



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE
EXTENSIÓN LATACUNGA



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO

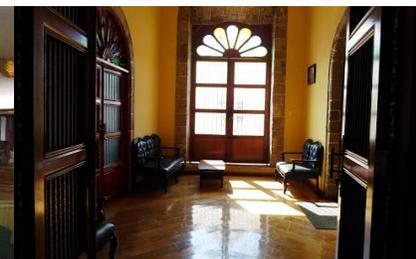
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA, CPA.

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN
INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA, CPA.

TEMA: “ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL REORDENAMIENTO DE LA PLAZA DE EL SALTO EN
LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL POPULAR, PARA LA ESTIMULACIÓN HACIA UN
PROGRAMA DE RESPALDO FINANCIERO SOLIDARIO ENTRE SUS MIEMBROS”

AUTOR: SOLÍS KAROLYS, MARCO EFRAÍN

DIRECTORA: ECON. CÁRDENAS PÉREZ, ALISVA DE LOS ÁNGELES, MGS.



Planteamiento del problema

La ejecución de obras de la ciudad se ha transformado en los últimos años, un mero pretexto para fingir accionar, es responsabilidad de los ciudadanos retomar el papel de fiscalizadores a fin de determinar si se cumple o no la necesidad de dichos proyectos.

Macro (Latinoamérica)

Las plazas y mercados populares conforman un sello propio e intangible de cada región o país, por ello una gran cantidad del turismo americano, europeo y asiático muestra un notable interés por visitar estos lugares.

Meso (Ecuador)

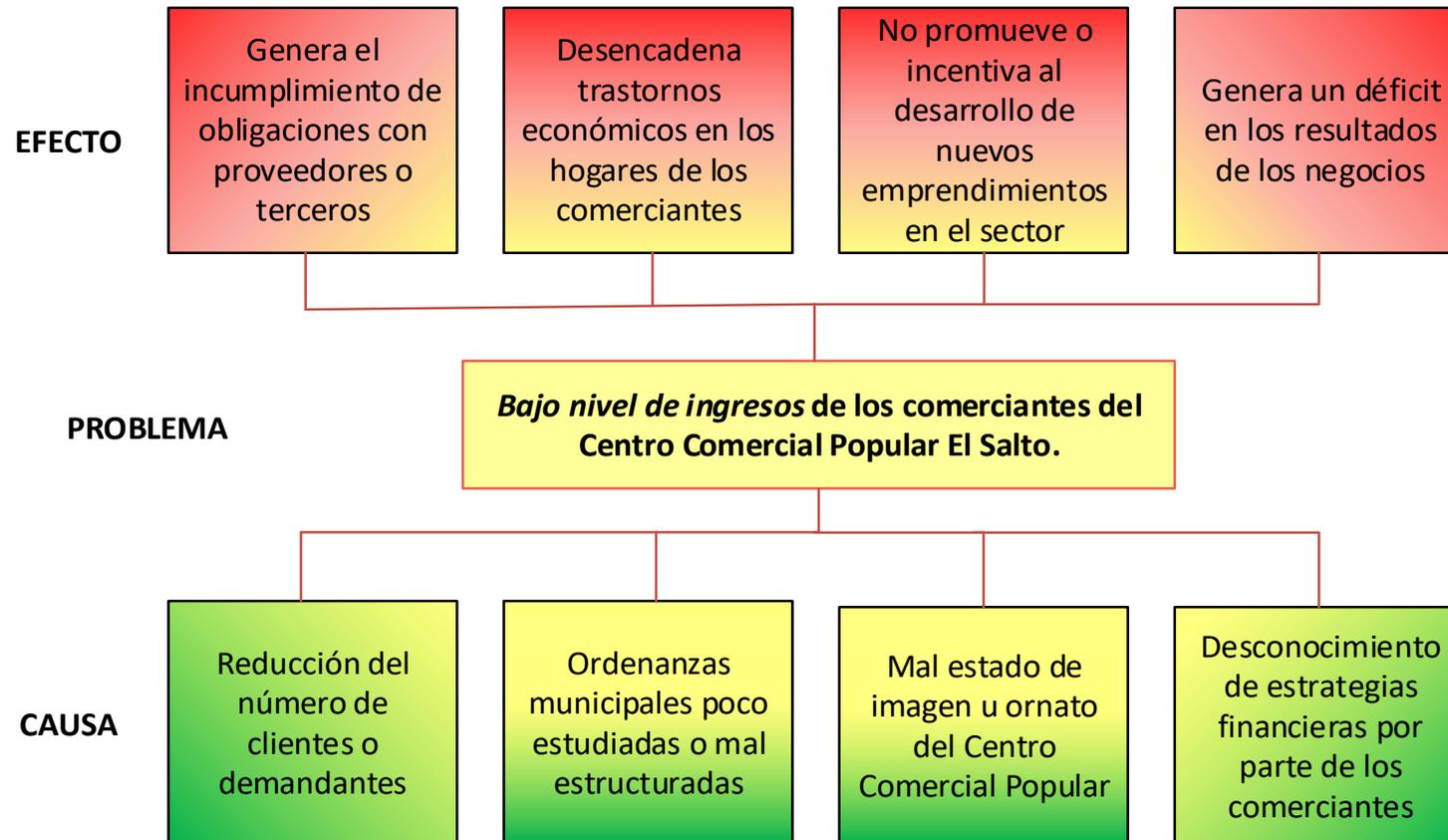
En el país pocas son las ciudades, como es el caso de Otavalo, que se preocupan por conservar esa imagen de cultura y tradicionalismo pero basado en un ambiente limpio y ordenado.

Micro (Latacunga)

La idea que se mantuvo y se socializó en El Salto, fue no el de crear un espacio para la cultura, sino de estandarizarlo o "globalizarlo" en un sentido muy ajeno de nuestra región.

El árbol de problemas

Si algo empieza mal, es muy probable que termine de misma manera o peor.



Contextualización

Los comerciantes del Centro Comercial Popular El Salto han sido sorprendidos por el plan de reordenamiento, pues sin pensar que cuando ellos esperaban el éxito, encontraron el fracaso entre las paredes de la edificación.

Mas tarde, como si las fuerzas elementales del universo se confabularan, fueron duramente golpeados por una crisis infundada, la erupción del Volcán Cotopaxi

Un punto débil que poseen los comerciantes que del CCP es la falta de unidad y liderazgo entre sus miembros que mitiguen las adversidades o amenazas que rondan a este sector.

