



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO EN FINANZAS – CONTADOR PÚBLICO – AUDITOR.**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LOS
COMERCIANTES REUBICADOS EN EL CENTRO DE COMERCIO
COMITÉ DEL PUEBLO.**

AUTORES: ANDRADE VALDEZ, RENATO PAÚL

CRUZ ALCO CER, NATALY ANNABEL

DIRECTOR: ECON. DUDLEY ALBERTO MORALES MORA

SANGOLQUI

2018




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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES REUBICADOS EN EL CENTRO DE COMERCIO COMITÉ DEL PUEBLO**” fue realizado por los señores **ANDRADE VALDEZ, RENATO PAÚL Y CRUZ ALCOCER, NATALY ANNABEL** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 28 de agosto del 2018



Econ. Morales Mora, Dudley Alberto

C. C. 1709348807



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **ANDRADE VALDEZ, RENATO PAÚL**, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: “**ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES REUBICADOS EN EL CENTRO DE COMERCIO COMITÉ DEL PUEBLO**” es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 28 de agosto del 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Andrade Valdez, Renato Paúl', is written over a horizontal line.

Andrade Valdez, Renato Paúl

C. C. 1312132176



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE

COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **CRUZ ALCOCER, NATALY ANNABEL**, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES REUBICADOS EN EL CENTRO DE COMERCIO COMITÉ DEL PUEBLO”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 28 de agosto del 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cruz Alcocer', is written over a horizontal line.

Cruz Alcocer, Nataly Annabel

C. C. 1724526536



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA

AUTORIZACIÓN

Yo, **ANDRADE VALDEZ, RENATO PAÚL** autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: “**ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES REUBICADOS EN EL CENTRO DE COMERCIO COMITÉ DEL PUEBLO**” en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 28 de agosto del 2018

Andrade Valdez, Renato Paúl

C. C. 1312132176



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **CRUZ ALCOCER, NATALY ANNABEL**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES REUBICADOS EN EL CENTRO DE COMERCIO COMITÉ DEL PUEBLO”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 28 de agosto del 2018



Cruz Alcocer, Nataly Annabel

C. C. 1724526536

DEDICATORIA

*A Dios, por dame la fuerza y sabiduría, a mis padres por su confianza, amor y
paciencia.*

A mi pequeño hijo Mateo Alejandro.

Nataly

DEDICATORIA

A Dios y mi familia.

Renato

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por concederme la vida y fortaleza para conseguir uno más de mis sueños y anhelos. A mis padres, hermanos e hijo que han sido el motor de mi vida.

A mi compañero y amigo Renato por su ayuda y apoyo incondicional.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE por brindarme la oportunidad de mi formación académica en esta prestigiosa institución.

Al Econ. Dudley Alberto Morales Mora por su colaboración en la culminación de este trabajo de investigación, de igual manera a todos los docentes que me impartieron sus enseñanzas y consejos.

A mis queridas amigas y amigos.

Nataly

AGRADECIMIENTO

A mis padres, mi hermana y Dios.

A mi compañera de proyecto y amiga Naty.

Al Econ. Dudley Alberto Morales Mora por su confianza y paciencia puesta en nosotros.

Renato

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
CAPÍTULO 1.....	1
GENERALIDADES	
1.1. Introducción.....	1
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.2.1. Formulación del Problema	2
1.2.2. Delimitación del Problema	3
1.5. Objetivos	6
1.5.1. Objetivo General	6
1.5.2. Objetivos Específicos	6
1.6. Preguntas de Investigación	7
1.7. Justificación.....	8
CAPÍTULO 2.....	10
MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes investigativos	10
2.2. Fundamentación Teórica.....	15
2.2.1. Antecedentes de la Investigación	15
2.2.1.1. Antecedentes del Sector Comercial.....	15
2.2.1.2. Ubicación y Superficie	16
2.2.1.3. Datos Poblacionales.....	17

2.2.1.4. Características del Sector.....	18
2.2.1.5 Comercio en el Sector Comité del Pueblo	20
2.2.1.6. Nuevos Proyectos en el Sector Comité del Pueblo.....	23
2.3. Fundamentación Conceptual.....	28
2.3.1. Bases Teóricas.....	28
2.4. Fundamentación Legal	36
2.5. Sistema de Variables	41
2.5.1. Definición Nominal	41
2.5.2. Definición Conceptual.....	41
2.5.3. Definición Operacional	42
2.6. Hipótesis	42
2.6.1. Hipótesis General.....	42
2.6.2. Hipótesis Particulares.....	42
2.7. Cuadro de operación de la Variables.....	43
CAPÍTULO 3.....	44
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. Enfoque.....	44
3.2. Modalidad de la Investigación	44
3.3. Tipos de Investigación.....	45
3.4. Diseño de Investigación	47
3.5. Población y Muestra	47
3.6. Técnicas de Recolección de Datos	51
3.6.1. Técnicas.....	52
3.6.2. Instrumentos	53
3.7. Técnicas de análisis de datos.....	53
CAPÍTULO 4.....	54
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	
4.1. Análisis de los Resultados.....	54
4.2. Discusión de los Resultados.....	84
4.2.1. Discusión de Resultados de la Encuesta.....	84

4.2.2. Discusión de Resultados de la Entrevista.....	90
4.3. Comparación de Hipótesis	93
CAPÍTULO 5.....	96
PROPUESTA	
5.1. Datos Informativos	96
5.2. Antecedentes de la Propuesta.....	96
5.3. Justificación.....	98
5.4. Objetivos de la Propuesta	99
5.5. Diseño de la Propuesta	100
5.5.1. Importancia	100
5.5.2. Diseño	101
5.5.2.1. Contenidos	101
5.5.2.2. Recursos	105
5.5.2.3. Participantes y Colaboradores.....	106
5.5.2.3.1. Participantes.....	106
5.5.2.3.2. Colaboradores	106
5.5.2.4. Diseño de Herramienta.....	108
5.5.2.5. Cronograma	108
5.5.3. Factibilidad	111
5.6.1. Inscripciones	113
CAPITULO 6.....	117
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1. CONCLUSIONES.....	117
6.2. RECOMENDACIONES	118
REFERENCIAS	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operación de la Variable</i>	43
Tabla 2 <i>Tipos de Investigación</i>	46
Tabla 3 <i>N° de Tipo de Negocios “Centro de Comercio Comité de del Pueblo”</i>	48
Tabla 4 <i>Muestra de la Investigación</i>	51
Tabla 5 <i>Recolección de Información</i>	55
Tabla 6 <i>Género</i>	55
Tabla 7 <i>Edad</i>	56
Tabla 8 <i>Instrucción Educativa</i>	58
Tabla 9 <i>N° miembros de su familia</i>	59
Tabla 10 <i>Tipo de Negocio</i>	61
Tabla 11 <i>Tiempo de antigüedad del negocio</i>	62
Tabla 12 <i>Registro de ingresos y gastos del negocio</i>	64
Tabla 13 <i>Nivel de ganancia mensual del negocio</i>	65
Tabla 14 <i>Ingresos del Negocio en relación con la reubicación</i>	67
Tabla 15 <i>Ingresos familiares adicionales a los del negocio</i>	68
Tabla 16 <i>Planificación de presupuestos mensual en el hogar</i>	69
Tabla 17 <i>Ingresos destinados al ahorro</i>	71
Tabla 18 <i>Destino del ahorro programado</i>	72
Tabla 19 <i>Fuentes de financiamiento</i>	74
Tabla 20 <i>Estado de las obligaciones con terceros</i>	76
Tabla 21 <i>Préstamos para inversión</i>	77
Tabla 22 <i>Recuperación de la inversión en el negocio</i>	79
Tabla 23 <i>Expectativas de la reubicación</i>	80
Tabla 24 <i>Ubicación Geográfica del “Centro de Comité del Pueblo”</i>	81
Tabla 25 <i>Capacitaciones de técnicas de ventas, atención el cliente y educación financiera</i>	83
Tabla 26 <i>Relación 1: Ingresos mensuales vs otras fuentes de ingreso</i>	85
Tabla 27 <i>Relación 2: Ingresos mensuales a partir de la reubicación vs ahorro</i>	86
Tabla 28 <i>Relación 3: Ingresos percibidos vs fuentes de financiamiento</i>	87
Tabla 29 <i>Relación 4: Ingresos percibidos vs acceso a préstamos para invertir</i>	88
Tabla 30 <i>Relación 5: Ingresos percibidos vs ubicación geográfica centro de comercio</i>	89
Tabla 31 <i>Verificación de Hipótesis General e Hipótesis Particulares</i>	94
Tabla 32 <i>Verificación de Hipótesis con relación al Objetivo General y los Objetivos Específicos</i>	95
Tabla 33 <i>Programa de Capacitación Educación Financiera</i>	102
Tabla 34 <i>Programa de Capacitación Educación Familiar</i>	104
Tabla 35 <i>Programa de Capacitación Gestión de Ventas</i>	105
Tabla 36 <i>Recursos a Utilizar</i>	105
Tabla 37 <i>Cronograma de Actividades</i>	109

Tabla 38 <i>Matriz FODA</i>	112
Tabla 39 <i>Ficha de Inscripción</i>	114
Tabla 40 <i>Evaluación Post Capacitación</i>	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Barrio Comité del Pueblo.....	17
Figura 2. Población Comité del Pueblo.....	18
Figura 3. Policía Nacional Dinapen.....	19
Figura 4. Centro de Salud N° 9.....	20
Figura 5. Importantes Marcas.....	21
Figura 6. Ventas Ambulantes.....	23
Figura 7. Manifestaciones Comerciantes Ambulantes.....	24
Figura 8. Edificación “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.....	25
Figura 9. Capacitaciones Comerciantes.....	26
Figura 10. Propaganda del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.....	27
Figura 11. Determinación de Variables.....	41
Figura 12. Diseño de la Investigación.....	47
Figura 13. Representación Nivel del confianza del 95%.....	50
Figura 14. Fuentes y técnicas de obtención de información.....	51
Figura 15. Distribución de frecuencias y gráficos de información.....	54
Figura 16. Género.....	55
Figura 17. Edad.....	57
Figura 18. Instrucción Educativa.....	58
Figura 19. N° miembros de su familia.....	60
Figura 20. Tipo de Negocio.....	61
Figura 21. Tiempo de antigüedad del negocio.....	63
Figura 22. Registro de ingreso y gastos del negocio.....	64
Figura 23. Nivel de ganancia mensual del negocio.....	66
Figura 24. Ingresos del Negocio en relación con la reubicación.....	67
Figura 25. Ingresos familiares adicionales a los del negocio.....	68
Figura 26. Planificación de presupuestos mensual en el hogar.....	70
Figura 27. Ingresos destinados al ahorro.....	71
Figura 28. Destino del ahorro programado.....	72
Figura 29. Fuentes de financiamiento.....	74
Figura 30. Estado de las obligaciones con terceros.....	76
Figura 31. Préstamos para inversión.....	78
Figura 32. Recuperación de la inversión en el negocio.....	79
Figura 33. Expectativas de la reubicación.....	80
Figura 34. Ubicación Geográfica del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.....	82
Figura 35. Capacitaciones de técnicas de ventas, atención el cliente y educación financiera.....	83
Figura 36. Evaluación de factibilidad.....	116

RESUMEN

El presente trabajo, trata de exponer la realidad económica, en la que se desenvuelve un grupo de comerciantes, al momento de ser regularizados en un Centro de Comercio o Mercado Municipal. Actualmente, el sector comercial Comité del Pueblo es un punto de comercio importante al norte de la ciudad de Quito. Antes de la implantación del centro del comercio en el sector, existía una gran cantidad de ventas ambulantes en las calles principales del sector, lo que generaba desorden, insalubridad, tráfico e inseguridad, obligando al Ilustre Municipio de Quito a construir un “Centro de Comercio en el Comité del Pueblo” para realizar la reubicación de los comerciantes ambulantes. Esta reubicación causó inconformidad por parte de los comerciantes del sector ya que antes de su implementación, los comerciantes aseguran que sus ventas eran mayores a las actuales, además de ello han tenido que realizar su regularización tributaria e invertir en adecuaciones a sus negocios por lo que han tenido pérdidas económicas. El análisis tratará de cuantificar los ingresos de los comerciantes, determinar cuál ha sido su nivel de ahorro, identificar si cuenta con financiamiento y si están al día en sus pagos, entre otros factores sociales y económicos que ayudarán a determinar la realidad de la economía familiar de los comerciantes.

PALABRAS CLAVE:

- **CENTRO DE COMERCIO**
- **COMERCIANTES**
- **ECONOMÍA FAMILIAR**
- **INGRESOS**

ABSTRACT

The present work, tries to expose the economic reality, in which a group of merchants develops, at the moment of being regularized in a Trade Center or Municipal Market. Currently, the commercial sector Comité del Pueblo is an important point of commerce north of the city of Quito. Before the establishment of the center of commerce in the sector, there was many street vendors in the main streets of the sector, which generated disorder, unhealthiness, traffic and insecurity, forcing the Illustrious Municipality of Quito to build a “Centro de Comercio on the Comité del Pueblo sector” to carry out the relocation of itinerant traders. This relocation caused disagreement on the part of the merchants of the sector since before its implementation, the merchants assure that their sales were greater than the current ones, in addition they have had to carry out their tax regularization and invest in adjustments to their businesses. They have had economic losses. The analysis will try to quantify the income of traders, determine what their level of savings has been, identify if they have financing and if they are up to date in their payments, among other social and economic factors that will help determine the reality of the family economy. of the merchants.

KEYWORDS:

- **TRADE CENTER**
- **MERCHANTS**
- **FAMILY ECONOMY**
- **INCOME.**

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1. Introducción

El Sector Comité del Pueblo está situado en la provincia de Pichincha, al norte de la ciudad de Quito, capital del Ecuador, es un lugar reconocido por su progreso y crecimiento en el comercio de productos de consumo general ofertados a sus habitantes y a la población en general. Esta condición ha generado problemas de inseguridad, desorganización urbana, ventas ambulantes, tráfico vehicular y falta de recolección de basura.

El desorden público generado en este sector se centra en la ocupación de los espacios públicos como aceras y vías destinadas para parqueaderos ocupadas por los comerciantes ambulantes, saturando el espacio con sus actividades comerciales de ventas de calzado, ropa, juguetes, alimentos entre otros, afectando la imagen urbana por la acumulación de basura en la vía pública.

Este problema ha venido siendo atendido por la Administración Zonal Eugenio Espejo y la Agencia de Comercio desde el año 2010, mediante proyectos de recuperación de la zona como es la apertura del Centro Comercial Comité del Pueblo, con 360 puestos de trabajo para la reubicación de los comerciantes ambulantes con el propósito de mejorar las condiciones de trabajo, seguridad y ornato.

La reubicación de los negocios en el Centro Comercial Comité del Pueblo no fue del agrado de los comerciantes ambulantes, debido a que la construcción del nuevo centro de comercio no cuenta con una ubicación estratégica para que se acerquen los consumidores, ya que estos consideran que el sitio donde los reubicaron está muy alejado de la avenida principal, por lo que los comerciantes ambulantes reubicados en el Centro del Comercio del Comité del Pueblo, al momento no perciben los mismos ingresos que percibían anteriormente, situación que ha afectado su economía familiar.

Por tanto, se plantea como tema de proyecto de investigación “El Análisis de la Economía Familiar de los Comerciantes Reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, con lo cual se pretende tener una visión de la situación que están viviendo los comerciantes para plantear recomendaciones a este problema.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Formulación del Problema

El presente trabajo investiga la realidad económica de las familias que tienen sus negocios en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.

En el año 2015, los comerciantes ambulantes del sector Comercial del Comité del Pueblo fueron reubicados en el Centro de Comercio implementado por el Gobierno

Municipal del Distrito Metropolitano de Quito, con la finalidad de que el sector cuente con un espacio seguro y ordenado para sus comerciantes y habitantes. Sin embargo, la reacción de los comerciantes no fue la esperada ya que muchos de ellos se portaron reacios al cambio propuesto, debido a que sus ventas se verían afectadas, ya que el Centro de Comercio se encontraba distante de la Av. Jorge Garcés, donde circula los buses de servicio público, la mayoría de transeúntes y sus clientes.

El principal problema radica en los efectos ocasionados por el cambio de la ubicación de los comerciantes en el "Centro de Comercio Comité del Pueblo", por ello se analizarán variables en función a los cambios de su economía familiar. Actualmente los comerciantes aseguran que las ventas en sus negocios han disminuido, debido a la ubicación de sus comercios, por lo que su situación financiera y economía familiar se han visto afectadas de manera significativa.

1.2.2. Delimitación del Problema

- País: Ecuador
- Región: Sierra
- Provincia: Pichincha
- Cantón: Quito
- Zona: Urbana
- Área: Socioeconómica

1.3. Antecedentes

El Ilustre Municipio de Quito tiene como objetivo precautelar el orden público en la ciudad y ha venido trabajando con los trabajadores autónomos o ambulantes que venden en las calles y espacios públicos. Es así que en el Comité del Pueblo estos trabajadores ambulantes se acogieron a la Ordenanza Municipal No. 0280 Desarrollo Integral y regulación de las actividades de comercio y prestación de servicios de las trabajadoras y trabajadores autónomos.

A continuación se señalan ejemplos de comerciantes reubicados que han tenido éxito y han mejorar su calidad de vida.

- MERCADO SANTA MARTHA DE CHILLOGALLO, Reubicación de 80 Comerciantes informales de los exteriores del Mercado la Cuadras
- MERCADO LAS CUADRAS Y ANDALUCÍA, reubicación de 18 comerciantes mayoristas para la venta de flores.
- PLAZA COMERCIAL LA MICHELENA, reubicación de 170 comerciantes informales del sector La Michelena.

En la actualidad en el Distrito Metropolitano de Quito existen 56 mercados, ferias y plataformas distribuidos en la ciudad que se han regido a las ordenanzas, disposiciones y obligaciones que demanda el Ilustre Municipio de Quito, con la finalidad de mejorar el

ambiente laboral y las condiciones del orden público evitando la ventas ambulantes de los trabajadores autónomos.

1.4. Importancia

La presente investigación se centra en el análisis de la economía de las familias de los comerciantes reubicados al “Centro del Comercio Comité del Pueblo”, lugar que ha dado acogida a propios y extraños del sector por ser uno de los lugares reconocidos en el comercio de artículos de primera necesidad, así también como variedad de servicios que ofertan.

La reubicación de los comerciantes al “Centro de Comercio Comité” del Pueblo ha causado una serie de inconvenientes que han afectado directamente a los comerciantes en su situación económica, generadas por las bajas ventas de sus productos considerando que sus ventas en la Av. Jorge Garcés eran mayores.

Es importante realizar este análisis para encontrar los factores que afectan la situación económica familiar de los comerciantes, para plantear recomendaciones y estrategias que los ayuden a mejorar sus ventas.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Realizar el análisis de la economía familiar de los comerciantes reubicados en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo” para el año 2017, con la utilización de técnicas de investigación adecuadas.

1.5.2. Objetivos Específicos

Para proporcionar una adecuada ejecución al objetivo general se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Analizar el escenario de su entorno económico previo y posterior a la reubicación de los comerciantes al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.
- Conocer los resultados de carácter económico y financiero que han tenido que afrontar los comerciantes y sus familias, como consecuencia de su reubicación al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.
- Analizar las principales consecuencias de los efectos económicos en los negocios, que han generado la reubicación de los Comerciantes al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.

- Diseñar una propuesta de carácter financiera y económica para los comerciantes que se han visto afectados por su reubicación al Centro de “Comercio Comité del Pueblo”, para la mejora de su economía familiar.

