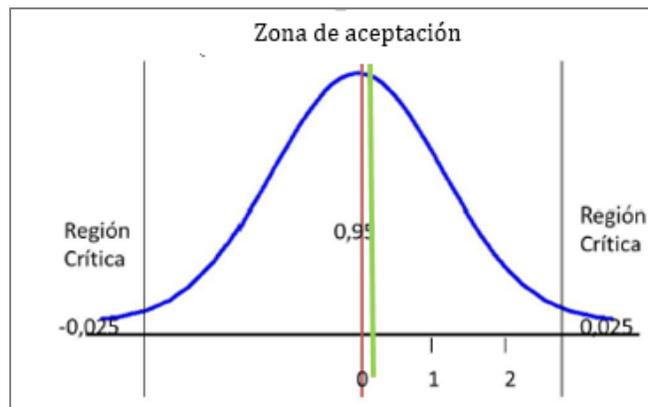


Figura 55: Chi- cuadrado (género - días trabajo – tiempo trabajo en años).

El análisis univariado ha permitido verificar los efectos de variables independientes sobre una variable dependiente, en la que se intenta establecer una relación causal entre la variable independiente y un cambio en la variable dependiente, mientras que el análisis bivariado permite estudiar cómo una variable influye en la otra.

CAPÍTULO III

3. APLICACIÓN MODELO MULTIVARIANTE DE REGRESIÓN

3.1 Descripción modelo multivariante

Es una técnica matemática de ecuaciones de primer grado con dos incógnitas, cuyo propósito es analizar un conjunto de datos del que dependen varias variables, proporcionadas por cada individuo y objeto estudiado. Se emplea el método multivariante cuando los métodos estadísticos univariantes y bivariantes no han sido suficientes para conseguir los resultados esperados dentro del análisis.

3.1.1 Objetivos del análisis multivariante

1. Permite simplificar grandes conjuntos de datos.
2. Encontrar relaciones entre variables e individuos, cuando miden una característica en común o son semejantes entre sí.
3. Proporciona un carácter exploratorio y no tanto inferencial.
4. Sirve de apoyo al investigador en la toma de decisiones acertadas, por la información que proporciona de acuerdo al conjunto de datos analizado.

3.1.2 Regresión

En el presente análisis multivariado se utilizará la regresión, definida como el método estadístico matemático que permite hacer pronósticos sobre el comportamiento de cierta variable en relación a otras, permitiendo traer los datos del presente y proyectarlos a futuro.

Existen varios tipos de regresión:

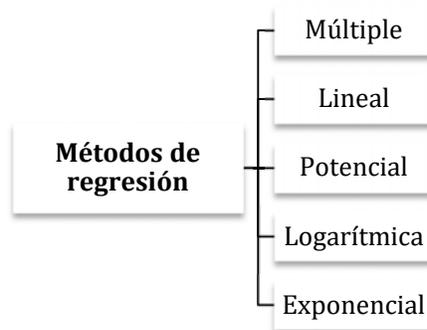


Figura 56: Métodos de regresión

Fuente: (Mantilla, 2015)

El método de regresión múltiple se utilizará en la presente investigación para realizar el análisis de variables, el cual se define como:

Regresión múltiple: método que permite medir la relación entre una variable dependiente y dos o más variables independientes. Se expresa a través del siguiente modelo lineal:

$$y = a + bx + cx \dots nx$$

3.1.3 Aplicación análisis multivariante de regresión:

Análisis regresión múltiple 1:

Tabla 15:

Regresión múltiple análisis 1

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
	(Constante)	3,414	,544		
¿Qué productos vende?	-,015	,067	-,016	-,224	,823
¿Cuántos días a la semana trabaja?	,190	,104	,125	1,819	,070
¿Por qué se hizo vendedor ambulante?	-,155	,139	-,077	-1,112	,267

a. Variable dependiente: ¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas ambulantes?

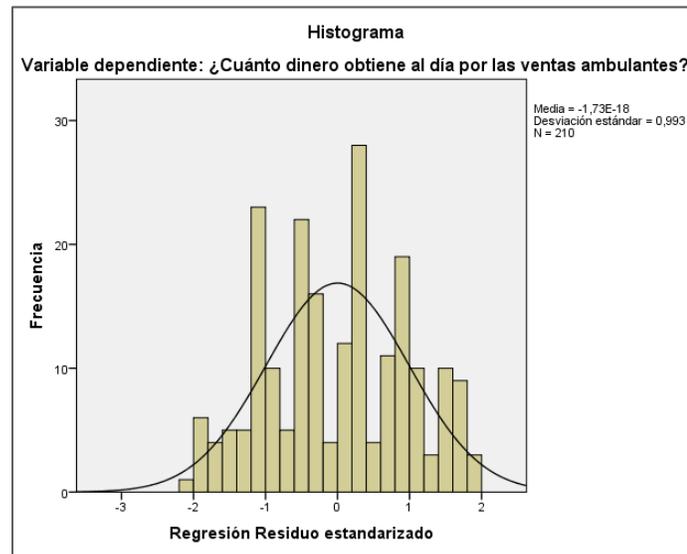


Figura 57: Histograma regresión múltiple 1

Proyección para 2 años:

Mediante el modelo de regresión lineal múltiple, se realiza la proyección de las variables para dos años siguientes, es decir para el año 2019:

$$Y_c = a + bx + cx + dx$$

$$x = 2 \quad a = 3,41 \quad b = -0,015 \quad c = 0,19 \quad d = -0,155$$

$$Y_c = 3,41 + (-0,015)(2) + (0,19)(2) + (-0,155)(2)$$

$$Y_c = 3,41 + (-0,03) + (0,38) + (-0,31)$$

$$Y_c = 3,41 - 0,03 + 0,38 - 0,31$$

$$Y_c = \mathbf{3,46}$$

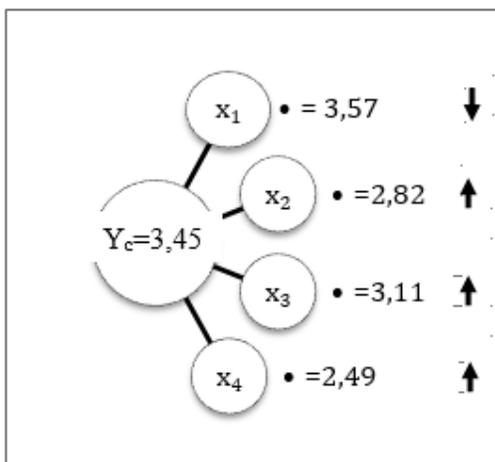
Para realizar la comparación con el año en curso, se toman en cuenta las medias de las variables:

Tabla 16:

Media de variables para regresión múltiple 1

		Estadísticos			
		¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas ambulantes?	¿Qué productos vende?	¿Cuántos días a la semana trabaja?	¿Por qué se hizo vendedor ambulante?
N	Válido	211	211	211	210
	Perdidos	0	0	0	1
	Media	3,57	2,82	3,11	2,49

Realizado el cruce de variables ¿Qué productos vende?* ¿Cuántos días a la semana trabaja?* ¿Por qué se hizo vendedor ambulante? (variables independientes) / **¿Cuánto dinero obtiene al día por las ventas ambulantes? (variable dependiente)**, se establece la siguiente comparación entre el valor proyectado y las medias de las variables, para determinar si son mayores (↑) o menores (↓) a la proyección:

**Figura 58:** Comparación 1 (Proyección para 2 años)

Por lo tanto, comparando la proyección de 3,45 de dos años, frente a las medias de las variables del año 2017, tenemos los siguientes resultados:

X_1 = se observa que la variable correspondiente al dinero que obtienen al día por las ventas los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, tiene un disminución a futuro, esto puede producirse por un mayor control por parte del Municipio de la ciudad de Ibarra o porque la ciudadanía ya no preferirá comprar productos ofertados en las calles que no brindan ningún tipo de garantía.

X_2 = respecto a la variable correspondiente a qué productos venden los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra, las cifras indican que existirá un aumento a futuro, esto se traduce a que la variedad de productos que se ofertan, se incrementarán en años venideros.

X_3 = respecto a la variable cuántos días a la semana trabaja, tiene un aumento a futuro, esto evidencia que los vendedores ambulantes en los próximos años aumentarán sus horas de trabajo y eso se traducirá en más días en los que los comerciantes informales se dediquen a esta actividad, es decir que se seguirá irrespetando la capacidad horaria laboral máxima que se encuentra establecida ley.