Hipótesis

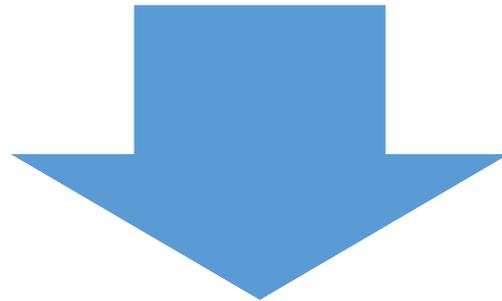
Previo al planteamiento de las hipótesis, se plantean las siguientes variables:

V Independiente:

x=Número de clientes

V Dependiente:

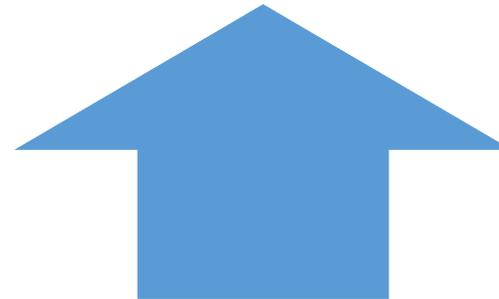
y=nivel de ingresos



H_1 : El reordenamiento de la plaza El Salto genera una reducción en el número de clientes del Centro Comercial Popular afectando a los niveles de ingresos de los comerciantes.



H_0 : El reordenamiento de la plaza El Salto no genera una reducción en el número de clientes del Centro Comercial Popular, por tanto, no existe afectación a los niveles de ingresos de los comerciantes.



Teórico

Un conocimiento consiente y amplio, investigación de las teorías de las estructuras de las ciudades, de las organizaciones del sector no financiero de la LOEPS.



Social

Dirigido al estudio de un grupo social vulnerable de escaso conocimiento estratégico, el fomento del cooperativismo social, la propuesta de un plan de creación de una asociación nueva entre los miembros



Práctico

A través de la investigación se podrá definir si el numero de visitantes y su aporte en dólares para los dueño



Metodológico

Uso de un enfoque cuantitativo, por medio de investigación de campo, la simple observación y el levantameinto de información.

Justificación del problema



Antecedentes de la investigación

La investigación a los comerciantes de un determinado sitio o sector, tiene mayor énfasis en la problemática informal que al análisis de las personas dentro de las investigaciones

Universidad Técnica del Norte

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

Universidad de Guayaquil

- “ESTUDIO SOCIOECONÓMICO DEL TRABAJO INFORMAL Y SU EFECTO EN EL SECTOR COMERCIAL LA BAHÍA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2009 - 2013”

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

- “PROPUESTA DE BASE DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE SANGOLQUÍ”



Fundamentación legal

- La Constitución de la República del Ecuador (2008)
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones
- Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD
- Plan Nacional Buen Vivir 2013 – 2017
- Reforma a la Ordenanza del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2028 del Cantón Latacunga
- Ordenanza que Reglamenta la Ocupación del Mercado Cerrado de la Ciudad de Latacunga
- Ordenanza que Reglamenta la Ocupación y Funcionamiento del Centro Comercial Popular, Ubicado en el Sector El Salto de Propiedad del GAD Municipal del Cantón Latacunga. EMACEP



Enfoques de la investigación

Enfoque	Características
Cuantitativo	<ul style="list-style-type: none">• Orientado a los resultados• Ocupa métodos estadísticos su concepción es positiva, deductiva,• Verifica y comprueba teorías.
Cualitativo	<ul style="list-style-type: none">• Orientado a los procesos• Utiliza técnicas cualitativas (encuestas, revisión, observación, etc.)• Su concepción es fenomenológica. Inductiva, subjetiva.• Cubre o genera teorías.

Población y muestra

“Es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” Fracica (1988).

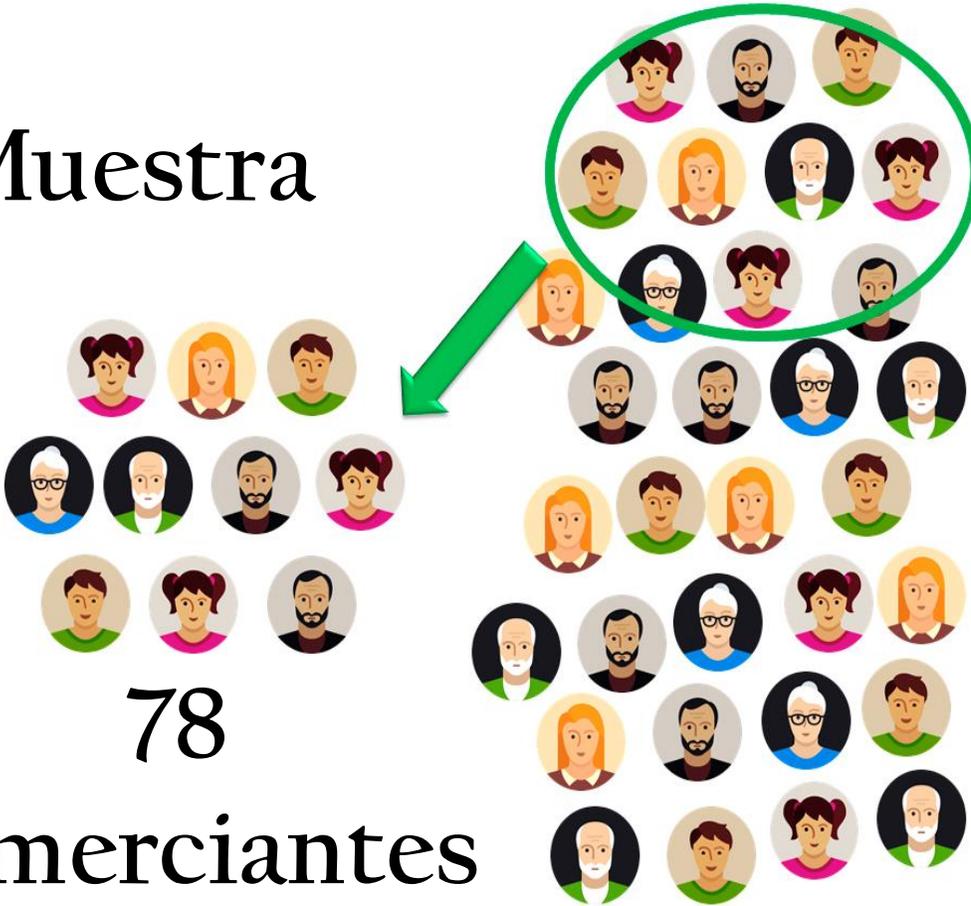


Para el presente trabajo de investigación, se utilizará como población a los 375 locales comerciales que se encuentran en el interior del edificio del Centro Comercial Popular El Salto, ubicado en el sector del mismo nombre de la ciudad de Latacunga.

