



**ESPE**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

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

**TEMA: IMPACTO ECONÓMICO DEL COMERCIO INFORMAL EN  
LOS NEGOCIOS FORMALES DE LA PARROQUIA DE  
SANGOLQUÍ, CANTÓN RUMIÑAHUI**

**AUTOR: CARRIÓN QUELAL MAURICIO ANDRÉS**

**DIRECTOR: ING. SEGOVIA CÉSAR**

**SANGOLQUÍ**

**2016**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, “**IMPACTO ECONÓMICO DEL COMERCIO INFORMAL EN LOS NEGOCIOS FORMALES DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUÍ, CANTÓN RUMIÑAHUI**” realizado por el señor **MAURICIO ANDRÉS CARRIÓN QUELAL**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al señor **MAURICIO ANDRÉS CARRIÓN QUELAL** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 26 de Septiembre del 2016

A handwritten signature in blue ink is written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to read 'Ing. Segovia Guerrero César Ricardo'.

Ing. Segovia Guerrero César Ricardo

**DIRECTOR**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **MAURICIO ANDRÉS CARRIÓN QUELAL**, con cédula de identidad N° 1717914723, declaro que este trabajo de titulación “**IMPACTO ECONÓMICO DEL COMERCIO INFORMAL EN LOS NEGOCIOS FORMALES DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUÍ, CANTÓN RUMIÑAHUI**” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

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

Sangolquí, 26 de Septiembre del 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mauricio Andrés Carrión Quelal', is written over a horizontal line.

Mauricio Andrés Carrión Quelal

C.I. 1717914723



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **MAURICIO ANDRÉS CARRIÓN QUELAL**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**IMPACTO ECONÓMICO DEL COMERCIO INFORMAL EN LOS NEGOCIOS FORMALES DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUÍ, CANTÓN RUMIÑAHUI**” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 26 de Septiembre del 2016



Mauricio Andrés Carrión Quelal

C.I. 1717914723

## **DEDICATORIA**

A mis padres, quienes con su amor, comprensión y apoyo incondicional han forjado en mí las fortalezas necesarias para culminar esta etapa sustancial de mi carrera.

A mis hermanas, por estar conmigo y apoyarme en los buenos y malos momentos que me han permitido no decaer frente a cualquier adversidad.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia, por creer y depositar en mí plena seguridad para desarrollar y culminar este gran paso de mi carrera profesional.

A mi madre, por ser la persona más influyente en mi vida, a quien le debo mis ganas de superación y constancia por demostrar el cumplimiento de mis metas.

A mi director de tesis por brindarme su apoyo y colaboración en el desarrollo de esta investigación.

A la universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE” por su valioso aporte en mi formación personal y profesional

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CARÁTULA</b> .....	i
<b>CERTIFICADO</b> .....	ii
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	iii
<b>AUTORIZACIÓN</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	ix
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	xii
<b>RESUMEN</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>1. ASPECTOS GENERALES</b> .....	1
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.2 Justificación.....	4
1.3 Objetivos .....	6
1.3.1 Objetivo general.....	6
1.3.2 Objetivos específicos .....	6
1.4 Variables de investigación.....	7
1.4.1 Variables dependientes .....	7
1.4.2 Variables independientes .....	7
<b>CAPÍTULO II</b> .....	8
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	8
2.1. Teorías de salarios por subsistencia .....	8
2.2 Teorías de la economía informal .....	10
2.3 Teorías de la evasión de impuestos .....	12
2.4 Investigación de mercados .....	13
2.4.1 Fase 1: Definición del problema .....	14
2.4.2 Fase 2: Enfoque del problema.....	15

2.4.3 Fase 3: Diseño de la investigación.....	17
2.4.4 Fase 4: Recolección de información.....	26
2.4.5 Fase 5: Análisis de la información.....	26
2.4.6 Fase 6: Elaboración del informe de resultados.....	27
2.5 Comprobación de hipótesis.....	27
2.6 Marco referencial.....	30
2.7 Marco conceptual.....	33
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>37</b>
<b>3. DESARROLLO METODOLÓGICO.....</b>	<b>37</b>
3.1 Investigación de mercados.....	37
3.1.1 Fase 1: Definición del problema.....	37
3.1.2 Fase 2: Desarrollo del enfoque del problema.....	38
3.1.3 Fase 3: Formulación del diseño de investigación.....	40
3.1.4 Fase 4: Recolección de la información.....	46
3.1.5 Fase 5: Análisis de datos.....	47
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>48</b>
<b>4. RESULTADOS.....</b>	<b>48</b>
4.1 Resultados de la encuesta aplicada.....	48
4.2 Demostración de hipótesis.....	123
4.3 Descubrimientos principales según objetivos planteados.....	136
4.4 Propuesta.....	146
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>152</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>152</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>154</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>155</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Necesidad de información.....	39
Tabla 2 Sexo de los comerciantes de Sangolquí .....	48
Tabla 3 Edad de los comerciantes de Sangolquí.....	49
Tabla 4 Instrucción de los comerciantes .....	50
Tabla 5 Rama de actividad laboral.....	51
Tabla 6 Tipo de comerciante.....	52
Tabla 7 Frecuencia a la semana de actividad comercial .....	53
Tabla 8 Días de actividad comercial .....	54
Tabla 9 Horario de atención.....	56
Tabla 10 Tiempo de actividad económica .....	58
Tabla 11 Continuidad laboral para el próximo año.....	59
Tabla 12 Obtención de permiso para vender.....	60
Tabla 13 Tipo de permiso que posee.....	61
Tabla 14 Tributos que paga el comerciante al año.....	63
Tabla 15 Tendencia de ventas en los últimos 3 años .....	65
Tabla 16 Disminución actuales de ventas .....	66
Tabla 17 Porcentaje de disminución de ventas .....	67
Tabla 18 Causas de disminución en ventas.....	68
Tabla 19 Consecuencias de venta informal.....	70
Tabla 20 Calidad de productos.....	72
Tabla 21 Precio zapatos de niño.....	74
Tabla 22 Precio zapatos de muñeca .....	74
Tabla 23 Precio zapato lona .....	75
Tabla 24 Precio sacos lana niño.....	75
Tabla 25 Precio pijamas niño.....	76
Tabla 26 Precio camisetas.....	76
Tabla 27 Precio chalecos.....	77
Tabla 28 Precio gorras .....	77
Tabla 29 Precio jeans .....	78
Tabla 30 Precio blusa mujer.....	79
Tabla 31 Precio vestido niña.....	79
Tabla 32 Precio interior hombre .....	80
Tabla 33 Precio interior mujer .....	81
Tabla 34 Cantidad tomates riñón .....	81
Tabla 35 Precio unitario tomates riñón .....	82
Tabla 36 Cantidad de tomates árbol.....	82
Tabla 37 Precio unitario tomate árbol.....	83

Tabla 38 Cantidad de pimientos verdes .....	83
Tabla 39 Precio pimientos verdes .....	84
Tabla 40 Cantidad limones.....	84
Tabla 41 Precio limones.....	84
Tabla 42 Cantidad mandarinas.....	85
Tabla 43 Precio mandarinas .....	85
Tabla 44 Cantidad guabas .....	86
Tabla 45 Precio guabas .....	86
Tabla 46 Precio libra uvas.....	86
Tabla 47 Cantidad manzanas .....	87
Tabla 48 Precio manzanas.....	87
Tabla 49 Precio aceite .....	88
Tabla 50 Precio libra arroz.....	89
Tabla 51 Precio libra azúcar.....	89
Tabla 52 Precio libra maíz .....	90
Tabla 53 Precio jugo de naranja.....	91
Tabla 54 Precio salchipapa.....	91
Tabla 55 Precio tortilla maíz .....	92
Tabla 56 Precio queso sin sal.....	92
Tabla 57 Precio hornado .....	93
Tabla 58 Precio libra carne .....	94
Tabla 59 Precio libra pollo.....	95
Tabla 60 Precio libra pescado .....	95
Tabla 61 Precio correo de cuerina.....	96
Tabla 62 Precio de aretes .....	96
Tabla 63 Precio gafas Ray ban copia .....	97
Tabla 64 Precio estuche celulares .....	97
Tabla 65 Precio canasto pequeño.....	98
Tabla 66 Precio plantas medicinales .....	98
Tabla 67 Precio plantas frutales .....	99
Tabla 68 Precio conejos .....	99
Tabla 69 Precio patos .....	99
Tabla 70 Ganancia semana.....	100
Tabla 71 Procedencia productos .....	102
Tabla 72 Lugar procedencia de ropa.....	104
Tabla 73 Lugar de procedencia calzado.....	106
Tabla 74 Lugar de procedencia de comidas .....	108
Tabla 75 Lugar de procedencia verduras y frutas .....	110
Tabla 76 Lugar procedencia accesorios personales .....	112

Tabla 77 Lugar procedencia abarrotes .....	114
Tabla 78 Lugar procedencia carnes y mariscos .....	116
Tabla 79 Lugar de procedencia de animales .....	117
Tabla 80 Lugar procedencia plantas .....	118
Tabla 81 Aceptación cursos de capacitación .....	120
Tabla 82 Cursos de capacitación de acuerdo .....	121
Tabla 83 Tabla tiempo vs tributos.....	131
Tabla 84 Tabla de Spearman.....	132
Tabla 85 Tabla precios vs ganancias.....	134
Tabla 86 Correlación Spearman.....	134
Tabla 87 Variación precios zapatos .....	140
Tabla 88 Variación de ropa.....	141
Tabla 89 Variación en verduras y frutas .....	142
Tabla 90 Variación en comidas.....	143
Tabla 91 Variación en accesorios personales.....	144
Tabla 92 Matriz de propuesta de investigación.....	150

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Feria de Sangolquí .....	3
Figura 2. Feria de Sangolquí .....	3
Figura 3. Diagrama de Ishikawa del problema de estudio .....	4
Figura 4. Nivel de comerciantes por actividad comercial en Sangolquí.....	5
Figura 5. Feria de Sangolquí .....	42
Figura 6. Sexo de los comerciantes de Sangolquí.....	48
Figura 7. Edad de los comerciantes de Sangolquí.....	49
Figura 8. Instrucción de los comerciantes.....	50
Figura 9. Ramas de actividades comerciales en Sangolquí.....	51
Figura 10. Tipo de comerciante .....	52
Figura 11. Frecuencia de actividad comercial.....	53
Figura 12. Días de actividad comercial.....	54
Figura 13. Horario de atención.....	57
Figura 14. Tiempo de actividad económica .....	58
Figura 15. Continuidad laboral al próximo año .....	59
Figura 16. Obtención de permiso para vender .....	60
Figura 17. Tributos cancelados al año.....	63
Figura 18. Tendencia de ventas en los últimos 3 años.....	65
Figura 19. Disminuciones actuales en ventas .....	66
Figura 20. Porcentaje de disminución de ventas .....	67
Figura 21. Causas de disminución de ventas .....	69
Figura 22. Consecuencias de la venta informal .....	71
Figura 23. Calidad de productos de comerciantes formales .....	72
Figura 24. Calidad de productos de comerciantes informales .....	73
Figura 25. Ganancia percibida a la semana.....	101
Figura 26. Procedencia de productos de comerciantes .....	102
Figura 27. Lugares de procedencia de ropa .....	105
Figura 28. Lugar de procedencia de calzado.....	107
Figura 29. Lugar de procedencia de comidas.....	109
Figura 30. Lugar de procedencia de verduras y frutas .....	111
Figura 31. Lugar de procedencia de accesorios personales .....	113
Figura 32. Lugar de procedencia de abarrotes .....	114
Figura 33. Lugar de procedencia de carnes y mariscos .....	116
Figura 34. Lugar de procedencia de animales.....	118
Figura 35. Lugar de procedencia de plantas.....	119
Figura 36. Aceptación de cursos de capacitación .....	120
Figura 37. Cursos de capacitación en acuerdo.....	122

Figura 38. Distribución de datos .....	123
Figura 39. Distribución de datos .....	125
Figura 40. Distribución de datos .....	126
Figura 41. Distribución de datos .....	128
Figura 42. Evolución en el tiempo del comercio en Sangolquí .....	136
Figura 43. Participación de comerciantes que pagan y tributan en Sangolquí .....	137
Figura 44. Disminución en ventas del sector formal.....	138
Figura 45. Aceptación de capacitaciones .....	146

## **RESUMEN**

La investigación tiene por objeto estudiar la incidencia que produce el comercio informal sobre las ventas de los comerciantes formales ya establecidos en la parroquia de Sangolquí. Para ello, se analizó las zonas principales donde se desarrolla el comercio formal e informal como lo son: la plaza César Chiriboga, el mercado Turismo, la plaza César Chiriboga y la feria de Sangolquí. Mediante este estudio se logró identificar las causas más relevantes por las que los comerciantes formales muestran afectaciones en sus ventas, las cuales apuntan en su mayoría a la situación económica que atraviesa el Ecuador y a la presencia de comerciantes informales. El incremento identificado de comerciantes informales agrava la situación para los negocios formales debido a la competencia que se genera por motivo de variaciones de precios en productos ofertados, dando como resultado la obtención de productos más económicos en el sector informal. Consecuentemente, se determinó un nivel de evasión de tributos por parte de comerciantes informales lo que incide en la contribución de ingresos destinados al Gobierno Nacional y al Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui. La investigación contempla una propuesta para mitigar los problemas suscitados en esta parroquia, en donde a su vez se promueve la capacitación destinada a comerciantes con el fin de asesorarlos con conocimientos necesarios en temas de comercialización que permitan elevar sus niveles de ventas afectados.

### **PALABRAS CLAVE**

- **COMERCIO INFORMAL**
- **COMERCIO FORMAL**
- **VENTAS**
- **TRIBUTOS**
- **COMPETENCIA**

## **ABSTRACT**

The research aims to study the impact that informal trade produces sales of formal traders already established in the parish of Sangolquí. The most important areas to do this study were César Chiriboga square, Turismo market, César Chiriboga square and the fair of Sangolquí where the formal and informal trade develops. Through this study it was possible to identify the most important reasons why formal traders show affectations in sales, which aim mostly to the economic situation in the Ecuador and the presence of informal traders. The increase of informal traders aggravates the situation for formal business due to competition generated by reason of price changes in products offered, resulting in obtaining cheaper products in the informal sector. Consequently, a level of tax evasion was determined by informal traders which affect the contribution of income for the National Government and the Autonomous Decentralized Government Rumiñahui. The research includes a proposal to mitigate the problems raised in this parish, where in turn the training to traders in order to advise them with necessary knowledge on marketing topics to raise their levels of sales which have been affected.

### **KEYWORDS:**

- **INFORMAL TRADE**
- **FORMAL TRADE**
- **SALES**
- **TAXES**
- **COMPETITION**

## CAPÍTULO I

### 1. ASPECTOS GENERALES

#### 1.1 Planteamiento del problema

El incremento de los comerciantes informales es una realidad que vive la parroquia de Sangolquí, este fenómeno alcanza su máxima expresión los días jueves, sábados y domingos en los que se realiza la feria tradicional, este lugar ha sido considerado el punto donde confluyen gran cantidad de comerciantes de otras zonas no pertenecientes a Sangolquí (V. Díaz, comunicación personal, 14 de mayo del 2016). La venta de mercancía de contrabando y la falta de control por autoridades en las calles agrava la situación, lo que para muchos es una forma de sustentarse la vida, para otros significa grandes riesgos desde el punto de vista económico (V. Jami, comunicación personal, 20 de mayo del 2016).

Los consumidores que acuden a la feria de las calles céntricas de Sangolquí prefieren comprar sus productos a comerciantes informales debido a que existe una diferencia considerable de precios con relación a los ofertados por comerciantes formales de la misma zona (El Comercio, 2014). Los comerciantes informales por lo general no pagan impuestos, esto limita la capacidad del gobierno para proporcionar apoyo a los bienes y servicios públicos, además provoca la disminución de precios con respecto al comercio formal incidiendo de manera significativa en la generación de ingresos (Levy, 2008 y Maloney, 2004).