1.6. Preguntas de Investigación

Atendiendo al planteamiento anteriormente señalado para la situación identificada, se trazan las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la situación actual del entorno económico de los comerciantes del Comité de Pueblo?
- ¿Cuáles son los resultados de carácter económico y financiero que han tenido que afrontar los comerciantes y sus familias, como consecuencia de su reubicación al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”?
- ¿Qué factores provocan la disminución de los ingresos de los comerciantes del sector comercial Comité del Pueblo?
- ¿Cuáles son los cambios económicos que han tenido que afrontar los comerciantes con la reubicación de sus puestos?

1.7. Justificación

Este trabajo trata de presentar una realidad de un sector económico importante de la Ciudad de Quito que se ha visto perjudicado económicamente por atender el adecuado uso del espacio público y bienestar del sector, mediante la reubicación del comercio ambulante en un mercado o centro de comercio.

La investigación pretende realizar un análisis de enfoque social y económico, de la situación que atraviesan los comerciantes del sector Comité de Pueblo, ya que hace dos años aproximadamente este sector en su calle principal mantenía con una gran cantidad de comerciantes ambulantes, el sector se ha caracterizado por ser un centro de comercio amplio y económico al nororiente de la ciudad de Quito, por ello en el año 2015 el Ilustre Municipio del DM de Quito decide realizar la incorporación de un mercado o centro comercial para reubicar a los comerciantes, lo que afectó de manera negativa a sus comercios ya que el mercado se encuentra demasiado distante de la calle principal donde transitan los buses y los potenciales compradores.

Los comerciantes aseguran que la reubicación en el “Centro de Comercio Comité de Pueblo”, no fue planificada de la mejor manera por parte del Municipio ya que su ubicación dentro de sector no es estratégica, lo que dificulta que los comerciantes no vendan sus productos.

La investigación se basará en determinar cómo ha afectado a la economía familiar de los comerciantes la reubicación en el centro de comercio, se realizará un medición en dos escenarios el actual y el previo a su reubicación, para los dos escenarios se cuantificará variables cómo ingresos por familia, acceso al microcrédito, ahorro de los excedentes, pago de impuestos y otros factores socioeconómicos.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

En el presente se toma como referencia investigaciones que se relacionan con el tema de estudio, que permitirán establecer las variables de soporte de las cuales se tomara como referencia, sus bases teóricas y metodológicas.

Efectos de la Formalización de las Ventas Callejeras Estacionarias en el Centro Histórico de Cartagena y su Relocalización en el Centro Comercial Nueva Colombia

En la Investigación de María Fernanda Galvis Rojas . María Isabel Bula Jiménez realizada en el año 2004 se encontró lo siguiente:

La ciudad de Cartagena representa un alto valor social y económico, tanto a nivel nacional como internacional, debido a su condición turística y cultural, por lo cual se hace necesario contribuir a la preservación del orden, sus recursos y su memoria histórica, lo que se logra, en gran medida, mediante el aumento del sentido de pertenencia hacia la misma por parte de sus habitantes, lo cual implica, entre otras cosas, el buen estado y buen uso de sus espacios” (Galvis Rojas & Bula Jiménez, 2014, pág. 9)

La investigación de María Fernanda Galvis Rojas . María Isabel Bula Jiménez obedeciendo a la importancia que representa el adecuado uso del espacio público y el bienestar de la población en general, así como la importancia manifiesta de la ciudad de Cartagena, la Administración Distrital a través de la Gerencia del Espacio Público y Movilidad Urbana dispuso formalizar y relocalizar los vendedores ambulantes, que se encontraban ubicados en el centro histórico de la ciudad, en el Centro Comercial Nueva Colombia, llevándose a cabo el anterior propósito con un total 160 personas pertenecientes al mercado informal.

Debido a que no se ha realizado seguimiento, se propone el desarrollo de esta investigación a través de la cual se pretende determinar los efectos generados por la formalización de las ventas callejeras estacionarias en el centro histórico de Cartagena y su relocalización en el Centro Comercial Nueva Colombia.

Los resultados y conclusiones de esta investigación serán de gran utilidad e importancia para la ciudad de Cartagena, dado que podrá aportar ideas de desarrollo, estrategias, organización y elementos de innovación, para contribuir con la construcción de nuevos proyectos de recuperación de espacio público a partir de la formalización y relocalización de la venta callejera estacionaria en otras ciudades del país teniendo en cuenta los resultados de la experiencia de esta ciudad.

Las principales variables encontradas en este documento: Formalización y Relocalización; Vendedores Ambulantes; Beneficio Económico.

Reubicación de los Comerciantes Autónomos del Quinche en un Centro Comercial Popular

En el estudio de Borja Salazar María Lourdes se establece que:

La Reubicación de los comerciantes autónomos de el Quinche en un Centro Comercial Popular, ya que el Quinche al ser altamente turístico, presenta gran desorden en la actividad comercial por la ubicación excesiva de los comerciantes informales en el parque, calles y veredas alrededor del Santuario mejorando así la calidad de vida de los habitantes de la parroquia, de los comerciantes así como también mejorar las condiciones de turismo.” (Borja Salazar, 2014, pág. 2)

El comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y/o servicios en la sociedad (esto es lo que le da la "formalidad" al comercio) “Ambulante quiere decir el que se traslada de un lado a otro sin establecerse en un punto fijo, mismos que existen y causan problemas menores”.

La presente investigación analiza la reubicación de los comerciantes autónomos en un espacio arquitectónico apropiado ayudando a que la actividad de comercio se realice de manera más ordenada, y ellos puedan legalizar sus permisos respectivos ya que al ubicarse en un local adquieren un número de predio que les sirve para obtener la patente con la cual pueden trabajar ininterrumpidamente, ofertando sus productos de manera idónea, logrando mayores ganancias.

Por otro lado, el Municipio al obtener otros ingresos por el cobro de patente y arrendamiento generará nuevas plazas de empleo a personas del sector destinadas al mantenimiento, aseo y ornato del Centro Comercial Popular e incluso para otras obras que pueden beneficiar a la parroquia (arreglo de calles aledañas y su aseo pertinente), razón por la cual se observará una influencia directa en el mejoramiento de la economía del lugar.

Las principales variables encontradas en este documento: El Quinche; Comerciantes Informales; Centro Comercial Popular; Ladrillo.

Condiciones de Vida de los(as) Vendedores(As) Ambulantes a partir de la Implementación de la Estrategia de Reubicación en el Pasaje Cultural y Comercial Centenario, Localidad 15, Antonio Nariño. Bogota, 2006 . 2007

En la investigación de las autoras Magda Teresa Camacho Mojica . Nery Dilenia Fuentes Carvajal . Martha Janneth Lizarazo Díaz se determinó que:

La investigación de la autoras es un aporte para profundizar en problemáticas sociales y comunitarias, contemporáneas y relevantes en Colombia, como son: pobreza, desplazamiento, migración, conflicto armado, entre otras, las cuales han venido afectando el nivel de ingresos de las familias que no es suficiente para adquirir bienes y servicios; de igual forma los altos niveles de desempleo han

generado que la actividad informal siga creciendo, situaciones que han afectado el desarrollo tanto social como político, económico y cultural de los(as) ciudadanos(as), particularmente de los(as) vendedores(as) ambulantes y que han hecho que las condiciones de vida de ellos(as).” (Camacho Mojica, Fuentes Carvajal, & Lizarazo Diaz, 2007, pág. 15)

Dicha situación se concreta en el conflicto existente entre derecho al trabajo y el espacio público, dentro del marco de la construcción de una ciudad modelo, donde la baja participación ciudadana en propuestas políticas que afectan a los ciudadanos(as) influye y repercute en la dinámica familiar, económica y social.

Es así, que la investigación se propone identificar las condiciones de vida que presentan los(as) vendedores(as) ambulantes a partir del proceso de reubicación, que da cumplimiento a la política de recuperación del espacio público; para tal efecto es necesario llevar a cabo una caracterización sociodemográfica de la población, así como dar cuenta las condiciones y posibilidades de vida que tienen estos(as) ciudadanos(as).

Las principales variables encontradas en este documento: Calidad de Vida, Estrategias de Reubicación; Comerciantes Informales.

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Antecedentes de la Investigación

2.2.1.1. Antecedentes del Sector Comercial

La consolidación de la parroquia Comité del Pueblo es fruto de un proceso de lucha de la población entre los años 1962 a 1975, época en que hubo un alto crecimiento demográfico urbano que produjo desorganización en la ciudad de Quito y cuando los precios del suelo urbano y arriendos crecían de manera importante llegando a ser inalcanzables por la situación económica que los quiteños pasaban en esa época, volviéndose uno de los barrios más habitados por personas de otras provincias de estratos sociales medios y bajos.

En el año de 1971 nació una organización reivindicativa llamada “Comité Provienda Popular” conformada por líderes como el Dr. Carlos Rodríguez Paredes y el Sr. Marco Tulio Crespo del partido comunista Marxista Leninista que como propuesta política era el trabajo en conjunto con los ciudadanos “Sin Casa” y llegó a tener gran acogida realizando campañas de afiliación sobre una cooperativa de vivienda por todos barrios de Quito.

Para los últimos meses de la presidencia de Velasco Ibarra en 1971, este comité comenzó receptando nuevos socios de todos los barrios de la ciudad y realizando asambleas populares situación que no era bien vista por el Estado, la Iglesia Católica, el

Municipio y los terratenientes quienes eran los que acaparaban las tierras para la construcción de viviendas. Iniciando la lucha por la necesidad de los sectores populares dentro del contexto legal en base a los decretos del General Enrique Gallo que estipulaba que cualquier persona podía solicitar la expropiación de terreros rurales o urbanos.

Este comité no auspició las invasiones o tomas de tierra, ya que como principio contempló que debe pagarse el valor justo de los terrenos a sus dueños, hecho que impidió que el gobierno tome medidas represivas contra la organización.

La lucha de los dirigentes y de la organización popular fue un gran ejemplo de perseverancia y respeto para otros partidos, por el cumplimiento a los ofrecimientos y la constancia hasta lograr su objetivo “Tener un espacio para la construcción de viviendas”.

2.2.1.2. Ubicación y Superficie

El presente proyecto de investigación estará ubicado en Ecuador, provincia de Pichincha, cantón Quito, al norte de la capital de la república con una superficie aproximada de 224 manzanas asentadas en las haciendas La Eloisa y Carretas pertenecientes a la Administración Zonal Eugenio Espejo que se extiende en 60 hectáreas. Limitando al Norte con Calderón, el Inca al Sur, Ponceano y la Kennedy al Oeste y Llano Chico al Este.



Figura 1. Ubicación Barrio Comité del Pueblo
Fuente: (Google Maps , 2018)

2.2.1.3. Datos Poblacionales

De acuerdo con los datos del último Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en el año 2010 indica que la población total del sector Comité del Pueblo alcanza a 46.646 habitantes.

Una de las características de este barrio es la acogida de sus habitantes emigrantes de varios segmentos sociales y etnias como familias, mestizas, afroecuatorianas e indígenas desarrollando un alto nivel comercial por la creación de emprendimientos familiares para satisfacer las necesidades de alimentación, vestimenta, salud, educación y vivienda de esta zona.

2.2.1.4. Características del Sector

La calle principal del sector Jorge Garcés tiene dos carriles, cada uno tiene 6 metros de ancho y están separados por jardineras con basureros cada cierta distancia, algunos en buen estado y otros ya inservibles. Transitan por esta calle las líneas de buses Guadalajara, Quiteño Libre, Alborada, integrados del Trolebús y Ecovía, y en horas de mañana, tarde y noche buses escolares de diferentes instituciones educativas. (Rosales M., 2016)



Figura 2. Población Comité del Pueblo

Fuente: Diario El Comercio

Para precautelar la delincuencia, libadores, violencia intrafamiliar, abusos contra niñas, niños y adolescentes, el sector cuenta con la Unidad de la Policía Comunitaria (UPC . DINAPEN) que receptan llamadas de auxilio directamente para brindar mayor rapidez en las emergencias suscitadas, esta se encuentra ubicada en la Av. Eloy Alfaro y Juan Molineros.

La Policía Nacional, en busca de mejorar la seguridad y tiempo de respuesta tras asaltos en viviendas o locales comerciales, implementó el sistema de alerta o botón de pánico, que consiste tener un registro con la información y ubicación de los habitantes del sector cuyo servicio no tiene costo de inscripción. Consiste en programar el número 5 de teléfono celular para activar el llamado de emergencia.



Figura 3. Policía Nacional Dinapen

El Centro de Salud N° 9 – Comité del Pueblo es otra de las instituciones de mayor afluencia de habitantes por recibir atención médica y medicina de forma gratuita. Además este centro cubre las emergencias médicas de sectores aledaños como la Bota, la Quintana, 6 de Julio, Amagasi del Inca, San Isidro del Inca entre otros. En estos últimos meses el Gobierno Central ha venido trabajado en el mejoramiento de la infraestructura y equipamiento médico lo que mejoraría la atención a los pacientes que visitan este Centro.



Figura 4. Centro de Salud N° 9

2.2.1.5 Comercio en el Sector Comité del Pueblo

El movimiento comercial se desarrolla desde horas de la madrugada intensificando el movimiento a partir de las 6 de la tarde hasta el cierre de sus puertas trabajando ininterrumpidamente de lunes a domingo.

En los últimos años el Sector Comercial Comité del Pueblo ha venido desarrollando con mayor diversidad el comercio, acogiendo a importantes marcas posicionadas en el mercado ecuatoriano como:

- **Farmacéuticas**



- **Supermercados**



- **Entidades Financieras**



- **Restaurantes**



- **Almacenas de Electrodomésticos**



Figura 5. Importantes Marcas

Fuente: (Google, 2018)

Empresas que han fortalecido las economías de los habitantes de esta zona ya que brindan fuentes de trabajo, ingresos a los propietarios de los locales comerciales, ayudas económicas a programas de seguridad y bienestar de la colectividad, cumpliendo con su principal objetivo satisfacer las necesidades de los habitantes propios y extraños del Comité del Pueblo.

La demanda por conseguir un local comercial en la calle principal Jorge Garcés ha generado que los propietarios de estos se aprovechen de la situación imponiendo cánones de arriendo elevados con garantías que sobrepasan la posibilidad de los posibles arrendatarios, lo cual ha conllevado a los comerciantes para que establezcan su negocio en parte de las aceras que tienen 12 kilómetros en la calle principal, haciendo uso del espacio público como mercado ambulante, con puestos definidos ocupándolos de 2 a 4 días a la semana especialmente fines de semana y feriados.

“Las tres asociaciones de vendedores ambulantes: Packakutic con 135 socios, 18 de Agosto con 250 socios y 2 de Junio con 150 socios ocupan un espacio en la vereda de tres metros y de la calle para vender legumbres, frutas, artesanías, embutidos, lácteos, carnes, pescado, hierbas medicinales, accesorios para el hogar.” (Rosales M., 2016). Lo que ha generado por más de 30 años malestar a los vecinos por convertirse en una lugar intransitable por la cantidad de puestos ambulantes, congestión vehicular, contaminación, inseguridad, caos y delincuencia.



Figura 6. Ventas Ambulantes

2.2.1.6. Nuevos Proyectos en el Sector Comité del Pueblo

La Administración Zonal Eugenio Espejo y la Agencia de Comercio ha venido desde el 2010, trabajando en proyectos de recuperación de la zona, como por ejemplo la apertura del Centro Comercial Comité del Pueblo con 360 puestos de trabajo para la reubicación de los comerciantes ambulantes con el propósito de mejorar las condiciones de trabajo, seguridad y ornato.

Esta situación no fue del agrado de los comerciantes autónomos ya que la construcción del nuevo centro de comercio no está al alcance de los clientes ya que consideran que no acudirían por lo lejos que les resultaría. El 13 de noviembre del 2015 fue la reubicación de los comerciantes y con pancartas, palos y pitos pedían a las autoridades del municipio que les permitieran seguir trabajando en las calles, efectuando manifestaciones que duraron una semana aproximadamente.



Figura 7. Manifestaciones Comerciantes Ambulantes

Fuente: (Comercio, 2016)

A partir de dicha fecha los Policías Metropolitanos tienen como misión precautelar el orden público y mantener las aceras de la avenida Jorge Garcés desocupadas de ventas ambulantes implementando la vigilancia con guardias en la mañana y tarde.

Este nuevo centro es una edificación de hormigón armado, con un área de construcción de 7.549,04 m², compuesto de subsuelo, planta baja y 3 pisos altos, con 3 puertas de acceso al público, ascensores y escaleras eléctricas facilitando la movilidad de las personas de tercera edad y discapacitados. Las cómodas instalaciones tanto para los visitantes como para los comerciantes cuentan con espacio de recreación para niños y niñas, parqueaderos, Infocentro, área comunal, centro de desarrollo infantil “Guagua Centro” que atenderá a los hijos de las comerciantes, Centro Médico, Área de Cómputo, Agencia Bancaria y Farmacia. Adicionalmente las instalaciones cuentan con la seguridad de cámaras conectadas al ECU 911, seguridad privada, sistema de alarmas contra incendios.

El nuevo “Centro Comercial Comité del Pueblo” está ocupado en un 96%, distribuidas en cuatro plantas para los comerciantes ofertantes tanto de servicios, artículos de bazar y calzado, ropa para dama caballero y niños productos cárnicos, legumbres y frutas, y una planta es un patio de comidas. Los 344 puestos ocupados son arrendados a comerciantes ambulantes que trabajan en la calle Jorge Garcés y la diferencia de estos se encuentran en espera de asignación por parte de Municipio.

Diseño Planos Centro de Comercio



Edificación Centro de Comercio



Ventas “Centro de Comercio Comité del Pueblo”



Figura 8. Edificación “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

Para obtener uno de los puestos de trabajo en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, la Agencia Distrital de Control somete a los comerciantes a censos y a asistir a talleres de sobre temas de importancia como: Inocuidad Sanitaria, Ordenanzas Municipales, liderazgo, ventas y marketing conforme lo estipula la Ordenanza No. 280 que menciona el derecho al trabajo de los trabajadores autónomos, así también regular las actividades comerciales y de servicios en el espacio público.



Figura 9. Capacitaciones Comerciantes

Fuente: (Comercio, 2016)

Con el objetivo de impulsar las ventas en el centro la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio desarrolla campañas de socialización con la comunidad con eventos culturales, entretenimiento y dispersión. En los meses de Agosto “Verano en Familia” ha tenido gran acogida en niños y adultos por la diversidad de actividades recreativas como bailes en vivo, concursos, saltarines y juego inflables.



Figura 10. Propaganda del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

Fuente: (Google, 2018)

2.3. Fundamentación Conceptual

2.3.1. Bases Teóricas

A continuación se establecen los elementos teóricos necesarios para comprender el motivo del estudio y la importancia del comercio local.

|

2.3.1.1. Mercado

Acorde a Gregory Mankiw el mercado es como una maraña de compradores y vendedores, parece casi un milagro que se produzcan alimentos en cantidades adecuadas, que sean transportados a los lugares exactos y que lleguen en buen estado a la mesa. En sentido general los mercados son lugares en los que compradores y vendedores interactúan, intercambian bienes y servicios y determinan precios. (Gregory , 2002, pág. 41)

El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas. (Economía.WS, 2017)

2.3.1.2. Clasificación de los mercados

Los mercados pueden clasificarse según diferentes criterios y por lo tanto tenemos diferentes segmentos y nombres de mercados.

Según su volumen

- **Mercados mayoristas:** Alto volumen de ventas.
- **Mercados minoristas:** Bajo volumen de ventas.

Según el número de participantes que ofertan:

- **Competencia perfecta:** Muchos vendedores y muchos compradores, por lo tanto ninguno puede influir en el mercado.
- **Oligopolio:** Pocos ofertantes fr un determinado producto o servicio y por lo tanto se ponen de acuerdo en fijar precios y condiciones de venta. De esta manera se elimina la competencia entre ellos.
- **Monopolios:** Un solo ofertante de un producto o servicio demandado, con lo cual se puede establecer el precio.