Población y muestra

“Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” Bernal (2010)

Muestra



Para la determinación de la muestra se aplicará la fórmula:

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

Población y muestra

Reemplazando los valores en la fórmula se obtiene:

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

Donde;

N = Tamaño de la muestra;

Z = Nivel de confianza;

p = variabilidad de éxito;

q = variabilidad de fracaso; y

e = Error máximo admisible.

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

$$n = \frac{375 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.10^2 * (375 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 77.6211$$

Equivalentes a 78 encuestas a los locales comerciales.

Por lo tanto; la investigación poseerá los siguientes datos: tamaño de la población (N): 375; nivel de confianza (Z): 95%; variabilidad positiva (p) y variabilidad negativa (q): 0.50 en cada caso y un error máximo admisible (e) de: 10%; dándonos como resultado una muestra de 78 locales comerciales encuestados del Centro Comercial Popular El Salto.



Principales resultados

PREGUNTA: ¿Qué productos Ud. oferta en su local comercial?

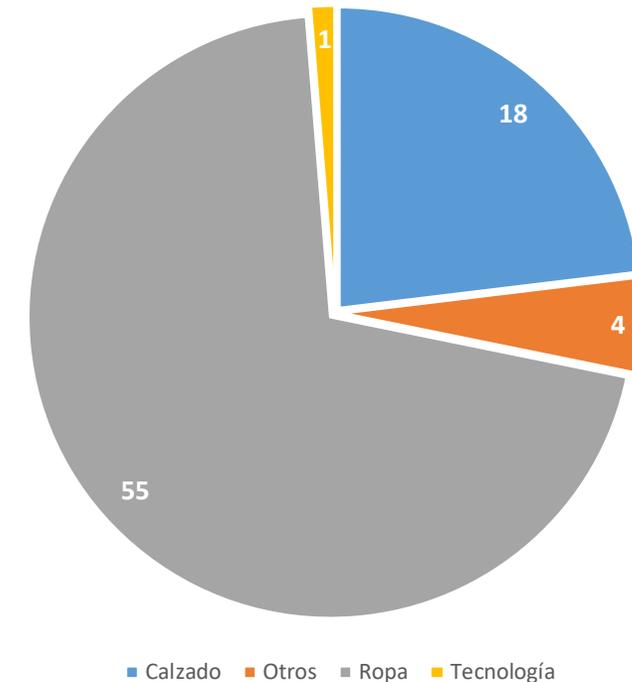
Tipo de productos ofertados

Tipo de productos	Frecuencia	Porcentaje
Calzado	18	23.08 %
Ropa	55	70.51 %
tecnología	1	1.28 %
otros	4	5.13 %
Total	78	100.00 %

Datos para el análisis:

- Hay una mala distribución entre los productos que se ofertan.
- No existe una estrategia que mitigue esta saturación del mercado.
- Hay un perjuicio que depende del tipo de producto que se comercialice.

Pregunta 01



Principales resultados

PREGUNTA: ¿Realizaba su actividad de comercio en el sector de El Salto antes de su reordenamiento?

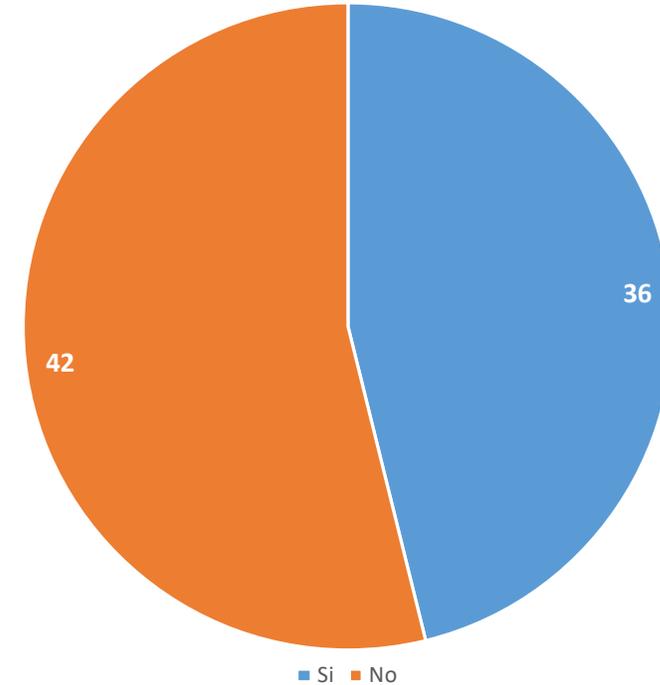
Actividad de los comerciantes en el sector antes de su reordenamiento

Lo realizaba	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	46.15 %
No	42	53.83 %
Total	78	100.00 %

Datos para el análisis:

- Más del 50% de los comerciantes no ejercía en el sector antes de su reordenamiento.
- ¿cómo fue la selección de los beneficiados?
- ¿En dónde están desarrollando sus actividades los comerciantes que no entraron en la reubicación?

Pregunta 03



Principales resultados

PREGUNTA: ¿Destina Ud. una cantidad al ahorro mensual?

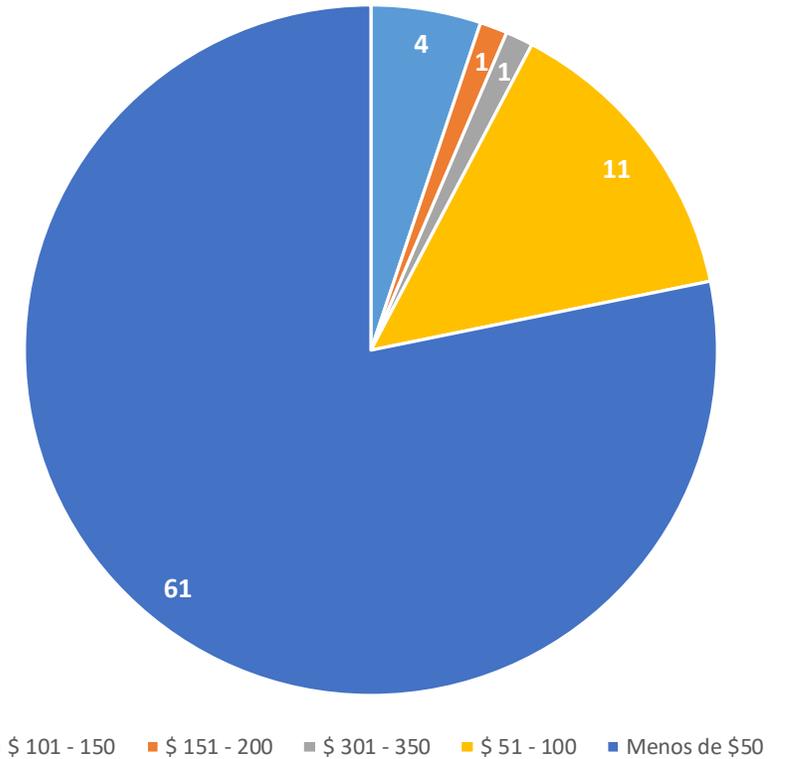
Ahorro mensual

Ahorro mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$50	61	78.13 %
\$51 - \$100	11	14.01 %
\$101 - \$150	4	5.13 %
\$151 - \$200	1	1.28 %
\$301 - \$350	1	1.28 %
Total	78	100.00 %