X_4 = se observa que la variable correspondiente a porque razón se hizo vendedor ambulante, a futuro tiene un incremento, esto evidencia que posiblemente en los próximos dos años, cada vez más personas se dedicarán a este trabajo informal, tomando como motivo el hecho de que no existen suficientes fuentes de empleo, y los niveles de educación no superan la instrucción primaria.

Proyección para 3 años:

Mediante el modelo de regresión lineal múltiple, se realiza la proyección de las variables para tres años siguientes, es decir para el año 2020:

$$Yc = a + bx + cx + dx$$

$$x = 3 \quad a = 3,41 \quad b = -0,015 \quad c = 0,19 \quad d = -0,155$$

$$Yc = 3,41 + (-0,015)(3) + (0,19)(3) + (-0,155)(3)$$

$$Yc = 3,41 + (-0,045) + (0,57) + (-0,465)$$

$$Y_c = 3,41 - 0,45 + 0,57 - 0,465 = 3,07$$

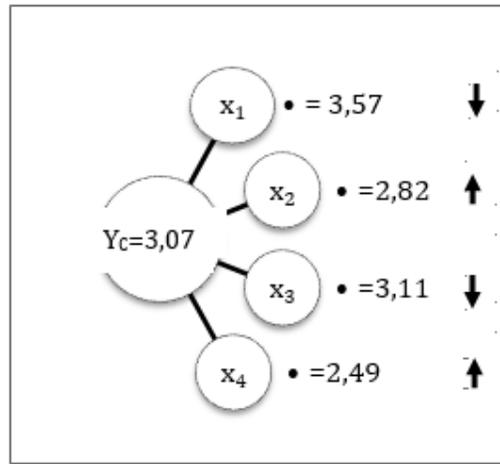


Figura 59: Comparación 1 (Proyección para 3 años)

Comparando la proyección de 3,07 de tres años, frente a las medias de las variables dependientes, se observa que dos son menores a la proyección y otras dos son mayores, por consiguiente se establece que:

X_1 = la variable correspondiente a cuánto dinero obtienen al día por las ventas los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, tiene una disminución a futuro, esto evidencia una similitud, en relación con la proyección anterior.

X_2 = respecto a la variable correspondiente a qué productos venden los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra, las cifras indican que se mantendrá un aumento a futuro.

X_3 = la variable correspondiente a cuántos días a la semana trabaja, presenta una disminución, lo que evidencia que los vendedores ambulantes reducirán sus días de trabajo al tercer año de proyección.

X_4 = en relación a la variable de por qué razón se hizo vendedor ambulante, se puede observar que al tercer año mantiene un incremento, igual que el segundo año de proyección.

Proyección para 4 años:

Mediante el modelo de regresión lineal múltiple, se realiza la proyección de las variables para dos años siguientes, es decir para el año 2021:

$$Y_c = a + bx + cx + dx$$

$$x = 4 \quad a = 3,41 \quad b = -0,015 \quad c = 0,19 \quad d = -0,155$$

$$Y_c = 3,41 + (-0,015)(4) + (0,19)(4) + (-0,155)(4)$$

$$Y_c = 3,41 + (-0,06) + (0,76) + (-0,62)$$

$$Y_c = 3,41 - 0,06 + 0,76 - 0,62$$

$$Y_c = 3,49$$

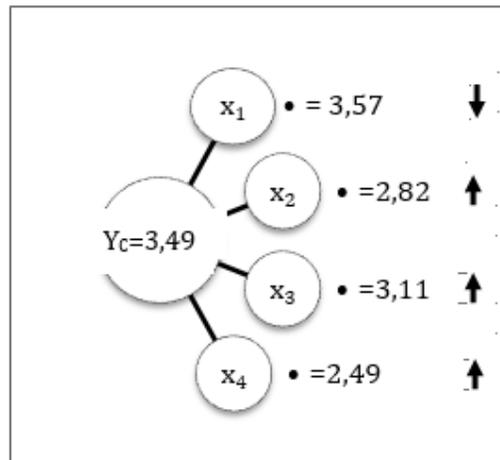


Figura 60: Comparación 1 (Proyección para 4 años)

Comparando la proyección de 3,49 de cuatro años, frente a las medias de las variables dependientes se observa que tres son menores a la proyección, y tan solo una resultó mayor, por consiguiente se establece que:

X₁= la variable correspondiente al dinero que obtienen al día por las ventas los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, tiene un disminución a futuro, esto evidencia una similitud, en relación con los años anteriores de proyección.

X₂ = respecto a la variable correspondiente a qué productos venden los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra, las cifras indican que se mantendrá un aumento, similar a los años anteriores de proyección.

X₃ = la variable correspondiente a cuántos días a la semana trabaja, presenta un aumento, lo que evidencia que los vendedores ambulantes incrementarán sus días de trabajo nuevamente al cuarto año.

X₄ = en relación a la variable de porqué razón se hizo vendedor ambulante, se puede observar que a futuro mantienen un incremento, igual que el segundo y tercer año de proyección.

Análisis regresión lineal 2:

Tabla 17:

Regresión múltiple análisis 2.

Modelo	Coeficientes ^a				
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	3,390	,492		6,894	,000
¿Qué beneficios recibe del Gobierno o Municipio?	-,004	,066	-,004	-,062	,951
¿Le gusta trabajar como vendedor ambulante?	-,081	,180	-,031	-,450	,653
¿Tiene problemas con los controles de la policía municipal?	-,144	,151	-,067	-,956	,340

a. Variable dependiente: ¿Cuántos años tiene usted?

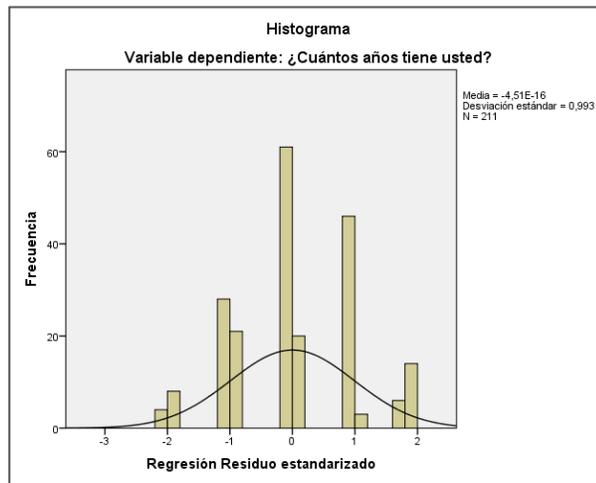


Figura 61: Histograma regresión múltiple 2

Proyección para 2 años:

$$Yc = a + bx + cx + dx$$

$$x = 2 \quad a = 3,39 \quad b = -0,04 \quad c = -0,081 \quad d = -0,144$$

$$Yc = 3,39 + (-0,04)(2) + (-0,081)(2) + (-0,144)(2)$$

$$Yc = 3,39 + (-0,08) + (-0,162) + (-0,288)$$

$$Yc = 3,39 - 0,08 - 0,162 - 0,288$$

$$Yc = \mathbf{2,86}$$

Tabla 18:

Media de variables para regresión múltiple 2

Estadísticos					
		¿Cuántos años tiene usted?	¿Qué beneficios recibe del Gobierno o Municipio?	¿Le gusta trabajar como vendedor ambulante?	¿Tiene problemas con los controles de la policía municipal?
N	Válido	211	211	211	211
	Perdidos	0	0	0	0
	Media	3,08	5,61	1,20	1,35

Realizado el cruce de variables ¿Qué beneficios recibe el Gobierno o Municipio?*¿Le gusta trabajar como vendedor ambulante?*¿Tiene problemas con los controles de la policía municipal? (variables independientes) / **¿Cuántos años tiene usted? (variable dependiente)**, se realiza la siguiente comparación entre el valor proyectado y las medias de las variables de año 2017, para determinar si son mayores (↑) o menores (↓) a la proyección:

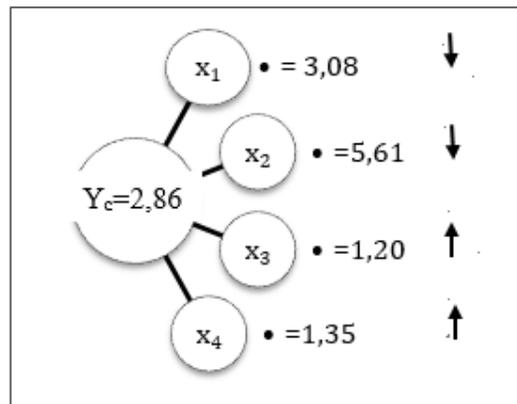


Figura 62: Comparación 2 (Proyección a 2 años)

Por lo tanto, comparando la proyección de 2,86 frente a las medias de las variables tenemos los siguientes resultados:

X_1 = se observa que la variable correspondiente a la edad promedio que poseen los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, tiene una reducción a futuro, esto evidencia que la edad promedio en vendedores ambulantes puede disminuir, convirtiéndose a futuro en una población más joven o de adultos mayores.