Según la regulación:

- **Mercados regulados:** El estado ejerce controles sobre precios y condiciones.

- **Mercados desregulados:** El estado no ejerce controles y por lo tanto es el mercado el que establece precios en función a la oferta y la demanda.

Según las transacciones sean sobre bienes o servicios:

- **Mercado de bienes:** Se compran y venden productos y mercancías.
- **Mercado de servicios:** Contrataciones.

La economía es el estudio de cómo la sociedad administra sus recursos que son escasos. En la mayoría de las sociedades los recursos no son asignados por un dictador omnipotente, sino que se distribuyen por medio de las acciones conjuntas de millones de hogares y empresas. (Gregory , 2002)

2.3.1.3. Comercio

Proviene del latín commercium, y es una actividad económica que se basa en la negociación a partir de la compra, venta o intercambio de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. El comercio se desarrolla en un ámbito de ferias, muestras y mercados, centros comerciales donde lo que debe primar es exhibir el producto.

El producto debe ser comercializado lo cual significa ponerlo a la venta, favorecer su difusión, es decir darle las condiciones y vías de distribución para su venta. Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del

mercado. El producto debe ser comercializado lo cual significa ponerlo a la venta, favorecer su transmisión, darle condiciones y vías de distribución para su venta.

2.3.1.4. Conceptos Importantes Relacionados con el Comercio

Estructura comercial.. es una organización diferenciada de acuerdo al uso del suelo y está en función de la actividad comercial y servicios complementarios que presente.

- **Comerciante:** se refiere a la persona que se dedica a negociar comprando productos a un precio fijo para venderlo a un mayor precio y obtener ganancia en el negocio.
- **Comercio informal:** es una actividad de comercio que se realiza fuera de las normas establecidas.
- **Comercio ambulatorio:** Se da debido a una demanda de productos o servicios de la población de bajos ingresos que promueve la actividad comercial en la vía pública.
- **Comercio mayorista:** es la actividad de compra y venta de productos en gran cantidad cuyo comprador no es el consumidor final.

- El **comercio minorista**: es la actividad de compra y venta de productos cuyo comprador es el consumidor final.

2.3.1.5. Conceptos importantes relacionados a la Economía Familiar

(Osorio Lema, 2015) señala como principios de la economía familiar los siguiente Etimológicamente hablando, economía viene del latín *aeconomus*, y éste del griego *oikonomos*, de *oikos*: casa y *nomos*: administrador, por lo que un jefe de familia ya sea el padre, la madre o ambos, son los administradores y responsables de que la economía familiar sea sana y lleve un estricto régimen presupuestario.

- La **economía** es la ciencia que se encarga de administrar adecuadamente todos los bienes con los que cuenta un individuo y así satisfacer sus necesidades. La economía familiar tiene por objeto una adecuada gestión de los ingresos y los gastos del núcleo familiar haciendo una correcta distribución de los primeros, permitiendo así la satisfacción de sus necesidades materiales, atendiendo aspectos fundamentales de su desarrollo, como la alimentación, la ropa o la vivienda. (Sevilla, 2015)
- La **economía doméstica** es, por tanto, regular, controlar, proveer y satisfacer a los miembros de una familia de los recursos suficientes para tener una calidad de vida. Esta gestión es una responsabilidad de todos los miembros del núcleo

familiar, que deben conocer todos los componentes de dicha economía, como son el trabajo, los ingresos, los gastos y el ahorro. (Sevilla, 2015)

- La **economía familiar** es entendida como una microeconomía que se debe distribuir adecuadamente, evitando el sobreendeudamiento y aumentando la capacidad de ahorro del individuo. Para ello deben existir normas internas que la rijan, abogando por un consumo responsable en el hogar, atendiendo a las realidades existentes. (Sevilla, 2015)

¿Qué se entiende por Economía Familiar?

Acorde al boletín de Gestión Eficaz de la Economía Doméstica emitido por Fauca Sevilla se define así:

La economía es la ciencia que se encarga de administrar adecuadamente todos los bienes con los que cuenta un individuo y así satisfacer sus necesidades. La economía familiar tiene por objeto una adecuada gestión de los ingresos y los gastos del núcleo familiar haciendo una correcta distribución de los primeros, permitiendo así la satisfacción de sus necesidades materiales, atendiendo aspectos fundamentales de su desarrollo, como la alimentación, la ropa o la vivienda.

La economía doméstica es, por tanto, regular, controlar, proveer y satisfacer a los miembros de una familia de los recursos suficientes para tener una calidad de vida. Esta gestión es una responsabilidad de todos los miembros del núcleo familiar, que deben conocer todos los componentes de dicha economía, como son el

trabajo, los ingresos, los gastos y el ahorro. La economía familiar es entendida como una microeconomía que se debe distribuir adecuadamente, evitando el sobreendeudamiento y aumentando la capacidad de ahorro del individuo. Para ello deben existir normas internas que la rijan, abogando por un consumo responsable en el hogar, atendiendo a las realidades existentes. (Sevilla F. , 2015)

2.3.1.6. Presupuesto Familiar

Es la recopilación de forma ordenada de toda la información financiera, y poner frente a frente, los ingresos con los egresos, para conocer de esta forma el ahorro o el déficit que tiene nuestra economía familiar.

Es así que el Ministerio de Educación de España en el Boletín Aula Mentor define los usos del presupuesto familiar que se presenta a continuación.

- Saber en qué se nos va el dinero.
- Priorizar y ajustar gastos.
- Controlar el gasto.
- Identificar deudas.
- Planificar el ahorro.
- Hacer previsiones para el futuro
- Ajustar nuestro nivel de vida

Por lo que define al presupuesto familiar como el documento en el que se plasman de forma ordenada y por escrito la relación de gastos e ingresos, previstos en una unidad familiar durante un periodo de tiempo determinado. (Ministerio de Educación de España, 2012)

2.3.1.7. El ahorro dentro de la economía familiar

En economía el concepto de ahorro familiar hace referencia al excedente de los ingresos disponibles sobre los gastos de consumo del día a día. El ahorro familiar es la diferencia entre el ingreso disponible de una familia y su consumo, es decir, la diferencia que existe entre el ingreso disponible y el gasto efectuado. Para saber de dónde podemos ahorrar es imprescindible contar con un elaborado presupuesto familiar. En una familia el ahorro diario es de vital importancia. ¿Para qué ahorrar? El ahorro sirve para afrontar cualquier emergencia y tener una mayor seguridad de cara al futuro. El ahorro de hoy permitirá atender las necesidades futuras. (Economía Simple, 2016)

Tipos de ahorro familiar

Existen tres tipos de ahorro familiar:

- Ahorro voluntario: Es el ahorro que las familias lo hacen por su propia voluntad y consiste fundamentalmente en el capital que invierten en planes de pensiones, a cambio los bancos pagan los intereses.

- Ahorro negativo: Se entiende por ahorro negativo al gasto del dinero ahorrado en el momento en el que no hay ingresos.
- Ahorro forzoso: Se refiere al pago obligatorio de la seguridad social para asegurar la pensión de jubilación, la baja por enfermedad y tener un seguro en caso de invalidez. (Economía Simple, 2016)

2.4. Fundamentación Legal

La fundamentación Legal se enmarca en las leyes y disposiciones reglamentarias que dictamina el Gobierno Central y el Distrito Metropolitano de Quito para los comerciantes y trabajadores autónomos.

La Constitución de la República del Ecuador es el fundamento jurídico que norma la relación política entre el gobierno central y los ciudadanos precautelando sus derechos colectivos, la emisión de decretos orientan a la política económica y fiscal del país.

Art. 242.. La organización y el funcionamiento de la economía responderán a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad, a fin de asegurar a los habitantes una existencia digna e iguales derechos y oportunidades para acceder al trabajo, a los bienes y servicios: y a la propiedad de los medios de producción. (Constitución Política de la República del Ecuador, 2008)

Art. 243.. Serán objetivos permanentes de la economía:

1. El desarrollo socialmente equitativo, regionalmente equilibrado, ambientalmente sustentable y democráticamente participativo.
2. La conservación de los equilibrios macroeconómicos, y un crecimiento suficiente y sostenido.
3. El incremento y la diversificación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado interno.
4. La eliminación de la indigencia, la superación de la pobreza, la reducción del desempleo y subempleo; el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, y la distribución equitativa de la riqueza.
5. La participación competitiva y diversificada de la producción ecuatoriana en el mercado internacional. (Constitución Política de la República del Ecuador, 2008)

Art. 244.. Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá:

1. Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen confianza. Las actividades empresariales pública y privada recibirán el mismo tratamiento legal. Se garantizarán la inversión nacional y extranjera en iguales condiciones.
2. Formular, en forma descentralizada y participativa, planes y programas obligatorios para la inversión pública y referencial para la privada.
3. Promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos. Impulsar la libre competencia y sancionar, conforme a la ley, las prácticas monopólicas y otras que la impidan y distorsionen.

4. Vigilar que las actividades económicas cumplan con la ley y Regularlas y controlarlas en defensa del bien común. Se prohíbe el anatocismo en el sistema crediticio.
5. Crear infraestructura física, científica y tecnológica; y dotar de los servicios básicos para el desarrollo.
6. Empezar actividades económicas cuando lo requiera el interés general.
7. Explotar racionalmente los bienes de su dominio exclusivo, de manera directa o con la participación del sector privado.
8. Proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad.
9. Mantener una política fiscal disciplinada; fomentar el ahorro y la inversión; incrementar y diversificar las exportaciones y cuidar que el endeudamiento público sea compatible con la capacidad de pago del país.
10. Incentivar el pleno empleo y el mejoramiento de los salarios reales, teniendo en cuenta el aumento de la productividad, y otorgar subsidios específicos a quienes los necesiten. (Constitución Política de la República del Ecuador, 2008)

Art. 246.. El Estado promoverá el desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión, como cooperativas, talleres artesanales, juntas administradoras de agua potable y otras similares, cuya propiedad y gestión pertenezcan a la comunidad o a las personas que trabajan permanentemente en ellas, usan sus servicios o consumen sus productos. (Constitución Política de la República del Ecuador, 2008)

El Consejo Metropolitano de Quito expide: Ordenanza Metropolitana N° 0253

Relacionadas a los Mercados de Quito sus obligaciones y derechos.



EL CONSEJO METROPOLITANO DE QUITO

Expide: Ordenanza Metropolitana N° 0253 Relacionadas a los Mercados de Quito.

Objeto y ámbito de aplicación: Regular la prestación del servicio de abastecimiento y comercialización de productos alimenticios.

Sistema de Comercialización:

La conformación del sistema de comercialización del Distrito Metropolitano de Quito es el siguiente:

- a. Comercio de productos perecibles; y,
- b. Comercio de productos no perecibles.

El comercio de productos perecibles está conformado por

- a. La Central de Abastos o Mercado Mayorista;
- b. Mercados Minoristas Municipales; y
- c. Ferias Municipales existentes en los mercados municipales y plataformas autorizadas por la Dirección Metropolitana de Comercialización.

Objetivos Principales de la Dirección Metropolitana de Comercialización:

- a. Planificar, organizar y controlar el sistema de comercialización del Distrito Metropolitano de Quito;
- b. Propender el abastecimiento de productos alimenticios y de primera necesidad en toda circunstancia;
- c. Construir locales para mercados adecuados en tamaño, estructura ubicación y distribución interna, para atender aspectos básicos alimentarios de la comunidad;
- d. Reorganizar parcial o totalmente las instalaciones existentes que se deterioren, para lo cual el comité de adjudicación de puestos reubicará temporalmente a los comerciantes afectados;
- e. Ofrecer mayores facilidades de acceso, estacionamiento, carga, descarga y seguridad para las mercaderías y para quienes participan en su manejo como productores, transportadores, comerciantes y compradores;
- f. Ofrecer a los comerciantes y compradores, puestos acondicionados sus necesidades;
- g. Capacitar al personal administrativo y operativo del sistema de comercialización, para que cumplan sus funciones en forma eficaz, eficiente y así orientar a los comerciantes;
- h. Capacitar y tecnificar a los comerciantes en aspectos sanitarios de mercado, tales como: salud ocupacional, medio ambiente, seguridad industrial conocimiento de las normas jurídicas, ordenanzas reglamentos, y más regulaciones relacionadas con el sistema de comercialización del Distrito Metropolitano de Quito;
- i. Establecer un programa de educación a los consumidores mediante demostraciones prácticas de nutrición, carteles, folletos, proyección de películas y otros medios educativos para contribuir a mejorar sus hábitos.
- j. Contribuir al mejoramiento de las asociaciones gremiales de los comerciantes; mediante la prestación de servicios técnicos y de capacitación permanente.

El Consejo Metropolitano de Quito expide: Ordenanza Metropolitana N° 0280



El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio, impulsa un importante proceso de capacitación sobre la Ordenanza 280 que Regula y Controla la actividad comercial que las y los trabajadores autónomos ejercen en el espacio público del Distrito Metropolitano de Quito.

Los principales contenidos socializados fueron:

- El desarrollo histórico del Comercio Autónomo en el DMQ
- Estructura orgánico funcional de la ACDC
- Marco legal en la que se sustenta la Ordenanza
- Clasificación y definición de los Trabajadores Autónomos
- Derechos y obligaciones del Municipio y los comerciantes
- Zonas permitidas y no permitidas para el desarrollo de la actividad comercial
- Giros de negocios
- Permisos Metropolitanos
- Infracciones y Sanciones
- Transitorias de la ordenanza
- Proceso para la regularización

La Ordenanza clasifica a las y los comerciantes autónomos en:

- Fijos - Utilizan Espacio Público Fijo
- Semi-Fijos - Trabajan en un radio de acción determinado y por un tiempo establecido;
- Ambulantes - Se desplazan por el DMQ
- Ocasionales y Temporales - Ferias y Espectáculos Públicos en Sitios Específicos
- Transportación Pública - Unidades de Transportación en el DMQ

Dentro de sus obligaciones, los comerciantes deben:

- Solicitar y renovar anualmente el permiso;
- Ejercer personalmente las actividades comerciales autorizadas;
- Respetar el espacio asignado y mantener la higiene en el sitio;
- Respetar el Giro de negocio;
- Portar la credencial y estar uniformado;
- Pagar las regalías.

Por otro lado, la Normativa o Reglamento de Ejecución de la Ordenanza está siendo elaborada con la participación de Asociaciones de Comerciantes y Coordinadores de espacio público de las diferentes Administraciones Zonales del Municipio.

Policías metropolitanos, comerciantes y guías ciudadanos identifican el rol que cumplen dentro de este proceso de regulación y control.

2.5. Sistema de Variables

2.5.1. Definición Nominal

En la presente investigación se determina la variable dependiente e independiente.

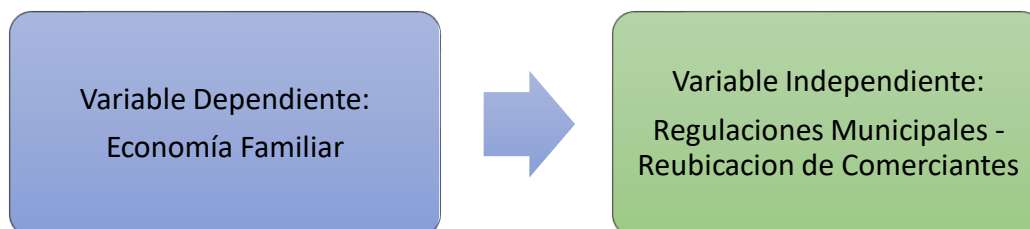


Figura 11. Determinación de Variables

De acuerdo al problema de investigación establecido, la economía familiar de los comerciantes reubicados al “Centro del Comercio Comité del Pueblo” depende de las Regulaciones Municipales emitidas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

2.5.2. Definición Conceptual

- Variable Dependiente: La economía familiar son los ingresos y gastos destinados al núcleo familiar mediante la distribución de los recursos.
- Variable Independiente: Acto normativo emitido por el Consejo Municipal para la población cuya aplicación y cumplimiento es de carácter obligatorio.

2.5.3. Definición Operacional

- Variable Dependiente: Los niveles de ingresos son parte de la economía familiar de los comerciantes reubicados.

- Variable Independiente: La reubicación de comerciantes ambulantes de la Av. Jorge Garcés al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.

2.6. Hipótesis

2.6.1. Hipótesis General

La ubicación geográfica del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” afecta de forma negativa las ventas de los comerciantes reubicados, debido a que no existe demanda de productos afectando su situación económica.

2.6.2. Hipótesis Particulares

- La disminución de ingresos económicos de los comerciantes reubicados no les permite programar un ahorro mensual.

- Las fuentes de financiamiento de los comerciantes reubicados son limitadas así como la recuperación de su inversión de su negocio debido a la disminución de sus ventas.

- Las capacitaciones oportunas sobre temas relacionados a técnicas de ventas, atención al cliente y educación financiera son necesarias para mejorar la situación financiera de los comerciantes reubicados en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.

2.7. Cuadro de operación de la Variables

Tabla 1

Operación de la Variable

Variable	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumento
Variable Independiente	Acto normativo emitido por el Concejo Municipal para la población cuya aplicación y cumplimiento es de carácter obligatorio.	Organización de comerciantes Ubicación Geográfica	Recuperación espacio público Reubicación de comerciantes	Encuesta	Cuestionario
Definición Dependiente:	La economía familiar son los ingresos y gastos destinados al núcleo familiar mediante la distribución de los recursos.	Comportamiento de la economía	Nivel de Ingresos de los comerciantes reubicados	Encuesta Entrevistas	Cuestionario
Economía Familiar					

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque

La presente investigación se encuentra enfocada en describir la realidad objetiva del panorama económico de los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” con un enfoque cuantitativo con el propósito de identificar los factores que inciden en la economía familiar mediante la descripción, análisis e interpretación con las herramientas y técnicas de campo a fin obtener información que permita establecer soluciones.

Dichos resultados van a ser representados mediante gráficos, tablas y análisis descriptivo de la información obtenida para establecer una relación con las teorías expuesta a fin de determinar los factores que inciden en la estabilidad de la economía familiar de los comerciantes reubicados.

3.2. Modalidad de la Investigación

Pablo Flores define a la investigación como “la acción y el efecto de realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia y teniendo como fin ampliar el conocimiento científico.” (Flores, 2007).

La investigación tiene como objetivo crear el contacto directo con el entorno, situación económica, social y cultural con la finalidad de establecer soluciones a problemas presentados y centrar el interés en el aprendizaje de algo nuevo incitando el pensamiento crítico, la creatividad y el desarrollo.

Dentro de los Métodos a emplear en la presente investigación están:

Método Deductivo: “Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. Inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, entre otros, de aplicación universal, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.” (Bernal Torres, 2010, pág. 60)

Método Inductivo: “Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría”. (Bernal Torres, 2010, pág. 60)

3.3. Tipos de Investigación

Los tipos de investigación se clasifican según diferentes criterios por el objetivo o propósito de la investigación que se pueden hacer uso.

Tabla 2*Tipos de Investigación*

Según el propósito o finalidad que persigue:	Investigaciones Pura (básica), Investigación aplicada e Investigación Profesional.
Por el nivel de conocimientos que se adquieren:	Investigaciones Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa
Por las características de los medios utilizados para obtener los datos: investigaciones:	Investigación Documental, de Campo o Experimental
Acorde con el método utilizado:	Analítica, Sintética, Deductiva, Inductiva, Histórica, Comparativa, Cualitativa, Cuantitativa.
Por las características externas de las fuentes:	Investigaciones Primaria y Bibliográfica o Documental

Fuente: (Posada, 2009)

En la presente investigación se toma como base los tipos de investigación que define el actor César Augusto Bernal Torres en el libro Metodología de la Investigación que se requiere para el desarrollo una serie de herramientas teórico.prácticas.