Datos para el análisis:

- Los comerciantes que ahorran menos de \$50.00 al mes o incluso nada demuestra una sociedad que poco piensa en su futuro
- Se puede implementar programas de capacitación de estrategias financieras
- El riesgo al que estas personas están sujetas es elevado

Pregunta 13

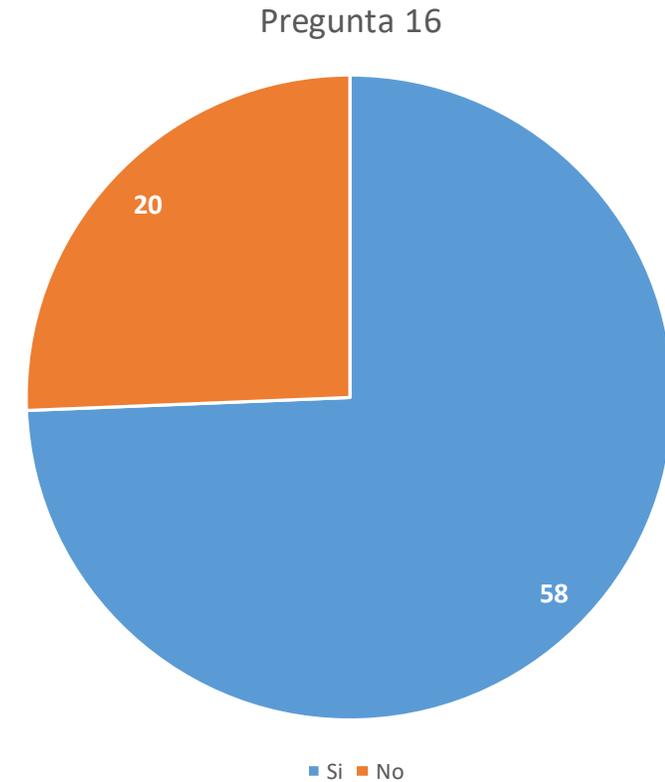


Principales resultados

PREGUNTA: ¿Considera Ud. que le es necesario un programa de capacitación contable y/o financiero?

Programa de capacitación financiero - contable

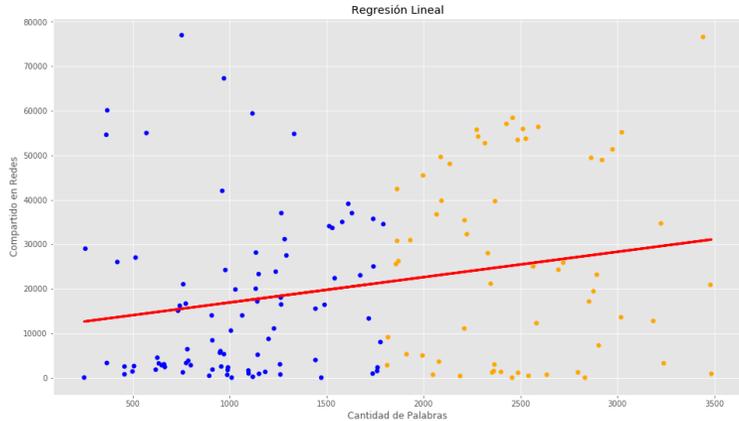
¿Existe necesidad?	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	74.36 %
No	20	25.64 %
Total	78	100.00 %



Datos para el análisis:

- Puede ser de gran interés para la universidad consolidar planes de vinculación con este sector.
- Los comerciantes están predispuestos a adquirir conocimientos financieros
- Es una oportunidad como mercado

MODELO DE REGRESIÓN LINEAL



$$\text{Variable dependiente } \mathbf{Y} = \text{Secante } \mathbf{a} + \text{Pendiente } \mathbf{b} \times \text{Variable independiente } \mathbf{X}$$