Los comerciantes del sector informal no llevan registros contables, no emiten facturas y no pagan tributos de ningún tipo lo que permite la disminución de los precios comparados con sus competidores legalmente establecidos (M. Otavalo, comunicación personal, 16 de mayo del 2016). Los comerciantes formales buscan alternativas de



solución a esta manera de competir, y en muchos casos las vías que encuentran consisten en la no emisión de facturas para no verse en la necesidad de emitir registros sobre esas ventas así como tampoco pagar impuestos (V. Díaz, comunicación personal, 14 de mayo del 2016).

La situación económica que atraviesa el Ecuador no es un escenario favorable para las ventas de los comerciantes debido a que las decisiones políticas impuestas últimamente como el incremento del IVA al 14% repercute a quienes compran materia prima para la elaboración de sus productos y deben cancelar los valores con un porcentaje adicional al precio que usualmente adquirirían, es decir que el producto ya elaborado tiende a mostrar afectaciones al incrementar su precio por lo que los consumidores optarán por buscar otro vendedor que expendiera el mismo o similar producto a menor precio, de otro modo, al seguir vendiendo al mismo precio y con un incremento en el costo del producto, se tendrán consecuencias en la capacidad productiva ya que se estará trabajando en pérdida (V. Jami, comunicación personal, 20 de mayo del 2016).

La suspensión en entrega de patentes municipales a los comerciantes de la feria de Sangolquí se debe al exceso de capacidad limitada de comerciantes que existe en las zonas donde se desarrolla la feria, es decir, que los puestos para la venta ya están delimitados y no existen nuevos para que alguna persona requiera ocuparlo, este exceso ha ocurrido aproximadamente desde el año 2000, a pesar de ello se identifican comerciantes que incumplen con las ordenanzas municipales impuestas (W. Carvajal, comunicación personal, 7 de junio del 2016).

La imagen del centro de Sangolquí en días de feria repercute de manera significativa a los consumidores debido a que se genera aglomeraciones de comerciantes en las calles lo que impide la libre circulación por estos lugares y el acceso a negocios ya establecidos (véase Figura 1), además se expenden productos en condiciones e infraestructuras inadecuadas y la concentración de basura en las calles (véase Figura 2),

agrava la imagen que se brinda a quienes acuden en busca de adquirir sus productos (V. Jami, comunicación personal, 20 de mayo del 2016).



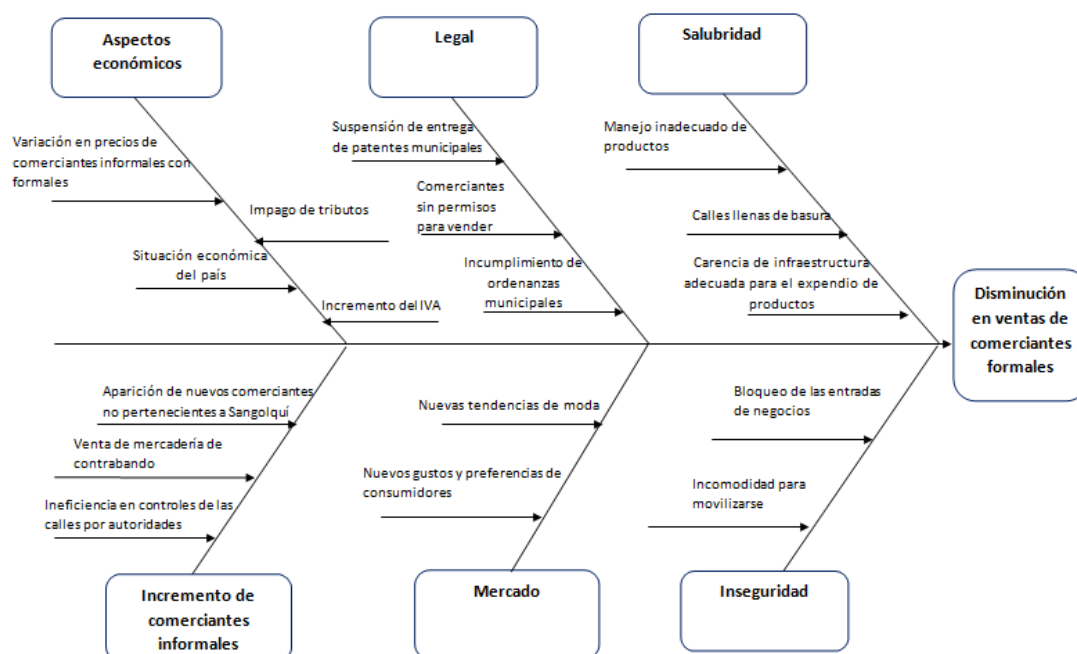
*Figura 1. Feria de Sangolquí*



*Figura 2. Feria de Sangolquí*

Los consumidores por su parte, pueden optar por acudir a otras zonas comerciales en donde encuentren productos similares y en condiciones óptimas para la comercialización de los mismos, además de encontrar productos de acorde a las últimas

tendencias de moda con facilidades de pago (V. Jami, comunicación personal, 20 de mayo del 2016). El contexto del problema de la investigación se presenta en forma concreta en la figura 3.



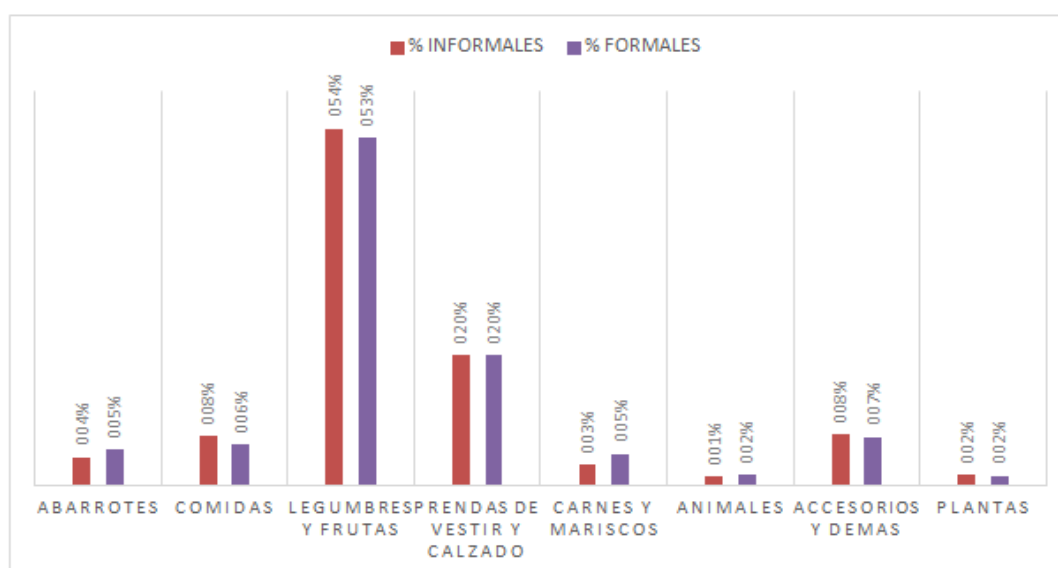
**Figura 3. Diagrama de Ishikawa del problema de estudio**

## 1.2 Justificación

El comercio informal en la actualidad tiene un comportamiento creciente de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por el INEC (2016), cuyos datos reflejan que para septiembre 2016, del total de la población ocupada, el 47,7% tiene un empleo en el sector formal, mientras que el 44,5% se encuentra en el sector informal, en este total no se incluye a la población de servicio doméstico por lo que las composiciones presentadas anteriormente no suman 100%. Con relación al mismo periodo del año 2015 se identifica un incremento del empleo en el sector informal de 3,8%; por su parte el empleo en el sector formal muestra una disminución de 3%.

Los motivos del aumento de este tipo de actividad están vinculados a numerosos factores que van desde las necesidades de empleo hasta comerciantes que utilizan esta vía como una fuente de comercio y un mecanismo de evasión de impuestos para establecer precios competitivos en sus productos, estableciéndose de esta forma una competencia desleal (Kar y Marjit, 2001).

La parroquia de Sangolquí no está exenta de este tipo de prácticas y día a día aumentan los malestares que incomodan a los comerciantes formales debido a las problemáticas originadas por el comercio informal que desembocan en la afectación de sus ingresos. Según datos estadísticos proporcionados por la unidad de “Salud y Producción” del municipio del cantón Rumiñahui (véase Figura 4), se puede identificar el nivel de participación de los comerciantes formales e informales en las distintas actividades comerciales de Sangolquí para el año 2014.



**Figura 4.** Nivel de comerciantes por actividad comercial en Sangolquí.  
Fuente: Censo GAD Rumiñahui, 2014

Los datos reflejan que la venta de legumbres y frutas ha sido la actividad con mayor nivel de participación de comerciantes tanto formales (52,87%) como informales (54,26%) para el año 2014; a continuación se encuentra la actividad de prendas de vestir

y calzado ocupando el 19,87% en el sector informal y el 19,84% en el sector formal; seguidamente se encuentran los accesorios para damas en el sector informal con 7,85% y en el formal con 7,44%. Según las estadísticas antes descritas, se puede observar que el sector informal mantiene niveles cercanos de aproximación con respecto a los del sector formal y, en ciertas actividades logra ser superior con una leve diferencia.

En base a las consideraciones mencionadas anteriormente y a la ausencia de estudios que reflejen estadísticas actuales, se pretende realizar esta investigación para determinar el impacto económico que produce el comercio informal en los negocios formales, para lo cual se escogió el sector del centro de Sangolquí, lugar en donde se concentra gran número de personas que ejercen el comercio informal en distintas actividades económicas.

Los resultados de la investigación pueden aportar elementos para la búsqueda de vías de solución y de alguna manera integrar a estas personas a formas legales de comercio y además insertarlos en el sistema tributarios del país. La investigación constituye una herramienta para las autoridades de la parroquia de Sangolquí, la cual permitirá visualizar los efectos reales que acarrea este tipo de fenómenos.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar el impacto económico del comercio informal en los negocios formales de la parroquia de Sangolquí mediante la aplicación de un estudio de mercado que permita definir mejoras a favor del desarrollo comercial de este sector.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Definir el marco teórico, referencial y conceptual que sustente la investigación mediante la búsqueda de fuentes bibliográficas relacionadas con el tema.

- Determinar la metodología que se aplicará en la investigación mediante el uso de fuentes bibliográficas para facilitar el desarrollo del estudio.
- Analizar los resultados obtenidos mediante el procesamiento de información cualitativa y cuantitativa con el fin de presentarla en forma precisa y concreta.
- Establecer una propuesta que permita mitigar los problemas encontrados mediante la aplicación de estrategias.
- Definir las conclusiones y recomendaciones mediante el análisis del desarrollo de la investigación con el fin de establecer de manera concluyente los resultados.

#### **1.4 Variables de investigación**

Las variables a estudiar en la investigación son:

##### **1.4.1 Variables dependientes**

- Ganancia percibida en el sector formal
- Participación de comerciantes que evaden tributos

##### **1.4.2 Variables independientes**

- Variación de precios de productos similares entre comerciantes formales e informales
- Incremento de comerciantes informales

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Teorías de salarios por subsistencia

Estas teorías se centran en el análisis del salario que recibe el trabajador más común y que comenzó a generar cierto grado de importancia entre los siglos XVII y XVIII en consecuencia del incremento del capitalismo comercial y de la crisis que surgió en sus gremios (Adelman, 1974).

Rodríguez (2012) manifiesta que la teoría de subsistencia de Adam Smith consideró tres estados de la economía, los cuales están constituidos por diferentes características del crecimiento de la demanda de mano de obra y de acumulación de capital: economía en decadencia, estacionaria y en expansión.

Una economía en decadencia se produce cuando los fondos destinados al sustento del trabajo decrecen, es decir que año tras año la demanda de trabajadores en un país es menor, esto provoca que personas preparadas íntegramente deban buscar un empleo fuera de la rama para la cual se prepararon y provoca una saturación en gran medida de una clase inferior, no solo por la afluencia de sus miembros sino también de otras clases, dando como resultado final una gran reducción de salarios debido a la magnitud de competencia laboral (Smith, [1776] 1988).

En cuanto a una economía estacionaria Smith concibe que a pesar de que la riqueza de un país sea rebotante no se puede encontrar salarios altos, debido a que estos han permanecido estancados por gran tiempo y se consideran como suficientes para abastecer la cantidad de empleados que se contratan año tras año, de manera que en raras ocasiones habrá escases de mano de obra por lo que los patronos no tendrán que

competir por ello sino más bien existirá un exceso de trabajadores y serán ellos quienes compitan por una plaza laboral (Rodríguez, 2012).

Por último, Smith define a la economía en expansión como un aumento en la demanda de asalariados debido al incremento de la riqueza nacional que está constituida por los ingresos y el capital de cada país, además los salarios se ubican por encima del nivel de subsistencia y se espera un crecimiento continuo de los mismos, lo que ocasionara un aumento acelerado de la población (Adelman, 1974)

En el modelo de Adam Smith se nota que para alcanzar el nivel de subsistencia, la economía debe permanecer en un estado estacionario, siempre y cuando exista un crecimiento, los salarios se ubicarán por encima de tal nivel y únicamente cuando se produce una traba en el proceso de acumulación de capital y la demanda de trabajo deja de elevarse, el mecanismo de ajuste de la oferta de trabajo actúa: los salarios descienden al nivel de subsistencia y la población deja de acrecentar (Rodríguez, 2012).

Martín (1992) manifiesta que la teoría de Richard Cantillon determinó una apreciación acerca del salario de subsistencia, quien dedujo mediante cálculos que un trabajador promedio, para que pueda mantener a su familia y a su persona, al menos debe obtener el doble de lo necesario para cubrir sus necesidades, es por ello que se obtuvo dicho resultado mediante los hipotéticos casos de que la mitad de los niños o jóvenes mueren antes de cumplir la mayoría de edad y de que la labor de la mujer, correspondiente al cuidado de los hijos y del hogar, proporciona apenas lo suficiente para su subsistencia.

Rodríguez (2012) indica que Cantillon construyó su teoría en base a su concepción básica de la relación positiva entre nivel de los salarios y población, al tener salarios superiores al del nivel de subsistencia se obtiene un crecimiento continuo de la población y por el contrario al existir salarios inferiores se considera que la población va decreciendo progresivamente, estas variaciones que se producen en la población se suponen que están en base a los cambios en la fuerza laboral, debido a que se espera que



los salarios se ajusten a dicho nivel de subsistencia siempre y cuando la demanda de la fuerza de trabajo tenga tendencia estacionaria

## **2.2 Teorías de la economía informal**

En la literatura económica, existen tres grandes modelos que explican por qué las empresas se mantienen en el sector informal (La Porta y Shleifer, 2008, 2014). Dos teorías clásicas son el modelo de exclusión y el modelo de la salida racional (Parry, Maloney, Arias, Fajnzylber, Mason, y Saavedra-Chanduvi, 2008). Una tercera posibilidad apunta a que los sectores formales e informales pertenecen a distintos segmentos de una economía denominada dual, que en gran parte no se encuentran relacionados, el resultado provocado por la informalidad depende del grado en que estos diferentes modelos teóricos expliquen los motivos por lo que las empresas permanecen desarrollando sus actividades en el sector informal (Harris y Todaro, 1970).

De Soto (2000) menciona que en el modelo de exclusión, las regulaciones gubernamentales excluyen o frenan una gran reserva del potencial de los empresarios, por lo que las empresas informales pueden ser incapaces de obtener acceso a las fuentes financieras formales, esto a su vez, socava su capacidad para obtener préstamos y poder ampliar sus negocios, o pueden no ser capaces de exportar legalmente sus productos, negándoles el acceso a los mercados de demanda.