X_2 = respecto a la variable correspondiente a los beneficios que reciben los vendedores ambulantes del Municipio o Estado, tiene una disminución a futuro, evidenciando de esta forma que la gestión o el apoyo recibido por parte del Municipio o el Estado hacia los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, es mínimo; demostrando que continua la falta de preocupación o interés por parte del Municipio o Estado para poder alcanzar un acuerdo, que permita lograr la inclusión en mercados formales de los vendedores ambulantes.

X_3 = respecto a la variable le gusta trabajar como vendedor ambulante, se determina un aumento a futuro, esto evidencia que con el pasar de los años, el número de personas a las que les gustará trabajar como vendedores ambulantes será superior, lo cual puede deberse a que cada vez más personas tienen bajo nivel educativo y optan por las ventas ambulantes como su único medio de sustento, pues no exige ningún tipo de especialización.

X_4 = respecto a la variable tienen problemas con los controles de la policía municipal, se evidencia que a futuro va a tener un aumento, esto evidenciaría que el contingente de policías municipales en años posteriores va a ser superior, por lo que se esperaría un mejor control de vendedores ambulantes en las calles por parte de las autoridades.

Proyección 3 años:

$$Y_c = a + bx + cx + dx$$

$$x = 3 \quad a = 3,39 \quad b = -0,04 \quad c = -0,081 \quad d = -0,144$$

$$Y_c = 3,39 + (-0,04)(3) + (-0,081)(3) + (-0,144)(3)$$

$$Y_c = 3,39 + (-0,12) + (-0,243) + (-0,432)$$

$$Y_c = 3,39 - 0,12 - 0,243 - 0,432$$

$$Y_c = 2,59$$

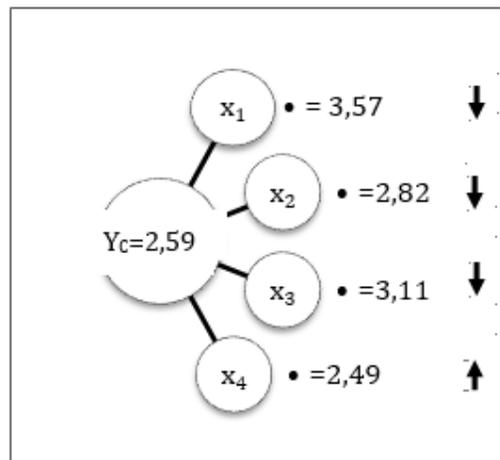


Figura 63: Comparación 2 (Proyección de 3 años)

Comparando la proyección de 2,59 de tres años, frente a las medias de las variables dependientes se observa que todas son menores a la proyección, por consiguiente se establece que:

X_1 = se observa que la variable correspondiente a la edad promedio que poseen los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, tiene una reducción a futuro, similar a la proyección de dos años

X_2 = respecto a la variable correspondiente a los beneficios que reciben los vendedores ambulantes del Municipio o Estado, también mantiene una disminución a futuro.

X_3 = respecto a la variable le gusta trabajar como vendedor ambulante, se determina que se mantiene también una disminución a futuro, esto evidencia que con el pasar de los años, reducirá el número de personas a las que les gustará trabajar como vendedores ambulantes, lo cual puede deberse a que estas personas busquen mejores oportunidades de trabajo o porque las personas no reciban los ingresos por ventas deseados.

X_4 = la variable tienen problemas con los controles de la policía municipal, mantiene un aumento a futuro, similar a la proyección de dos años.

Proyección 4 años:

$$Y_c = a + bx + cx + dx$$

$$x = 3 \quad a = 3,39 \quad b = -0,04 \quad c = -0,081 \quad d = -0,144$$

$$Y_c = 3,39 + (-0,04)(4) + (-0,081)(4) + (-0,144)(4)$$

$$Y_c = 3,39 + (-0,16) + (-0,324) + (-0,576)$$

$$Y_c = 3,39 - 0,16 - 0,324 - 0,576$$

$$Y_c = 2,33$$

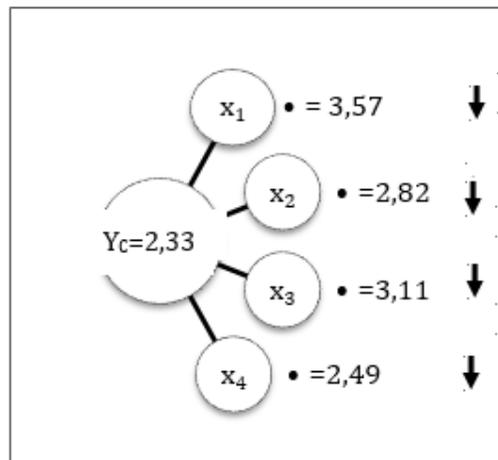


Figura 64: Comparación 2 (Proyección de 4 años)

Comparando la proyección de 2.33 de cuatro años, frente a las medias de las variables dependientes se observa que todas son menores a la proyección, por consiguiente se establece que:

X_1 = se observa que la variable correspondiente a la edad promedio que poseen los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, tiene una reducción a futuro, similar a la proyección de dos años

X₂= respecto a la variable correspondiente a los beneficios que reciben los vendedores ambulantes del Municipio o Estado, mantiene una disminución a futuro, similar a la proyección de años anteriores.

X₃ = respecto a la variable le gusta trabajar como vendedor ambulante, se determina que se mantiene la disminución a futuro.

X₄ = la variable tienen problemas con los controles de la policía municipal, tiene una disminución a futuro, esto evidencia que las autoridades municipales pueden volver a prescindir de efectivos de la policía municipal o que los vendedores ambulantes aumenten su número y sea insuficiente nuevamente el contingente disponible de policías municipales, lo que ocasionaría que se vuelva a un control ineficiente sobre las ventas ambulantes.

Análisis de regresión múltiple 3

Tabla 19:

Regresión múltiple análisis 3.

Modelo	Coeficientes ^a				
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	1,161	,289		4,018	,000
¿Usted recorre la ciudad con sus productos?	,230	,160	,095	1,439	,152
¿La actividad que realiza es de...?	-,134	,057	-,155	-2,351	,020
¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo?	,584	,138	,280	4,230	,000

a. Variable dependiente: ¿Cuántos hijos tiene usted?

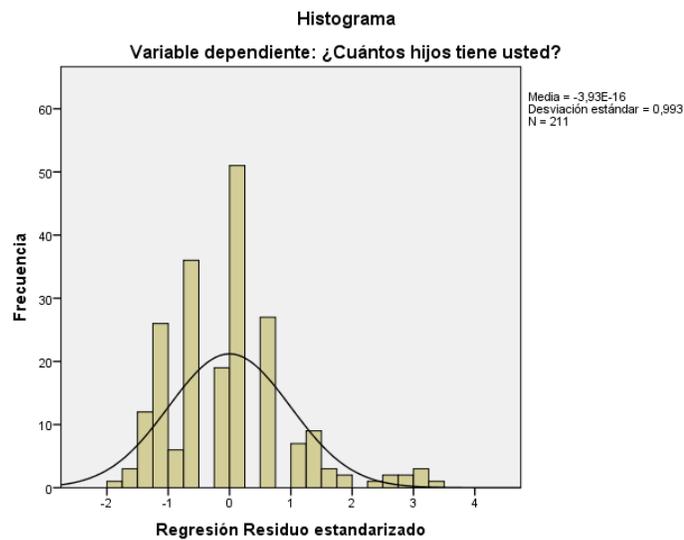


Figura 65: Histograma regresión múltiple 3.