Investigación Documental: “Consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio.” (Bernal Torres, 2010, pág. 111)

Investigación de Campo: Esta investigación tiene un enfoque hacia la solución de problemas o necesidades. Estas se desarrollan en el ambiente natural con las personas

que son parte del estudio. Las herramientas que se utilizan son las entrevistas, encuestas y observaciones. (Bernal Torres, 2010, pág. 115).

Investigación Descriptiva: “trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta.” (Blogspot, 31).

3.4. Diseño de Investigación

El diseño de investigación es la estrategia que constituye un plan general para obtener respuestas al problema planteado para lo cual se detalla las investigaciones que se van a emplear en el presente proyecto con la finalidad de comprobar la hipótesis de la investigación.



Figura 12. Diseño de la Investigación

3.5. Población y Muestra

En la investigación unos de los factores importantes es definir quiénes y que características tienen los individuos del objeto de estudio.

Morles, V define que la POBLACIÓN se refiere “al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación”. (Morles, 1994, pág. 17)

Torres, C define que la MUESTRA “es la parte de la población que se selecciona, de la que se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables de estudio”. (Bernal Torres, 2010, pág. 181) Esta investigación está dirigida al grupo poblacional conformado por los comerciantes del nuevo centro de abastos “Centro de Comercio Comité del Pueblo” de los 344 puestos de trabajo ocupados.

Tabla 3

N° de Tipo de Negocios “Centro de Comercio Comité de del Pueblo”

TIPO DE NEGOCIO	N°
Almacenes de Ropa	97
Almacenes de Calzado	43
Bazares y Papelerías	1
Centros de Computo	1
Distribuidora de Plásticos e insumos para el Hogar	6
Distribuidoras de Productos de Aseo Personal	6
Farmacias	1
Fruterías y Legumbreras	93
Peluquerías	1
Restaurantes	35
Sastrerías	3
Servicios Técnico Celulares y Cabinas Telefónicas	3
Talleres de Reparación de Electrodomésticos	1
Tercenas y Pescaderías	22
Tiendas y Comerciales de Abastos	31
TOTAL	344

Fuente: Asociación de Comerciantes Centro de Comercio.

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

p= proporción de la población con las características deseadas (éxito).

q= proporción de la población con las sin características deseadas (fracaso).

Z = Niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor es recomendable el 95% de confianza equivale a 1,96.

e = Límite aceptable de error muestral, cuando no se tiene valor suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09).

Datos a aplicar:

N = 334 Comerciantes Nivel de Confianza 95% **Z** = 1,96 **p** = 0,5

e = 0,05 **p** = 0,5 **q** = 0,5

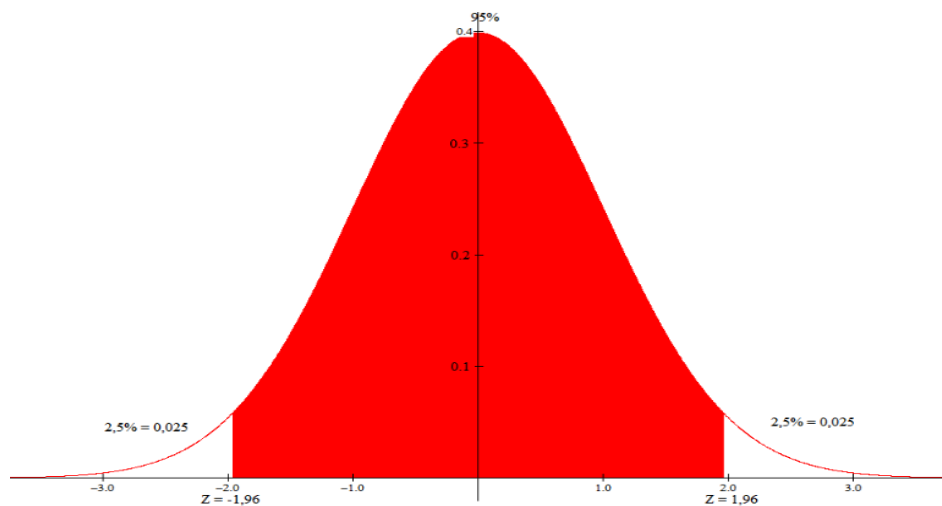


Figura 13. Representación Nivel del confianza del 95%

CALCULO: Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

A	B	C	D	E
1		e	0,05	
2		N	344	
3		p	0,5	
4		q	0,5	
5	Nivel de Confianza	95	%	
6	Area a la izquierda de $-Z$	0,025	$= (100-C5)/200$	
7	$-Z$	-1,96	$= INV.NORM.ESTAND(C6)$	
8	Z	1,96	$= -1*B6$	
9		330,37		
10		$= \frac{330,37}{1,82}$	$= +B2*B8^2*B3*B4/B1^2*(B2-1)+B8^2*B3*B4$	
11		$n = 181,73$	≈ 182	

Para establecer el número de encuestas que se va a realizar a los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” se considera los puestos de trabajo ocupados.

Tabla 4
Muestra de la Investigación

Población	N° de Comerciantes	% de Participación	N°
Centro de Comercio Comité del Pueblo	344	52.91%	182
	Total Muestra		182

3.6. Técnicas de Recolección de Datos

La recopilación de información es un proceso con una serie de pasos que permite obtener la recopilación de datos para analizarlos y probar la hipótesis en la investigación.

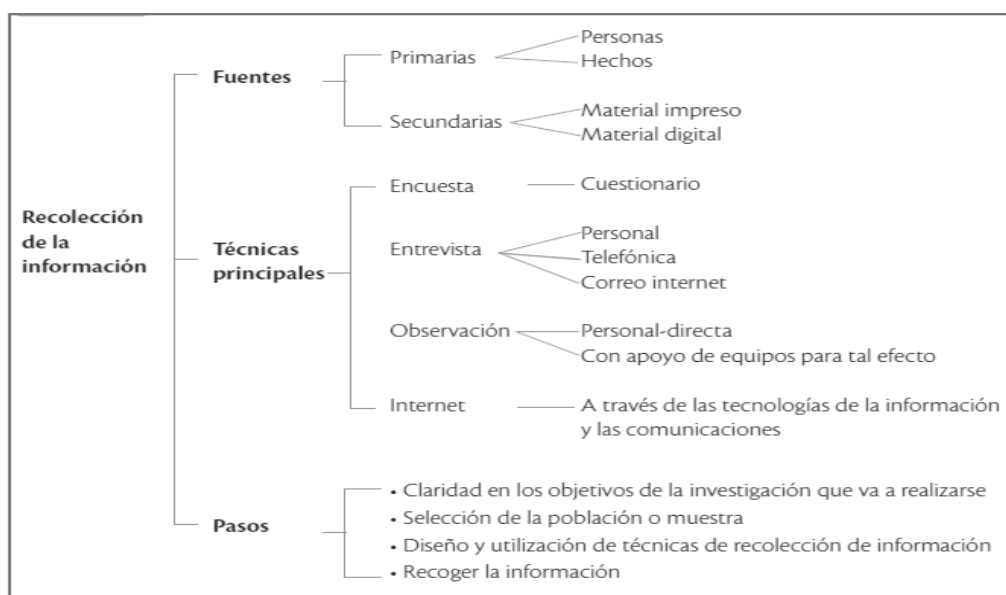


Figura 14. Fuentes y técnicas de obtención de información

Fuente: (Bernal Torres, 2010)

3.6.1. Técnicas

- **Encuesta**

Es un instrumento de recopilación de información por medio de un cuestionario previamente diseñado por preguntas cerradas para aplicar a la investigación.

- **Entrevista**

Es un instrumento de recopilación de información por medio de un cuestionario previamente diseñado por preguntas abiertas que obtiene la mayor información a detalle de la situación económica de los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.

- **Observación de Campo**

La observación de campo es una de las técnicas de recopilación de información que se refiere al contacto con la realidad presentada en el sector estudiado con la finalidad de obtener datos verdaderos y confiables.

- **Observación Directa**

La observación directa se refiere al contado personal con el fenómeno a investigar para este estudio son los comerciante ambulantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.

- **Bibliográfica**

Se utilizará para el diseño del marco teórico y la investigación.

3.6.2. Instrumentos

3.7. Técnicas de análisis de datos

- **Organización**

La información recolectada será ordenada para analizarla y clasificada para tabularla.

- **Tabulación**

Para el procesamiento de la información recolectada de las encuestas aplicadas para la tabulación de los datos se utiliza el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) es un conjunto de programas diseñado a la realización de análisis estadísticos y Microsoft Excel Office 2017 que permita trabajar con cifras precisas a fin de poder representarlos en tablas y gráficos.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Análisis de los Resultados

En la presente proyecto de investigación para el análisis de resultados se utilizó la tabulación de la información recolectada de las respuestas de las encuestas aplicadas en la Ciudad de Quito de los comerciantes reubicados en el “Centro del Comercio Comité del Pueblo” uno de los segmentos de la economía con afluencia de consumidores de productos de primera necesidad.

Los resultados se representarán mediante la distribución de frecuencias y gráficos Mason y Lind (1997) indica que, “la distribución de frecuencias es el agrupamiento de datos en categorías que muestran el número de observaciones de cada categoría”. (p. 24).

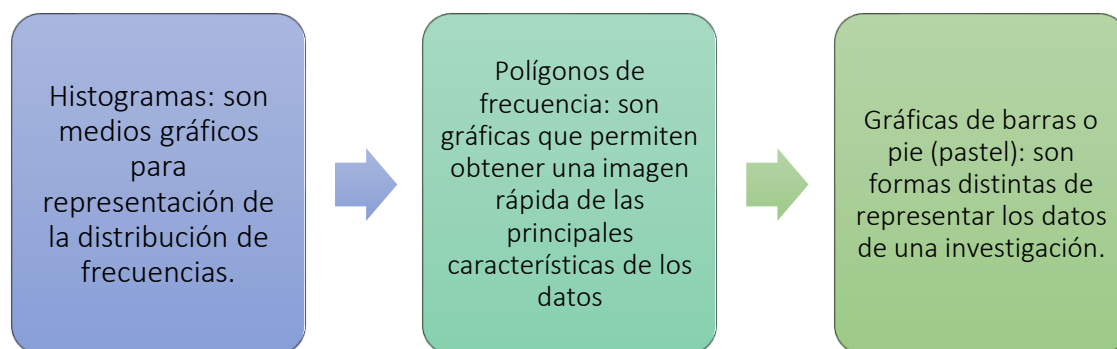


Figura 15. Distribución de frecuencias y gráficos de información

Fuente: (Bernal Torres, 2010)

Tabla 5

Recolección de Información
 Fechas de aplicación

Lugar de aplicación

Sábado: 7 de Abril del 2018 Encuesta “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

Domingo: 15 de Abril del Entrevista “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

2018

INFORMACIÓN GENERAL

Tabla 6

Género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FEMENINO	147	80,8	80,8	80,8
	MASCULINO	35	19,2	19,2	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

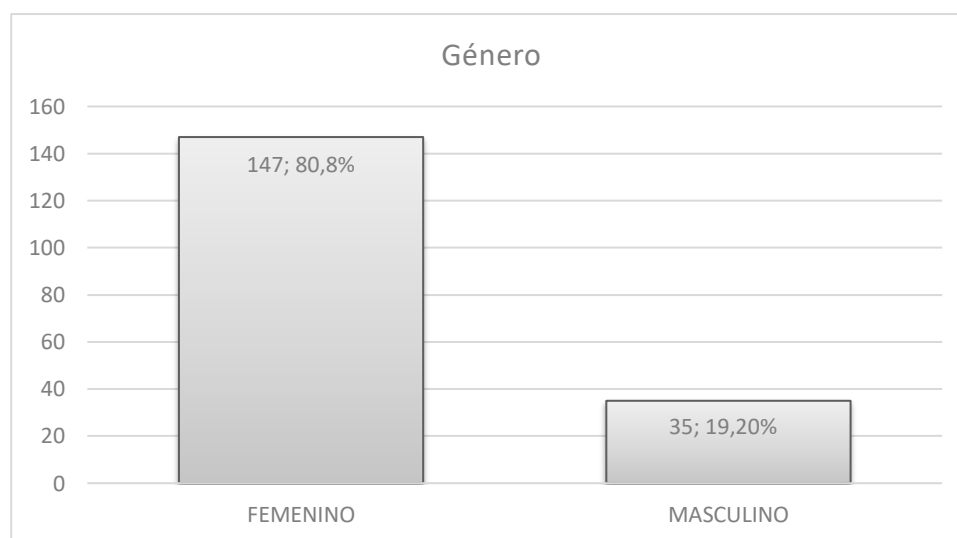


Figura 16. Género

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 47 comerciantes que representan el 80,8% son mujeres y 35 comerciantes que representan el 19,2 son hombres.

ANÁLISIS:

La mayor parte de los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” son mujeres, situación que deja en evidencia que madres de familias toman como fuente trabajo la comercialización de productos y servicios en este centro.

Tabla 7
Edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 – 25	9	4,9	4,9	4,9
	26 – 35	43	23,6	23,6	28,6
	36 – 45	63	34,6	34,6	63,2
	46 en adelante	67	36,8	36,8	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

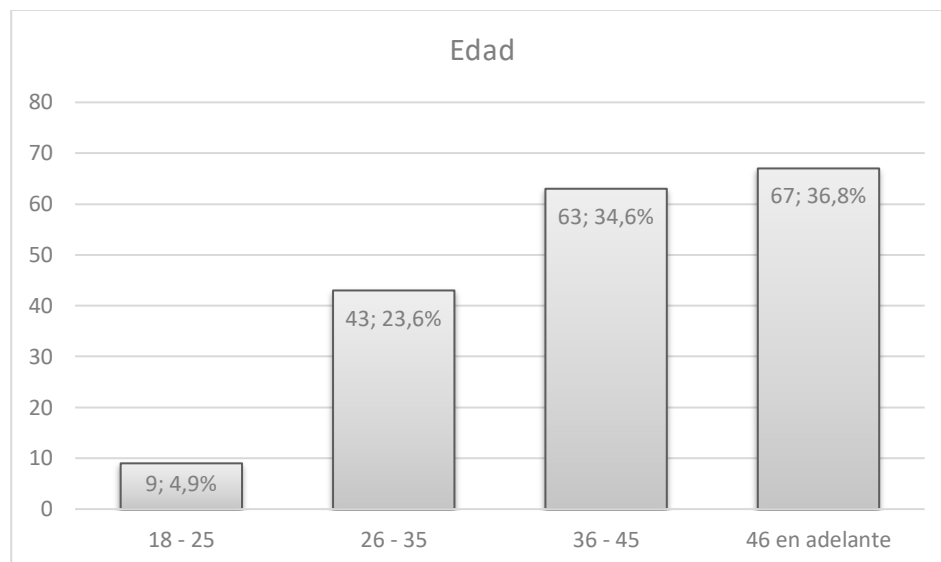


Figura 17. Edad

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 67 comerciantes que representan el 36,8% con edad de 46 años en adelante, 63 comerciantes que presentan el 34,6% tienen edades entre 36 a 45 años, seguidos de los 43 comerciantes representan el 23,6%, tienen edades entre 26 a 35 años, finalmente 9 comerciantes representan el 4,9% con edades de 25 a 28 años.

ANÁLISIS:

De los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” la mayor parte de ellos oscilan en los rangos de edad mayores 36 en adelante, lo que indica que la mayoría de comerciantes reubicados son personas maduras.

Tabla 8
Instrucción Educativa

		Instrucción Educativa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SECUNDARIA	42	23,1	23,1	23,1
	PRIMARIA	140	76,9	76,9	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

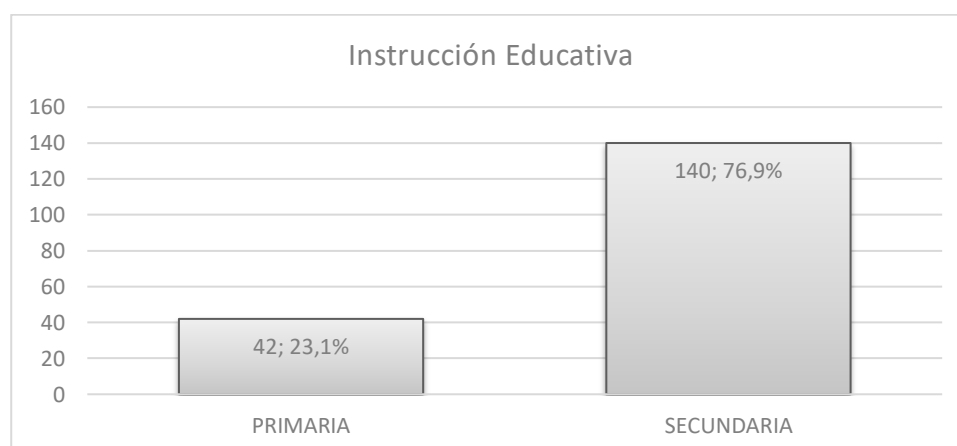


Figura 18. Instrucción Educativa

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 140 comerciantes que representan el 76,9% tuvieron su instrucción educativa hasta la primaria, mientras que 42 comerciantes que presentan el 23,1% tuvieron su instrucción educativa secundaria.

ANÁLISIS:

De los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” la mayoría, es 140 comerciantes que tuvieron instrucción educativa primaria, lo que implica un bajo nivel de escolaridad.

Tabla 9*N° miembros de su familia*

		N° miembros de su familia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	1	,5	,5	,5
	2	5	2,7	2,7	3,3
	3	44	24,2	24,2	27,5
	4	112	61,5	61,5	89,0
	5	16	8,8	8,8	97,8
	6	2	1,1	1,1	98,9
	7	1	,5	,5	99,5
	8	1	,5	,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

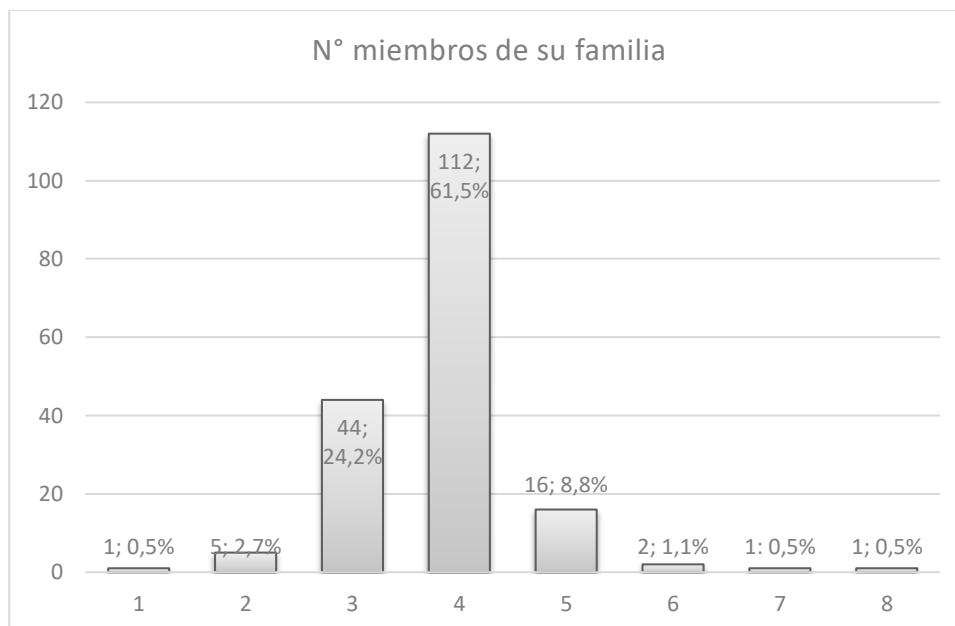


Figura 19. N° miembros de su familia

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 112 comerciantes que representan el 61,5% tienen 4 hijos, mientras que 44 comerciantes que representan el 24,2% tienen 3 hijos.