Así mismo De Soto (2000) plantea una solución para mitigar los inconvenientes que atrae la informalidad a través del establecimiento de un método institucional y legal que permita a la economía desempeñarse ordenadamente, y que también atribuya a los comerciantes formales y empresarios a producir con total seguridad sin que sean obstaculizados, dando como resultado el fortalecimiento de la vigencia social del Estado.

Un segundo modelo, el modelo de salida racional, asociado con Levy (2008) y Maloney (2004) entre otros, postulan que las empresas salgan del sector formal, cuando los costos de la formalidad son mayores que sus beneficios y las empresas que deciden formalizar sienten un gran peso que conlleva a obtener los beneficios de pertenecer al

sector formal, como la reducción de los riesgos de los pagos informales a funcionarios públicos, un mayor acceso a los bancos, los tribunales, los contratos del gobierno, o mano de obra especializada, frente a los costos que se incurre en el sector formal, incluyendo el pago de impuestos oficiales, registros de los costos y los costos de cumplimiento de las distintas regulaciones de negocios, tales como las leyes laborales, permitiendo a las empresas que tomen la decisión de formalidad como cualquier otra decisión de inversión, evaluación de los beneficios y costos esperados.

Levy (2008) manifiesta que de acuerdo con el modelo de salida racional, las empresas pertenecientes al sector informal pueden obtener beneficios referentes a aspectos fiscales, pagos de salarios más bajos, y otras preeminencias de incumplimientos de normas tributarias y de reglamentos, es por ello, que las empresas de este sector pueden estar compitiendo de manera desleal con empresas inmersas en el sector formal de manera que minimiza el crecimiento. En este modelo, la respuesta de política apropiada para animar una mayor formalidad no es sólo centrarse en los costes de registro, sino también en aumentar los beneficios de la formalidad o hacer beneficios existentes de forma más destacada, y por ende mejorar el cumplimiento de los requisitos de registro.

La Porta y Shleifer (2014) indican que en el modelo de economía dual, las empresas informales y las empresas formales son fundamentalmente diferentes, en donde la informalidad es un subproducto de la pobreza, por lo que las empresas pertenecientes al sector informal se caracterizan por ser pequeñas, por no cumplir con las expectativas esperadas, y lideradas por empresarios que poseen un bajo nivel de educación. La producción generada en empresas informales es habitualmente demasiado baja para que puedan continuar con sus actividades en el sector formal. Debido a esto, las empresas informales son segregadas en gran parte de la economía formal. Producen diferentes productos, con diferente trabajo, capital e insumos tecnológicos, los cuales sirven para distintos clientes.

### 2.3 Teorías de la evasión de impuestos

Cowell (1990) observó que la evasión es un crimen económico particular, el cual implica una violación de las leyes diseñadas para asegurar que las personas actúen en el ámbito económico que conlleva una comunidad y no sólo en sus propios intereses económicos. Un aumento de la presión fiscal es una de las principales causas del aumento en el tamaño del sector informal, también proporcionan apoyo en relacionar la hipótesis entre el grado de evasión de impuestos y el tamaño de ese sector. Dado que la evasión fiscal es un delito, sancionado con fuertes multas e incluso condenas de prisión, existe un riesgo inherente envuelto en esta actividad: cuanto mayor es la percepción de dicho riesgo, menor es la probabilidad de participación en actividades del sector informal y, en consecuencia, existirá una disminución en la evasión de impuestos

Allingham y Sandmo (1972) sugieren que la decisión de evadir impuestos resulta del problema de maximización de la utilidad individual, bajo el supuesto de inseguridad, los autores analizan la decisión sobre qué parte de los ingresos ocultar y donde los implicados tienen que pagar la tasa más alta si declaran la totalidad de sus ingresos. Como alternativa, pueden revelar parte de sus ingresos, con el riesgo de la posibilidad de ser detectado y procesado.

Andersen (1977) trata de combinar la teoría de la evasión de impuestos con la teoría neoclásica de la oferta de trabajo, en donde los individuos incrementan su utilidad mediante la selección de la base imponible y la oferta de trabajo, como este último es variable, los ingresos totales se determinan ahora de forma endógena, por lo que un aumento de la presión fiscal tiene un efecto negativo en la oferta de trabajo y en los ingresos del sector formal.

Isachsen y Strom (1980) tratan de explicar el sector informal mediante la combinación de la teoría de la evasión de impuestos con el modelo de asignación de tiempo. En contraste con Andersen (1977), individuos aquí pueden dividir su tiempo entre el trabajo formal e informal, así como de ocio, que se convierten en las variables de decisión. Mientras que los ingresos obtenidos en el sector formal se gravan

directamente, el trabajo que se desarrolla en el sector informal no lo grava. Por lo tanto, la evasión de impuestos muestra sus indicios por el trabajo efectuado en empresas informales. Isachsen y Strom (1980) concluyen que una tasa impositiva marginal más alta conduce a una menor oferta de trabajo en el sector formal, en este modelo, la carga impositiva marginal provoca un aumento de las actividades del sector informal, sin embargo, hay que diferenciar entre los efectos renta y sustitución de la presión fiscal en relación con la oferta de trabajo.

Sandmo (1981) manifiesta que para un mayor entendimiento de los resultados se debe basar en las especificaciones del modelo: dependiendo de la estructura del modelo y sus supuestos o los datos, los resultados difieren considerablemente. En algunos modelos, una mayor presión fiscal conduce a un aumento en la actividad del sector informal, mientras que en otros que tienen en cuenta la probabilidad de ser detectado y la gravedad de la pena, disminuye. Se supone que el aumento de los resultados fiscales en una mayor proporción de los ingresos no declarados y por lo tanto una multa mayor. Bajo el supuesto de prevención al riesgo, los costos de la pena prevista superan la utilidad del trabajo ilícito en este caso.

#### **2.4 Investigación de mercados**

La investigación de mercados tiene como objetivo proporcionar información que refleje una situación actual y contribuye a la toma de decisiones, la cual se compone de diferentes pasos como lo son: la identificación de un problema, desarrollo del enfoque del problema, determinar el diseño de investigación, la recolección de toda la información necesaria mediante técnicas pertinentes para el estudio, análisis de los datos obtenidos y la elaboración del informe de resultados (Malhotra, 2008).

La investigación de mercados se refiere a la estructuración de la información, la forma en cómo será obtenida, el análisis referente a los datos encontrados y el reporte del estudio realizado, destacando así, los resultados del mercado en un contexto determinado que afronta una empresa, la misma que está compuesta de 6 pasos que son: la definición del problema y de los objetivos que se planteen en el estudio, desarrollo de

un plan de investigación, recopilación de datos necesarios, análisis de la información obtenida, presentación de conclusiones del estudio y la toma de decisiones que aporte a la investigación realizada (Kotler y Lane, 2006).

#### **2.4.1 Fase 1: Definición del problema**

Para que la investigación se desarrolle de forma clara y precisa, es necesario definir correctamente el problema de investigación, para ello, es de vital importancia realizar entrevistas a expertos en el tema, efectuar discusiones con aquellos que toman las decisiones, desarrollar un análisis de información secundaria y en ciertas ocasiones, se debe elaborar una investigación cualitativa (Benassini, 2009).

##### **2.4.1.1 Discusiones con quienes toman decisiones**

La investigación requiere de los juicios de los directivos para brindar información importante que influya en la toma de decisiones administrativas, por lo que, el investigador debe interactuar con las personas que toman las decisiones para comprender el contexto que afrontan los directivos y los resultados necesarios que esperan obtener de la investigación (Malhotra, 2008). Se requiere definir la información necesaria para evitar sesgos durante el estudio, por lo que deben existir acuerdos entre gerentes y los encargados de realizar la investigación para desarrollar de manera correcta el contenido del tema (Siles, 2013).

##### **2.4.1.2 Entrevistas con expertos en el sector**

La obtención de información a través de personas que conocen la empresa y el sector se encuentran dentro o fuera de ésta, por lo general se estructuran entrevistas informales que aborden los temas y preguntas suficientes para definir el problema de investigación con la ayuda de la opinión de estos expertos (Malhotra, 2008). Se busca que el entrevistado manifieste de forma libre y clara sus opiniones con respecto a un tema que se requiera su análisis (Benassini, 2009).

### **2.4.1.3 Análisis de datos secundarios**

El análisis de datos secundarios constituye un elemento fundamental al definir el problema, esta información se la puede obtener por medio de bases digitales, fuentes gubernamentales y privadas, y por empresas dedicadas a la investigación de mercados (Malhotra, 2008). Los datos secundarios constituyen información que ya existe y contribuyen al conocimiento de antecedentes relacionados con el problema de estudio (Siles, 2013).

### **2.4.1.4 Investigación cualitativa**

Para brindar una mayor comprensión al problema, se requiere en ocasiones el uso de la investigación cualitativa, la cual conlleva al manejo de entrevistas no estructuradas a grupos de personas o de forma individual, además se le atribuye el uso de pruebas piloto y estudios de casos para adquirir información acerca del fenómeno o hecho de interés (Malhotra, 2008). El proceso para un estudio cualitativo consiste en la planificación, recolección y análisis de aquella información no estadística, dando como resultado la obtención de datos amplios y útiles para el investigador (Benassini, 2009).

### **2.4.1.5 Objetivos**

Para que la investigación se desarrolle con éxito, se deben plantear y cumplir objetivos tanto para la organización como para los directivos encargados de la toma de decisiones (Kotler & Lane, 2006).

## **2.4.2 Fase 2: Enfoque del problema**

Para el desarrollo pertinente del problema de estudio se requiere de la determinación del marco teórico que sustente la investigación, un modelo analítico, las preguntas formuladas en el estudio, hipótesis y la especificación de los datos que serán necesarios (Malhotra, 2008).

#### **2.4.2.1 Marco teórico**

Toda investigación necesita de evidencias para sustentarse, la cual puede ser objetiva o teórica, en donde la evidencia objetiva se basa en acotaciones empíricas, mientras que la evidencia teórica aborda afirmaciones elementales que suponen ser ciertas (Malhotra, 2008). El marco teórico constituye la fundamentación de bases teóricas que permitirán orientar a la investigación y la discusión de los resultados que se obtendrán (Bernal, 2006).

#### **2.4.2.2 Modelo analítico**

Este modelo abarca las variables de estudio y las interrelaciones que se generan entre ellas, de modo que pueden distinguirse entre modelos verbales, matemáticos y gráficos, estos modelos tienen la característica de ser manipulables y contribuyen a la formulación del diseño que seguirá la investigación (Malhotra, 2008).

#### **2.4.2.3 Preguntas de investigación**

Las preguntas de investigación abordan elementos que permitan profundizar el problema de estudio, mediante la obtención de información detallada y oportuna que se requiera (Malhotra, 2008). El establecimiento de preguntas de investigación constituye una guía para determinar información específica que sea necesaria para su respectivo análisis (Bernal, 2006).

#### **2.4.2.4 Hipótesis**

La formulación de hipótesis permite visualizar las variables relevantes que deberán ser tomadas en consideración para el desarrollo de la investigación. Así mismo las hipótesis tienen la facultad de ser sometidas a pruebas para verificar su nulidad o aceptación (Malhotra, 2008). La hipótesis se refiere a aquella explicación que se la realizó con anticipación y de manera provisional de determinada suposición, la cual deberá ser comprobada o desaprobada, mediante la recopilación de antecedentes del problema de estudio planteado previamente (Muñoz, 1998).

Según Benassini (2009) existen diferentes tipos de hipótesis, a continuación se presentan de acuerdo a sus características:

#### **2.4.2.4.1 Hipótesis nula**

La formulación de la hipótesis nula demuestra que la información es opuesta a la de la hipótesis de trabajo, es decir, permite identificar que alguna razón determinada debe ser rechazada como causante del problema (Benassini, 2009). La hipótesis nula se mantiene si los datos obtenidos no muestran su falsedad, por lo que su formulación no sería rechazada (Siles, 2013).

#### **2.4.2.4.2 Hipótesis de trabajo**

Es aquella hipótesis que utiliza el investigador para brindar una explicación tentativa a su problema de estudio, la cual de acuerdo al caso se aceptará y se rechazará la hipótesis nula (Benassini, 2009). Este tipo de hipótesis es la que el investigador formula para proporcionar una posible solución anticipada a su investigación (Bernal, 2006).

#### **2.4.2.5 Especificación de la información requerida**

En esta parte se recomienda realizar un listado acerca de la información que se requiere para cada elemento que forma parte del problema y facilitará el desarrollo de la investigación de mercados (Malhotra, 2008).

### **2.4.3 Fase 3: Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación permite definir las directrices y el procedimiento a seguir durante el desarrollo del estudio, el cual se compone de dos tipos: el diseño de investigación exploratoria y el diseño de investigación concluyente (Malhotra, 2008). El establecimiento del diseño de investigación depende del tipo de estudio que vaya a realizar y por las hipótesis que serán sometidas a pruebas durante el desarrollo del estudio (Bernal, 2006).



### **2.4.3.1 Investigación exploratoria**

La investigación exploratoria permite ampliar los conocimientos de un problema con mayor precisión, para ello utiliza maneja métodos adecuados como lo son: entrevistas con expertos, aplicación de pruebas piloto, análisis de datos secundarios y la investigación cualitativa (Malhotra, 2008). La investigación exploratoria consiste en recolectar información primaria o secundaria de manera no estructurada, que en ocasiones solo pretende clasificar los problemas suscitados antes que obtener información concluyente (Siles, 2013).

### **2.4.3.2 Investigación concluyente**

Una vez desarrollada la investigación exploratoria se debe verificar o cuantificar la información obtenida a través de la aplicación de la investigación concluyente, este tipo de investigación busca la comprobación de hipótesis y las relaciones generadas mediante un proceso estructurado y formal a partir de muestras grandes que tienden a ser representativas para el posterior análisis de manera cuantitativa (Malhotra, 2008). La investigación concluyente proporciona los datos necesarios al investigador para probar las hipótesis planteadas y definir las respectivas conclusiones del estudio (Benassini, 2009).

#### **2.4.3.2.1 Investigación descriptiva**

Este tipo de investigación permite la obtención de las características y atributos que componen un mercado, en donde los métodos más representativos para recopilar información son: las encuestas, los paneles, datos secundarios analizados de manera cualitativa, observaciones, entre otros (Malhotra, 2008). Por su parte Méndez (2001) conceptúa a la investigación descriptiva como aquella basada en la identificación de atributos propios de algún problema de investigación, este conjunto de atributos incluyen los aspectos de carácter social, diversas actitudes, ideas de individuos y la manera de actuar de determinada población en estudio.

#### **2.4.3.2.1.1 Diseño transversal**

El diseño Transversal se caracteriza por la recolección de información en un tiempo único con el fin de analizar las variables y sus efectos en un momento específico (Hernandez, Fernandez, Baptista, 2000). El diseño transversal es el más utilizado en la investigación de mercados y se compone de diseños simples o múltiples, en donde el diseño transversal simple se refiere a la obtención de una única muestra de la población y se extrae información necesaria una sola vez a esta muestra seleccionada, mientras que el diseño transversal múltiple se refiere a la obtención de información de dos o más muestras de la población una sola vez en distintos momentos de intervalos de larga duración (Malhotra, 2008).

#### **2.4.3.2.1.2 Diseño longitudinal**

El diseño longitudinal se basa en la recopilación de información en periodos de tiempo para analizar los cambios producidos en éstos, permitiendo establecer las respectivas conclusiones (Hernandez, Fernandez, Baptista, 2000).

#### **2.4.3.2.2 Investigación causal**

Este tipo de investigación se aplica para obtener información referente a relaciones causales y los efectos de un fenómeno en estudio, por lo que se le atribuye la relación que genera en las variables de tipo causal denominadas independientes y en las variables de tipo efecto denominadas dependientes (Malhotra, 2008). La investigación causal permite al investigador abordar información para la estructura de modelos de causa y efecto entre dos o más variable, es útil aplicarla cuando los objetivos pretenden determinar la razón del comportamiento de algún fenómeno de estudio (Siles, 2013).