Proyección para 2 años

Mediante el modelo de regresión línea, se realiza la proyección de las siguientes variables:

$$Yc = a + bx + cx + dx$$

$$x = 2 \quad a = 1,161 \quad b = 0,230 \quad c = -0,134 \quad d = 0,584$$

$$Yc = 1,161 + (0,230)(2) + (-0,134)(2) + (0,584)(2)$$

$$Yc = 1,161 + (0,46) + (-0,268) + (1,168)$$

$$Yc = 1,161 + 0,46 - 0,268 + 1,168$$

$$Yc = \mathbf{2,521}$$

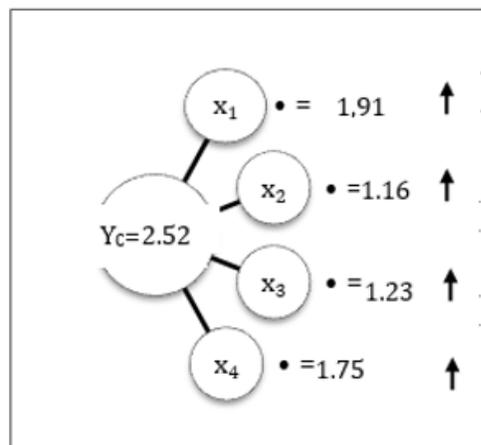
Para realizar la comparación con el año en curso, se toman en cuenta las medias de las variables:

Tabla 20:

Media de variables para análisis multivariante 3

Estadísticos				
	¿Cuántos hijos tiene usted?	¿Usted recorre la ciudad con sus productos?	¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo?	¿La actividad que realiza es de...?
N	Válido	211	211	211
	Perdidos	0	0	0
	Media	1,91	1,16	1,23

Realizado el cruce de variables ¿Usted recorre la ciudad con sus productos? *¿La actividad que realiza es de...?*¿Le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo (variables independientes) / ¿Cuántos hijos tiene usted? (variable dependiente), se realiza la siguiente comparación entre el valor proyectado y las medias de las variables de año 2017, para determinar si son mayores (↑) o menores (↓) a la proyección:

**Figura 66:** Comparación 3 (Proyección para 2 años)

Comparando la proyección de 2.52 de dos años, frente a las medias de las variables dependientes se observa que todas son menores a la proyección, por consiguiente se establece que:

X_1 = la variable correspondiente al número de hijos que tienen los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra, tiene un aumento a futuro, esto evidencia que en años posteriores puede existir un aumento en la tasa de natalidad de la población que ocupa un bajo nivel económico.

X_2 = respecto a la variable correspondiente a si los vendedores ambulantes recorren la ciudad con sus productos, tienen un aumento, esto evidencia que a futuro serán más personas las que recorran los espacios públicos ofertando sus productos, debido a un control deficiente por parte de las autoridades municipales.

X_3 = respecto a la variable que rol cumple el vendedor ambulante en la actividad que realiza, se determina que se mantiene un aumento a futuro, esto evidencia que cada vez más gente tendrá la iniciativa de dedicarse a vendedores ambulantes por el hecho de que se vuelven sus propios jefes y no tienen que rendir cuenta a nadie.

X_4 = la variable le gustaría capacitarse o seguir estudiando para encontrar un mejor trabajo, tiene un aumento a futuro, esto evidencia que los vendedores ambulantes continuarán con esas ganas de poder culminar sus estudios, capacitarse o especializar para poder encontrar un trabajo que brinde mayor seguridad en todo sentido, pero que no podrán hacerlo porque existen muchos factores que les impide hacerlo.

Proyección para 3 años

Se realiza la proyección de las siguientes variables, para tres años a futuro:

$$Y_c = a + bx + cx + dx$$

$$x = 2 \quad a = 1,161 \quad b = 0,230 \quad c = -0,134 \quad d = 0,584$$

$$Y_c = 1,161 + (0,230)(3) + (-0,134)(3) + (0,584)(3)$$

$$Y_c = 1,161 + (0,69) + (-0,402) + (1,752)$$

$$Y_c = 1,161 + 0,69 - 0,402 + 1,752 = \mathbf{3,20}$$

$$Y_c = 3,20$$

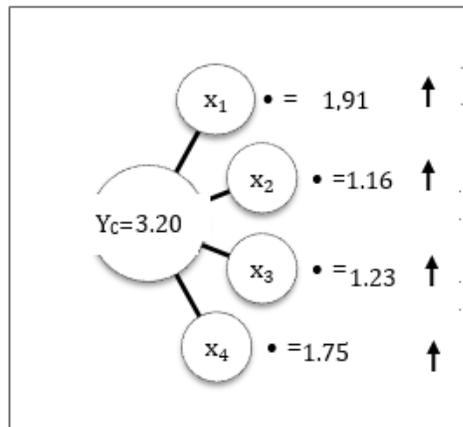


Figura 67: Comparación 3 (Proyección para 3 años)

De acuerdo al cálculo de la regresión se obtiene 3,20 que en comparación con las medias de las variables que son menores, se entiende que este proyecto tiende a incrementarse en los próximos tres años, en cada variable de estudio.

Proyección para 4 años

Se realiza la proyección de las siguientes variables, para cuatro años a futuro:

$$Y_c = a + bx + cx + dx$$

$$x = 2 \quad a = 1,161 \quad b = 0,230 \quad c = -0,134 \quad d = 0,584$$

$$Y_c = 1,161 + (0,230)(4) + (-0,134)(4) + (0,584)(4)$$

$$Y_c = 1,161 + (0,92) + (-0,536) + (2,336)$$

$$Y_c = 1,161 + 0,92 - 0,536 + 2,336 = \mathbf{3,88}$$

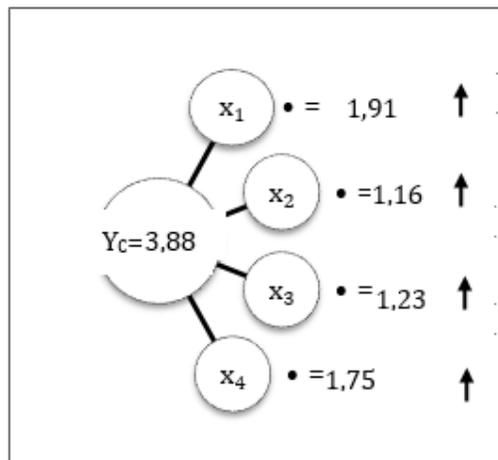


Figura 68: Comparación 3 (Proyección para 4 años)

De acuerdo al cálculo de la regresión se obtiene 3,88 que en comparación con las medias de las variables que son menores, se entiende que este proyecto tiende a incrementarse en los próximos cuatro años, en cada variable de estudio.

La aplicación del modelo multivariante de regresión múltiple evidencia una multitud de pasos y procesos que permiten visualizar a futuro o con un horizonte de años por venir, lo que puede suceder a cada variable de estudio realizada el respectivo pronóstico, razón por la cual el presente análisis determinó el comportamiento que tendrán los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra en los siguientes dos, tres y cuatro años.

CAPÍTULO IV

4. ESTRATEGIAS Y PROPUESTA

4.1 Estrategias

4.1.1 Definición

Según Cuervo (2004) la creación de riqueza y el dinamismo de un país se sustentan sobre la competitividad que motiva el crecimiento de las actividades económicas en los sectores productivos, y ésta depende básicamente de las capacidades de las personas y su formación profesional. En tal sentido y con relación al tema de investigación, surge la necesidad de formular estrategias que permitan mejorar la situación y condiciones que atraviesan los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra, focalizando los esfuerzos en lograr que estas personas alcancen un nivel educativo adecuado para que promuevan el desarrollo económico y productivo de la ciudad de Ibarra.

Según Burgelman (2002) la estrategia es la teoría que la alta dirección tiene sobre la base para sus éxitos pasados y futuros. Entonces, se puede definir a la estrategia como un plan de acción, que alineado con las metas, políticas y secuencias de acción, ayuda a controlar y asignar recursos para el fortalecimiento de competencias en un ambiente competitivo (Ver figura).

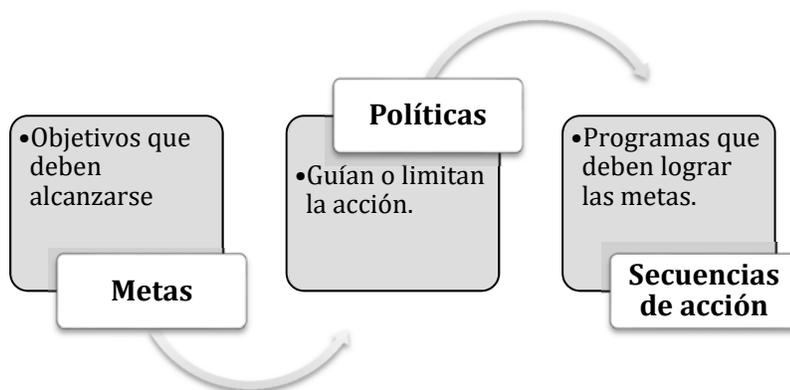


Figura 69: Dimensiones de las estrategias

Este proceso de mejoramiento dinámico y competitivo será posible si se formulan las estrategias adecuadas, para hacerlo se deben tomar en cuenta las realidades del entorno externo, los recursos disponibles y las capacidades con las que se cuenta, sumado al hecho de que se deben revisar periódicamente los avances y logros que se van consiguiendo. Es importante además, contar con una flexibilidad estratégica que permita responder con rapidez cuando se detecte que una estrategia no está funcionando, para realizar los cambios que sean necesarios y poder destinar los recursos de una manera rápida.