ANÁLISIS:

El número de miembros de familias de los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, en su mayoría son hogares de 5 y 6 miembros.

Tabla 10
Tipo de Negocio

		1.. ¿Qué tipo de negocio tiene?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Carnes y Mariscos	15	8,2	8,2	8,2
	Comida Preparada	25	13,7	13,7	22,0
	Frutas y Legumbres	76	41,8	41,8	63,7
	Ropa y Calzado	40	22,0	22,0	85,7
	Servicios Varios	4	2,2	2,2	87,9
	Viveres en General	22	12,1	12,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

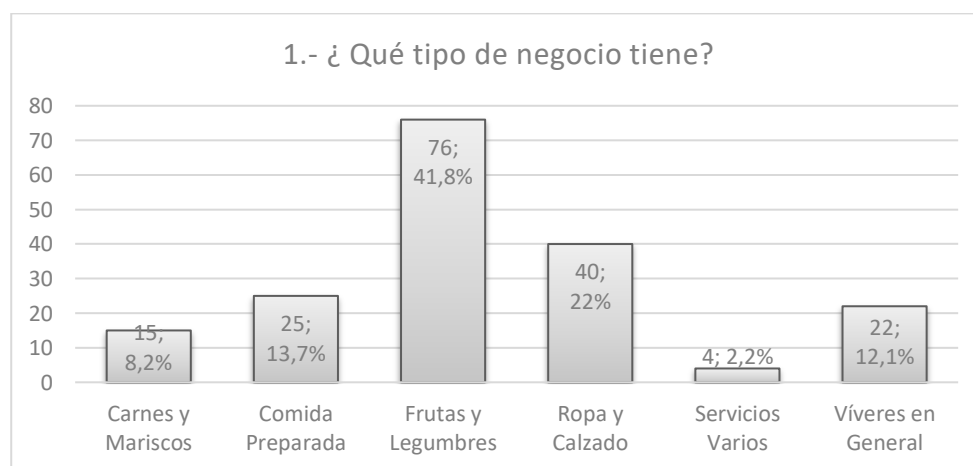


Figura 20. Tipo de Negocio

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 76 comerciantes tienen negocio de frutas y legumbres que presentan el 41,8%, 40 comerciantes con negocios de ropa y calzado que representan el

22,0%, 25 comerciantes negocios de comida preparada que representan el 13,7%, 22 comerciantes con negocios de víveres en general que representan el 12,1%, 15 comerciantes tienen negocios de comercialización de carnes y mariscos que representan el 8,2%, y 4 comerciantes dedicados a la prestación de servicios varios que representan el 2,2%.

ANÁLISIS:

De acuerdo a la distribución del espacio en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo” los comerciantes dedicados a la comercialización de venta de frutas y legumbres cuentan con el mayor número de puestos de trabajo, seguidos de los comerciantes de ropa y calzado con mobiliario adecuada para esta actividad y en el patio de comidas con los comerciantes que se dedican a la preparación de comida típica de nuestro país.

Tabla 11

Tiempo de antigüedad del negocio.

2.. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 2 años	22	12,1	12,1	12,1
	3 a 4 años	83	45,6	45,6	57,7
	4 años en adelante	71	39,0	39,0	96,7
	menos a 1 año	6	3,3	3,3	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

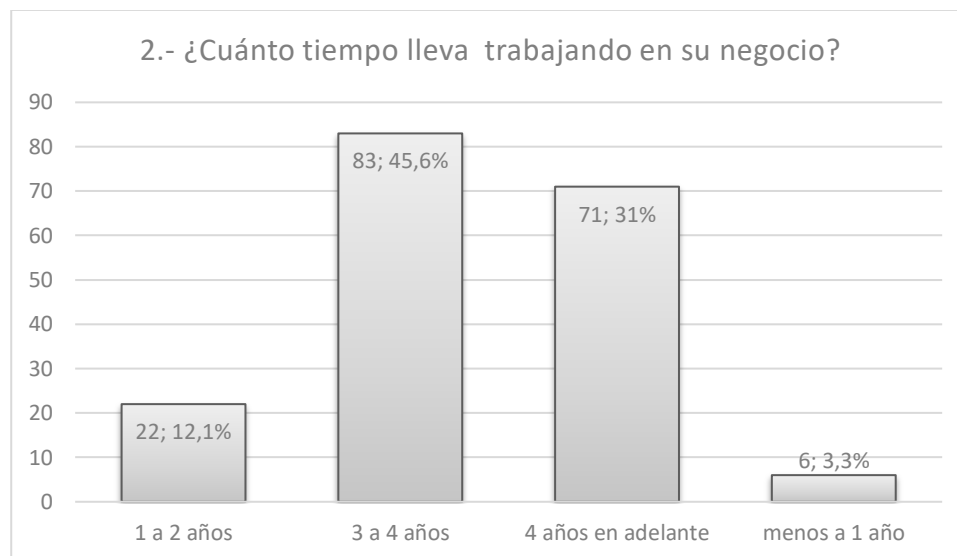


Figura 21. Tiempo de antigüedad del negocio

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 83 comerciantes que representan el 45,6% indican que su negocio lleva en funcionamiento de 3 a 4 años, mientras que 71 comerciantes que representan el 39% de 4 años en adelante; 22 comerciantes representan el 12,1% con 1 a 2 años, y 6 comerciantes que presentan el 3,3 % menos a 1 año.

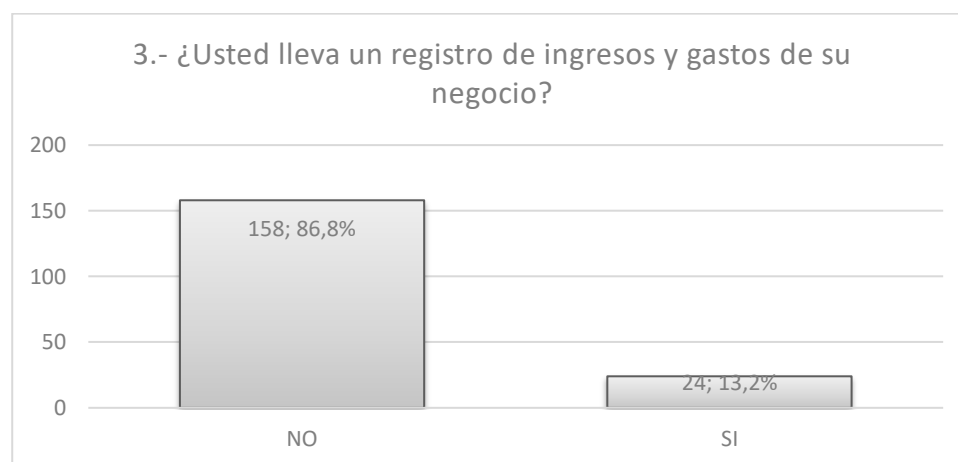
ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos los 83 comerciantes tienen su negocio operativo de 3 a 4 años trabajando de manera ambulante en las calles del sector Comité del Pueblo, mientras que los 71 comerciantes con más de 4 tiene su negocio comercializando productos y servicios en las calles estableciéndose en un puesto de trabajo fijo para realizar sus actividades de comercio.

Tabla 12*Registro de ingresos y gastos del negocio.***3.. ¿Usted lleva un registro de ingresos y gastos de su negocio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	158	86,8	86,8	86,8
	SI	24	13,2	13,2	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

**Figura 22.** Registro de ingreso y gastos del negocio**INTERPRETACIÓN:**

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 158 comerciantes que representan el 86,8% indicaron que no llevan un registro de ingreso y gastos, mientras que 24 comerciantes que representan el 13,2% indicaron que si llevan un registro de ingresos y gastos.

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos los 158 comerciantes que indicaron que no llevan un registro de ingreso y gastos no mantienen un detalle resumido de sus actividades económicas de su negocio y familia, lo refleja la falta de organización y orden de sus cuentas.

Tabla 13

Nivel de ganancia mensual del negocio.

4.. ¿Cuál es su nivel de Ganancia Mensual que usted percibe de su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$1 a \$200	12	6,6	6,6	6,6
	\$201 a \$300	104	57,1	57,1	63,7
	\$301 a \$500	57	31,3	31,3	95,1
	\$501 en adelante	9	4,9	4,9	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

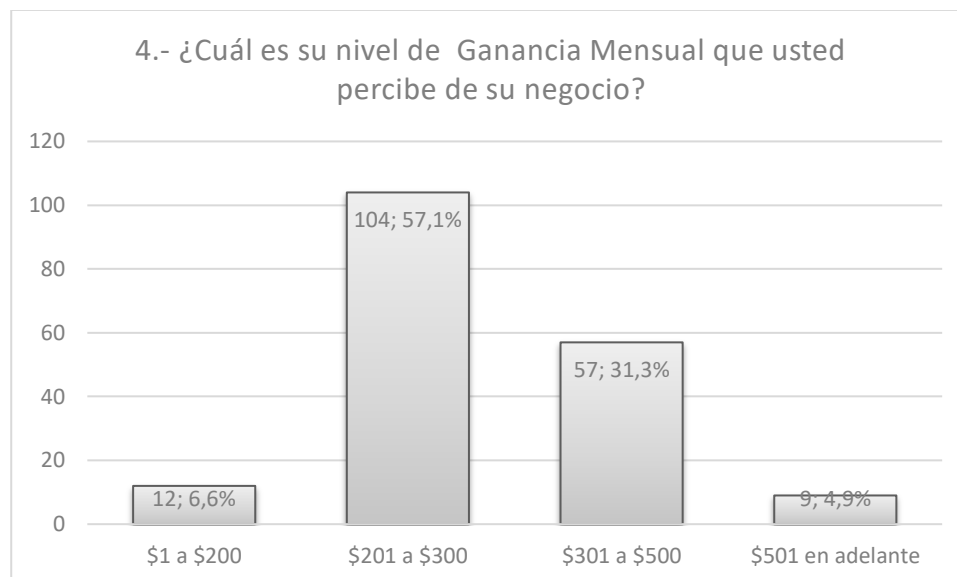


Figura 23. Nivel de ganancia mensual del negocio.

INTERPRETACIÓN:

Los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 104 comerciantes que representan el 54,1% indican que su nivel de ingresos mensuales se encuentra en el rango de \$201 a \$300, mientras que 57 comerciantes que presentan el 31,3% en el rango de \$301 a \$500, 12 comerciantes que representan el 6,6% en el rango \$1 a \$200, y 9 comerciantes que representan el 4,9% en el rango de \$501 en adelante.

ANÁLISIS:

Los niveles de ingreso mensual de los comerciantes reubicados al “Centro del Comercio Comité del Pueblo” en su mayoría se ubican en el rango de \$201 a \$300 lo que muestra que, sus ingresos no llegan al sueldo básico unificado.

Tabla 14*Ingresos del Negocio en relación con la reubicación.*

5.. ¿Considera usted que los ingresos de su negocio han disminuido a partir de la reubicación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	11	6,04	6,04	6,04
	SI	171	93,96	93,96	100
	Total	182	100	100	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

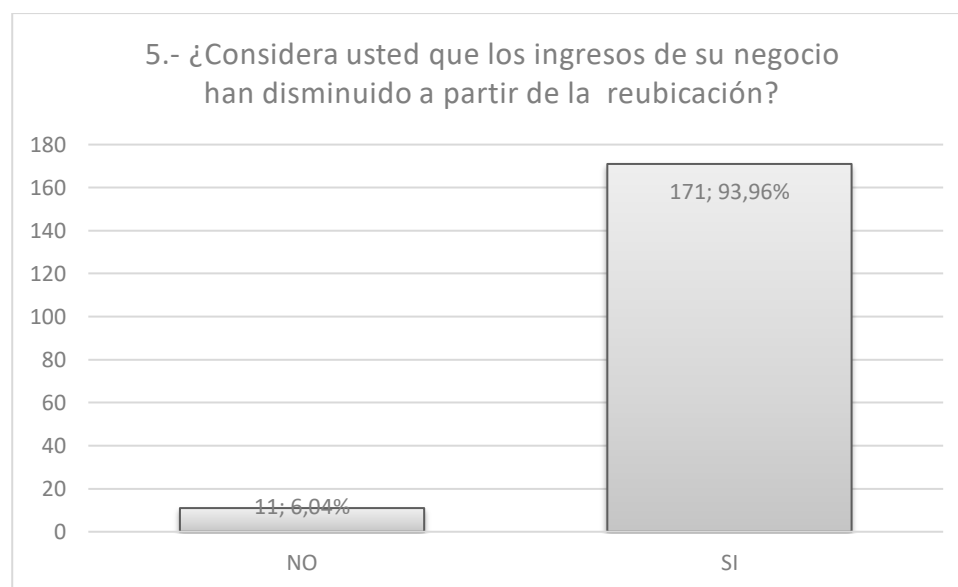


Figura 24. Ingresos del Negocio en relación con la reubicación.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 171 comerciantes que representan el 93,96% indican que los ingresos de sus negocios si se han visto afectados a partir de la reubicación.

ANÁLISIS:

En cuanto a los niveles de ingreso mensual de los comerciantes reubicados al “Centro del Comercio Comité del Pueblo”, para 171 comerciantes esta situación si ha afectó significativamente sus ventas, mientras los 11 comerciantes que indicaron que no les ha afectado indican que no existe relación porque son relativamente nuevos en el centro de comercio.

Tabla 15

Ingresos familiares adicionales a los del negocio.

6.. ¿Cuenta su familia con otros ingresos adicionales a los de su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	114	62,64	62,64	62,64
	SI	68	37,36	37,36	100
	Total	182	100	100	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

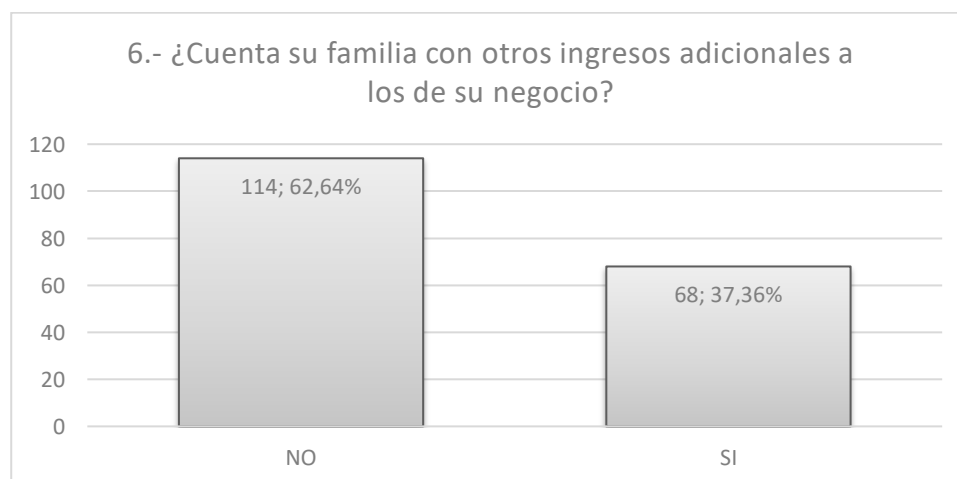


Figura 25. Ingresos familiares adicionales a los del negocio.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 114 comerciantes que representan el 62,64% indican que no cuentan con otros ingresos adicionales a los de su negocio, mientras 68 comerciantes que representan el 37,36% indican que si tiene otros ingresos.

ANÁLISIS:

Los ingresos mensuales adiciones de los comerciantes reubicados al “Centro del Comercio Comité del Pueblo”, 114 comerciantes realizan actividades de comercialización en este centro, mientras 68 comerciantes tienen un ingreso extra por unos o varios de sus familiares que trabaja fuera del centro. La mayor parte de los comerciantes perciben sus ingresos de esta única forma.

Tabla 16

Planificación de presupuestos mensual en el hogar.

7.. ¿Planifica usted un presupuesto mensual en su hogar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	157	86,3	86,3	86,3
	SI	25	13,7	13,7	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

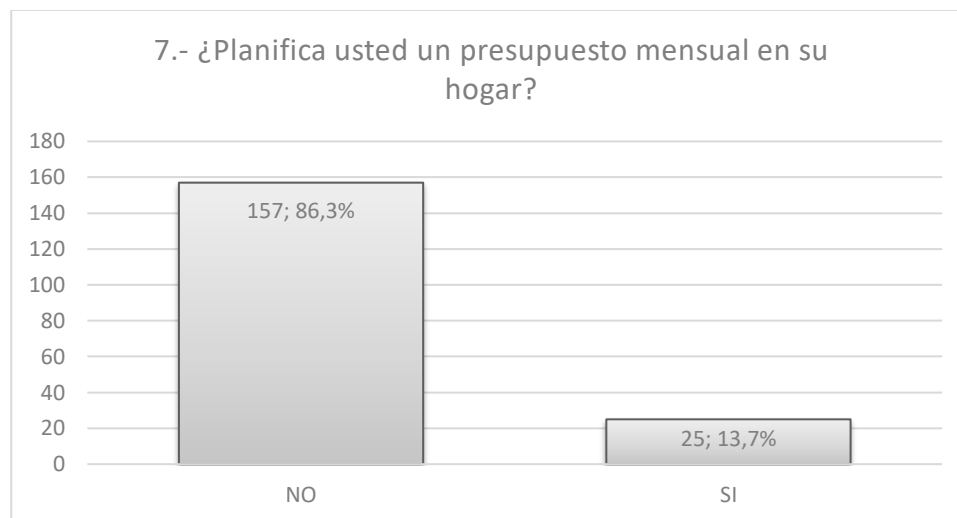


Figura 26. Planificación de presupuestos mensual en el hogar.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 157 comerciantes que representan el 86,3% indicaron que no planifican un presupuesto mensual en su hogar, mientras 25 comerciantes que representan el 13,7% si planifican un presupuesto.

ANÁLISIS:

Los ingresos que perciben actualmente 157 comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” no planifican su actividad comercial debido a que sus ingresos se han visto reducidos por la reubicación.

Tabla 17*Ingresos destinados al ahorro.***8.. ¿Con los ingresos que usted percibe le es posible ahorrar?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	161	88,5	88,5	88,5
	SI	21	11,5	11,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

**Figura 27.** Ingresos destinados al ahorro**INTERPRETACIÓN:**

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 161 comerciantes que representan el 88,5% indicaron que con los ingresos que perciben no les es posible ahorrar, mientras 21 comerciantes que representan el 11,5% indicaron que si les es posible ahorrar.

ANÁLISIS:

Para los 161 comerciantes indican que no les es posible ahorrar debido básicamente con los ingresos no alcanzan a cubrir las necesidades básicas de su familia.

Tabla 18*Destino del ahorro programado.***9.. ¿Para qué destinaría el dinero del ahorro que programa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Educación	3	1,6	1,6	1,6
	Ninguna	161	88,5	88,5	90,1
	Otras	1	,5	,5	90,7
	Una Emergencia	4	2,2	2,2	92,9
	Una vivienda	13	7,1	7,1	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

**Figura 28.** Destino del ahorro programado

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 161 comerciantes que representan el 88,5% indicaron que no destinan dinero al ahorro por consecuente no lo destinan a ninguna actividad, mientras que 13 comerciantes que representan el 7,1% destinan su ahorro para una vivienda, 4 comerciantes que representan el 2,2% lo destina para emergencias, 3 comerciantes que representan el 1,6% lo de destina a la educación, y 1 comerciante que representa 0,5% lo destina a otras actividades.