#### **2.4.3.3 Encuestas**

La técnica de la encuesta se refiere a un conjunto de preguntas realizadas a individuos para conocer sus características en diferentes ámbitos, en donde las preguntas son elaboradas de forma estructurada y se las puede ejecutar de manera verbal, escrita o

a través de un computador (Malhotra, 2008). La encuesta se fundamenta en cuestionarios o en conjuntos de preguntas que son preparadas con el objetivo de recopilar información de los individuos o grupos de individuos en estudio (Arias, 2004).

#### **2.4.3.4 Observación**

La observación directa es una técnica que permite hacer evaluaciones con un alto grado de confiabilidad, siempre y cuando exista un proceso controlado y sistematizado (Bernal, 2006). La observación de acuerdo a su necesidad puede ser estructurada o no estructurada, directa o indirecta, en donde la observación estructurada se utiliza cuando el problema se ha definido con claridad y se tiene en forma específica los datos a obtener, mientras que la observación no estructurada se la utiliza cuando no se ha definido con exactitud el problema de estudio y se enfoca en tomar los datos obtenidos como hipótesis a comprobar y no como información concluyente, por lo que es la más adecuada para la investigación exploratoria (Malhotra, 2008).

#### **2.4.3.5 Definición de la población meta**

La población abarca el conjunto de elementos que contienen los datos necesarios para la investigación y de los cuales se realizarán los respectivos análisis, ésta se toma en consideración al problema de investigación para enfocarse en los elementos que deberán ser seleccionados para que el estudio resulte eficaz (Malhotra, 2008). La población constituye el universo que será de interés para analizar en la investigación y sus características que la comprenden (Benassini, 2009).

#### **2.4.3.6 Determinación del marco de muestreo**

El marco de muestreo consiste en la seleccionar los elementos que representarán a la población meta y que se compone de una serie de instrucciones para poder identificarla (Malhotra, 2008). El marco muestral es el listado de elementos que representan a la población (Arias, 2004).

### 2.4.3.7 Elección de la técnica de muestreo

El investigador debe seleccionar la técnica de muestreo que mayor relación tenga con su investigación y que permitirá un desarrollo adecuado de la investigación (Malhotra, 2008).

### 2.4.3.8 Determinar el tamaño de la muestra

#### 2.4.3.8.1 Cálculo de la muestra cuando no se conoce la población (Población infinita)

De acuerdo a Bernal (2006) para calcular el tamaño de la muestra cuando no se conoce la población o se está trabajando con una población infinita se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

p = proporción de las unidades de análisis que tienen un mismo valor de la variable

q = (1-p) proporción de las unidades de análisis en las cuales la variable no se presenta.

Cuando no se tienen referencias acerca de p y q se toman ambas con valores de 0,5 y 0,5

Z = números determinados según la tabla de valores críticos de la distribución normal estándar.

e = error máximo permitido

#### 2.4.3.8.2 Cálculo de la muestra cuando se conoce la población (Población finita)

Bernal (2006) manifiesta que para el cálculo del tamaño de la muestra con un número conocido de población se utiliza la siguiente fórmula:

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

En donde:

n = tamaño de la muestra

S = desviación estándar de la población

Z = números determinados según la tabla de valores críticos de la distribución normal estándar.

e = error máximo permitido

N= tamaño de la población

#### 2.4.3.8.3 Muestreo proporcional (Población finita)

Bernal (2006) menciona que para el cálculo de una proporción de la población conocida se utiliza la siguiente fórmula:

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

En donde:

$n$  = tamaño de la muestra

$Z$  = números determinados según la tabla de valores críticos de la distribución normal estándar.

$N$  = tamaño de la población

$p$  = proporción de las unidades de análisis que tienen un mismo valor de la variable

$q$  =  $(1-p)$  proporción de las unidades de análisis en las cuales la variable no se presenta.

Cuando no se tienen referencias acerca de  $p$  y  $q$  se toman ambas con valores de 0,5 y 0,5

$e$  = margen de error permitido

#### **2.4.3.9 Tipos de muestreo**

Según Salkind (1999) existen dos grandes grupos que describen los tipos de muestreo: probabilístico y no probabilístico.

##### **2.4.3.9.1 Muestreo probabilístico**

De acuerdo a Siles (2013) el muestreo probabilístico consiste en que cada elemento de la población tienen la probabilidad de ser seleccionados o de formar parte del conjunto de la muestra, además el uso de la aleatoriedad permite convalecer el sesgo de selección. Para definir el tamaño de la muestra existen diferentes métodos, los cuales se explican a continuación:

##### **2.4.3.9.1.1 Muestreo aleatorio simple**

Según Benassini (2009) el muestreo aleatorio simple se caracteriza por ser el más sencillo en su aplicación y se lo utiliza como referencia para otros, este muestreo abarca un procedimiento en donde cada elemento de la población puede ser seleccionado como

parte de la muestra. En este tipo de muestreo existe la posibilidad igual e independiente de que cada elemento de la población sea seleccionado puesto que su probabilidad es igual por lo que no existe predisposición de elegir una persona en lugar de otra y es independiente debido a que la elección de una persona no influye para que otra sea elegida (Salkind, 1999).

#### **2.4.3.9.1.2 Muestreo sistemático**

Este tipo de muestreo se refiere a la selección de elementos de la población mediante el uso de intervalos, estos intervalos pueden representar entre cero y el número de tamaño de muestra que se requiere seleccionar (Salkind, 1999). El uso del muestreo sistemático consiste en seleccionar aleatoriamente un punto a partir del cual y cada un número determinado se selecciona un elemento para que conforme la muestra de estudio (Siles, 2013).

#### **2.4.3.9.1.3 Muestreo estratificado**

Este tipo de muestreo es recomendable utilizar cuando se requiere conocer las características específicas de cada grupo que conforma la población, para ello se requiere establecer una variable auxiliar para definir la estratificación y se procede con la recolección de la muestra de cada uno de los estratos (Salkind, 1999). El muestreo estratificado se caracteriza por estudiar a grupos de población con características homogéneas para analizar una situación determinada en cada uno de ellos como: el nivel socioeconómico, grupos de edades, géneros, entre otros (Benassini, 2009).

#### **2.4.3.9.1.4 Muestreo por conglomerados**

Este tipo de muestreo consiste en dividir a varios grupos de características similares entre sí, luego se analizan completamente algunos de ellos y se descartan los demás, dentro de cada conglomerado se halla una variación relevante, pero los distintos conglomerados son semejantes y es usado frecuentemente en zonas geográficas (Salkind, 1999). Este muestreo abarca elementos heterogéneos para mostrar la

diversidad de la población, mediante el estudio aleatorio de los grupos seleccionados y analizarlos a profundidad (Siles, 2013).

#### **2.4.3.9.2 Muestreo no probabilístico**

Según Benassini (2009) el muestreo no probabilístico se caracterizan por ser menos complicados, de menor costo y de mayor rapidez, sin embargo se desconoce la probabilidad de que un elemento sea escogido para conformar la muestra de estudio. De acuerdo a Salkind (1999) en este tipo de muestreo no se mantiene información acerca de la probabilidad que tenga un elemento de ser elegido, para aplicarlo se requiere de una base sólida de conocimientos referentes al objeto de estudio, a continuación se presentan los muestres pertenecientes a este grupo:

##### **2.4.3.9.2.1 Muestreo por conveniencia**

Este tipo de muestreo se refiere a la selección de la muestra de acuerdo a la conveniencia que le dé el investigador dentro de su estudio, en donde se puede seleccionar determinadas zonas en vista que los integrantes del grupo trabajan ahí, y pueden realizar el trabajo de campo en sus tiempos libres, mientras que otros grupos pueden elegir otras zonas en vista que es el lugar de sus residencias y les resulta más favorable programar los días y horarios para la obtención de información de campo (Del Cid, Méndez, & Sandoval, 2007).

##### **2.4.3.9.2.2 Muestreo por cuotas**

Este tipo de muestreo consiste en escoger individuos con características deseadas pero no son seleccionados de forma aleatoria, sino que se continúa reclutando más individuos hasta cumplir con la cuota requerida, este muestreo, por lo general, es utilizado en las encuestas que requieren opinión (Salkind, 1999). Para el desarrollo de este muestre se establecen categorías en las características de la población, con el fin de formar cuotas de individuos que serán entrevistados dentro de cada categoría (Siles, 2013).



#### **2.4.3.9.2.3 Muestreo por juicio**

En este tipo de muestreo el investigador decide los elementos a entrevistar que brindarán información adecuada para el desarrollo de la investigación, siendo una persona especialista y con experiencia para determinar una muestra específica según su criterio (Benassini, 2009).

#### **2.4.3.9.2.4 Muestreo en cadena**

Este muestreo también es conocido como bola de nieve, el cual consiste en la selección de individuos clave que conocen perfectamente del tema a investigar y que a su vez pueden referir a otros individuos hasta obtener una muestra suficiente para continuar con la investigación (Salkind, 1999). El investigador selecciona en un principio bajo su criterio los individuos que serán entrevistados, quienes posteriormente deberán identificar a otros individuos que proporcionen información relacionada con el tema de estudio (Siles, 2013).

#### **2.4.4 Fase 4: Recolección de información**

Para recabar los datos relevantes en una investigación se requiere definir las fuentes por medio de las cuales se tendrá acceso a la información necesaria para continuar con el desarrollo de la investigación (Rubio, 2014). En esta fase se efectúa el trabajo de campo para recopilar toda la información necesaria, para ello se requiere seleccionar y capacitar a quienes se encargarán de recolectar los datos del estudio, mantener una supervisión, validar datos y depurar los errores en este proceso, de acuerdo a la finalidad de la información puede ser obtenida mediante entrevistas personales, telefónicas o electrónicas (Malhotra, 2008).

#### **2.4.5 Fase 5: Análisis de la información**

En esta fase se elaboran las respectivas conclusiones con respecto a la información obtenida, la cual es revisada, tabulada y depurada para ser presentada por medio de tablas de frecuencia, que permitirán una mayor comprensión de los resultados de interés con respecto al estudio realizado (Kotler & Lane, 2006).

#### **2.4.6 Fase 6: Elaboración del informe de resultados**

Para el desarrollo de esta fase se requiere de los hallazgos más relevantes de la investigación para que el investigador concluya la información que se obtuvo y efectúe las relaciones con respecto a lo que se pretendió conseguir en la investigación (Malhotra, 2008).

### **2.5 Comprobación de hipótesis**

#### **2.5.1 Variables**

Una variable comprende características o atributos que varían de una observación a otra, permiten al investigador operar con diversos conceptos teóricos después que las características de una población hayan sido transformadas a números (Véliz, 2011). Una variable puede ser de tipo cualitativa o cuantitativa, en donde al referirse a observaciones que pueden ser expresadas numéricamente se habla de variables cuantitativas, mientras que al referirse a mediciones no numéricas se atribuyen a variables cualitativas (Webster, 2000).

#### **2.5.2 Escalas de medición**

La acción de medir se traduce en términos de asignar números a las características que posee un objeto de acuerdo a diferentes reglas (Pérez, 2008).

##### **2.5.2.1 Escala nominal**

La escala nominal abarca únicamente la clasificación y conteo de las observaciones de una variable cualitativa, en donde no se maneja un orden para las etiquetas (Lind, Marchal y Wathen, 2012). La escala nominal puede utilizar números únicamente para asignar etiquetas, las cuales estarán en condiciones de ser agrupada en modalidades o categorías (Véliz, 2011)

### **2.5.2.2 Escala ordinal**

La escala ordinal utiliza la clasificación de observaciones en categorías de acuerdo a un orden significativo, en donde las diferencias entre los valores no tienen sentido aritmético (Webster, 2000). Los valores de una escala ordinal están ordenados de menor a mayor, sin embargo no existe igualdad en las distancias de los valores observados (Pérez, 2008).

### **2.5.2.3 Escala de intervalo**

La escala de intervalo se mide de forma numérica y al igual que la escala ordinal, maneja un ordenamiento lógico, sin embargo la diferencia radica en que la distancia entre valores sí tiene sentido y es de gran importancia (Webster, 2000). En las escalas de intervalos, las diferencias de un valor con otro pueden ser cuantificadas mediante el uso de una medición estándar (Véliz, 2011).

### **2.5.2.4 Escala de razón**

La escala de razón utiliza un sistema numérico en donde el cero es significativo y las operaciones matemáticas tienen un sentido racional (Webster, 2000). La escala de razón posee las características de la medición de intervalo, además el cero tiene sentido en su uso y la razón entre 2 cantidades es significativa (Véliz, 2011).

## **2.5.3 Prueba de normalidad de variables**

Según Webster (2000) la distribución normal es una representación de datos continuos en forma de una campana, la cual reflejará una curva simétrica.

### **2.5.3.1 Medida de curtosis**

Según Véliz (2011) el coeficiente de curtosis mide la agudeza o el apuntamiento de un grupo de valores en su polígono de frecuencias y se dividen en tres tipos que se presentan a continuación:

- Si la curtosis es igual a 0, se denomina distribución mesocúrtica: lo que significa un grado de concentración alrededor de valores centrales, es decir, es una distribución normal.
- Si la curtosis es mayor que 0, se denomina distribución leptocúrtica: lo que significa un grado elevado de concentración alrededor de valores centrales.
- Si la curtosis es menor que 0, se denomina distribución platicúrtica: lo que significa un grado reducido de concentración alrededor de valores centrales.

### **2.5.3.2 Coeficiente de asimetría**

Según Pérez (2008) el coeficiente de asimetría identifica si la curva de distribución tiende a extenderse más lejos hacia una de las dos colas, o si la curva es normal siendo el coeficiente igual a cero, su distribución se divide en tres tipos:

- Si el coeficiente es igual a 0, se denomina distribución simétrica, por lo que existe una misma concentración de valores a la derecha y a la izquierda de la media, siendo una curva normal.
- Si el coeficiente es mayor que 0, se denomina distribución asimétrica positiva, por lo que existe una concentración mayor de valores a la derecha que a la izquierda de la media.
- Si el coeficiente es menor que 0, se denomina distribución asimétrica negativa, por lo que existe una concentración mayor de valores a la izquierda que a la derecha de la media.

### **2.5.3.3 Estadístico Kolmogorov-Smirnov**

La prueba de Kolmogorov-Smirnov consiste en comprobar si existe diferencia significativa entre una distribución de datos observados y una distribución de datos teóricos, si el valor de P es menor al nivel de significancia, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la distribución no es normal (Véliz, 2011).

#### **2.5.4 Pruebas estadísticas no paramétricas**

Las pruebas estadísticas no paramétricas abarcan un conjunto de métodos inferenciales, lo cuales son válidos para la aplicación en distribuciones diferentes de la población, lo que es contrario con las pruebas paramétricas que requieren de una distribución normal (Pérez, 2008).

##### **2.5.4.1 Correlación de Spearman**

Según Véliz (2011) un índice de correlación indica el grado de relación que poseen dos variables de estudio, es así como un índice cercano a 1 o -1 muestra un grado de correlación fuerte, mientras que un índice de correlación cercano a cero indica la ausencia de relación, además si el valor de (P) resulta ser menor al nivel de significancia se concluye que la correlación sí es significativa.

La correlación de Spearman puede usarse como una alternativa a la correlación de Pearson cuando las variables son ordinales o cuando las variables numéricas no cumplen con los criterios de normalidad, además la interpretación del coeficiente de Spearman tiene el mismo significado que el de Pearson, únicamente varían en cuanto a la forma de distribución de los valores, por lo que el primero de ellos se desarrolla para distribuciones asimétricas, mientras que la de Pearson se desarrolla en distribuciones simétricas (Pérez, 2008)

#### **2.6 Marco referencial**

En el contexto nacional e internacional diversas investigaciones han abarcado el tema de la informalidad desde el contexto económico y social, determinando impactos, características, origen y causas entre otros. A continuación se presentan las principales investigaciones que aportaron como referencia al estudio investigativo.

1. Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal en el sur de Brasil, de la autora Susana María Daleva Da Silva, se enfoca en las actividades

económicas que no tienen ningún sustento legal en el Brasil y las consecuencias sociales que conllevan la práctica de la misma (Daleva, 2003).

2. Espacio Urbano y Comercio en Vía Pública Reglas, Redes y Uso del Espacio Público en la Ciudad de México de la autora Diana Alejandra Silva Londoño, la autora se enfoca en la práctica del comercio informal y sus efectos sobre la vía pública (Silva, 2006).
3. Externalidades del comercio informal de la autora Jessica Meidana Zeballos, esta investigación se enmarca en el estudio de la actividad informal en La Paz, Bolivia relacionada con la ocupación del espacio público (Meidana, 2007).
4. El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes informales de la ciudad de Ibarra de la autora Nelly González, es una investigación efectuada en la provincia de Imbabura, Ecuador, cuyo principal objetivo va dirigido al análisis de los factores económicos como impacto de los comercios informales en la economía formal (González, 2011).
5. Los factores que inciden en la consolidación del comercio informal en vía pública, el caso de la feria de los cachureos de la av. Argentina en Valparaíso de la autora Mónica Mercedes González Catalán, la investigación es un reflejo de las consecuencias sobre las vías públicas generadas por las actividades informales (González, 2012).
6. Mujeres en empleo informal: Globalizando y Organizando, este proyecto proporciona una visión global de los debates sobre la definición, la teoría y las políticas sobre la economía informal (Alther, 2012).
7. Comercio Informal: Un estudio en el municipio de Texcoco, Edo. De México, el cual muestra un análisis socioeconómico de los comerciantes de la ciudad de Texcoco, México; con el fin de conocer los factores que influyen a las personas al comercio informal bajo el enfoque de cuatro teorías (Teja y López, 2013).
8. El estudio socioeconómico del trabajo informal y su efecto en el sector comercial la Bahía de la ciudad de Guayaquil, de la autora Jessica Peralta, es una investigación desarrollada en la Provincia de Guayas, Ecuador, cuyo principal

objetivo es analizar el entorno social y económico de los negocios inmersos en el sector informal, su impacto que produce en el comercio de esta zona y las propuestas generadas para la solución de los problemas detectados (Peralta, 2014).

9. Economía informal, empleabilidad y ética profesional en México, este artículo proporciona información acerca del empleo informal en México, analizando la empleabilidad desde el punto de vista de la ética profesional y de la responsabilidad social (López y Cruz, 2014).
10. Causas y efectos del sector informal: El caso de los vendedores ambulantes en Addis Ababa, Etiopía, es un estudio que analiza la importancia del sector informal en Etiopía, enfatizando las razones por las cuales los comerciantes llegan a formar parte del sector informal en base a teorías causales de la economía informal (Sibhat, 2014).
11. El trabajo informal en Colombia y su impacto en América Latina, en el artículo hace una reflexión acerca del comercio informal y su relación con los derechos laborales, también relaciona los aspectos más característicos del comercio informal y su impacto que genera en el desarrollo económico (Rubio, 2014).
12. Rethinking Indonesia's Informal Sector el artículo analiza las teorías que compiten acerca de las causas de la informalidad en los países en desarrollo y utiliza nuevos datos para determinar qué teoría explica mejor la persistencia y la magnitud del sector informal de Indonesia (Rothenberg et al., 2016).

Rethinking Indonesia's Informal Sector (Rothenberg et al., 2016). El objetivo de este estudio es de identificar el nivel de empresas formales e informales que existen en Indonesia, además de determinar las causas por las que empresas informales permanecen ejerciendo sus actividades en este sector y las repercusiones que ocasionan. Este estudio se basó en una investigación cualitativa y cuantitativa, haciendo uso de instrumentos de recolección de información como encuestas y entrevistas aplicadas a pequeñas y medianas empresas de Indonesia. El aporte de este artículo permitió identificar las variables relevantes a considerar como lo son: las ventas generadas, el tipo de empleo

que ejercen y el pago de impuestos. Finalmente se plantean posibles mejoras para que las empresas inmersas en la informalidad se formalicen y concienticen los beneficios que conlleva ejercer actividades económicas dentro del sector formal, como las contribuciones a los gobiernos nacionales mediante el pago de impuestos, lo que a su vez se ven reflejados en obras destinados al bienestar de los ciudadanos.

El trabajo informal en Colombia y su impacto en América Latina (Rubio, 2014). El objetivo de este estudio es analizar las características del trabajador informal y la incidencia que produce en el desarrollo económico en Colombia y en países de América latina, para ello se aplicó investigaciones de tipo exploratoria y descriptiva que permitan definir claramente los sucesos relacionados con el tema. El uso de fuentes primarias como el aporte de información de hogares colombianos y el uso de fuentes secundarias como información gubernamental y aportes de organizaciones internacionales, las cuales permitirán que la investigación obtenga un panorama amplio y preciso en el que se pueda obtener conclusiones. El aporte de este artículo permitió tomar como referencia a variables relevantes como: tipo de ocupación laboral, ingresos, economía de un país, evasión de impuestos, incremento de la demanda de mano de obra no especializada y capacitaciones en cuanto a requerimientos del mercado laboral. El estudio establece una propuesta para mitigar los problemas encontrados, la cual se enfoca en reducir los costos de formalización y fomentar una capacitación en temas de mercado laboral.

## **2.7 Marco conceptual**

En este marco se definen los principales conceptos que marcan el curso de la investigación, los cuales permitirán una mayor comprensión de los elementos teóricos utilizados en la investigación.

**2.7.1 Actividad económica.-** Es cualquier tipo de proceso mediante el cual se consigue bienes y servicios que permitirán cubrir aquellas necesidades de los individuos, se describen y clasifican en base a sus características como: el tipo de bienes o servicios que se han producido y el tipo de insumos requeridos para su utilización (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2012).



**2.7.2 Cantón.-** Se denomina cantón a aquellas circunscripciones territoriales que están conformadas por parroquias rurales y por una cabecera cantonal, las cuales cuentan a su vez, con parroquias urbanas constituidas en su referente ley de creación, y por las que se instituyeren a futuro, esto de acuerdo con la presente ley (Asamblea Nacional, 2010).

**2.7.3 Comerciante.-** Es aquel individuo que posee la capacidad de ejercer por cuenta propia o a través de personas, actos de comercialización, generando así su profesión habitual, es decir, se le atribuye a toda persona que ejerce la profesión de compra y venta de diferentes artículos de mercadería (Ossorio, 2000).

**2.7.4 Comercio.-** Es la actividad socioeconómica referente en la compra y venta de bienes, la cual puede ser para su uso, para la venta o para la transformación del mismo, se relaciona con la transacción de alguna cosa a cambio de otra de igual valor (SCIAN, 2002).

**2.7.5 Comercio formal.-** Se denomina a aquella actividad regulada por el Estado dentro del código de comercio, la misma que se encuentra sujeta a la normativa legal en vigencia, y en declaración con periodicidad frente a los organismos fiscales, su importancia radica en la capacidad de promover la economía de una nación, fortalecerla, diversificarla, y generar riqueza para todos sus ciudadanos (López, 2005).

**2.7.6 Comercio informal.-** Se define comercio informal al grupo de actividades económicas, las cuales se encuentran escasamente contempladas por sistemas formales o bien no lo pueden estar en su totalidad (Organización Internacional del Trabajo, 2005).

**2.7.7 Competencia desleal.-** Son aquellas conductas calificadas como contradictorias a usos comerciales o en contra de la ética, estas conductas son capaces de distorsionar aquellos intereses legítimos de quienes ejercen en un mercado a fin de no ser perjudicados, por lo que, su ejecución afecta tanto a productores como a los comerciantes, quienes pueden llegar a ser objeto de fraudes (Carrera, 2010).

**2.7.8 Consumidor.-** Se denomina consumidor a aquel individuo que adquiere bienes o hace uso de servicios para poder satisfacer sus necesidades personales o familiares (Feldstein de Cárdenas, 2011).

**2.7.9 Desempleo.-** Abarca a los individuos que hayan permanecido “sin trabajo” durante el transcurso de la semana determinada o quienes hayan estado “en busca de trabajo”, es decir aquellos que posean medidas específicas para buscar un empleo, el cual sea por cuenta ajena o de lo contrario, inicien gestiones para desenvolverse por cuenta propia, y se encuentren “disponibles para trabajar" (Martínez, 2005).

**2.7.10 Empleo.-** Este grupo está conformado por los individuos que se encuentran en edad de ejercer actividades laborales, los cuales desarrollan su trabajo para prestar algún tipo de servicio o producir algún tipo de bien a cambio de una remuneración, durante la semana determinada (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2014).

**2.7.11 Factores económicos.-** Se encargan de acrecentar la capacidad de producción obtenida de bienes y servicios referentes a una economía, con el fin de satisfacer las necesidades de las personas (Gutiérrez, 2012).

**2.7.12 Impuesto.-** Es un tributo regido por parte del estado, el cual debe ser admisible de pago por los sujetos pasivos o destinatarios, a pesar de que el contribuyente no reciba algo a cambio, ya sea de forma directa o de manera inmediata (Ramos, 2012).

**2.7.13 Nivel de ingresos.-** Se refiere al valor percibido por parte de un individuo o por parte de toda una sociedad como resultado del capital o remuneración del empleo en función (González, 2011).

**2.7.14 PIB.-** Se denomina PIB al valor obtenido de bienes y servicios, los cuales son de usos finales y desarrollados por parte de agentes económicos en un tiempo determinado, se incluye en su cálculo la producción final de bienes y servicios más sus precios respectivos del mercado (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2015).

**2.7.15 Población Económicamente Activa (PEA).**- Es el conjunto de individuos de 10 años y más, los cuales ejercieron actividades laborales en una semana de referencia por al menos 1 hora, o quienes no trabajaron, pero se mantuvieron en actividades laborales (ocupados), o bien, quienes se encontraban sin empleo, a pesar de estar disponibles para ejercer un empleo y permanecían en la búsqueda de un trabajo (desocupados) (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2015).

**2.7.16 Pobreza.**- Se refiere al contexto en donde un individuo carece de bienes y servicios materiales, los cuales resultan indispensables para subsistir y para desenvolverse como un miembro de la sociedad (CEPAL, 2005).

**2.7.17 Precio.**- Se denomina precio al valor del dinero u otras consideraciones, las cuales se intercambian por el uso o la propiedad de algún bien o de algún servicio (Kerin, Berkowitz y Rudelius, 2004).

**2.7.18 Producto.**- Se refiere al grupo compuesto de propiedades, las mismas que pueden contener aspectos tangibles o aspectos intangibles, dentro de estos aspectos se encuentra el tipo de empaque, el nivel de calidad, el precio al cual se venderá, la marca con la que se adentrará al mercado y el color definido (Stanton, Etzel y Walker, 2007).

**2.7.19 Subempleo.**- Se denomina al grupo de individuos que ejercen un empleo mientras dura la semana de referencia, los mismos que reciben ingresos menores al salario mínimo, o a su vez, quienes trabajan menos de la jornada establecida y poseen la disponibilidad y deseo de laborar tiempo adicional (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2014).

## **CAPÍTULO III**

### **3. DESARROLLO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Investigación de mercados**

Para conocer más acerca los aspectos relacionados con los comerciantes formales e informales y la situación que atraviesan, es necesario realizar una investigación de mercado para adquirir información relevante y oportuna que contribuya a definir los correctivos necesarios frente a los problemas suscitados.

##### **3.1.1 Fase 1: Definición del problema**

En base a la definición del problema desarrollada en el Capítulo 1, se analizó la información recolectada por medio de entrevistas y datos secundarios dando como resultado un situación de inconformidad en las ventas de comerciantes formales de Sangolquí, siendo el desarrollo del comercio informal una de las causas de gran afectación para quienes ejercen sus actividades económicas en negocios establecidos considerados como formales.

##### **3.1.1.1 Objetivos del estudio de mercado**

- Identificar la evolución en el tiempo del comercio informal en Sangolquí.
- Identificar la participación de comerciantes que contribuyen y evaden al pago de tributos en Sangolquí.
- Determinar la situación actual de ventas del sector formal en Sangolquí.
- Comparar la variación de precios de productos similares entre comerciantes formales e informales de Sangolquí.
- Identificar el interés en cursos de capacitación por parte del GAD Rumiñahui.

### **3.1.2 Fase 2: Desarrollo del enfoque del problema**

#### **3.1.2.1 Preguntas claves que requieren ser contestadas**

¿Existe algún inconveniente que impida el normal desarrollo de las actividades comerciales en el sector formal?

¿La informalidad en la parroquia de Sangolquí se muestra en crecimiento o decrecimiento?

¿De cuánto es la participación de comerciantes que contribuyen y evaden tributos al año?

¿Existe predisposición en los comerciantes por acudir a capacitaciones?

#### **3.1.2.2 Hipótesis**

Con el propósito de brindar respuesta al problema y a los objetivos de investigación, se plantean las siguientes hipótesis de segundo grado:

Hipótesis H0: El incremento de comerciantes informales no está relacionado con la participación de comerciantes que evaden tributos al año en Sangolquí.

Hipótesis H1: El incremento de comerciantes informales está relacionado con la participación de comerciantes que evaden tributos al año en Sangolquí.

Las hipótesis en mención está compuesta por la variable: participación de comerciantes que evaden tributos y la variable: incremento de comerciantes informales. El resultado permitirá identificar si el incremento de comerciantes informales tiene relación con la proporción de comerciantes que no pagan tributos en Sangolquí.

Hipótesis H0: La ganancia percibida por el sector formal no está relacionada con la variación de precios en productos similares entre comerciantes formales e informales

Hipótesis H1: La ganancia percibida por el sector formal está relacionada con la variación de precios en productos similares entre comerciantes formales e informales

Las hipótesis en mención están compuestas por las variables: ganancia percibida por el sector formal y variación de precios de productos similares entre comerciantes formales e informales. Los resultados permitirán identificar si la ganancia percibida por el sector formal está relacionada con la variación de precios en productos similares entre comerciantes formales e informales.

### 3.1.2.3 Especificación de la información requerida

#### ¿De quién se va a obtener la información?

Una muestra representativa de comerciantes formales e informales que ejerzan sus actividades comerciales en las principales zonas de comercio como lo son: Mercado Turismo, Mercado San Sebastián, plaza César Chiriboga y la feria de Sangolquí. Además se requiere la contribución de expertos en el sector como funcionarios o autoridades del Gobierno autónomo descentralizado del cantón Rumiñahui.


#### ¿Qué información se necesita?

Es indispensable conocer la situación actual por la que atraviesan los comerciantes formales de la parroquia de Sangolquí en cuanto a aspectos relacionados con sus ventas.

**Tabla 1**

#### *Necesidad de información*

Objetivos específicos	Necesidades de información	VARIABLES A MEDIR
Identificar la evolución en el tiempo del comercio informal en Sangolquí	Tiempo en actividad comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de actividad comercial</li> <li>• Continuidad en la actividad comercial</li> </ul>

Continúa 

Identificar la participación de comerciantes que contribuyen y evaden al pago de tributos en Sangolquí	Participación de comerciantes que tributan y evaden tributos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de permiso que posee</li> <li>• Proporción de comerciantes que pagan y evaden tributos</li> <li>• Pago de tributos cancelados al año</li> </ul>
Determinar la situación actual de ventas del sector formal en Sangolquí	Ventas de comerciantes formales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad laboral</li> <li>• Frecuencia de ventas</li> <li>• Tendencia de ventas en los últimos 3 años</li> <li>• Situación actual de ventas</li> <li>• Percepción del porcentaje disminuido en ventas</li> <li>• Causas de disminución de ventas</li> <li>• Ganancia percibida</li> </ul>
Comparar la variación de precios de productos similares entre comerciantes formales e informales de Sangolquí	Características del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios de productos</li> <li>• Calidad de productos</li> <li>• Procedencia de productos</li> </ul>
Identificar el interés en cursos de capacitación por parte del GAD Rumiñahui	Aceptación en cursos de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceptación de capacitaciones</li> <li>• Tipo de cursos de capacitaciones</li> </ul>

### 3.1.3 Fase 3: Formulación del diseño de investigación

Para el desarrollo de la investigación se procedió con la ejecución de una investigación exploratoria para adquirir información que contribuya a definir claramente el problema de estudio y los aspectos necesarios para continuar con el desarrollo de la

investigación, posteriormente se realizó una investigación concluyente descriptiva con el fin de procesar los datos y llegar a conocer las conclusiones de los resultados obtenidos en el estudio.