4.1.3 Estrategias a desarrollarse.

Se detallan los distintos tipos de estrategias de mercado, de las cuales se han seleccionado las apropiadas en base al tema de estudio: impacto del incremento de vendedores ambulantes por el bajo nivel educativo, en la ciudad de Ibarra.

Dentro de la clasificación de las estrategias, tenemos:

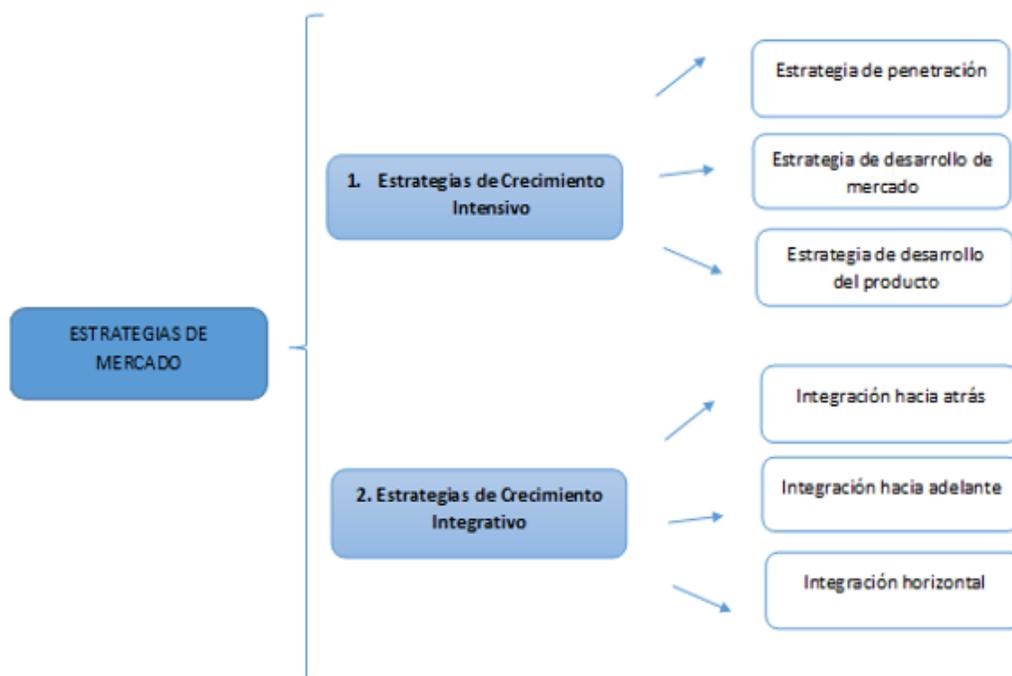


Figura 70: Estrategias de mercado 1.

Fuente: (Sandhusen, 2002)

Dentro de las **estrategias de crecimiento intensivo**, se elige la siguiente:

- **Estrategia de desarrollo de mercado**

El Municipio de la ciudad de Ibarra, con el objeto de mejorar las condiciones de trabajo de los vendedores ambulantes, designará espacios destinados para crear nuevos mercados, con el tamaño y la infraestructura adecuada, en los que se incluyan formalmente a estos trabajadores informales, tomando en cuenta que la ciudad demanda centros de comercio, pues los existentes no dan solución a la exigencia de ciertos sectores, como Alpachaca y los Ceibos que no cuentan con mercados o unidades de comercio, y que por su densidad poblacional deberían contar con un centro cada uno.

Dentro de las **estrategias de crecimiento integrativo**, se elige la siguiente:

- **Estrategia de crecimiento de integración horizontal**

Formar asociaciones de vendedores ambulantes para negociar arreglos respecto a los productos determinados que se van a ofertar, poder establecer precios referenciales, fijar los requerimientos y condiciones mínimas de ventas, y destinar por igual los puestos de trabajo, esto con el objeto de lograr un control entre la competencia y promover que cada vendedor tenga las mismas oportunidades de venta, de esta manera se evitará que se produzcan incidentes y que las personas vuelvan a dedicarse a las ventas ambulantes. Si no se llegara a un acuerdo, será la autoridad encargada la obligada a establecer la última voluntad entre los participantes.

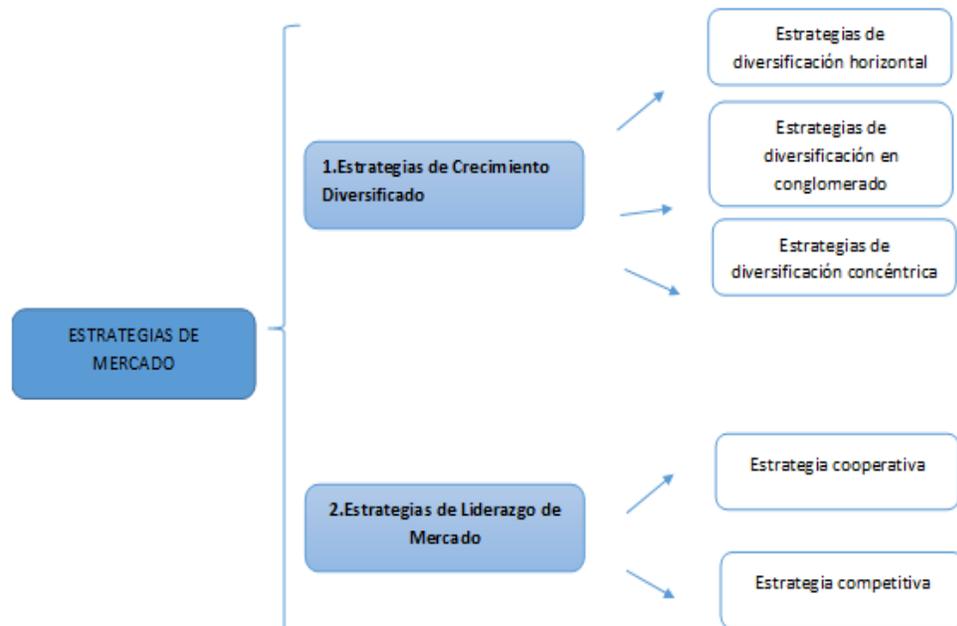


Figura 71: Estrategias de mercado 2.

Fuente: (Sandhusen, 2002)

Dentro de las **estrategias de crecimiento diversificado**, se elige la siguiente:

- **Estrategia de diversificación en conglomerado**

Formar conglomerados de vendedores ambulantes de acuerdo a los productos que ofertan; lo que se busca es dividir en grupo a los vendedores ambulantes de acuerdo a ciertos productos como: chifles, refrescos, plátano asado, para de esta forma atraer de una manera efectiva a un grupo de clientes meta.

Dentro de las **estrategias de liderazgo de mercado**, se elige la siguiente:

- **Estrategia cooperativa**

Invertir en infraestructura para formar un gran mercado, para que vendedores ambulantes y comerciantes formales trabajen en forma

conjunta, contando con instalaciones de primera, equipadas por igual, con sistemas de refrigeración, servicios básicos y un depósito de residuos, todo esto con el objeto de encontrar o atraer nuevos clientes.



Figura 72: Estrategias de mercado 3

Fuente: (Sandhusen, 2002)

Dentro de las **estrategias de reto de mercado**, se elige la siguiente:

- **Ataque frontal**

Esta estrategia se enfocará en atacar ciertos aspectos para crear una ventaja respecto a la competencia. En primer lugar se considera mantener precios bajos en los productos; invertir en promoción mediante emisiones radiales en frecuencias de mayor popularidad; verificar la calidad de los productos, sobre todo en cuestiones de su asepsia, se garantizará la venta de productos orgánicos libre de químicos y alimentos preparados en condiciones óptimas de salubridad; respecto a su distribución se tendrá especial cuidado en el expendio y conservación de alimentos; y por último se controlará la asepsia de los puestos de trabajo con desinfecciones de forma permanente.