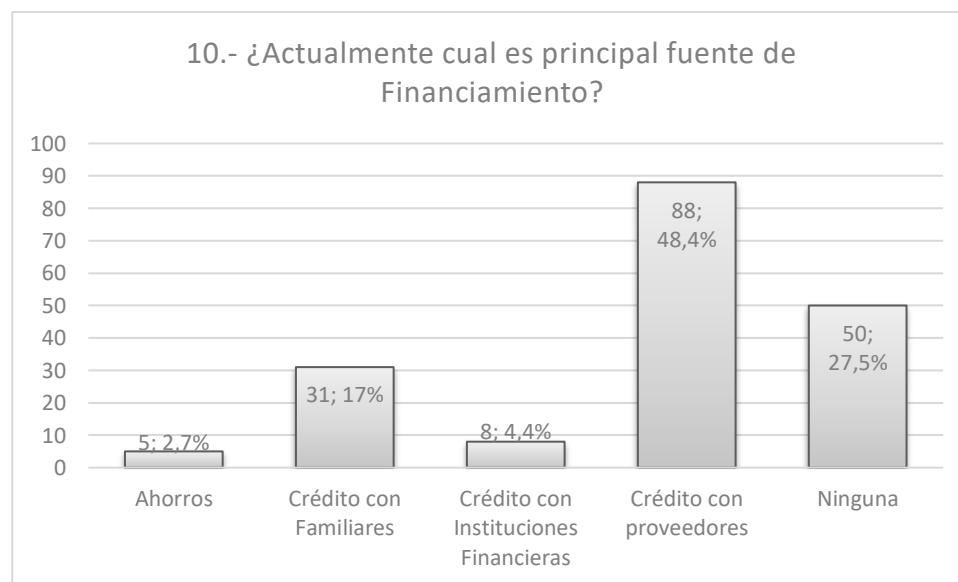
ANÁLISIS:

Para los comerciantes que tienen un ahorro programado ven como primer destino de estos fondos la compra de una vivienda o para mejoras futuras de sus hogares, seguida de emergencias que pueden presentarse en su negocio y familias, otros ven como destino la educación que ayudaría a sus hijos en su preparación académica y que mejoren sus condiciones de vida.

Tabla 19*Fuentes de financiamiento.***10.. ¿Actualmente cual es principal fuente de financiamiento?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ahorros	5	2,7	2,7	2,7
	Crédito con Familiares	31	17,0	17,0	19,8
	Crédito con Instituciones Financieras	8	4,4	4,4	24,2
	Crédito con proveedores	88	48,4	48,4	72,5
	Ninguna	50	27,5	27,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

**Figura 29.** Fuentes de financiamiento

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 88 comerciantes que representan el 48,4% indicaron que su principal fuente de financiamiento era el crédito directo con proveedores, mientras 31 comerciantes que representan el 17% crédito con familiares, 8 comerciantes que representan el 4,4% con crédito con instituciones financieras, 5 comerciantes que representan el 2,7% con sus ahorros para 50 comerciantes que representan el 27,5% indicaron que actualmente no han intentado obtener crédito para necesidades de su hogar o para inversión en sus negocios.

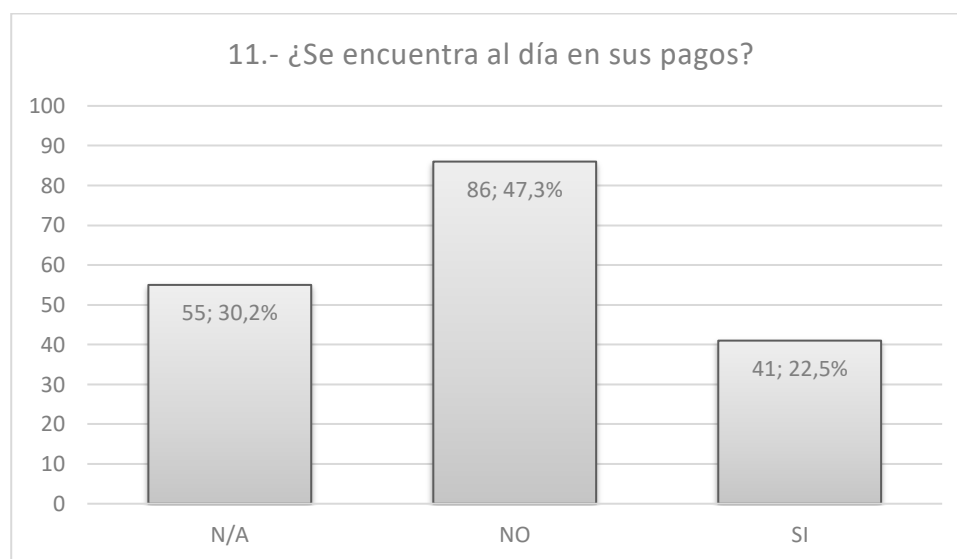
ANÁLISIS:

Las fuentes de financiamiento de los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” para la mayoría son el crédito directo con proveedores, para otros es el crédito con los familiares que no graban intereses, y en su minoría con instituciones financieras y el ahorro. Para los comerciantes que no cuentan con fuentes de financiamiento indicaron que son limitadas las oportunidades por la reubicación y que no cuentan con las garantías para acceder a créditos.

Tabla 20*Estado de las obligaciones con terceros.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	N/A	55	30,2	30,2	30,2
	NO	86	47,3	47,3	77,5
	SI	41	22,5	22,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al "Centro de Comercio Comité del Pueblo"

**Figura 30.** Estado de las obligaciones con terceros

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 86 comerciantes que representan el 47,3% indicaron que no se encuentran al día en sus pagos, mientras 41 comerciantes que representan el 22,5% indicaron que si se encuentran al día en su pagos.

ANÁLISIS:

Las razones por las cuales 86 comerciantes no se encuentran al día en sus pagos son las reducidas ventas que tienen en el Centro de Comercio, al ser poco concurrido por los clientes por la distancia que este tiene de la avenida principal.

Tabla 21

Préstamos para inversión.

12.. ¿En los últimos 12 meses usted ha obtenido un préstamo para invertir en su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	165	90,7	90,7	90,7
	SI	17	9,3	9,3	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

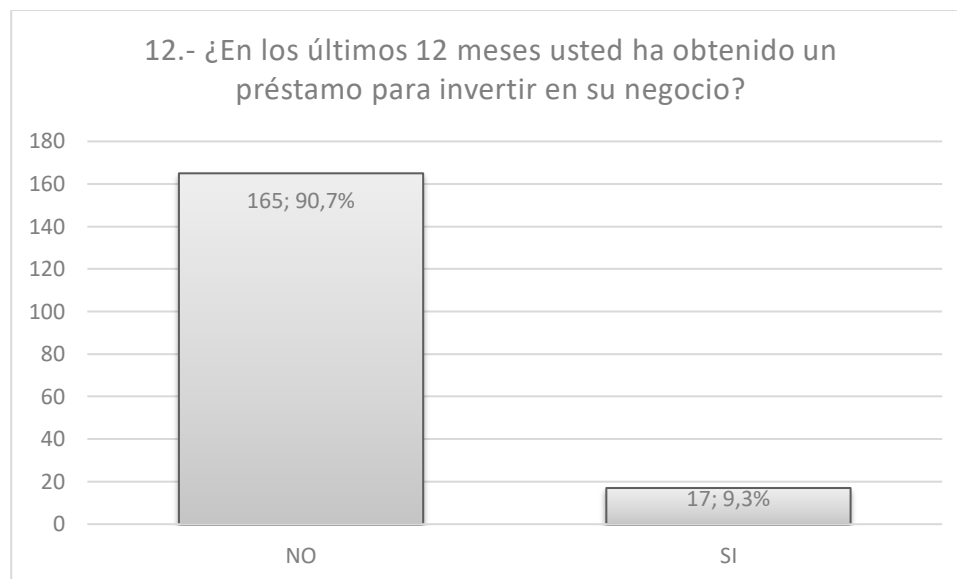


Figura 31. Préstamos para inversión

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 165 comerciantes que representan el 90,7% indicaron que no han obtenido un préstamo para invertir en su negocio en los últimos 12 meses, mientras que 17 comerciantes que representan el 9,3% si han obtenido un préstamo para invertir en su negocio en los últimos 12 meses.

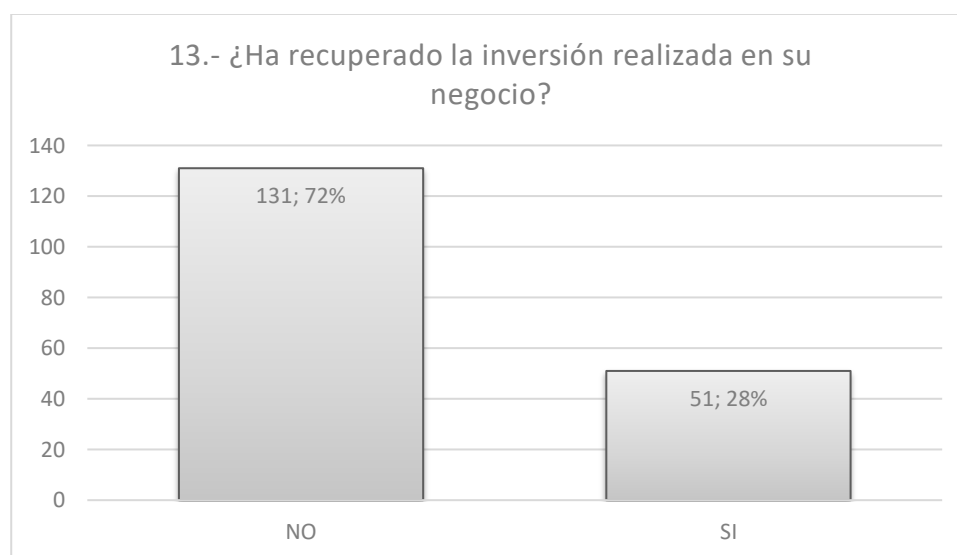
ANÁLISIS:

La mayoría de los comerciantes reubicados al “Centro del Comercio Comité” indican que en los últimos 12 meses no han accedido a préstamos para invertir en su negocios y las deudas que tienen han sido previas a la reubicación, mientras los comerciantes que si han accedido a créditos en los últimos 12 meses indicaron que la reubicación les genera confianza a sus proveedores para que les otorguen financiamiento.

Tabla 22*Recuperación de la inversión en el negocio.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	131	72,0	72,0	72,0
	SI	51	28,0	28,0	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

**Figura 32.** Recuperación de la inversión en el negocio**INTERPRETACIÓN:**

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 131 comerciantes que representan el 72% indicaron que no han recuperado la inversión de sus negocios, mientras 51 comerciantes que representan el 28% indicaron que si han recuperado su inversión.

ANÁLISIS:

Los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” que la mayoría de comerciantes no ha recuperado su inversión.

Tabla 23

Expectativas de la reubicación.

14.. ¿Su reubicación cumple con las expectativas planteadas por el Municipio de Quito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	164	90,1	90,1	90,1
	SI	18	9,9	9,9	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

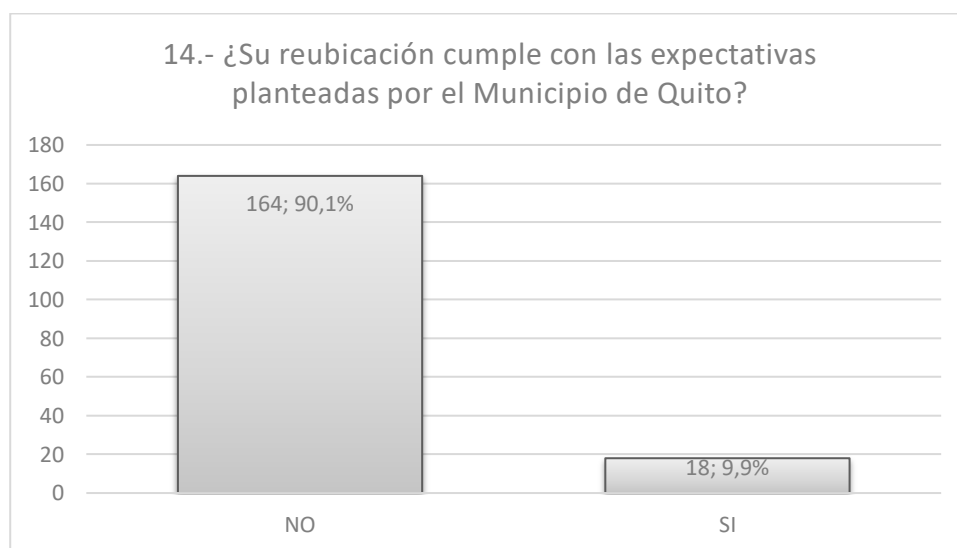


Figura 33. Expectativas de la reubicación

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 164 comerciantes que representan el 90,1% indicaron que la reubicación no cumple con las expectativas planteadas por el Municipio de Quito, mientras 18 comerciantes que representan el 9,9% indicaron que la reubicación si cumple con sus expectativas.

ANÁLISIS:

El proceso de reubicación a pesar que fue anticipado y socializado con los comerciantes ambulantes del sector sus expectativas fueron mayores y el Municipio de Quito en sus ofrecimientos indicaron que sus ventas iban a ser mejores, situación que al momento no ha cumplido las expectativas.

Tabla 24

Ubicación Geográfica del “Centro de Comité del Pueblo”

15.. ¿Considera usted que la ubicación geográfica del "Centro de Comercio Comité del Pueblo" influye que los clientes visiten sus instalaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	32	17,6	17,6	17,6
	SI	150	82,4	82,4	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

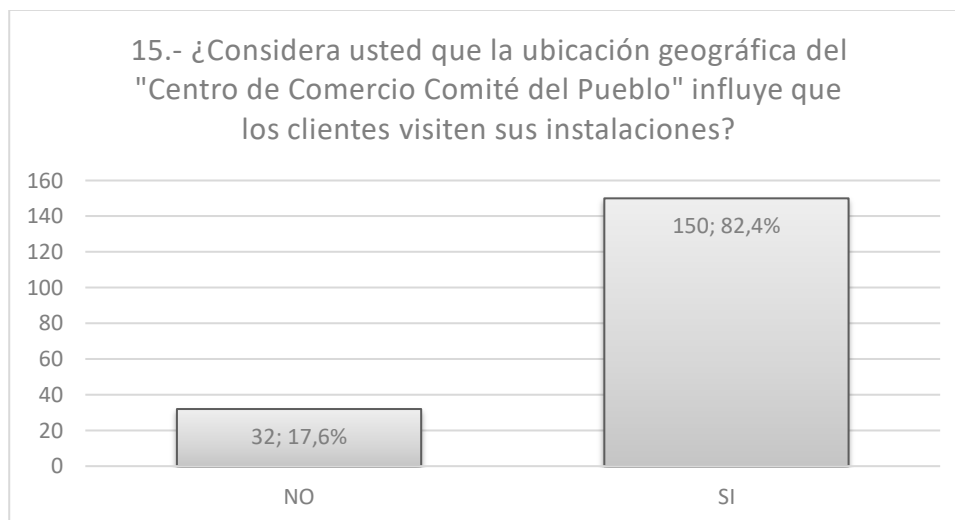


Figura 34. Ubicación Geográfica del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 150 comerciantes que representan el 82,4% indicaron que la ubicación geográfica si les ha influido para que los clientes visiten este centro, mientras 32 comerciantes que representan el 17,6% indicaron que no les ha influido que los clientes visiten este centro.

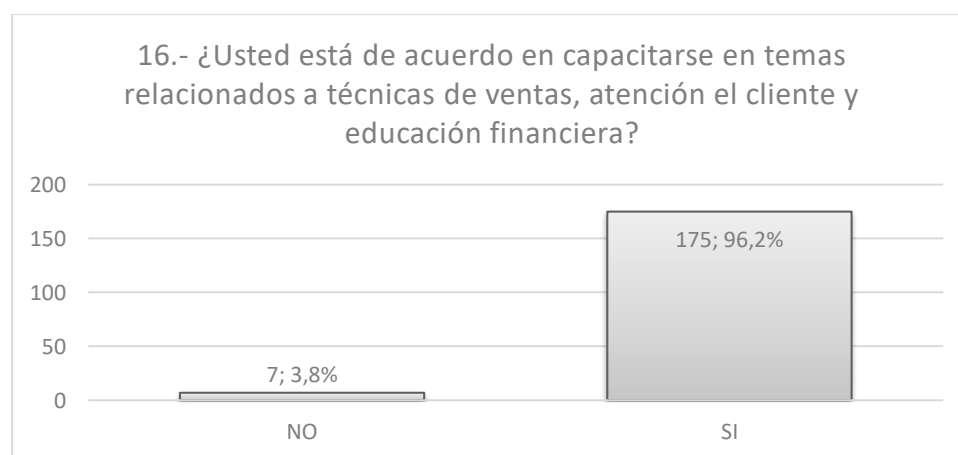
ANÁLISIS:

Los comerciantes que indicaron que no influye la ubicación geográfica para que los clientes lleguen al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” es porque ven una ventaja que la ruta de buses de las compañías Alboradas y TransQuito lleguen hasta este centro.

Tabla 25**Capacitaciones de técnicas de ventas, atención el cliente y educación financiera****16.. ¿Usted está de acuerdo en capacitarse en temas relacionados a técnicas****de ventas, atención el cliente y educación financiera?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	7	3,8	3,8	3,8
	SI	175	96,2	96,2	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

**Figura 35.** Capacitaciones de técnicas de ventas, atención el cliente y educación financiera**INTERPRETACIÓN:**

De los resultados obtenidos en la encuesta los comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, 175 comerciantes que representan el 96,2% indicaron si están de acuerdo en capacitarse en temas relacionados a técnicas de ventas, atención al cliente y educación financiera, mientras 7 comerciantes que representan el 3,8%

indicaron que no están de acuerdo en capacitarse en temas relacionados a técnicas de ventas, atención al cliente y educación financiera.

ANÁLISIS:

Los comerciantes están de acuerdo en capacitarse en temas relacionados a técnicas de ventas, atención al cliente y educación financiera, consideran oportuno aprender estos temas que son fundamentales para mejorar la atención a sus clientes y brindar un mejor servicio, mientras a los que indicaron que no es necesario impartir estas capacitaciones son personas de la tercera edad. La respuesta positiva de esta pregunta en la presente investigación es viable para presentar una propuesta de capacitación.

4.2. Discusión de los Resultados

4.2.1. Discusión de Resultados de la Encuesta

En el presente proyecto de investigación a continuación se proporcionará información detallada de los resultados y se establecerán relaciones de las diferentes interrogantes planteadas en la encuesta, con la finalidad de proceder de manera más despejada con la comprobación de la hipótesis.

Los resultados de las diferentes preguntas de la encuesta serán relacionados de tal manera que se logre dar una visión amplia de lo que se quiere comprobar en base a la situación de los comerciantes reubicados y su entorno.

Relación 1:

- Pregunta 4: ¿Cuál es su nivel de Ganancia Mensual que usted percibe de su negocio?
- Pregunta 6: ¿Cuenta su familia con otros ingresos, adicionales a los de su negocio?

Tabla 26*Relación 1: Ingresos mensuales vs otras fuentes de ingreso.*

		Otras Fuentes de Ingreso		Total
		NO	SI	
Ingresos Mensuales	\$1 a \$200	4	8	12
	\$201 a \$300	57	47	104
	\$301 a \$500	31	26	57
	\$501 en adelante	4	5	9
	Total	96	86	182

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

Discusión de Resultados: De los 182 comerciantes encuestados 86 tienen otras fuentes de ingresos lo que les permite tener una mejor situación económica sobre todo a los comerciantes dentro de los rangos de \$1 a \$200 y de \$201 a \$300 quienes cuentan con ingresos reducidos. Mientras que 96 comerciantes del total de los encuestados representados por más del 50% no cuentan con otras fuentes de ingresos, los que posicionaría en un nivel de ingresos muy bajos que no superan el sueldo básico y no tienen otras fuentes de financiamiento en especial aquellos los comerciantes en los rangos de \$1 a \$200 y de \$201 a \$300 que suman 61 comerciantes que estarían en una

situación económica preocupante ya que solo dependen de los ingresos de su puesto en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.