### **3.1.3.1 Investigación exploratoria**

La información obtenida a través de entrevistas no estructuradas realizadas a un grupo pequeño de comerciantes y funcionarios del GAD Rumiñahui expertos en el tema, la búsqueda en diversas fuentes bibliográficas y la aplicación de pruebas piloto permitió definir en primera instancia los aspectos relevantes para el desarrollo de la investigación.

#### **3.1.3.1.1 Resultados de entrevistas**

De acuerdo al analista de ferias y mercados del GAD Rumiñahui, el señor Witman Carvajal, el problema que incomoda al comercio de las calles céntricas de Sangolquí es la aglutinación desmedida de comerciantes, esta situación apunta a una inadecuada planificación en años anteriores con relación a la capacidad de comerciantes que debía contener cada mercado, es decir, se debía estimar la capacidad que requería cada mercado de acuerdo al tiempo que transcurra y al índice de crecimiento poblacional. Es por ello, que hoy en día existe un exceso de capacidad limitada en los mercados principales de la parroquia de Sangolquí, generando así inconvenientes de inseguridad, competencia, repercusiones en la imagen de establecimientos e impedimentos de libre circulación por las calles (véase Figura 5). Además, se debe considerar la aparición de comerciantes de otras zonas no pertenecientes a Sangolquí, quienes agravarían más la competencia que se genera en este sector comercial afectando así a las ventas de otros, el desarrollo de esta entrevista se visualiza en el Anexo 1.





*Figura 5. Feria de Sangolquí*

De acuerdo a la opinión de varios comerciantes formales de Sangolquí, se puede identificar el descontento que presentan con respecto a la venta que realizan comerciantes informales. El contexto que genera este problema radica en la venta de productos de comerciantes informales a precios sumamente bajos, sin tener que pagar algún permiso de funcionamiento ni tributos para el Estado, además del inadecuado control por parte de autoridades municipales agrava la situación. El incremento del IVA afecta a quienes son productores por lo que el precio de sus productos finales tendría afectaciones por lo que consumidores optarían por otros productos a menor precio, el desarrollo de estas entrevistas se visualizan en el Anexo 1.

### **3.1.3.2 Investigación concluyente descriptiva**

La siguiente fase de la investigación es de carácter descriptivo, puesto que su propósito es caracterizar desde el punto de vista económico a los comerciantes formales e informales de la parroquia de Sangolquí, conociendo así la situación económica que atraviesan cada uno y las afectaciones que se perciben en las ventas del sector formal. Para ello se utilizó instrumentos de recolección de información como las encuestas aplicadas a los comerciantes de la zona en estudio. La información obtenida fue

sometida a un proceso de codificación, tabulación, análisis estadístico, con el fin de determinar los resultados y conclusiones del objeto de estudio. La investigación a su vez es de tipo transversal, debido a que la recolección de información de la muestra se lo realizó una solo vez en el estudio.

### **3.1.3.3 Fuentes de información**

El estudio es considerado de tipo mixto puesto que en él se combina la recolección de información primaria como los datos obtenidos de encuestas y entrevistas a los comerciantes de la parroquia de Sangolquí, y por otro lado se utilizó fuentes secundarias como información estadística proporcionada por el GAD Rumiñahui, además del aporte extraído de libros, revistas, informes de otros autores que describan aspectos relevantes relacionados con el tema de investigación.

### **3.1.3.4 Prueba piloto**

La prueba piloto se realizó con el fin de diseñar un correcto cuestionario, de esta forma se logró efectuar los cambios necesarios para obtener la información pertinente con la aplicación de este instrumento. La aplicación de esta prueba se realizó a 20 comerciantes al azar de la parroquia de Sangolquí, la estructura de la prueba piloto se encuentra en el Anexo 2.

### **3.1.3.5 Informe de prueba piloto**

Se incluyó preguntas para conocer el horario de atención, la frecuencia que ejerce la actividad comercial y los días en que labora. Se adicionó la pregunta de las causas por las que el comercio informal sería una incidencia en las ventas para conocer más a fondo el contexto del problema. Se consideró añadir la pregunta de la calidad para tener referencia en cuanto a la comparación de productos de comerciantes formales e informales. Se incluyó la pregunta para conocer el lugar de procedencia de los productos que se comercializan y se añadió la pregunta con opciones de cursos que les gustaría recibir a los comerciantes.

Se cambió las opciones de respuestas para el tipo de permiso que poseen para que la pregunta sea cerrada, los intervalos de respuestas para el pago de tributos se cambiaron con referencia a un año debido a que algunos comerciantes formales pagan altos mayores de los que estaban establecidos en la opción de respuesta. La pregunta que requiere conocer las causas de la disminución en ventas se modificó a pregunta cerrada debido a las respuestas repetitivas que respondieron en la aplicación de la prueba piloto. Se cambió las opciones de respuesta del tiempo que llevan ejerciendo la actividad y la pregunta que requiere averiguar el nivel de ganancia para que las respuestas sean más específicas. Se añadió opciones de respuestas para conocer el porcentaje de disminución de ventas para tener una perspectiva más clara.

Finalmente se cambió el orden de las preguntas y se eliminó la pregunta que averigua a los comerciantes formales si la competencia con los informales es desleal o legal debido al bajo nivel de comprensión que tuvieron los encuestados en esta parte.

### **3.1.3.6 Encuesta**

De acuerdo a la aplicación de la prueba piloto y a los correctivos necesarios después de su ejecución, se procedió a estructurar la encuesta concluyente descriptiva aplicada a los comerciantes formales e informales de las principales zonas comerciales de la parroquia de Sangolquí, con el fin de evaluar sus criterios acerca de la situación económica que atraviesan y los posibles efectos que conlleven la presencia de comerciantes informales en el desarrollo del comercio formal. La encuesta se estructuró en base a los objetivos que pretende la investigación y a las variables que se requieren analizar para abordar los resultados del estudio. El diseño de la encuesta está compuesto de 20 preguntas y se la encuentra en el Anexo 3.

### **3.1.3.7 Definición de la población meta**

La población para la investigación será compuesta por comerciantes formales e informales del centro de la parroquia de Sangolquí, sin embargo en función del desconocimiento de fuentes que aporten explícitamente el catastro de comerciantes

informales se consideró trabajar con una población desconocida para futuros cálculos de muestreo.

#### **3.1.3.8 Unidad de la muestra**

Para la muestra de estudio serán seleccionados los comerciantes que ejercen sus actividades en la parroquia de Sangolquí.

#### **3.1.3.9 Tiempo**

Año 2016

#### **3.1.3.10 Cálculo de la muestra**

Para el cálculo de la muestra se tomó en consideración los siguientes datos:

#### **3.1.3.11 Error muestral**

Para efectos del desarrollo de la investigación se consideró utilizar el error del 6% debido a que la mayor parte de la información que se requiere obtener es de carácter cualitativa y no se requiere un error de menor magnitud.

#### **3.1.3.12 Nivel de confianza**

De la misma forma se utilizó un nivel del 96% correspondiente a  $Z= 2,05$  en vista que la investigación se enfoca en su mayoría en obtener información de carácter cualitativa y el nivel de confianza no amerita ser más riguroso para el estudio.

#### **3.1.3.13 P y Q**

En vista que no se posee información concreta en su totalidad no se está en la capacidad de predecir la probabilidad de éxito de que un comerciante sea formal o informal, por lo que se consideró trabajar con un caso extremo del 50%= 0,5 correspondiente al valor de P. Mientras que la probabilidad de fracaso determinada por “q” se obtuvo por diferencia, es decir,  $q= (1-p)$  por lo que  $q=0,5$

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

Z = 2.05 correspondiente al 96%

e = 6 %

p = 0,5

q = 0,5

$$n = \frac{(2.05)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,06)^2}$$

$$n = 291,84 \approx 292$$

Por lo tanto se necesita una muestra de 292 comerciantes para obtener datos confiables en la investigación.

#### **3.1.3.14 Procedimiento de muestreo**

Para efectuar el procedimiento de muestro se utilizó el método aleatorio simple, debido a que se escogió aleatoriamente a los individuos que serán encuestados en distintos días de la semana. El uso de este método permitió que cada comerciante tenga la misma posibilidad de ser seleccionado.

#### **3.1.4 Fase 4: Recolección de la información**

La recolección de información se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas conformadas por 20 preguntas, el tiempo de ejecución por encuesta fue de alrededor 15 minutos. Se brindó las respectivas instrucciones para el desarrollo de las

preguntas, así como también la pertinente ayuda y explicación para aquellos encuestados que no estaban en la capacidad de leer.

### **3.1.5 Fase 5: Análisis de datos**

El análisis de datos en la investigación se lo realizará a partir de técnicas de estadística descriptiva. La información será procesada por medio del programa SPSS, en donde se analizará los resultados obtenidos por cada pregunta de la encuesta. De esta forma se podrá sintetizar los resultados en cuadros y gráficos estadísticos, los cuales permitirán tener una visión más amplia de la investigación. Finalmente se elaborará un informe de resultados que permitirá verificar el cumplimiento de objetivos y servirá de apoyo para la toma de decisiones de acuerdo al contexto presentado.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS

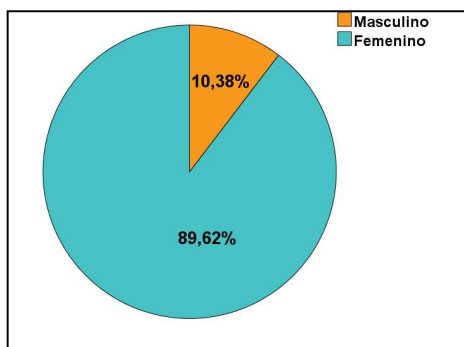
#### 4.1 Resultados de la encuesta aplicada

##### Datos generales

**Tabla 2**

*Sexo de los comerciantes de Sangolquí*

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	30	10,38%
Femenino	262	89,62%
Total	292	100,00%



*Figura 6. Sexo de los comerciantes de Sangolquí*

##### Análisis general

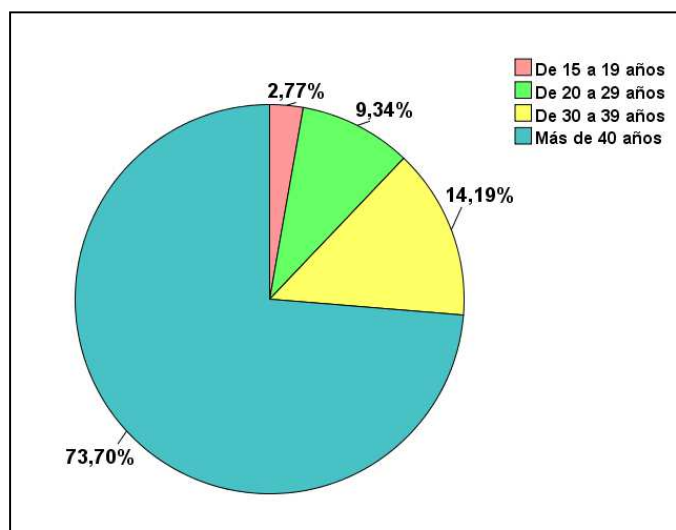
En base a la encuesta realizada a 292 comerciantes de la parroquia de Sangolquí, se logró determinar que el 89,62% del total de los encuestados pertenecen al sexo femenino, mientras que el 10,38% restante pertenece al sexo masculino. Por lo tanto se

refleja una participación mayoritaria de mujeres en actividades de comercio dentro de las principales zonas comerciales de Sangolquí.

**Tabla 3**

***Edad de los comerciantes de Sangolquí***

Rango	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 19 años	8	2,77%
De 20 a 29 años	27	9,34%
De 30 a 39 años	41	14,19%
Más de 40 años	216	73,70%
Total	292	100%



**Figura 7. Edad de los comerciantes de Sangolquí.**

**Análisis general**

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que la mayor parte de los comerciantes se encuentran en un rango de edad mayor a los 40 años, lo que representa el 73,70% del total de encuestados, seguido de los comerciantes en un rango de edad de 30 a 39 años quienes comprenden el 14,19%, de la misma forma se observa que los comerciantes con un rango de edad entre los 20 a 29 años representan el 9,34%,

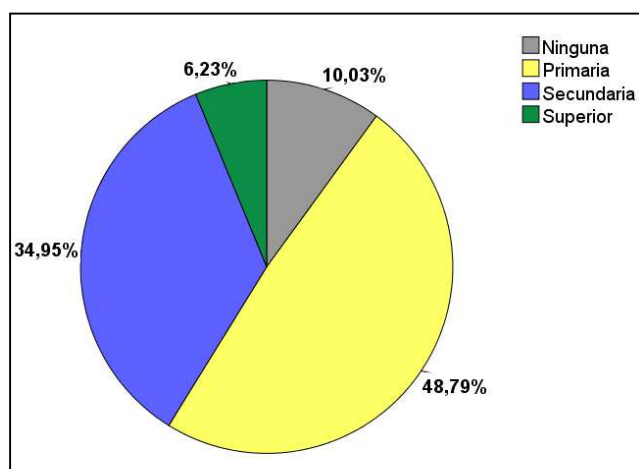


y por último se sitúan los comerciantes comprendidos entre 15 a 19 años quienes representan el 2,77% del total de comerciantes encuestados en la parroquia de Sangolquí.

**Tabla 4**

***Instrucción de los comerciantes***

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	29	10,0%
Primaria	144	48,8%
Secundaria	101	34,9%
Superior	18	6,2%
Total	292	100,0%



**Figura 8. Instrucción de los comerciantes**

**Análisis general**

Los resultados reflejan que la mayor parte de comerciantes han alcanzado el nivel de primaria siendo este el 48,79% del total de encuestados, seguido de comerciantes que han alcanzado el nivel de secundaria con 34,95%, los comerciantes

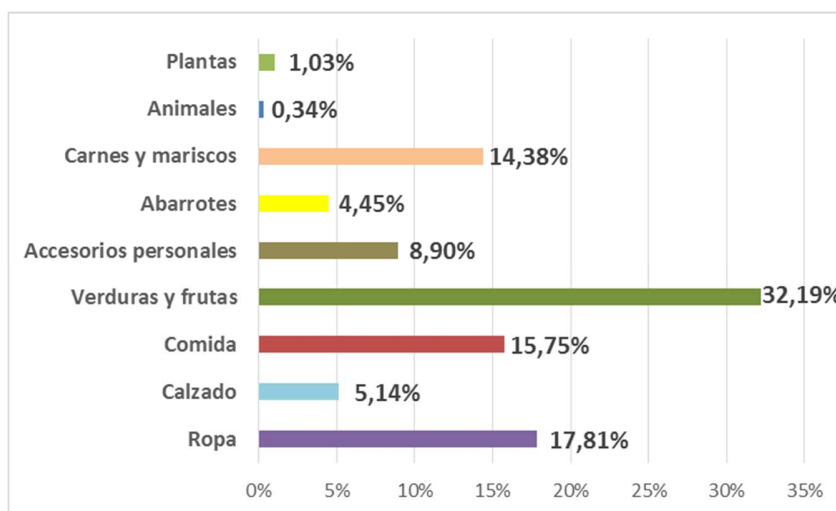
que no tienen ningún nivel de instrucción representan el 10,03%, y los comerciantes que han alcanzado el nivel de instrucción superior comprenden solo el 6,23%.