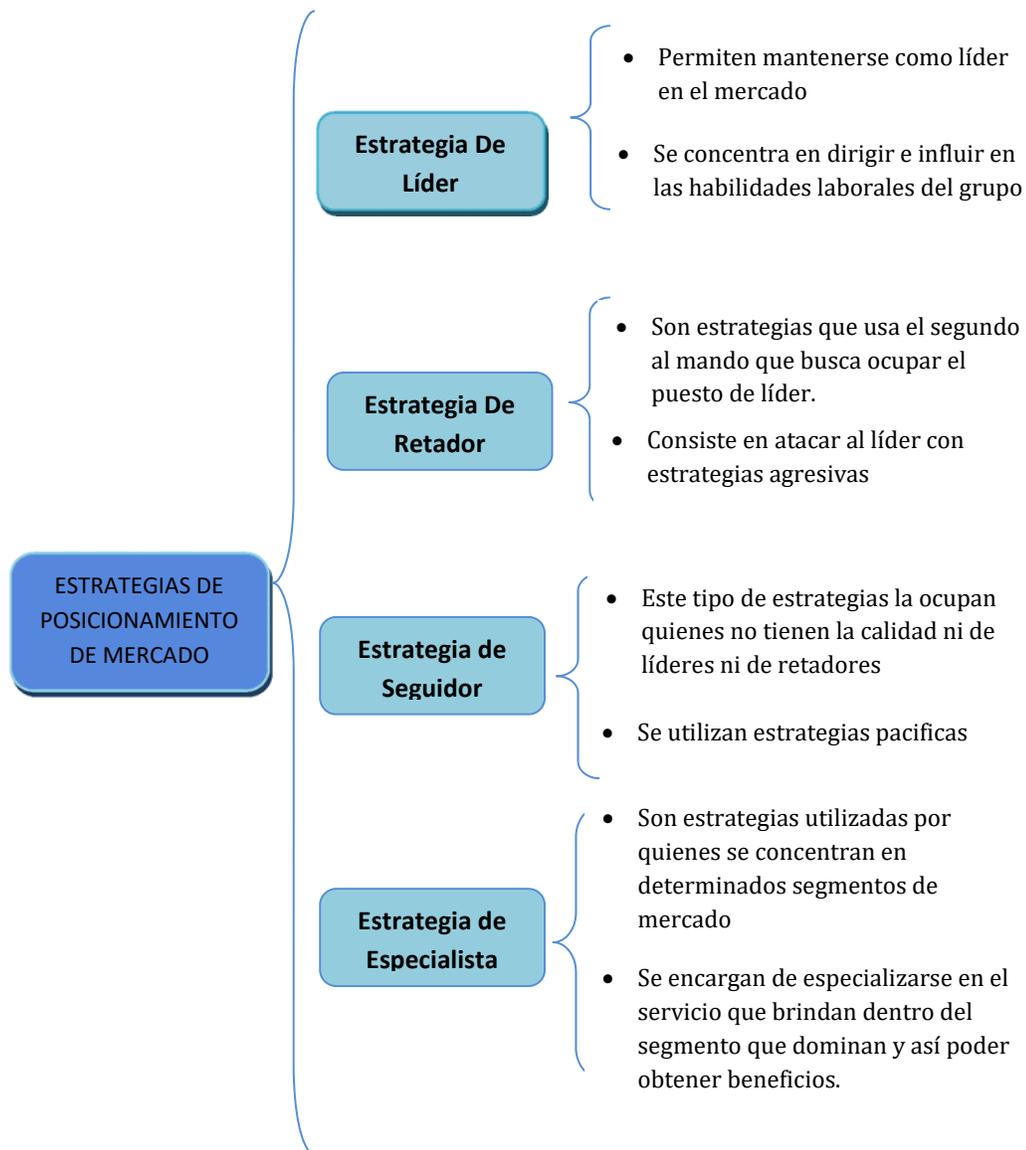


Figura 73: Estrategias de mercado 4

Fuente: (Sandhusen, 2002)

Dentro de las **estrategias de posicionamiento de mercado**, se elige la siguiente:

- **Estrategia Líder**

El Municipio será el líder encargado de controlar a los grupos de vendedores ambulantes para que estos no perjudiquen a la ciudadanía

con la venta de sus productos en condiciones no saludables, en tal razón, se buscará la creación de un organismo de control que concientice y verifique el manejo salubre e higiénico óptimo de los productos y de los espacios destinados a estas actividades, conjuntamente con la disposición final de residuos.

Con todas las estrategias seleccionadas se pretende generar una propuesta que mejore las condiciones laborales de los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra.

4.2 Modelo GAP

4.2.1 Definición

Este enfoque permite conseguir datos referentes a percepciones y expectativas, y establecer prioridades de mejora analizando las diferencias entre unas y otras, de esta manera, los planes de mejora procedentes de la información derivada de la percepción de calidad, puede jerarquizarse de tal forma que los recursos sean aprovechados más eficientemente en la obtención de mejoras significativas.

Esta herramienta permite realizar un análisis de la situación actual frente al lugar al que queremos llegar, en tal razón ayuda a establecer una comparativa entre los procesos de mercado, para determinar, aquellos que están siendo utilizados, con los que están siendo aplicados en otras entidades, para de esta manera poder identificar ciertas falencias que están frenando el desempeño del negocio. Según esta comparación se obtendrá la planificación de ejecuciones que deben realizarse para alcanzar un objetivo.

Este análisis demanda identificar las capacidades del negocio para posteriormente realizar cambios que permitan alcanzar los objetivos propuestos, estos cambios pueden ser:

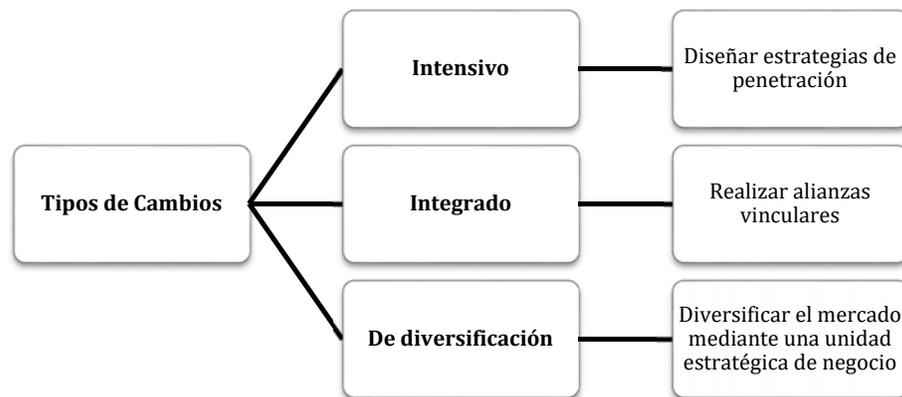


Figura 74: Cambios análisis Gap

4.2.2 Beneficios de un análisis Gap

Esta herramienta de análisis permite identificar y gestionar de manera adecuada los cambios que deben realizarse en una unidad de negocio, se destacan los siguientes beneficios específicos:

- Identificar riesgos en los procesos
- Descubrir necesidades actuales
- Establecer plazos realistas y costes
- Definir acciones de mejora reales y concretas
- Gestionar la calidad y la satisfacción de los clientes.

4.2.3 Proceso Funcional de análisis Gap

- a) **Gap 1:** Diferencia entre el servicio que espera el cliente y la percepción que tiene la dirección respecto a las necesidades del cliente: Una mala comunicación entre el cliente y la dirección es la posible causa de que la empresa no comprenda lo que realmente necesita el cliente.
- b) **Gap2** Diferencia entre lo percibe dirección que el cliente espera y las especificaciones que se marcan para el servicio: La dirección comprende

lo que el cliente espera y pero no se traduce las correctas especificaciones del servicio que permitan satisfacer las expectativas del cliente.

- c) **Gap 3** Diferencia entre el servicio requerido y el servicio realizado: Puede haber discrepancia entre lo que la dirección procura ofrecer y lo que realmente termina ofreciendo.
- d) **Gap 4** Diferencia entre el servicio realizado y el percibido: las expectativas que los clientes se han formado no se ven cumplidas.
- e) **Gap5** Diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido: Es la suma de los cuatro anteriores. Es la diferencia entre las expectativas del cliente sobre nuestro servicio y la percepción que tiene del servicio que se le ha ofrecido.