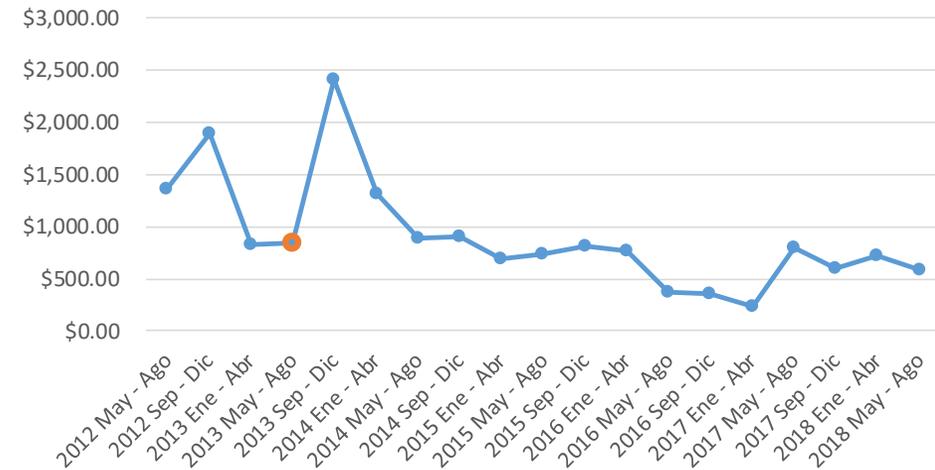
Ingeni
Empresa

Gráfica variable dependiente - VD

Serie de tiempo – Ingresos

Periodos	Ingreso mensual mínimo	Ingreso mensual máximo	Ingresos promedio mensuales
2012 May. – Ago.	\$1,125.00	\$1,592.00	\$1,359.00
2012 Sep. – Dic.	\$1,450.00	\$2,345.00	\$1,898.00
2013 Ene. – Abr.	\$785.00	\$880.00	\$833.00
2013 May. – Ago.	\$741.00	\$945.00	\$843.00
2013 Sep. – Dic.	\$1,985.00	\$2,846.00	\$2,416.00
2014 Ene. – Abr.	\$746.00	\$1,874.00	\$1,310.00
2014 May. – Ago.	\$623.00	\$1,149.00	\$886.00
2014 Sep. – Dic.	\$745.00	\$1,054.00	\$900.00
2015 Ene. – Abr.	\$514.00	\$869.00	\$692.00
2015 May. – Ago.	\$634.00	\$841.00	\$738.00
2015 Sep. – Dic.	\$587.00	\$1,054.00	\$821.00
2016 Ene. – Abr.	\$562.00	\$974.00	\$768.00
2016 May. – Ago.	\$287.00	\$452.00	\$370.00
2016 Sep. – Dic.	\$231.00	\$469.00	\$350.00
2017 Ene. – Abr.	\$231.00	\$254.00	\$243.00
2017 May. – Ago.	\$652.00	\$942.00	\$797.00
2017 Sep. – Dic.	\$374.00	\$841.00	\$608.00
2018 Ene. – Abr.	\$547.00	\$901.00	\$724.00
2018 May. – Ago.	\$512.00	\$647.00	\$580.00

Ingresos promedios mensuales



Datos para el análisis:

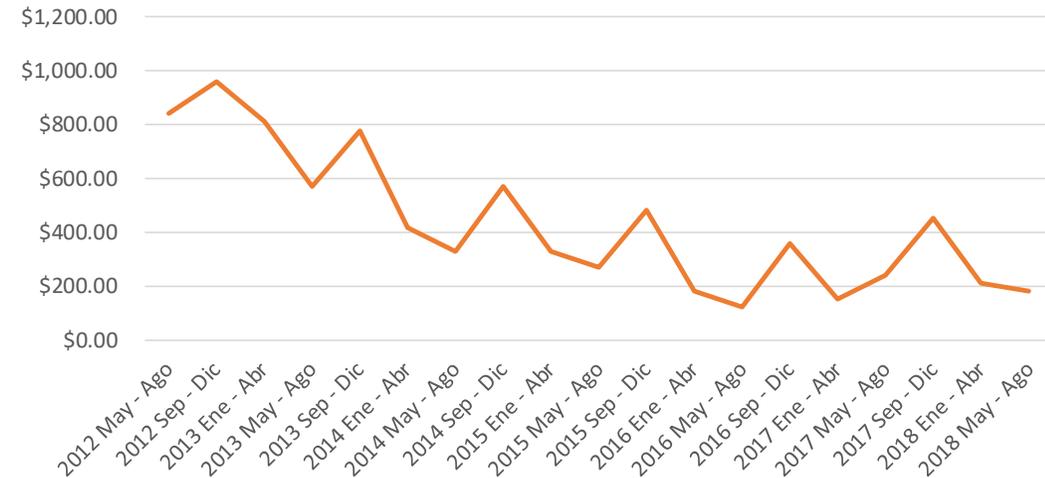
- El punto naranja representa el periodo de la reubicación de los comerciantes
- La curva a raíz de la reubicación mantiene una tendencia a la baja.

Gráfica variable independiente - VI

Serie de tiempo – Ingresos

Periodos	Cientes potenciales diarios	Cientes reales por mes
2012 May. – Ago.	28	840
2012 Sep. – Dic.	32	960
2013 Ene. – Abr.	27	810
2013 May. – Ago.	19	570
2013 Sep. – Dic.	26	780
2014 Ene. – Abr.	14	420
2014 May. – Ago.	11	330
2014 Sep. – Dic.	19	570
2015 Ene. – Abr.	11	330
2015 May. – Ago.	9	270
2015 Sep. – Dic.	16	480
2016 Ene. – Abr.	6	180
2016 May. – Ago.	4	120
2016 Sep. – Dic.	12	360
2017 Ene. – Abr.	5	150
2017 May. – Ago.	8	240
2017 Sep. – Dic.	15	450
2018 Ene. – Abr.	7	210
2018 May. – Ago.	6	180

Nivel de clientes mensual



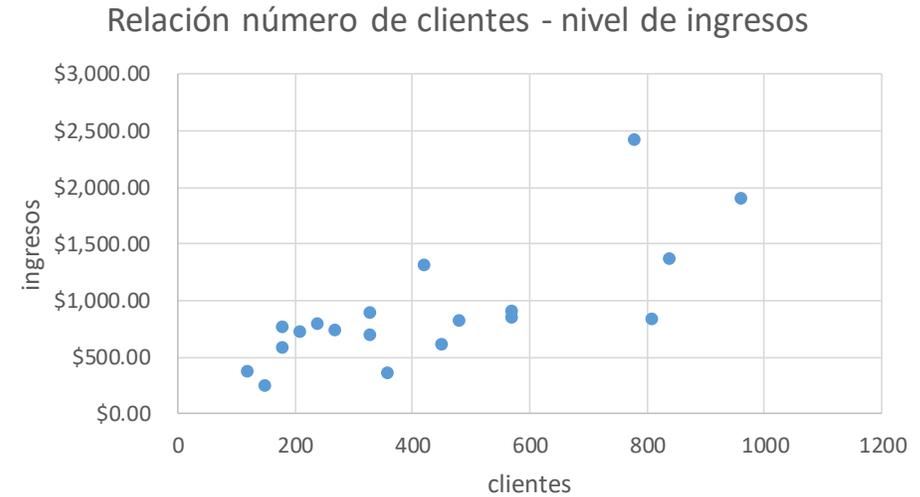
Datos para el análisis:

- Dibuja una tendencia similar a la de la variable dependiente.
- Los resultados son desfavorables a razón de lo ofrecido preordenamiento.