### 1.- ¿A qué rama pertenece su actividad comercial?

**Tabla 5**

***Rama de actividad comercial***

Actividad comercial	Frecuencia	Porcentaje
Ropa	52	17,81%
Calzado	15	5,14%
Comida	46	15,75%
Verduras y frutas	94	32,19%
Accesorios personales	26	8,90%
Abarrotes	13	4,45%
Carnes y mariscos	42	14,38%
Animales	1	0,34%
Plantas	3	1,03%
Total	292	100,00%



**Figura 9. Ramas de actividades comerciales en Sangolquí**

### Análisis general

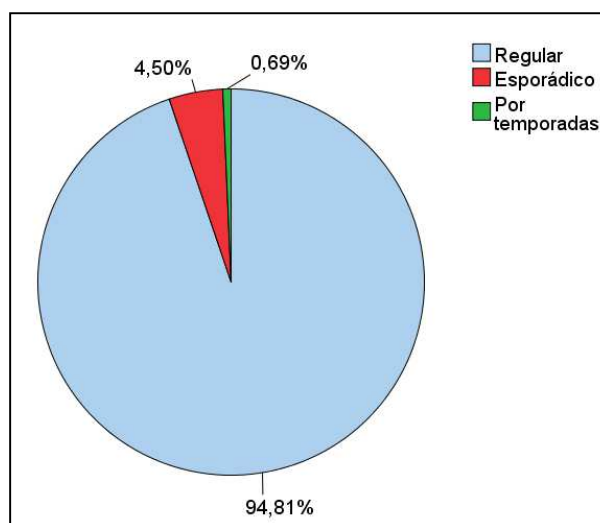
Según los datos obtenidos de 292 encuestados se logró determinar que las actividades comerciales con mayor número de participación de comerciantes es la venta de verduras y frutas la cual representa el 32,19% del total de ramas de actividades y se concentra en gran parte en la plaza César Chiriboga, seguida de la venta de ropa la cual alcanza el 17,81% y su desarrollo se visualiza en gran magnitud en las calles de la feria de Sangolquí.

### 2.- ¿Qué tipo de comerciantes se considera usted?

**Tabla 6**

*Tipo de comerciante*

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	277	94,8%
Esporádico	13	4,5%
Por temporadas	2	0,7%
Total	292	100,0%



**Figura 10. Tipo de comerciante**

### Análisis general

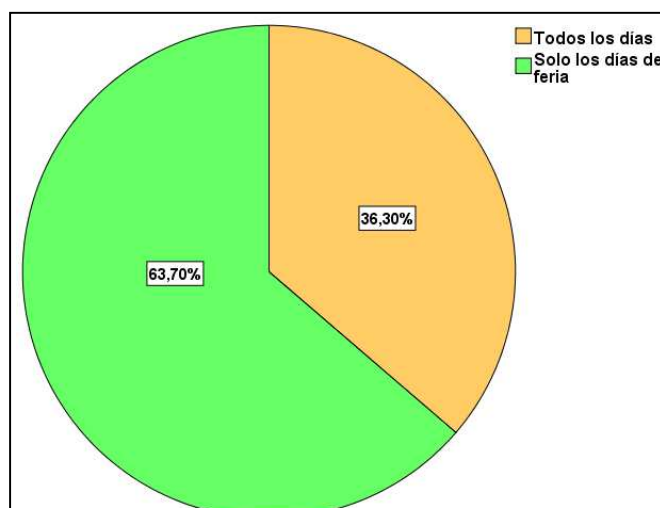
Del total de la muestra determinada se puede evidenciar que la mayoría de comerciantes se consideran regulares con respecto al labor de sus actividades comerciales, lo cual representa el 94,8%, mientras que el 4,5% de los encuestados desarrolla sus actividades comerciales de forma esporádica y solo el 0,7% realiza sus actividades en temporadas específicas, dentro de las cuales se destaca la venta de frutas que se comercializan de acuerdo a sus temporadas de cosecha.

### 3.- ¿Con qué frecuencia a la semana realiza su actividad comercial?

**Tabla 7**

*Frecuencia a la semana de actividad comercial*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	106	36,30%
Solo los días de feria	186	63,70%
Total	292	100,00%



**Figura 11.** Frecuencia de actividad comercial

### Análisis general

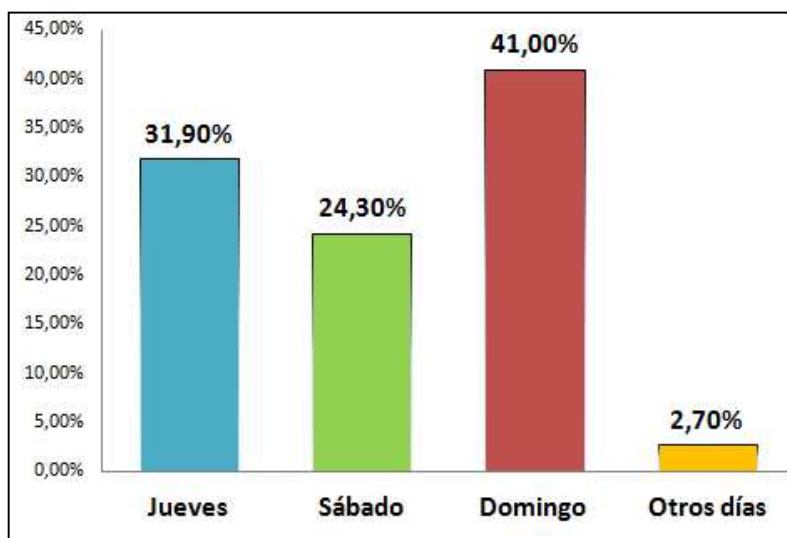
La mayor parte de los encuestados de cada zona comercial indican que desempeñan sus actividades comerciales únicamente en los días que se desarrolla la feria de Sangolquí alcanzando así el 63,70% del total de los encuestados, mientras que el 36,30% restante desempeña sus actividades comerciales todos los días de la semana.

#### 3.1 ¿Qué días de la feria desarrolla su actividad comercial?

**Tabla 8**

*Días de actividad comercial*

	N° Respuestas	Porcentaje
Jueves	130	31,90%
Sábado	99	24,30%
Domingo	167	41,00%
Otros días	11	2,70%
Total		100%



**Figura 12.** Días de actividad comercial

### **Análisis general**

De acuerdo a la información obtenida por parte de los encuestados se puede determinar que el día de la feria con más concurrencia de comerciantes es el domingo con el 41% del total entre días de feria y otros días de la semana, seguido del día jueves el cual refleja la participación del 31,90% de comerciantes, el sábado es el día de la feria con menor concurrencia ya que alcanza solo el 24,30%. Los comerciantes que venden en días de feria y que también desarrollan sus actividades en días ordinarios, comprenden el 2,70%, estos comerciantes se dedican a la venta de verduras y frutas, y manifiestan que salen a desarrollar sus actividades comerciales los días lunes, martes o miércoles para poder vender los productos que les sobró en los días de feria.

#### 4.- ¿Cuál es su horario de atención?

**Tabla 9**

*Horario de atención*

Horario	Frecuencia	Porcentaje
07:00-19:00	44	15,2%
08:00-14:00	8	2,8%
08:30-11:00	1	0,3%
07:00-15:00	55	18,0%
06:00-18:00	48	16,6%
06:00-17:00	27	9,3%
06:00-12:00	4	1,4%
10:00-15:00	5	1,7%
09:00-19:00	11	3,8%
09:00-17:00	12	4,2%
09:00-16:00	5	1,7%
12:00-19:30	3	1,0%
15:00-19:00	1	0,3%
17:00-21:00	2	0,7%
08:00-20:00	16	5,5%
09:00-18:00	5	1,7%
08:00-18:00	19	6,6%
11:00-15:00	1	0,3%
06:00-14:00	23	8,0%
06:00-20:00	2	0,7%
Total	292	100,0%

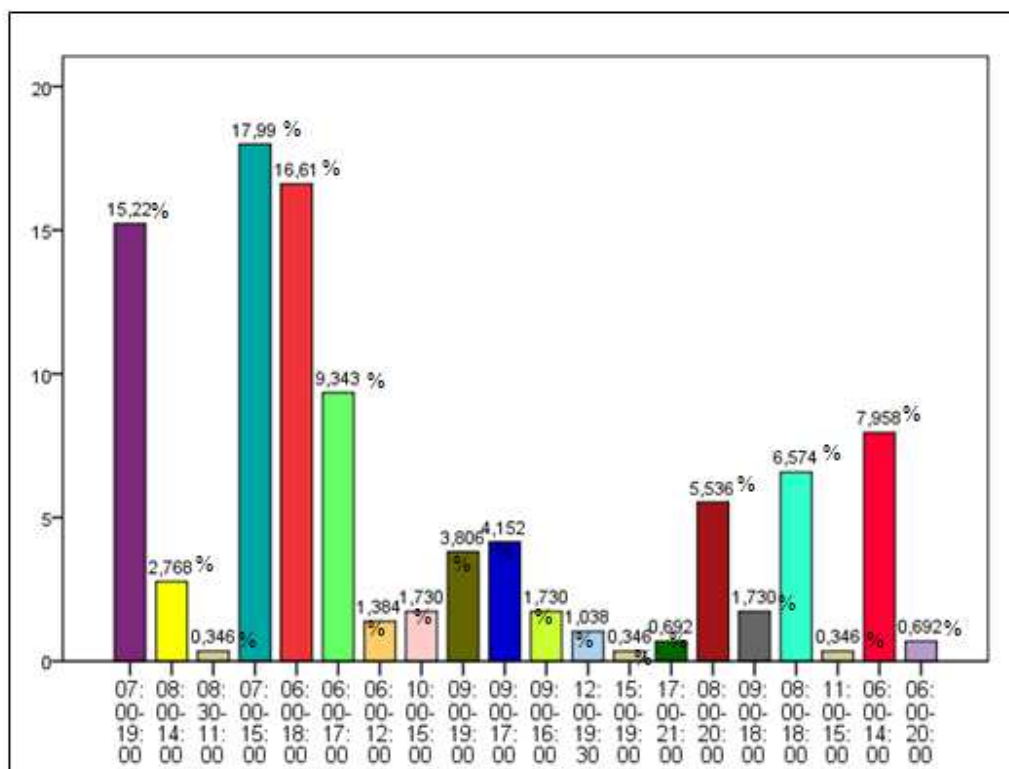


Figura 13. Horario de atención

### Análisis general

De acuerdo a la información obtenida de 292 encuestados se puede determinar que el horario con mayor frecuencia en que los comerciantes ejercen sus actividades económicas es desde las 07:00 hasta las 15:00 representando el 18% del total de horarios de atención, seguido del horario de 06:00 a 18:00 el cual representa el 16,6% siendo éste el horario establecido para el cumplimiento de la feria de Sangolquí, el horario de 07:00 a 19:00 comprende el 15,2% que por lo general abarcan los locales situados en las calles de la feria de Sangolquí y parte de comerciantes ambulantes. Estos 3 horarios son con los que mayor frecuencia atienden los comerciantes de la parroquia de Sangolquí.

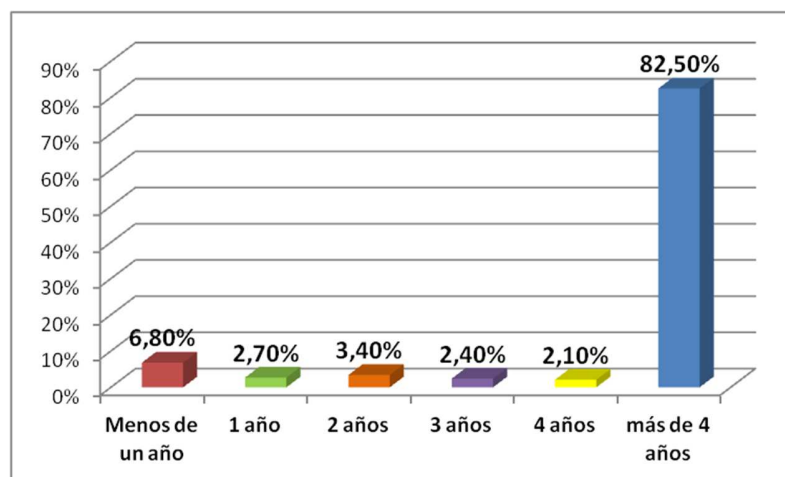


## 5.- ¿Qué tiempo lleva ejerciendo su actividad económica?

**Tabla 10**

*Tiempo en actividad económica*

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	20	6,8%
1 año	8	2,7%
2 años	10	3,4%
3 años	7	2,4%
4 años	6	2,1%
más de 4 años	241	82,5%
Total	292	100,0%



*Figura 14. Tiempo de actividad económica*

### **Análisis general**

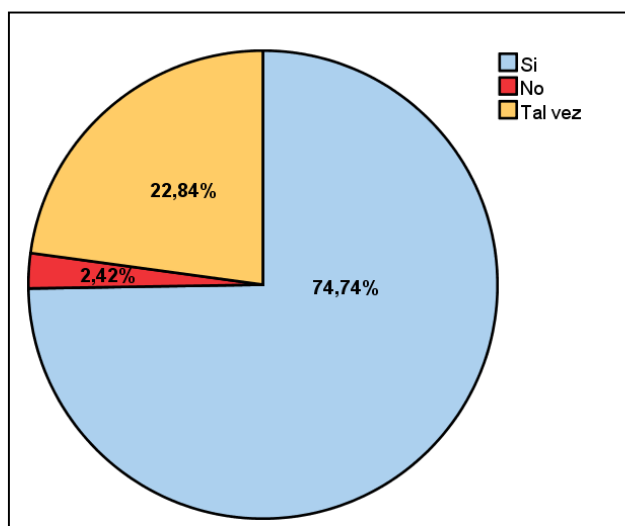
Los resultados muestran que la mayoría de comerciantes laboran en sus actividades por más de 4 años, lo que representa el 82,50% del total de tiempo de actividades. Los comerciantes que laboran menos de un año alcanzan el 6,80% siendo un factor relevante para visualizar el incremento de nuevos comerciantes los cuales reflejan una mayor concentración de este porcentaje en la feria de Sangolquí.

## 6.- ¿Usted se mantendrá en esta actividad el próximo año?

**Tabla 11**

*Continuidad laboral al próximo año*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	219	74,7%
No	7	2,4%
Tal vez	66	22,8%
Total	292	100,0%



*Figura 15. Continuidad laboral al próximo año*

### **Análisis general**

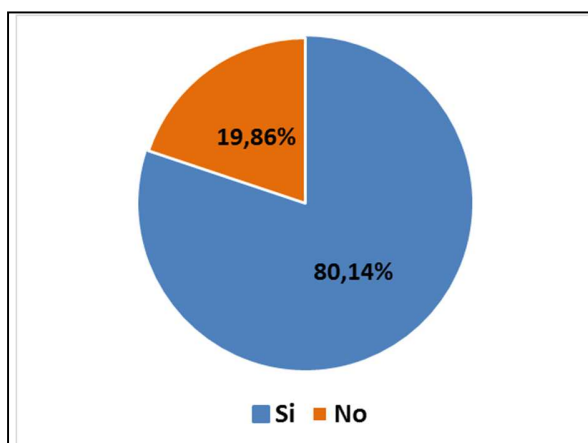
Los resultados obtenidos muestran que la mayoría de comerciantes sí continuará ejerciendo sus actividades el próximo año, lo que representa el 74,74% del total de encuestados, mientras que el 22,84% de encuestados manifiesta inseguridad al continuar en sus actividades comerciales debido a la situación económica del país y por último el 2,42% restante manifiesta que no continuará en sus actividades debido a la crisis en ventas que han estado atravesando.