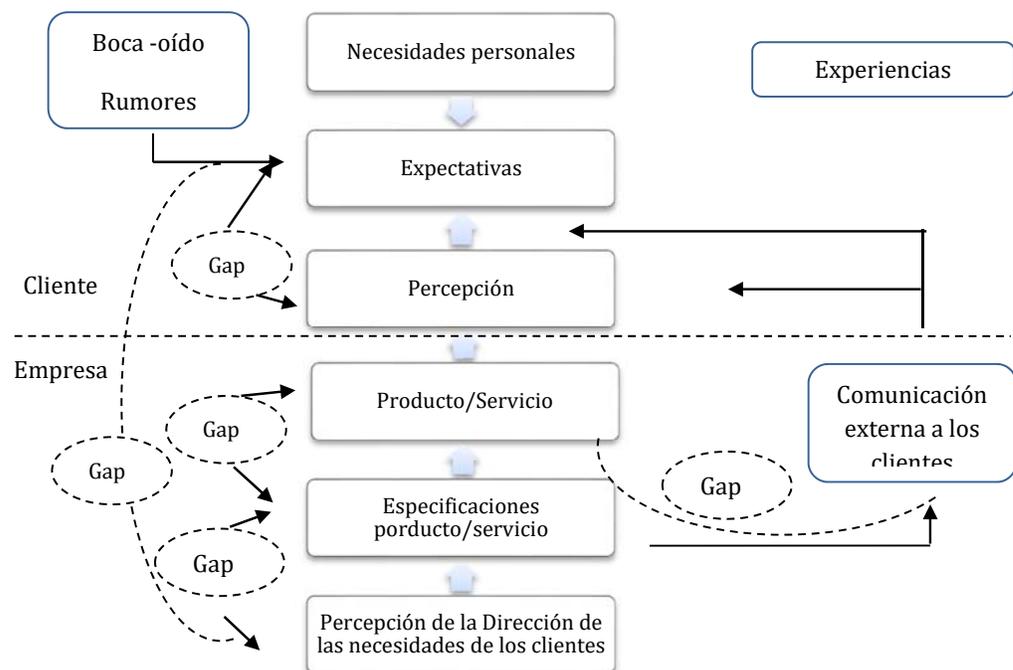


Figura 75: Proceso de Análisis Gap

Fuente: Openmet Group

4.2.4 Proceso de aplicación de análisis Gap

El proceso básico se mantiene y la meta será determinar, cuál es la diferencia o vacío existente entre lo que una organización o una parte de ella están consiguiendo y lo que pretende conseguir. Además, permite detectar importantes problemas que, a veces, permanecen ocultos ante un primer síntoma. El proceso comprende:

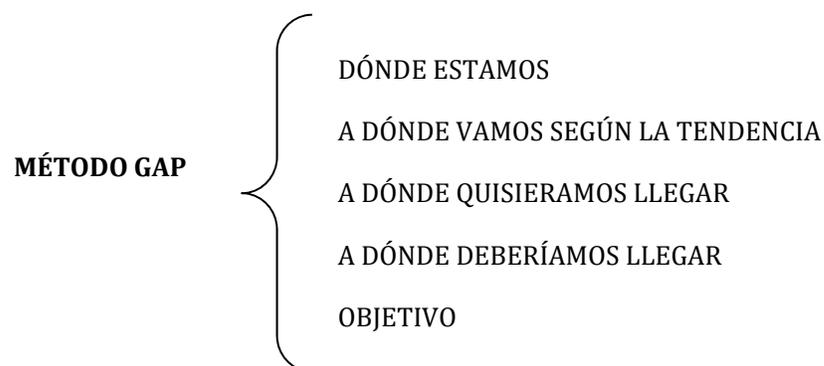


Figura 76. Pasos del Método GAP

4.2.5 Fijación de los Objetivos de acuerdo al tema de Investigación.

A. Objetivos de Marketing

Describen los resultados a conseguir, mediante la aplicación de decisiones estratégicas en marketing que permitan lograr: un incremento de rentabilidad y participación de mercado, niveles óptimos de satisfacción, incremento en la venta de productos, fidelización de los clientes, entre otros.

Tabla 21:
Objetivos de Marketing

OBJETIVOS DE MARKETING		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1.- ¿DÓNDE ESTAMOS?	Las ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra son una actividad económica informal que genera diferentes estrategias para captar la demanda de los potenciales compradores. En tal razón se entiende que actualmente los vendedores ambulantes son un grupo vulnerable frente a los sistemas de ventas que presentan los comerciantes formales.	El Municipio de la ciudad de Ibarra, a través de las ordenanzas, es la entidad pública encargada de controlar este tipo de actividad, sin embargo es evidente que no ha asumido esta responsabilidad, pues no ha presentado planes educativos o programas de capacitación que permita mejorar las oportunidades de desarrollo personal de vendedores ambulantes.
2.- ¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	Incremento de ventas ambulantes en la ciudad de Ibarra que desconocen técnicas y estrategias de ventas, sobre todo existe preocupación en la falta de higiene de los productos que se ofrecen.	Incremento del riesgo que la ciudadanía contraiga algún tipo de epidemia por consumir alimentos o bebidas en la calle, ocasionado por la deficiente salubridad y calidad con la que preparan los productos alimenticios los vendedores ambulantes.
3.- ¿A DÓNDE QUISIERAMOS LLEGAR?	Lograr la inclusión de los vendedores ambulantes en mercados formales; utilizar la publicidad y brigadas móviles, para captar más clientes y dar a conocer programas de concientización en técnicas de ventas y manejo aséptico de los productos y espacios que ocupen.	
4. ¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Aplicar conocimientos sobre organización y sistemas para lograr que los vendedores ambulantes formen asociaciones a fin de negociar con los Municipios inclusiones formales a nuevos mercados y su adecuada promoción en los medios para darse a conocer.	
OBJETIVO	Lograr que los vendedores ambulantes desarrollen... Continúa→	

... conocimientos y habilidades para que generen un verdadero valor para el cliente, con productos aptos para el consumo y una atención de calidad, a fin de que puedan posicionarse en el mercado y fidelizar relaciones con clientes.

B. Objetivos de Productividad

Describen los resultados a conseguir para lograr un desarrollo productivo adecuado, mediante el buen uso de sus herramientas

Tabla 22:

Objetivos de Productividad

OBJETIVOS DE PRODUCTIVIDAD		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1.- ¿DÓNDE ESTAMOS?	Los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra son una categoría de trabajadores que a pesar de desempeñarse fuera de la ley aportan significativamente con la economía de la ciudad.	El Municipio de la ciudad de Ibarra no se ha preocupado por crear nuevos centros de comercio a pesar de que en la ciudadanía existe una evidente necesidad de contar con otros mercados.
2.- ¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	Incremento de ventas ambulantes que disminuyen la productividad en la ciudad, eso implicaría que más personas se conformen con tener empleos mal remunerados, en el que se impulse el círculo vicioso de la pobreza y un deficiente manejo de recursos.	Que el Municipio de Ibarra se sienta perjudicado porque estas personas no aportan con el gasto público, pues no pagan impuestos, permisos ni arriendos y existe un conflicto permanente con los comerciantes formales y un malestar continuo con la ciudadanía en general.
3.- ¿A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Crear más fuentes de trabajo en los que se puedan incluir a los vendedores ambulantes para que tengan un trabajo más productivo, mejor remunerado y digno.	Continúa→

4. ¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Incentivar la inversión en la ciudad de Ibarra para que surjan nuevas industrias y generen puestos de trabajos estables y bien remunerados.
OBJETIVO	Lograr que vendedores ambulantes y comerciantes formales trabajen conjuntamente para lograr un mayor flujo de efectivo y una mejor competitividad comercial respecto a otras ciudades en cuestiones de calidad y precio.

C. Objetivos de Innovación

Implican la realización de las actividades, desarrollo y mejoramiento de las condiciones laborales y productos que ofertan los vendedores ambulantes de la ciudad de Ibarra.

Tabla 23:

Objetivo de Innovación

OBJETIVO DE INNOVACIÓN		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1.- ¿DÓNDE ESTAMOS?	Las ventas ambulantes se desarrollan en condiciones precarias, no se cuentan con medios apropiados para el manejo, expendio y preservación de alimentos.	El Municipio de la ciudad de Ibarra no ha previsto dotar de la infraestructura adecuada en donde puedan trabajar con normalidad los vendedores ambulantes.
2.- ¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	Que se incentiven los procesos rústicos e insalubres de preparación y venta de productos.	Que el Organismo de Control encargado no se preocupe en invertir en medidas de control como policía municipal.
3.- ¿A DÓNDE QUISIERAMOS LLEGAR?	Los vendedores ambulantes incorporen conceptos de asepsia donde el uso de agua, embalaje, presentación de alimentos, manipulación e implementos sean requisitos mínimos de salubridad para ofertar sus productos.	