Relación entre el número de clientes y los niveles de ingresos

Relación entre el número de clientes y el nivel de ingresos de los comerciantes del CCP El Salto

Periodos	Ingresos promedio mensuales	Cientes reales por mes
2012 May. – Ago.	\$1,359.00	840
2012 Sep. – Dic.	\$1,898.00	960
2013 Ene. – Abr.	\$833.00	810
2013 May. – Ago.	\$843.00	570
2013 Sep. – Dic.	\$2,416.00	780
2014 Ene. – Abr.	\$1,310.00	420
2014 May. – Ago.	\$886.00	330
2014 Sep. – Dic.	\$900.00	570
2015 Ene. – Abr.	\$692.00	330
2015 May. – Ago.	\$738.00	270
2015 Sep. – Dic.	\$821.00	480
2016 Ene. – Abr.	\$768.00	180
2016 May. – Ago.	\$370.00	120
2016 Sep. – Dic.	\$350.00	360
2017 Ene. – Abr.	\$243.00	150
2017 May. – Ago.	\$797.00	240
2017 Sep. – Dic.	\$608.00	450
2018 Ene. – Abr.	\$724.00	210
2018 May. – Ago.	\$580.00	180



Datos para el análisis:

- Se observa la dispersión de los datos no es demasiado fuerte, por tanto se puede afirmar que ya existe una posible relación

Determinación del Coeficiente de correlación

Coeficiente de correlación

Periodos	Ingresos promedio mensuales y	Cientes potenciales por mes x	$x - \bar{x}$	$y - \bar{y}$	$(x - \bar{x})^2$	$(y - \bar{y})^2$	$(x - \bar{x})^2 * (y - \bar{y})^2$
2012 May. - Ago.	\$1,359.00	840	405.789	457.105263	164665.097	208945.222	185488.5042
2012 Sep. - Dic.	\$1,898.00	960	525.789	996.105263	276454.570	992225.695	523741.662
2013 Ene. - Abr.	\$833.00	810	375.789	68.894736	141217.728	4746.48476	-25889.9169
2013 May. - Ago.	\$843.00	570	135.789	58.894736	18438.7811	3468.59003	-7997.28532
2013 Sep. - Dic.	\$2,416.00	780	345.789	1514.10526	119570.360	2292514.75	523561.662
2014 Ene. - Abr.	\$1,310.00	420	-14.2105	408.105263	201.939058	166549.906	-5799.39058
2014 May. - Ago.	\$886.00	330	-104.2105	15.894736	10859.8338	252.642659	1656.398892
2014 Sep. - Dic.	\$900.00	570	135.789	1.8947368	18438.7811	3.5900277	-257.285319
2015 Ene. - Abr.	\$692.00	330	-104.210	209.89473	10859.8338	44055.8006	21873.241
2015 May. - Ago.	\$738.00	270	-164.210	163.89473	26965.0969	26861.4848	26913.241
2015 Sep. - Dic.	\$821.00	480	45.789	80.894736	2096.6759	6543.95845	-3704.12742
2016 Ene. - Abr.	\$768.00	180	-254.210	133.89473	64622.9916	17927.8006	34037.45152
2016 May. - Ago.	\$370.00	120	-314.21052	531.89473	98728.2548	282912.011	167126.9252
2016 Sep. - Dic.	\$350.00	360	-74.2105	551.89473	5507.20221	304587.801	40956.39889
2017 Ene. - Abr.	\$243.00	150	-284.210	658.89473	80775.6232	434142.274	187264.8199
2017 May. - Ago.	\$797.00	240	-194.210	104.89473	37717.7285	11002.9058	20371.66205
2017 Sep. - Dic.	\$608.00	450	15.7894737	293.89473	249.307479	86374.1163	-4640.44321
2018 Ene. - Abr.	\$724.00	210	-224.21052	177.89473	50270.3601	31646.5374	39885.87258
2018 May. - Ago.	\$580.00	180	-254.21052	321.89473	64622.9916	103616.222	81829.03047
Sumatoria	17136.00	8250	-1.0232	-2.16E-12	1192263.15	5018377.79	1806418.421
Promedio	901.8947	434.2105					

$$r = \frac{\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x - \bar{x})^2} \sqrt{\sum(y - \bar{y})^2}}$$

$$r = \frac{1806418.421}{\sqrt{1192263.158} \sqrt{5018377.79}}$$

$$r = \frac{1806418.421}{1091.908036 * 2240.173607}$$

$$r = \frac{1806418.421}{2446063.564}$$

$$r = 0.7385$$

Datos para el análisis:

- Coeficiente de correlación $0 < r < 1$
- Correlación mayosa a 0,6



Determinación de la Ecuación lineal (regresión)

Tabla para la determinación de la ecuación lineal del coeficiente de correlación

Periodos	Ingresos promedio mensuales y	Cientes potenciales por mes x	x ²	x y
2012 May. – Ago.	\$1,359.00	840	705600	1141560
2012 Sep. – Dic.	\$1,898.00	960	921600	1822080
2013 Ene. – Abr.	\$833.00	810	656100	674730
2013 May. – Ago.	\$843.00	570	324900	480510
2013 Sep. – Dic.	\$2,416.00	780	608400	1884480
2014 Ene. – Abr.	\$1,310.00	420	176400	550200
2014 May. – Ago.	\$886.00	330	108900	292380
2014 Sep. – Dic.	\$900.00	570	324900	513000
2015 Ene. – Abr.	\$692.00	330	108900	228360
2015 May. – Ago.	\$738.00	270	72900	199260
2015 Sep. – Dic.	\$821.00	480	230400	394080
2016 Ene. – Abr.	\$768.00	180	32400	138240
2016 May. – Ago.	\$370.00	120	14400	44400
2016 Sep. – Dic.	\$350.00	360	129600	126000
2017 Ene. – Abr.	\$243.00	150	22500	36450
2017 May. – Ago.	\$797.00	240	57600	191280
2017 Sep. – Dic.	\$608.00	450	202500	273600
2018 Ene. – Abr.	\$724.00	210	44100	152040
2018 May. – Ago.	\$580.00	180	32400	104400
Sumatoria	17136.00	8250	4774500	9247050
Coefficiente de correlación	0.7385			

$$y = ax + b$$

$$a = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{19 * 9247050 - 8250 * 17136}{19 * 4774500 - 8250^2}$$

$$a = \frac{175693950 - 141372000}{90715500 - 68062500}$$

$$a = \frac{34321950}{22653000}$$

$$a = 1.515117$$



Determinación de la Ecuación lineal (regresión)