Relación 2:

- Pregunta 5: ¿Considera usted que los ingresos de su negocio han disminuido a partir de la reubicación?
- Pregunta 8: ¿Con los ingresos que usted percibe le es posible ahorrar?

Tabla 27

Relación 2: Ingresos mensuales a partir de la reubicación vs ahorro.

		¿Es posible ahorrar?		Total
		NO	SI	
Disminución de Ingresos	NO	29	6	35
	SI	132	15	147
Total		161	21	182

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

Discusión de Resultados: En esta tabla de relación se puede ver que la mayoría de los comerciantes correspondiente 132 del 182 representando más del 70 % son aquellos que no les es posible ahorrar y sus ingresos se vieron reducidos luego de la reubicación en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, demostrando así que la capacidad de ahorros es posible debidos la baja de sus ventas a consecuencia de la reubicación.

Relación 3:

- Pregunta 5: ¿Considera usted que los ingresos de su negocio han disminuido a partir de la reubicación?
- Pregunta 10: ¿Actualmente cuál es principal fuente de financiamiento?

Tabla 28

Relación 3: Ingresos percibidos vs fuentes de financiamiento.

		Disminución de		
		Ingresos		Total
		NO	SI	
Fuente de Financiamiento	Ahorros	0	5	5
	Crédito con Familiares	11	20	31
	Crédito con Instituciones	6	2	8
	Financieras			
	Crédito con proveedores	12	76	88
	Ninguna	6	44	50
Total		35	147	182

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

Discusión de Resultados: En esta relación se puede observar que 147 de los 182 encuestados que han visto sus ingresos disminuir y el 41.7% del total, tiene como fuente de financiamiento los proveedores y sus ingresos se ha visto afectados posterior a la reubicación, para este caso es importante mencionar que los proveedores es una fuente de financiamiento accesible. Un análisis que vale la pena realizar es aquellas fuentes de financiamiento con instituciones financieras, ya que son fuentes de financiamiento donde se requiere demostrar solvencia económica, que para este caso los comerciantes que se

han visto afectadas sus ventas únicamente pudieron acceder dos personas y para los comerciantes que no ha visto afectadas sus ventas pudieron acceder 6 siendo así el tres veces más que los anteriores.

Relación 4:

- Pregunta 5: ¿Considera usted que los ingresos de su negocio han disminuido a partir de la reubicación?
- Pregunta 12: ¿En los últimos 12 meses usted ha obtenido un préstamo para invertir en su negocio?

Tabla 29

Relación 4: Ingresos percibidos vs acceso a préstamos para invertir.

		Disminución de		
		Ingresos		Total
		NO	SI	
Acceso a préstamos para invertir	NO	30	135	165
	SI	5	12	17
Total		35	147	182

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

Discusión de Resultados: En esta relación podemos observar que la mayoría de los encuestados siendo 135 del total equivalente a un 74% corresponde a comerciantes a que ha visto afectadas sus ventas posteriores a la reubicación y no han accedido a un préstamo para poder invertir en su negocio. Seguidos de aquellos que no se han visto

afectados sus ingresos por la reubicación y que han accedido a un crédito para invertir en su negocio siendo un 16% del total, demostrando así que no la disminución de ingresos posterior a la reubicación no permite que los comerciantes pueden invertir en sus negocios.

Relación 5:

- Pregunta 5: ¿Considera usted que los ingresos de su negocio han disminuido a partir de la reubicación?
- Pregunta 15: ¿Considera usted que la ubicación geográfica del "Centro de Comercio Comité del Pueblo" influye que los clientes visiten sus instalaciones?

Tabla 30

Relación 5: Ingresos percibidos vs ubicación geográfica centro de comercio.

		Disminución de		Total
		Ingresos		
		NO	SI	
¿Afecta la ubicación del Centro de Comercio en sus	NO	35	3	38
	SI	0	144	144
Total		35	147	182

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al "Centro de Comercio Comité del Pueblo"

Para esta relación se analiza la disminución de ingresos a partir de la reubicación, con la ubicación geográfica del "Centro de Comercio Comité del Pueblo", se determina que 114 de los 182 encuestados sienten un 79% han visto afectado sus ingresos a partir de la reubicación y lo atribuyen al sitio donde está ubicado el centro de comercio.

4.2.2. Discusión de Resultados de la Entrevista

Para tener una percepción ampliada y cualitativa del problema que atraviesan los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” se analizan las respuestas que proporcionaron los comerciantes en la entrevista.

1. ¿Ha recibido algún tipo de apoyo por parte de las autoridades a partir de su reubicación? Indique cuales.

- No se ha recibido ningún tipo de ayuda desde que nos reubicaron en el centro de comercio.
- Nadie nos ha ayudado las gestiones las hemos realizado nosotros mismos.
- La situación es terrible el centro de comercio la ubicación de este no ayuda con las ventas y el municipio no ha cumplido con los ofrecimientos.

Análisis: Los comerciantes no han recibido la ayuda por parte de las autoridades municipales por lo que sus ventas no han mejorado a partir de la reubicación.

2. ¿Ha tenido algún tipo de problema para realizar su actividad económica a partir de su reubicación? Indique cuales.

- Las ventas se han visto afectadas de manera negativa la ubicación del centro de comercio no es la correcta y la gente no acuden hacer compras.

- La gente no se acude al centro de comercio por que indican que la ubicación de este está muy lejos.
- Las ventas son bajas los clientes no se acerca porque estamos ubicados muy lejos.

Análisis: Las ventas de los comerciantes han disminuido debido a la ubicación del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.

3. ¿El Municipio de Quito ha cumplido con los ofrecimientos para la reubicación al “Centro del Comercio Comité del Pueblo”?

- No hemos recibido ayuda por parte del Municipio.
- El Municipio ofreció que nuestras ventas mejoren, pero no ha sido así.
- No hemos recibido ayuda del Municipio pese a que nos hemos quejado varias veces, pero no nos ha atendido.

Análisis: Los comerciantes indican que el Municipio de Quito, no ha aportado con apoyo a los comerciantes, pese a que ya presentaron sus quejas y solicitudes.

4. ¿Cree usted que la distancia del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” genera inconvenientes a sus clientes? Indique cuales.

- Las ventas han bajado debido a que el centro de comercio está alejado de la calle principal y los clientes no se acerca a comprar.
- No todas las líneas de buses llegan hasta el “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.
- Los clientes no acuden al centro de comercio porque para llevar sus compras tienen que coger un taxi y no todos los buses que pasan por aquí los llevan hasta su domicilio.

Análisis: La ubicación del centro de comercio, afecta a los clientes principalmente por la movilidad desde sus domicilios y de regreso con sus compras.

5. ¿Qué soluciones propone usted para aumentar las ventas de sus productos/servicios y mejorar la rentabilidad de su negocio?

- Una solución puede ser que nos capacitemos para vender mejor con la finalidad de poder mejorar nuestras ventas.
- Promocionar lo que ofrece el centro de comercio y transportar a los clientes de la calle principal para que puedan hacer sus compras.
- Al momento ya no nos pueden mover de puestos y en lo que nos podría ayudar en promocionar el mercado y capacitarnos.

Análisis: Los comerciantes proponen capacitación y promoción del mercado para mejorar su situación económica.

6. ¿Usted estaría de acuerdo en capacitarse en temas relacionados a técnicas de ventas, atención al cliente y economía familiar?

- Si sería muy bueno.
- Si nos hace falta capacitación sería muy bueno.
- Si necesitamos que nos capaciten porque nadie nos ha ayudado desde que nos trasladamos a este centro.

Análisis: Los comerciantes están de acuerdo con que se realicen capacitaciones acerca de técnicas de ventas, atención al cliente y economía familiar.

4.3. Comparación de Hipótesis

Para realizar una comprobación de la hipótesis se ha tomado como referencia las preguntas planteadas en la encuesta y los objetivos propuestos en el presente proyecto, para lo cual se ha elaborado una matriz donde se especifica si se comprobaron las hipótesis y si se cumplieron los objetivos planteados.

Tabla 31*Verificación de Hipótesis General e Hipótesis Particulares*

VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS	
HIPÓTESIS GENERAL	
<p>La ubicación geográfica del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” afecta de forma negativa las ventas de los comerciantes reubicados, debido a que no existe demanda de productos afectando su situación económica.</p>	<p>La hipótesis general se verifica en la pregunta 5 y 15 de la encuesta realizada a los comerciantes reubicados.</p>
HIPÓTESIS PARTICULARES	
<p>La disminución de ingresos económicos de los comerciantes reubicados no les permite programar un ahorro mensual.</p>	<p>La hipótesis particular se verifica en la pregunta 8 y 9 de la encuesta realizada a los comerciantes reubicados.</p>
<p>Las fuentes de financiamiento de los comerciantes reubicados son limitadas, así como la recuperación de su inversión de su negocio, debido a la disminución de sus ventas.</p>	<p>La hipótesis particular se verifica en la pregunta 10, 11, 12 y 13 de la encuesta realizada a los comerciantes reubicados.</p>
<p>Las capacitaciones oportunas sobre temas relacionados a técnicas de ventas, atención al cliente y educación financiera son necesarias para los comerciantes reubicados en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.</p>	<p>La hipótesis particular se verifica en la pregunta 3, 7 y 16 de la encuesta realizada a los comerciantes reubicados.</p>

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

Tabla 32

Verificación de Hipótesis con relación al Objetivo General y los Objetivos Específicos

VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS	
OBJETIVO GENERAL	
Realizar el análisis de la economía familiar de los comerciantes reubicados en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo” para el año 2017, con la utilización de técnicas de investigación adecuadas.	Este objetivo general está dando respuesta en las preguntas 4, 5, 6, 14 y 15 de la encuesta realizada.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
Analizar el escenario del su entorno económico previo y posterior a la reubicación de los comerciantes al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.	Este objetivo específico está dando respuesta en las preguntas 4, 5, 6, 14 y 15 de la encuesta realizada.
Conocer los resultados de carácter económico y financiero que han tenido que afrontar los comerciantes y sus familias, como consecuencia de su reubicación al “Centro de Comercio Comité del Pueblo” y los efectos en sus finanzas.	Este objetivo específico está dando respuesta en las preguntas 4, 5, 6, 14 y 15 de la encuesta realizada.
Analizar las principales consecuencias de los efectos económicos en los negocios, que ha generado la reubicación de los comerciantes al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”.	Este objetivo específico está dando respuesta en las preguntas 8, 9, 10, 11, 12 y 13 de la encuesta realizada.
Diseñar una propuesta de carácter financiero y económico para los comerciantes que se han visto afectados por su reubicación al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, para la mejora de su economía familiar.	Este objetivo específico está dando respuesta en las preguntas 7 y 16 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuesta dirigida a comerciantes reubicados al “Centro de Comercio Comité del Pueblo”

CAPÍTULO 5

PROPUESTA

5.1. Datos Informativos

En base a la información recopilada y analizada en la presente investigación se pudo concluir que los comerciantes reubicados en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, han visto afectado sus negocios y su economía familiar. Para que los comerciantes no continúen en esta situación se ha determinado que los comerciantes pueden mejorar su situación económica, tanto de sus familias como de sus negocios, si estos reciben capacitación en temas relacionados con educación financiera, economía familiar y técnicas de venta, por lo que se propone en el presente proyecto implementar un plan de capacitación continuo y estudios para los comerciantes, así como herramientas de auto capacitación y uso diario para las finanzas de los comerciantes.

5.2. Antecedentes de la Propuesta

El “Centro de Comercio Comité del Pueblo” es un Mercado Municipal ubicado en el norte de Distrito Metropolitano de Quito, diseñado con el fin de que los comerciantes informales y ambulantes que se encontraban en el sector, regularicen su situación y tengan un espacio físico adecuado donde puedan ejercer sus actividades económicas. La solución planteada y puesta en marcha por el Ilustre

Municipio del DM del Quito, no fue de gran ayuda para los comerciantes, sino que, al contrario, la situación económica de los comerciantes ha decaído desde la reubicación, siendo un factor importante a considerar la ubicación geográfica del mismo.

Con el fin de obtener información certera y actual, en la presente investigación se recolectó información de los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, la información recolectada trató principalmente de medir su situación económica de los comerciantes luego de su reubicación, así también se recolectó información sobre la satisfacción de los comerciantes con el centro de comercio. La información recolectada y analizada arrojó resultados donde se demuestra que la reubicación de los comerciantes en el “Centro de Comercio Comité del Pueblo” fue perjudicial para los comerciantes, debido a que la ubicación geográfica del lugar no es beneficiosa para ellos, afectado así sus ventas y por ende sus negocio y economía familiar.

En la encuesta se analizó también temas sobre educación financiera, tales como ahorro, presupuestos entre otros. Los resultados obtenidos sobre estos temas reflejaron la falta de cultura financiera de los comerciantes y la alta necesidad de capacitación para mejora de su economía, por los que se presenta una propuesta a continuación.

5.3. Justificación

La necesidad de la propuesta nace principalmente de los resultados obtenidos de la encuesta, donde se refleja que la situación económica financiera de los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” ha desmejorado desde su reubicación y que su cultura y educación financiera es deficiente por lo que se requiere implementar un plan de capacitación para los comerciantes, en especial en temas de economía familiar, educación financiera, técnicas de ventas y atención al cliente. Adicional a lo mencionado se propone realizar una herramienta de capacitación y uso diario para las finanzas de los comerciantes.

Para la propuesta se tomó en cuenta los datos recolectados en la encuesta donde se puede evidenciar que los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” no tienen una cultura financiera sólida debido a que en las preguntas relacionadas con presupuestos y ahorro la mayoría de ellos contestó de forma negativa, así también en las preguntas relacionadas con acceso a crédito; esto denota una necesidad de los comerciantes de recibir capacitación en temas financieros y economía familiar donde se traten temas como acceso a créditos, ahorro, presupuesto, contabilidad, gastos entre otros.

La encuesta también arrojó datos sobre la disminución de las ventas de los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblos”, porque se ha visto la

necesidad de abordar el tema de técnica de venta y atención al cliente con la finalidad de que los comerciantes puedan mejorar sus estrategias de ventas.

La capacitación en economía familiar es de gran importancia para los comerciantes ya que la mayoría de ellos son el soporte de una familia que depende de sus negocios y la administración del mismo. Por esta razón se abordará este tema como principal y también debido a que la economía familiar tiene una gran variedad de áreas que se deben tratar y administrar de forma conjunta para así poder establecer cuáles son las prioridades y no tener inconvenientes financieros de sus presupuestos a fin de mes.

5.4. Objetivos de la Propuesta

5.4.1. Objetivo General

Diseñar un plan de capacitación para los comerciantes del Centro de Comercio Comité de Pueblo, sobre temas de economía familiar, educación financiera y técnicas de ventas.

5.4.2. Objetivos Estratégicos

- Proporcionar de conocimientos en temas de economía familiar, educación financiera y técnicas de ventas a los comerciantes del “Centro de Comercio Comité de Pueblo”.

- Diseñar una herramienta de uso para los comerciantes donde puedan revisar, registrar y controlar sus finanzas.
- Utilizar recursos económicos al mínimo, para las diferentes capacitaciones programadas para los comerciantes.
- Evaluar el nivel de satisfacción de los comerciantes con las capacitaciones.
- Incentivar la capacitación continua a los comerciantes.
- Mejorar la administración y uso de los recursos de los comerciantes, para así mejorar su situación económica.

5.5. Diseño de la Propuesta

5.5.1. Importancia

La importancia de la implementación de un Plan de Capacitación para los comerciantes del “Centro de Comercio Comité de Pueblo” debe principalmente en la mejor de la calidad de vida de los mismo, ya que a través de la capacitación podrán manejar sus recursos, sus familias y de sus negocios mejorando así su situación económica. Además, según el artículo de Gregorio Hernández señala que la importancia de la educación financiera radica en que le permite a las personas evitar tener que aprender a tomar

decisiones de dinero en función de la circunstancialidad, aportándole herramientas prácticas para encausar el rumbo de sus recursos económicos partiendo de objetivos que delimitan los criterios de una buena planificación financiera. (Hernandez Jiménez, 2014)

Además de la búsqueda de una mejor situación económica para los comerciantes, la capacitación es importante debido a que ayuda a los comerciantes a tener conocimientos sobre el sistema financiero y a los servicios a los que pueden acudir, también les permite conocer cuáles son los lineamientos legales de un crédito, los que le facilita no ser víctimas de estafas ni acudir a los usureros. La capacitación es importante para fortalecer conocimientos dentro del núcleo familiar es decir que los comerciantes que reciban las capacitaciones puedan difundir esta información a su familia y personas allegadas a ellos.

5.5.2. Diseño

5.5.2.1. Contenidos

Educación Financiera

Según la OCDE, la educación financiera puede definirse como “el proceso por el cual los consumidores/inversores financieros mejoran su entendimiento de los productos, conceptos y riesgos financieros y, mediante información, instrucción y/o asesoramiento objetivos, desarrollan las habilidades y la confianza para llegar a ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, para realizar elecciones

informadas, saber dónde dirigirse en caso de requerir ayuda y adoptar otras acciones efectivas para mejorar su bienestar financiero”. (Superintendencia de Bancos)

Tabla 33
Programa de Capacitación Educación Financiera.

Tema	Contenido	Duración	Responsable de la Capacitación
Programa de Educación Financiera	Derechos y obligaciones del usuario financiero. Importancia y formas de ahorrar. Productos y servicios del sistema financiero ecuatoriano. Manejo prudente del crédito para evitar el sobreendeudamiento.	2 horas	Corporación Financiera Nacional
Taller de Educación Financiera 1	Planificación Financiera: El presupuesto. Ahorro.	1 hora	BANECUADOR
Taller de Educación Financiera 2	El crédito. Los Seguros.	1 hora	BANECUADOR
Taller de Educación Financiera 3	Sistema Financiero Nacional. Rol de la Superintendencia de Bancos.	1 hora	BANECUADOR
Taller de Educación Financiera 1	Sistema Financiero Nacional. Superintendencia de Bancos del Ecuador y el Sistema Financiero. Código Orgánico Monetario y Financiero Banco Central del Ecuador.	1 hora	Superintendencia de Bancos

CONTINÚA

Taller de Educación Financiera	Productos Financieros.	1 hora	Superintendencia de Bancos
2	Cuentas de ahorro. Cuentas corrientes. Depósitos a plazo fijo. Sobregiros. Préstamo. Tarjetas de crédito.		
Taller de Educación Financiera	Servicios financieros y delitos informáticos.	1 hora	Superintendencia de Bancos
3	Tarjetas de débito. Cajeros automáticos. Banca electrónica. Remesas.		
Taller de Educación Financiera	Seguridad social.	1 hora	Superintendencia de Bancos
4	Seguridad social y jubilación.		

Fuente: Superintendencia de Bancos

Economía Familiar

La economía familiar es un microentorno en donde las familias ahorran, invierten, gastan, comercian y pierden. Aspectos que de una forma y otra inciden en la economía de una casa y que también influyen otros aspectos más amplios. El ahorro, las hipoteca, la Bolsa, la legislación o los propios conceptos económicos: macro y micro, que afectan directamente en el día a día. (Economía Simple)

Tabla 34
Programa de Capacitación Educación Familiar

Tema		Contenido	Duración	Responsable de la Capacitación
Economía	Familiar	Conceptos	1 hora	Nataly Cruz / Renato
Módulo 1		Mis registros		Andrade
		Presupuesto		
		Ahorro y su destino		
		Gastos		
		Ingresos		
Economía	Familiar	La familia y el ahorro	1 hora	Nataly Cruz / Renato
Módulo 2		Planificación financiera		Andrade
		Mi negocio y mi familia		
		Mejoras del negocio e inversión		
		Matemática Financiera básica		

Ventas

La capacitación en ventas comprende temas de gran ayuda para los comerciantes, debido a que sus negocios iniciaron como un emprendimiento en base a las necesidades de sus familias y lo realizaron de forma empírica sin conocimiento alguno de técnicas de ventas y promoción; por los que se ha visto necesario implementar es tema.