Continúa→

4. ¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Crear un hangar donde los vendedores ambulantes tengan todos los implementos para ofertar productos de calidad.
OBJETIVO	Que los vendedores ambulantes posean un nivel de asepsia del 100% en la preparación y expendio de sus productos.

D. Objetivos de Recursos Humanos

Conllevar la capacitación a los prestadores de vendedores ambulantes y de policías municipales que se encuentran vinculados al control de esta actividad comercial informal.

Tabla 24:

Objetivo de Recursos Humanos

OBJETIVO DE RECURSOS HUMANOS		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1.- ¿DÓNDE ESTAMOS?	La mayoría de vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra poseen niveles de educación primaria.	El Municipio de Ibarra no se ha preocupado por brindar un apoyo para que los vendedores ambulantes puedan mejorar sus niveles educativos o especializarse en ventas y atención al cliente.
2.- ¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	Cada vez más gente descuide sus estudios y se dediquen a las ventas ambulantes como medio de sustento pues no exige ningún tipo de especialización.	El Municipio de la ciudad de Ibarra tenga un descuido total respecto a los bajos niveles de alfabetización que no hacen más que promover el desempleo y la pobreza.
3.- ¿A DÓNDE QUISIERAMOS LLEGAR?	Lograr que los vendedores ambulantes incorporen conceptos de asepsia en el manejo de alimentos para que la salud de los consumidores no corra ningún tipo de riesgo.	Continúa→

4. ¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Formar y capacitar semestralmente a los vendedores ambulantes en atención al cliente y técnicas en la preparación de alimentos; resulta también igual de necesario capacitar a los policías municipales para que sepan tratar adecuadamente a los vendedores ambulantes y puedan manejar y resolver con calma situaciones de conflicto.
OBJETIVO	Ejecutar programas de capacitación en el adecuado manejo, conservación y expendió de alimentos y capacitación para

E. Objetivos de Responsabilidad Social

La gerencia debe fijar objetivos para indicar las responsabilidades de la empresa con sus clientes y con la sociedad, y, la medida en la cual la empresa intenta comprometerse con esas responsabilidades.

Tabla 25:

Objetivo de Responsabilidad Social

OBJETIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1.- ¿DÓNDE ESTAMOS?	Los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra transgreden la integridad de los espacios públicos, ocasionando molestias a la ciudadanía porque interrumpen el paso y contribuyen con la contaminación visual y ambiental.	El Municipio de la ciudad de Ibarra no ha tomado medidas de índole preventivo en temas de higiene y salud personal con las personas que trabajan como vendedores ambulantes.
2.- ¿A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	El incremento de vendedores ambulantes generará una mayor presencia de niños trabajando en las calles, altos índices de analfabetismo, y por la falta de asepsia en la preparación de alimentos se pueden generar	Una ciudad menos atractiva, en la que disminuyan los niveles de turismo e inversión, por los altos niveles de desaseo, desorganización, inseguridad y pobreza. Continúa→

	hasta propagación de epidemias.
3.- ¿A DÓNDE QUISIERAMOS LLEGAR?	La creación de nuevos centros de comercio en la ciudad de Ibarra por parte del Municipio, donde los vendedores ambulantes sean ubicados, una vez que hayan sido previamente capacitados en temas de higiene y salud.
4. ¿A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Formar vendedores ambulantes socialmente responsables que oferten productos de calidad, mantengan limpias sus instalaciones y realicen una adecuada eliminación de residuos.
OBJETIVO	Conservar la integridad de los espacios públicos de la ciudad, ocupados por los vendedores ambulantes.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Para la Organización Internacional de Trabajo, la teoría del Capital Humano, ha confirmado que la educación es un bien imprescindible para el individuo y la sociedad en su conjunto.
- De acuerdo a la investigación de mercado realizada, se concluye que los vendedores ambulantes en la ciudad de Ibarra, sí presentan índices de bajo nivel educativo, pues la mayoría, solo ha alcanzado a cumplir con la instrucción primaria.
- Los vendedores ambulantes no poseen ningún tipo de documento de identificación o distintivo que los registre como comerciantes.
- La mayoría de vendedores ambulantes manifestaron que se sienten a gusto desarrollando este tipo de trabajo, lo que evidencia que esta actividad es de alta aceptación.
- Se evidencia una gran presencia de niños en los distintos lugares en donde trabajan los vendedores ambulantes, algunos acompañando a sus padres, y otros ayudando en las actividades comerciales, lo cual es negativo para los menores.

5.2 Recomendaciones

- Es de suma importancia capacitar al vendedor ambulante y más aún se den medios (que pueden ser facilitados por el Ministerio de Educación) para que estas personas puedan terminar al menos la secundaria.
- Se recomienda dar atención de educación a los vendedores ambulantes para que terminen su instrucción primaria y también puedan optar por el bachillerato.

- Se recomienda al Municipio que otorgue un carnet de identificación a los vendedores ambulantes para un mayor control de estas ventas, así inclusive se evitaría a malos ciudadanos que buscan desarrollar esta actividad con otras intenciones.
- Desarrollar cursos de capacitación de servicio al cliente y manejo higiénico de alimentos y espacios; e incentivar a los vendedores ambulantes para que se inscriban en el Servicio de Rentas Internas y puedan obtener su RISE, para que de esta forma el Estado pueda percibir otro ingreso.
- Recomendar al Municipio de la ciudad de Ibarra o a instituciones privadas que creen lugares apropiados, como guarderías o centros educativos, para que los vendedores ambulantes dejen a sus hijos, con el objetivo de que los menores eviten los riesgos de estar en la calle y puedan concurrir a la escuela.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Epísteme.
- Brunner, J., & Elacqua, G. (2003). *Informe capital humano en Chile*. Viña del Mar: Universidad Adolfo Ibáñez.
- Burgelman, R. (2002). *La Estrategias es el destino: cómo la estrategia forma una empresa de futuro*. New York: The Free Press.
- Bustamante, M., Díaz, R., & Villareal, P. (8 de octubre de 2016). Economía informal, un análisis al comercio ambulante de la región del Maule, Chile. *Forum Empresarial*, 24.
- Castro, L. (2001). *Diccionario de ciencias de la educación*. Quito: El Ecuador.
- Cerda, H. (1991). *Los elementos de la Investigación*. Bogotá: El Búho.
- Cruz, P., Rojas, S., & Vega, G. (26 de Julio de 2002). *Capital humano y gestión por competencias*. Obtenido de Gestiopolis: <http://gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/caphumygescomp.htm>
- Cuervo, G. (2004). *Creación empresarial: sobre los empresarios*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Del Cid, M. (2002). *Desafíos de las políticas de empleo y trabajo decente en el sector informal: Una visión de síntesis para Centroamérica*. San José: Organización Internacional de Trabajo.
- Descartés, R. (2001). *Discurso del método: Meditaciones metafísicas*. Madrid: Lbsa.
- Diep Diep, D. (1999). *Fiscalística*. México: PAC S. A.
- Espinosa, B. (2008). *Mundos del Trabajo: Pluralidad y transformaciones contemporáneas*. Quito: Flacso, Sede Ecuador.

- Figueras, S. (3 de Enero de 2000). *Introducción al Análisis Multivariante*. Recuperado el 2017, de 5campus.com: <http://5campus.com/leccion/anamul>
- Hanke, J., & Wichern, D. (2006). *Pronósticos en los negocios*. México: Pearson Educación.
- Lasso, P. (2000). *El Comercio Informal en países de América Latina*. Guadalajara: ITESO.
- Mantilla, F. A. (2015). *Técnicas de Muestreo: Un enfoque a la investigación de mercados*. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE.
- Mintzberg, H., Quinn, J., & Voyer, J. (1997). *El Proceso Estratégico: Conceptos, Contextos y Casos*. México: Prentice-Hall, Inc.
- Moyano, E., Castillo, R., & Lizana, J. (1 de Mayo de 2007). *Trabajo informal: motivos, bienestar, salud y felicidad de vendedores ambulantes*. Recuperado el 20 de Mayo de 2017, de Scielo web site: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v13n4/v13n4a07>
- Rosenbluth, G. (1994). Informalidad y pobreza en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 52, 157-177.
- Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia*. México: Larousse.
- Silva, D. (18 de Junio de 2008). *Comercio Ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México*. Recuperado el 15 de mayo de 2017, de Scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032010000200001
- Tokman. (1992). *The informal economy en Latin América*. Estados Unidos: Lynne Rienner.