Por tanto la ecuación lineal que describe la regresión es:

$$b = \frac{\sum y - a \sum x}{n}$$

$$y = 1.51x + 244.01$$

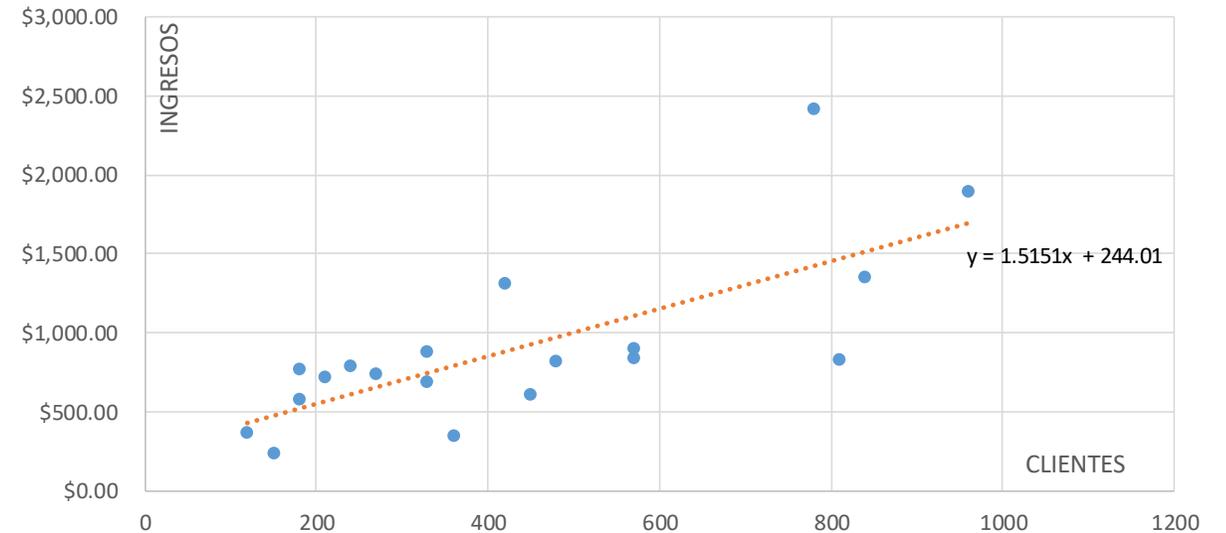
$$b = \frac{17136 - 1.515117 * 8250}{19}$$

$$b = \frac{17136 - 12499.71692}{19}$$

$$b = \frac{4636.28308}{19}$$

$$b = 244.01489$$

Correlación de Ingresos - Clientes (0.73)



Interpretación::

- Por cada 1 cliente que aumenta en el Centro Comercial Popular El Salto, el ingreso aumenta en \$1.51 dólares, la constante de $b = 244.01$ es el coeficiente que indica el ingreso mínimo mensual, es decir \$244.01 dólares (intersección con la ordenada en el origen).



Comprobación de hipótesis

Coeficiente de correlación:

244.01

Ecuación de la regresión

$y = 1.51x + 244.01$

Por tanto; **Se rechaza la H_0 (hipótesis nula)**, la cual dice que: El reordenamiento de la plaza El Salto no genera una reducción en el número de clientes del Centro Comercial Popular, por tanto, no existe afectación a los niveles de ingresos de los comerciantes; y **se acepta la H_1 (hipótesis alternativa)** dada la confirmación de que existe una correlación fuerte – directa entre la variable independiente (Número de clientes) y la variable dependiente (nivel de ingresos de los comerciantes), el reordenamiento de la plaza El Salto genera una reducción en el número de clientes del Centro Comercial Popular y este a los niveles de ingresos de los comerciantes.



PROPUESTA

Título: programa de respaldo financiero entre los miembros de la asociación de comerciantes del Centro Comercial Popular El Salto de la ciudad de Latacunga, año 2018.

Institución ejecutora: instituciones de capacitación y asesoría económico – financieras de la economía popular y solidaria de la provincia de Cotopaxi

Beneficiarios: la presente propuesta está dirigida a los 375 comerciantes que ejercen en el Centro Comercial Popular El Salto y pretende mejorar sus condiciones tanto de crédito como de disminución de riesgos financieros, además de mejorar sus resultados esperados en inversión y obtención de fuentes de financiamiento.

Ubicación: el domicilio propuesto para ejecutar el programa es la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi, Ecuador; en las instalaciones del Centro Comercial Popular El Salto ubicado en la parroquia La Matriz, Av. Amazonas y Calle Félix Valencia.



PROPUESTA

Proceso de ejecución de la propuesta

N°	ÍTEMS	OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDAD	RECURSOS	FORMAS DE EVALUACIÓN	TIEMPO
1	<ul style="list-style-type: none"> Socialización del proyecto 	<p>Informar a los miembros del centro comercial popular El Salto la intención de recuperar la asociación con fines de restaurar deberes y derechos entre los comerciantes</p>	<p>Incorporar un proceso de selección de personas con liderazgo y entrega al proyecto para que anteceda los principales lineamientos</p>	<p>Mantener al menos dos reuniones separadas máximo con quince días a fin de dar a conocer el proyecto a todos los comerciantes del CCP El Salto</p>	<p>Humanos: comerciantes con mayor entusiasmo; Económicos: \$10 para alquiler de in focus por reunión.</p>	<p>Asistencia. Se considerara el porcentaje de concurrencia con un mínimo del 40% de asistentes por cada reunión</p>	<p>Una semana para el llamado a las reuniones más quince días de separación entre las mismas</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> Convocatoria a la conformación de la comisión de instauración de la asociación de comerciantes 	<p>Establecer la primera directiva encargada de dar los lineamientos base para la creación de la nueva asociación</p>	<p>Generar aceptación entre los comerciantes (mínimo un 85%) del CCP El Salto a fin de poder establecer los parámetros en común acuerdo</p>	<p>Presentar el primer borrador de los estatutos y reglamento necesario para la creación de la vida jurídica de la asociación</p>	<p>Humano: comisión; Económico: \$50 para la asesoría legal de la constitución</p>	<p>Logro del 85% de aceptación entre los comerciantes para avanzar con el proceso, caso contrario dar aplazamiento al ítem anterior por un tiempo equivalente al 50% del mismo.</p>	<p>Cinco semanas contadas desde la culminación del ítem anterior</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> Creación de la vida jurídica de la asociación 	<p>Establecer la asociación con forme a lo que estipule la ley</p>	<p>Contemplar el 100% de los comerciantes como miembros activos de la asociación</p>	<p>Socializar al público en general a través de una asamblea pública en las instalaciones del CCP El Salto</p>	<p>Humanos: la directiva y la comisión establecida; Económicos: \$500</p>	<p>Medir el impacto que posea la nueva asociación en la población laticungueña a través de encuestas y entrevistas</p>	<p>Tres meses contados desde la culminación del ítem anterior</p>
4	<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de parámetros exigidos por la SEPS 	<p>Dar cumplimiento a la normativa vigente para la creación de una cooperativa de ahorro y crédito</p>	<p>Obtener el visto bueno por parte de la SEPS para la creación o absorción de una COAC</p>	<p>Revisar la normativa y establecer los parámetros a cumplir por parte de la asociación para su introducción en el sector societario financiero</p>	<p>Humano: cuerpo colegiado jurídico; Económicos: los establecidos por la SEPS para la iniciación o absorción de una COAC</p>	<p>Creación y aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento</p>	<p>Nueve meses luego de iniciado el programa general (ítem N° 1)</p>
5	<ul style="list-style-type: none"> Conformación de la COAC de los comerciantes del centro comercial popular El Salto 	<p>La creación de una cooperativa de ahorro y crédito con los miembros del Centro Comercial Popular El Salto a fin de acceder a la economía popular y solidaria</p>	<p>Ser la primera cooperativa impulsada por una asociación de comerciantes populares del Ecuador</p>	<p>Dar cumplimiento a todo lo dispuesto por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria para iniciar las operaciones en base a lo establecido en la ley</p>	<p>Humano: los comerciantes del CCP El Salto; Económicos: las aportaciones del capital inicial de la cooperativa en base a lo dispuesto en la ley</p>	<p>Evaluación del éxito o fracaso en la conformación de la COAC de los comerciantes del centro comercial popular El Salto</p>	<p>Un año luego de iniciado el programa general (ítem N° 1)</p>