Tabla 35
Programa de Capacitación Gestión de Ventas

Tema	Contenido	Duración	Responsable de la Capacitación
Emprendimiento	Capacidades de crecimiento Estrategias para mejorar mi negocio	1 hora	Fundación Crisfe
Ventas	Productos y su presentación Promoción y ventas Objetivo de ventas y como mejorarlo	1 hora	Fundación Crisfe

5.5.2.2. Recursos

La presente propuesta está diseñada con autogestión de los autores conjuntamente con los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”. Los recursos económicos no son un limitante ya que se ha procurado planificar las capacitaciones con instituciones que las proporcionan de forma gratuita, pese ello hay recursos que son necesarios para la ejecución y serán financiados por los autores.

Tabla 36
Recursos a Utilizar

Cantidad	Recurso	Descripción Adicional	Valor
1	Proyector	Recurso facilitado por los autores, no es necesario alquiler.	\$0.00
1	Laptop	Recurso facilitado por los autores, no es necesario alquiler.	\$0.00

CONTINÚA

1	Salón con sillas para las capacitaciones	Recurso facilitado por el Centro de Comercio, no es necesario alquiler.	\$0.00
1	Facilitadores	Todos son gratuitos	\$0.00
300	Lápices		\$45.00
1	Resma de papel Bond		\$3.50
300	Impresiones de Folletos	Material Informativo elaborados por los autores.	\$90.00
1	Refrigerios	Los participantes colaborarán en conjunto para la elaboración de los refrigerios.	\$0.00
TOTAL DE RECURSOS A APORTAR POR PARTE DE LOS AUTORES			US\$ 138.50

5.5.2.3. Participantes y Colaboradores

5.5.2.3.1. Participantes

En la capacitación tendremos la participación de la mayoría de los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” mismos que serán divididos en tres grupos de 100 personas aproximadamente para facilitar la logística de las capacitaciones.

5.5.2.3.2. Colaboradores

Los colaboradores serán las personas encargadas de proporcionar las capacitaciones a los comerciantes dentro de ellas tenemos.

- **Nataly Cruz**

Autora del Proyecto

- **Renato Andrade**

Autor del Proyecto

- **Corporación Financiera Nacional**

Banca de desarrollo del Ecuador, institución financiera pública, cuya misión consiste en impulsar el desarrollo de los sectores productivos y estratégicos Institución Pública encargada de proporcionar financiamiento.

- **BANECUADOR**

Banco del Ecuador estatal, encargado de proporcionar servicios financieros accesibles a los pequeños comerciantes y sobre todo a productores.

- **Superintendencia de Bancos**

Entidad encargada de regular y controlar el sistema financiero ecuatoriano.

- **Fundación Crisfé**

Organización sin fines de lucro dedicada a la promoción de educación financiera e impulsar emprendimientos.

5.5.2.4. Diseño de Herramienta

Dentro de la propuesta presentada, se plantea la elaboración de una herramienta informativa que será de uso para los comerciantes. En este material podrán encontrar información sobre la economía familiar, presupuestos, ahorro y formatos de cálculo.

La herramienta consiste en un folleto, informativo, educativo y práctico donde los comerciantes encontrarán información relacionada con finanzas, economía familiar, ahorro presupuesto y técnicas de venta.

La herramienta ha sido diseñada de tal forma que abarque en forma resumida todos los temas abordados en las capacitaciones, con el fin de que los comerciantes tengan un guía didáctica a la cual puedan acudir en caso de consultas, dudas o simplemente para recordar.

Ver en Anexo III

5.5.2.5. Cronograma

El cronograma está diseñado con el fin de concluir las capacitaciones de forma completa con cada una de las instituciones, por fines logísticos se dividió en tres grupos a los comerciantes. Se ha considerado horario de la tarde por pedido del presidente de la asociación debido los comerciantes en la mañana tienen que atender sus negocios,

también han sido ajustados de acuerdo con la disponibilidad de tiempo de los facilitadores.

El cronograma será repartido a los comerciantes junto con el listado del grupo al que pertenece para que organicen su tiempo y puedan asistir a las capacitaciones.

Tabla 37 Cronograma de Actividades.

Tema	Responsable de la Capacitación	CALENDARIO DE CAPACITACIÓN 2018		
		Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Economía Familiar Módulo 1	Nataly Cruz / Renato Andrade	23 de Octubre 15h00 – 16h00	23 de Octubre 16h00 – 17h00	23 de Octubre 17h00 – 18h00
Economía Familiar Módulo 2	Nataly Cruz / Renato Andrade	25 de Octubre 15h00 – 16h00	25 de Octubre 16h00 – 17h00	25 de Octubre 17h00 – 18h00
Programa de Educación Financiera	Corporación Financiera Nacional	30 de Octubre 15h00 – 16h00	29 de Octubre 15h00 – 16h00	30 de Octubre 15h00 – 16h00
Taller de Educación Financiera Módulo 1	BANECUADOR	5 de Noviembre 15h00 – 16h00	5 de Noviembre 16h00 – 17h00	5 de Noviembre 17h00 – 18h00

CONTINÚA

Taller de Educación Financiera	BANECUADOR	12	de	12	de	12	de
Módulo 2		Noviembre		Noviembre		Noviembre	
		15h00	–	16h00 – 17h00		17h00 – 18h00	
		16h00					
Taller de Educación Financiera	BANECUADOR	19	de	19	de	19	de
Módulo 3		Noviembre		Noviembre		Noviembre	
		15h00	–	16h00 – 17h00		17h00 – 18h00	
		16h00					
Taller de Educación Financiera	Superintendencia	de	22	de	22	de	22
Módulo 1	Bancos		Noviembre		Noviembre		Noviembre
			15h00	–	16h00 – 17h00		17h00 – 18h00
			16h00				
Taller de Educación Financiera	Superintendencia	de	29	de	29	de	29
Módulo 2	Bancos		Noviembre		Noviembre		Noviembre
			15h00	–	16h00 – 17h00		17h00 – 18h00
			16h00				
Taller de Educación Financiera	Superintendencia	de	4	de	4 de Diciembre		4 de Diciembre
Módulo 3	Bancos		Diciembre		16h00 – 17h00		17h00 – 18h00
			15h00	–			
			16h00				
Taller de Educación Financiera	Superintendencia	de	11	de	11	de	11
Módulo 4	Bancos		Diciembre		Diciembre		Diciembre
			15h00	–	16h00 – 17h00		17h00 – 18h00
			16h00				
Emprendimiento	Fundación Crisfé	18	de	18	de	18	de
			Diciembre		Diciembre		Diciembre
			15h00	–	16h00 – 17h00		17h00 – 18h00
			16h00				CONTINÚA

Ventas	Fundación Crisfé	27	de	25	de	25	de
		Diciembre		Diciembre		Diciembre	
		15h00	–	16h00 – 17h00		17h00 – 18h00	
		16h00					

El cronograma puede estar sujeto a cambios debido dependiendo de la disponibilidad de los facilitadores, en caso de cambios se comunicará oportunamente los comerciantes.

5.5.3. Factibilidad

La presente propuesta es factible debido a la disposición de los comerciantes a recibir la capacitación tal como se muestra en los resultados de la encuesta. A demás es posible ya que se manejará la propuesta mediante autogestión de los autores conjuntamente con los comerciantes e instituciones que cuentan con programas de responsabilidad social en el área de educación financiera, así como de instituciones públicas que brindan capacitaciones gratuitas. Por lo tanto, en base a lo mencionado la propuesta es factible ya que los recursos monetarios no son limitantes y se puede poner en marcha la propuesta con recursos económicos limitados. Se ha realizado consultas con instituciones que proporcionan capacitaciones gratuitas, se logró concretar conversaciones y recolectar información acerca de horarios y disponibilidad de los cursos o talleres.

Se han realizado conversaciones con dirigentes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” y existe la predisposición de recibir las capacitaciones, además han ofrecido su ayuda para la organización con los comerciantes, gestión y aporte de refrigerios.

5.5.3.1. FODA

A continuación, se presenta una matriz FODA donde se exponen las diferentes aristas del plan de capacitación donde se analizan fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Tabla 38
Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Los comerciantes adquieren conocimientos y destrezas de los cursos recibidos. • Los comerciantes pueden administrar la economía de su hogar de una manera correcta. • Existe predisposición de los comerciantes y sus dirigentes para proceder con las capacitaciones. • Los comerciantes a través de la capacitación pueden mejorar sus ventas y sus ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen organizaciones e instituciones que proporcionan cursos y charlas gratuitas como parte de su responsabilidad social. • Los comerciantes dan apertura a recibir los cursos y colaboran con parte de la logística.

CONTINÚA

- No se requiere de muchos recursos económicos para la ejecución del curso.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Existen comerciantes que no desean recibir la capacitación. • No todos los comerciantes disponen de tiempo para recibir la capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las bajas ventas de los comerciantes podrían desanimar al recibir sus capacitaciones.

5.6. Ejecución y Continuidad de la Propuesta

Al ser un proyecto de alta factibilidad, debido a que la propuesta de plan de capacitación no requiere la aportación excesiva de recursos económicos, la directiva del “Centro de Comercio del Comité de Pueblo” acepta la puesta en marcha de dicho plan, para el año 2018 y así como manifiesta su predisposición para la llevar a cabo la propuesta los años siguientes. Por lo que se propone realizar una evaluación de la propuesta, una vez que la misma sea ejecutada, así como se propone realizar una planificación preliminar post capacitación que se realizará con el fin de evaluar la necesidad de una capacitación para el siguiente año.

5.6.1. Inscripciones

Una vez aceptada la propuesta se pondrá en conocimiento el inicio de los cursos y la entrega de los cronogramas en la sesión ordinaria del mes de septiembre del 2018

de los comerciantes. Donde se les comunicará a los a mismos cuáles son los beneficios de recibir los cursos, el tiempo de duración y el cronograma de los cursos.

Para fines logísticos se propone una ficha de inscripción con el objetivo de crear los tres grupos de capacitación, de acuerdo a las preferencias de horarios de cada uno de los comerciantes, así como también sus datos informativos, para lo cual proponemos a continuación la ficha de inscripción:

Tabla 39
Ficha de Inscripción

FICHA DE INSCRIPCIÓN			
Nombres y Apellidos:			
Número de Cédula:			
Fecha de Nacimiento:			
Tipo de Negocio:			
Preferencia de Grupo:	Grupo1: _____	Grupo2: _____	Grupo3: _____
Número de Miembros de Familia	Estado Civil:		

5.6.2. Evaluación post Capacitación

Con el fin de conocer el nivel de satisfacción de los beneficiarios, obtener una retroalimentación de la metodología aplicada y evaluar la posibilidad de mejorar y ejecutar el curso para el siguiente año, se propone realizar una evaluación sobre las capacitaciones recibidas.

Tabla 40
Evaluación Post Capacitación.

EVALUACIÓN POST CAPACITACIÓN	
La presente encuesta tiene como objetivo evaluar los cursos recibidos, así como obtener sugerencias y propuestas para las capacitaciones planificadas para el siguiente año.	
1. Contenidos	
Preguntas	Respuesta
Del 1 al 10 califique la calidad de contenidos recibidos en la capacitación.	
¿Considera que los contenidos abarcaron temas de interés?	Si_____ No_____
	¿Por qué? _____ _____
Escriba sus comentarios y sugerencias acerca de los contenidos del curso.	
2. Instructores	
Del 1 a 10 califique a los instructores que dictaron los cursos.	
¿Considera que los instructores manejan los temas dictados e imparten las clases de forma clara?	Si_____ No_____
	¿Por qué?? _____ _____
Escriba sus comentarios y sugerencias acerca de los instructores del curso.	
3. Logística	
Escriba sus comentarios y sugerencias acerca del material proporcionado por los instructores.	
Escriba sus comentarios y sugerencias sobre las instalaciones, refrigerios, horario y demás facilidades sobre el curso.	

5.6.3. Planificación preliminar para futuras planificaciones.

Con el fin de que la capacitación sea continua, en base a las necesidades de conocimientos de los beneficiarios y la evaluación post capacitación, se propone un proceso de evaluación de necesidades de capacitación, es decir analizar los diferentes factores para considerar aplicar la capacitación para el siguiente año. Siendo la capacitación una necesidad tan apremiante se prevé y propone poner en práctica la capacitación durante los tres años siguientes.

Evaluación de factibilidad de capacitación para el siguiente año:

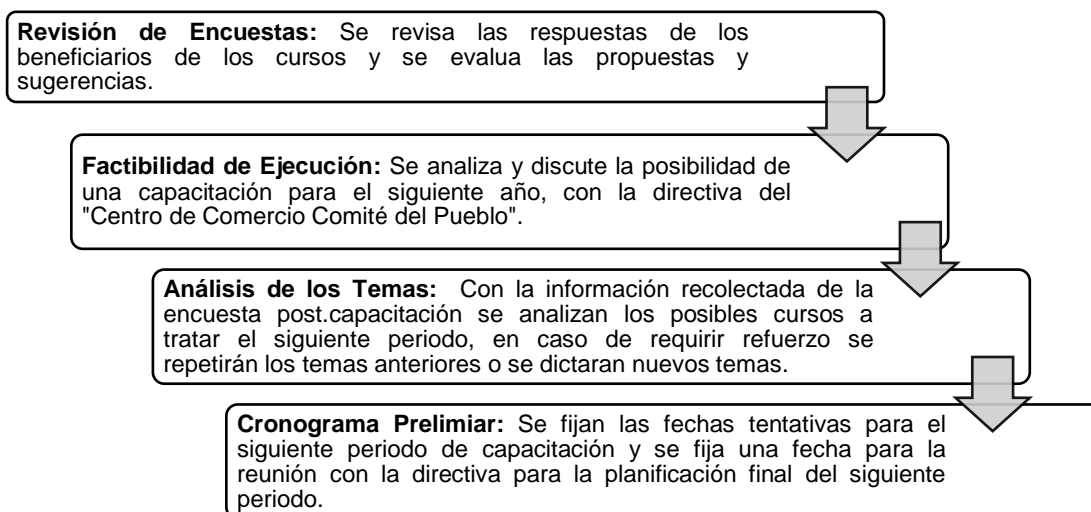


Figura 36. Evaluación de factibilidad

CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- A partir de los resultados obtenidos se concluye que, la situación económica por la que atraviesan los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, está directamente relacionada con la ubicación geográfica del mismo, por lo que se determina que la disminución de sus ingresos y la desmejora de su economía familiar son efectos de su reubicación.
- Los comerciantes del “Centro de Comercio Comité del Pueblo”, atribuyen la disminución de ingresos a la reubicación, de sus puestos de trabajo y están de acuerdo en recibir capacitación en temas de economía familiar, educación financiera y técnicas de ventas, por los que es factible la propuesta del proyecto.
- Existen falencias y desconocimiento de los comerciantes acerca de la economía familiar, educación financiera, técnicas de venta y administración de sus negocios, misma que pueden ser reforzadas mediante capacitaciones con el fin de que su situación económica mejore.
- La capacitación para los comerciantes es un método factible y una herramienta eficaz que permite que los comerciantes administren su negocio y su economía familiar, y puedan mejorar su situación económica.

6.2. RECOMENDACIONES

- Con la propuesta planteada se establece que la capacitación es una oportunidad para los comerciantes, que les ayudará a mejorar su situación económica y además es una propuesta factible de realizar ya no que requiere importantes recursos económicos, por lo que se recomienda poner en marcha la propuesta.
- A la directiva del “Centro de Comercio Comité de Pueblo” se recomienda promover la capacitación continua y realizar una autogestión para ejecutarlas con el fin de que los comerciantes pongan en práctica en su economía tanto de su negocio y familia.
- Por último, se recomienda a la directiva del “Centro de Comercio Comité del Pueblo” y sus integrantes la aplicación de la capacitación recibida y la promoción de los productos y servicios que brindan.

REFERENCIAS

- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: PEARSON.
- Blogspot. (2011 de 05 de 31). Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/05/tipos.de.investigacion.html>
- Borja Salazar, M. L. (2014). Reubicación de los Comerciantes Autónomos de El Quinche en un Centro Comercial Popular. *Universidad Central Del Ecuador*, 2.
- Camacho Mojica, M. T., Fuentes Carvajal, N. D., & Lizarazo Diaz, M. J. (2007). Condiciones de Vida de los(as) Vendedores(as) Ambulantes a partir se la Implementación de la Estrategia de Reubicación en el Pasaje Cultural y Comercial Centenario, Localidad 15, Antonio Nariño. Bogota, 2006 . 2007. *Universidad De La Salle . Desarrollo Humano Y Calidad De Vida*, 15.
- Comercio, E. (20 de 12 de 2016). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito.protesta.comerciantes.comitedelpueblo.reubicacion.html>
- Constitución Política de la República del Ecuador. (2008). *Asamblea Nacional Constituyente*.
- Economía Simple. (2016). *Ahorro familiar: Definición*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/ahorro.familiar.definicion.html>
- Economía Simple. (s.f.). *Economía doméstica*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/economia.domestica>
- Economía.WS*. (20 de 10 de 2017). Obtenido de *Economía.WS*: <http://www.economia.ws/mercado.php>
- Flores, E. P. (10 de 08 de 2007). *Importancia de la incorporación temprana a la investigación científica en la Universidad de Guadalajara*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros.gratis/2007b/286/#indice>
- Galvis Rojas, M. F., & Bula Jiménez, M. I. (2014). Efectos de la Formalización de las Ventas Callejeras Estacionarias en el Centro Histórico de Cartagena y su Relocalización en el Centro Comercial Nueva Colombia. *Programa Administración De Empresas . Universidad De Cartagena*, 9.
- Google. (30 de 07 de 2018). *Google*. Obtenido de Google: www.google.com.ec

- Google Maps . (31 de 07 de 2018). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps: https://www.google.com.ec/search?rlz=1C1CHZL_esEC695EC695&ei=PJyhW.JUz77PAtvXkvAH&q=ubicacion+geografica+del+Comite+del+Pueblo&oq=ubicacion+geografica+del+Comite+del+Pueblo&gs_l=psy.ab.3..0.140.4220.0.5480.3.3.0.0.0.0.660.1127.0j1j1j5.1.3.0....0...1c.1.64
- Gregory , M. (2002). *Principios de Economía*. España: Mc Graw Hill.
- Hernandez Jiménez, G. (2014). *Importancia de la Educación Financiera*. Obtenido de <https://finanzasyproyectos.net/importancia.de.la.educacion.financiera/>
- Mnisterio de Educación de España. (2012). *Finanzas personales: planificación, control y gestión*. Obtenido de http://descargas.pntic.mec.es/mentor/visitas/finanzas_perso.pdf
- Morles, V. (1994). *Planeamiento y análisis de investigaciones* (8a. Caracas: El Dorado .
- Osorio Lema, E. A. (2015). *Economía Familiar*. Lima: crearcoop.
- Posada, S. G. (2009). *Universidad Nacional Abierta y a Distancia* . Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/1identificacin_del_curso_academico.html
- Rosales M., A. (14 de 02 de 2016). *El Colectivo*. Obtenido de <https://colectivofacso.wordpress.com/2015/02/14/la.avenida.jorge.garces.es.capital.del.comite.del.pueblo/>
- Sevilla. (03 de 11 de 2015). *Gestión Eficaz de la Economía Doméstica*. Obtenido de sevilla.facua.org: www.facua.org/es/guias/economia_domestica_sevilla.com
- Sevilla, F. (2015). *Gestión eficaz de la Economía Doméstica. Consumidores en Acción*, 2.
- Superintendencia de Bancos. (s.f.). *Educación Financiera*. Obtenido de http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/efinanciera/?page_id=38