Conclusiones

El reordenamiento del sector conocido como El Salto en la ciudad de Latacunga fue y sigue siendo una necesidad que comparten todos quienes en esta ciudad habitan, pues en la actualidad es necesario contar con lugares especializados para cada tipo de actividad, claro está que no solamente se debe presentar un proyecto de construcción de buena o nueva infraestructura, los cambios requeridos van más allá de eso, constituyen un cambio integral que debe iniciar con la forma de pensar y la cultura que expresan los ciudadanos, pues haciendo una comparación se podría decir que, si mañana se construyera el mejor hotel en la ciudad, no serviría de mucho si se prefiere dormir poco o en el piso.

Dentro de la investigación por simple observación se puede describir que el Centro Comercial Popular El Salto posee un diseño equivocado, poco útil y desaprovechado, pues basta con mirar que las instalaciones no cuentan con buena claridad, esto a falta de grandes ventanales y a razón de que los pocos existentes se encuentran cubiertos por los productos ofertados, no como consecuencia del mal gusto de sus arrendatarios sino por la falta de espacio requerido por el tipo mismo de dichos negocios

Conclusiones

A pesar de que menos de la mitad de los comerciantes que ejercían en el sector de El Salto fueron reubicados en las instalaciones del CCP, causa impacto observar la incidencia de comerciantes que están en Centro Comercial Popular El Salto y no fueron parte del sector anteriormente, pues las encuestas arrojan un 46.15% de los mismo fueron reubicados, el 53.83% restante llegó al sector sólo después de ocurrida la intervención municipal, además el 21.79% afirma que sus negocios tienen de 1 a 4 años, lo cual indica que tampoco fueron reubicados, así como también existe un 2.56% de comerciantes cuyos negocios no han cumplido ni un año de vida, sería importante preguntar por qué existen muchas personas que se quedaron por fuera de la reubicación.

Se determina que el nivel de ingresos de los comerciantes sí está relacionado al número de personas que visitan sus establecimientos o locales, mediante la correlación de estas variables, es decir, existe una fuerte y directa relación, pero por sobre todo está claro que a mayor número de clientes mayor va a ser la oportunidad de venta, por ende, mayores serán también los ingresos. Sin embargo es importante esclarecer que a pesar tener mucha lógica esta conclusión, no siempre funcionan de esa manera, por tanto es necesaria la aplicación de modelos que permita definir ciertas aseveraciones.

Conclusiones

Dentro de la averiguación acerca de los productos y servicios que se ofertan en el sector financiero es importante concluir que existe una mejor aceptación a los productos financieros, dado el poco interés a contestar las preguntas referentes a servicios y corroborados en los análisis de las preguntas 19 y 20, de esta manera se puede concluir que el objetivo de saber qué tipo de relación crear referente a la economía popular y solidaria (Caja comunal, Banco comunal o COAC) está claro que demuestran más interés por los productos financieros y por ello se presume se podría tener mayor aceptación la constitución de una COAC como parte del proyecto presentado.

Una conclusión importante también de destacar es el poco estímulo y aliciente que poseen los comerciantes venidero del municipio, pues al preguntar si está conforme con el accionar de la autoridad municipal, un contundente 94.87% dijo que se sentía perjudicado precisamente por la falta del accionar del personal municipal, y no hace falta preguntar si basta con ver como el problema de las ventas ambulantes aún se mantiene en las zonas de influencia del Centro Comercial Popular El Salto, esto precisamente hace que los clientes dejen de visitar el centro comercial y adquieran productos con mayor facilidad y en ciertos casos mejor precio en la calle que dentro del edificio, de mantener la poca vigilancia los delegados de cumplir con este control, simplemente el perjuicio de estar en dichas instalaciones es mayor a su beneficio.



Recomendaciones

A los comerciantes del Centro Comercial Popular El Salto, se recomienda: que prime la unidad entre sus miembros, dado que no existe en la actualidad una asociación que vele por sus intereses, en conversaciones se obtuvo información de que pretenden crear una asociación moderna y bien estructurada pero la falta de colaboración hace que ningún proyecto tenga repercusión a su favor en sus labores, se espera pongan en práctica el programa propuesto por esta investigación.

Al GAD municipal de la ciudad Latacunga, se recomienda: crear espacios de recuperación integrales, es decir que sean socializados desde la concepción de la idea, para tratar de establecer las mejores condiciones en su ejecución, por pedido de los comerciantes se recomienda también hacer un estudio de los costos de arrendamiento que consideran es uno de los más altos rubros que deben soportar.

Recomendaciones

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga, se recomienda: dar seguimiento a los proyectos de capacitación realizados en Centro Comercial Popular El Salto, ya que fue evidente el buen concepto en el cual tienen los comerciantes a nuestra institución pero existe su necesidad de continuar con dichos programas que insisten no los han tomado en cuenta desde hace un tiempo ya.

A los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga, se recomienda: velar por grupos vulnerables que dejen un mayor aporte en la sociedad, a pesar de ser un poco más caótico el levantamiento de información se entiende que con la ejecución de estos temas se deja un verdadero abanico de investigaciones futuras que mejoren las condiciones de pequeños sectores económicos de la ciudad y provincia.

Recomendaciones

A los futuros investigadores, se recomienda: hacer un análisis al comercio informal en la ciudad de Latacunga, una investigación que refiera a la falta de ordenanzas relacionadas a este tema o a su nula aplicación ya que viene afectando a varios sectores de la urbe y no se da la solución apropiada.

Gracias