### 7.- ¿Tiene algún tipo de permiso para vender sus productos?

**Tabla 12**

*Obtención de permiso para vender*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	234	80,14%
No	58	19,86%
Total	292	100,0%



*Figura 16. Obtención de permiso para vender*

### **Análisis general**

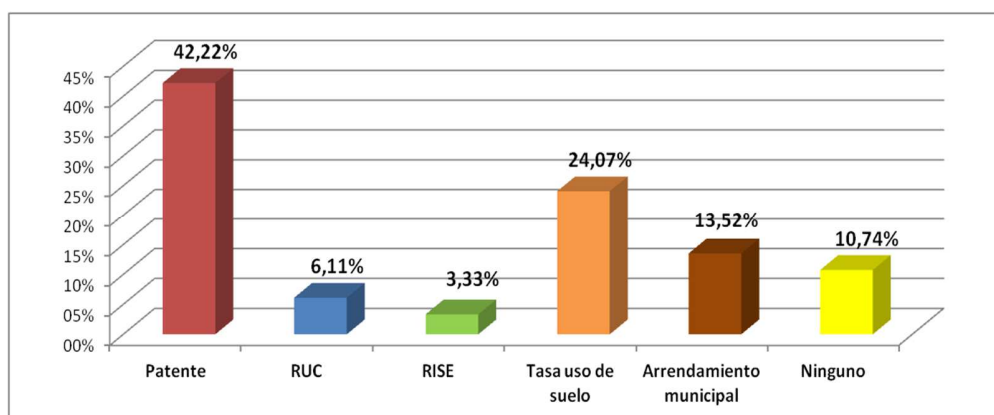
De acuerdo a la información proporcionada por la muestra de 292 comerciantes se puede observar que la mayoría de ellos sí poseen permisos para vender sus productos, lo que representa el 80,14% siendo el mercado Turismo la zona comercial más formal de todas. Mientras que el 19,86% restante indican que no poseen permisos para el funcionamiento de sus actividades comerciales, siendo la feria de Sangolquí la zona comercial donde mayor cantidad de comerciantes informales se concentran.

### 7.1.- ¿Qué tipo de permiso tiene usted para vender sus productos?

**Tabla 13**

*Tipo de permiso que posee el comerciante*

	N° Respuestas	Porcentaje
Patente	228	42,22%
RUC	33	6,11%
RISE	18	3,33%
Tasa uso de suelo	130	24,07%
Arrendamiento municipal	73	13,52%
Ninguno	58	10,74%
Total		100,0%



**Figura 15. Tipo de permiso que posee**

### Análisis general

De acuerdo a la información proporcionada por 292 encuestados se puede visualizar que la mayor parte de comerciantes posee la patente municipal, siendo este el documento imprescindible para desempeñar una actividad comercial, este grupo alcanzó

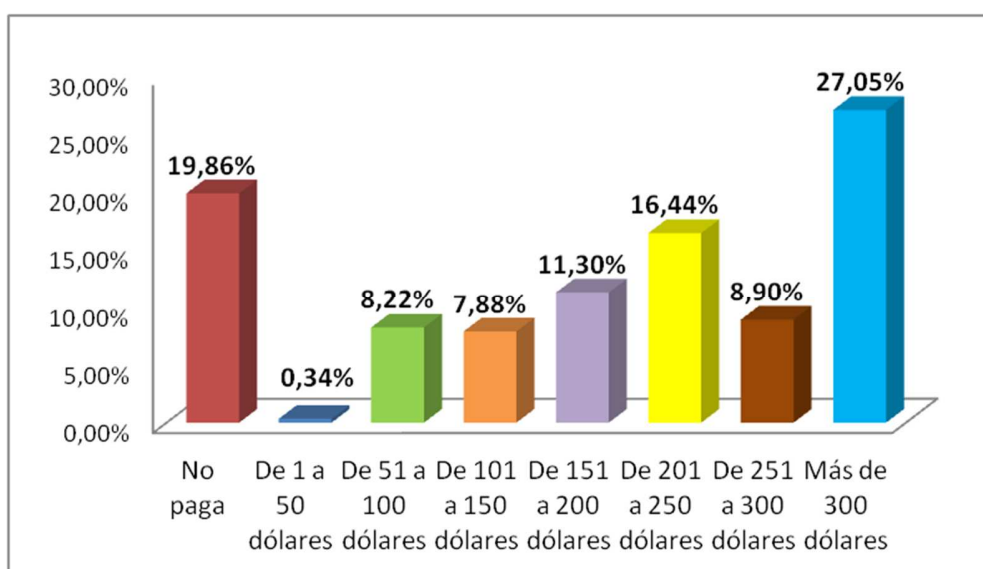
el 42,22% del total de comerciantes encuestados. De esta forma se logró determinar que la zona comercial más formal es el mercado Turismo al contar en su totalidad con comerciantes que poseen sus respectivas patentes municipales. La tasa de uso de suelo comprende el 24,07% del total de encuestados que la poseen y su concentración radica en las zonas de la feria de Sangolquí y en la plaza César Chiriboga. Mientras que el canon por arrendamiento municipal lo pagan únicamente los comerciantes del mercado Turismo lo que representa el 13,52% siendo así un requisito indispensable que los comerciantes deben pagar por el área de sus puestos establecidos para vender dentro de la plataforma. La obtención de RUC está comprendida por el 6,11% del total de encuestados y la obtención de RISE representa el 3,33% del total de encuestados. Por último se determinó un grupo del 10,74% que no poseen ningún tipo de documento que les habilite la venta de sus productos.

### 8.- ¿Cuánto paga usted aproximadamente de tributos al año?

**Tabla 14**

*Tributos que paga el comerciante al año*

	Frecuencia	Porcentaje
No paga	58	19,86%
De 1 a 50 dólares	1	0,34%
De 51 a 100 dólares	24	8,22%
De 101 a 150 dólares	23	7,88%
De 151 a 200 dólares	33	11,30%
De 201 a 250 dólares	48	16,44%
De 251 a 300 dólares	26	8,90%
Más de 300 dólares	79	27,05%
<b>Total</b>	<b>292</b>	<b>100,0%</b>



**Figura 17. Tributos cancelados al año**

### **Análisis general**

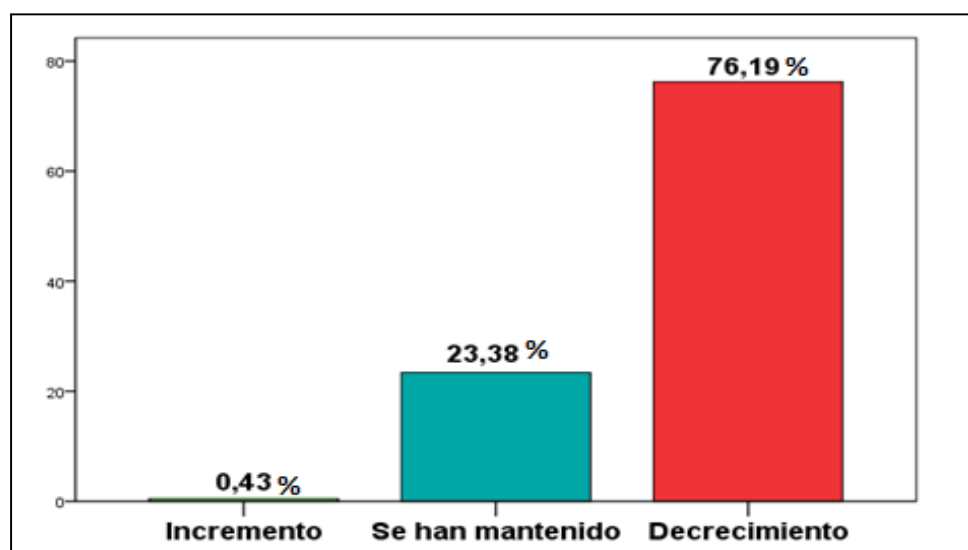
De acuerdo a la información obtenida de los encuestados se logró determinar que la mayor parte de comerciantes pagan más de 300 dólares al año lo que representa el 27,05% del total de cantidad de tributos, siendo el mercado Turismo la zona donde se concentra gran parte de comerciantes que pagan esta cantidad. Mientras que un grupo que conforma el 16,44% paga de 201 a 250 dólares al año. Los comerciantes que pagan entre 151 a 200 dólares al año representan el 11,30%. El grupo de comerciantes que no cancelan ningún valor por concepto de tributos comprenden el 19,86% y se concentran en gran parte en la feria de Sangolquí. Los comerciantes que pagan entre 101 a 150 dólares corresponde el 7,88% y los que pagan de 51 a 100 dólares representan el 8,22% respectivamente. Los comerciantes que pagan tributos entre 251 a 300 dólares reflejan el 8,90% y quienes pagan de 1 a 50 dólares en tributos alcanzan el 0,34% del total de tributos al año.

### 9.- ¿Cree usted que sus ventas en los últimos 3 años han ido en?

**Tabla 15**

*Tendencia de ventas en los 3 últimos años*

	Frecuencia	Porcentaje
Incremento	1	0,4%
Decrecimiento	179	76,2%
Se han mantenido	54	23,4%
Total	234	100,0%



*Figura 18. Tendencia de ventas en los últimos 3 años*

### **Análisis general**

De acuerdo a la información obtenida por parte de los comerciantes encuestados se logró observar que en la mayoría de los casos, las ventas de los comerciantes han disminuido en los últimos 3 años, tomando como base el año 2013 hasta el año 2015, esta disminución representa el 76,19% del total de encuestados con respecto a la tendencia de sus ventas. Mientras que el 23,38% de encuestados manifestaron que sus ventas se han mantenido en estos últimos 3 años. Por último se identificó un comerciante situado en la feria de Sangolquí, quién manifestó que sus ventas han incrementado en estos últimos 3 años, representando apenas el 0,43% del total de encuestados.

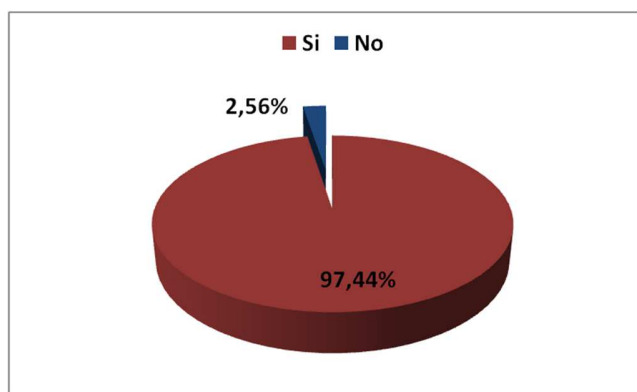


### 10.- ¿Actualmente su negocio se ha visto afectado por disminuciones en ventas?

**Tabla 16**

*Disminuciones actuales en ventas*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	228	97,44%
No	6	2,56%
Total	234	100,0%



**Figura 19.** Disminuciones actuales en ventas

### **Análisis general**

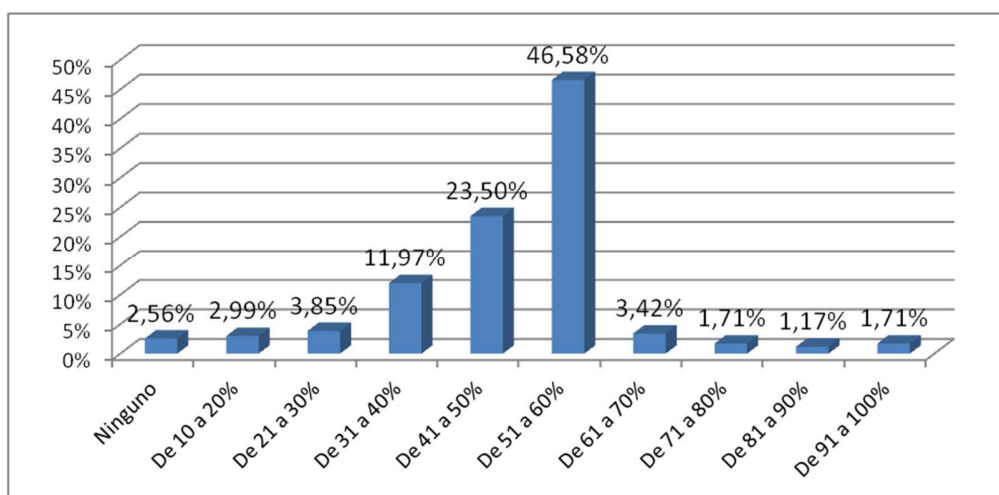
De acuerdo a la información obtenida se puede determinar que de los comerciantes formales se refleja una disminución en ventas en gran proporción, la cual alcanza el 97,44% y su concentración se visualiza por igual en cada zona comercial. Mientras que solo el 2,56% de comerciantes formales afirman que sus ventas no han sido afectadas por disminución alguna y la concentración de este grupo minoritario radica en las zonas de la feria de Sangolquí.

**11.- De acuerdo a su percepción, indique en qué porcentaje estima usted que han disminuido sus ventas últimamente**

**Tabla 17**

*Porcentaje de disminución de ventas*

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	6	2,56%
De 10 a 20%	7	2,99%
De 21 a 30%	9	3,85%
De 31 a 40%	28	11,97%
De 41 a 50%	55	23,50%
De 51 a 60%	109	46,58%
De 61 a 70%	8	3,42%
De 71 a 80%	4	1,71%
De 81 a 90%	4	1,17%
De 91 a 100%	4	1,71%
Total	234	100%



**Figura 20. Porcentaje de disminución de ventas**

### **Análisis general**

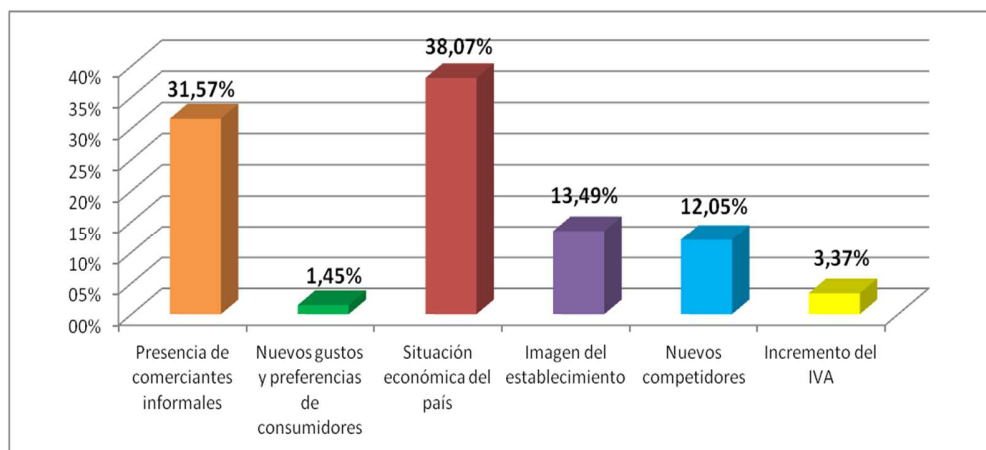
De acuerdo a los datos proporcionados por los comerciantes formales se puede determinar que la mayoría de ellos atraviesa una disminución en ventas con más del 50%, además existen casos que las reducciones en ventas de los comerciantes han llegado hasta un 100%, datos que conllevan a los posibles cierres de los negocios. Los comerciantes que manifiestan no tener ninguna reducción en ventas alcanzan el 2,56% del total de comerciantes formales encuestados.

**12.- En el caso que exista disminución, ¿cuál cree usted que es la razón por la cual han decrecido sus ventas?**

**Tabla 18**

*Causas de disminución en ventas*

	Nº Respuestas	Porcentaje
Presencia de comerciantes informales	131	31,57%
Nuevos gustos y preferencias de consumidores	6	1,45%
Situación económica del país	158	38,07%
Imagen del establecimiento	56	13,49%
Nuevos competidores	50	12,05%
Incremento del IVA	14	3,37%
		100,00%



**Figura 21. Causas de disminución de ventas**

### **Análisis general**

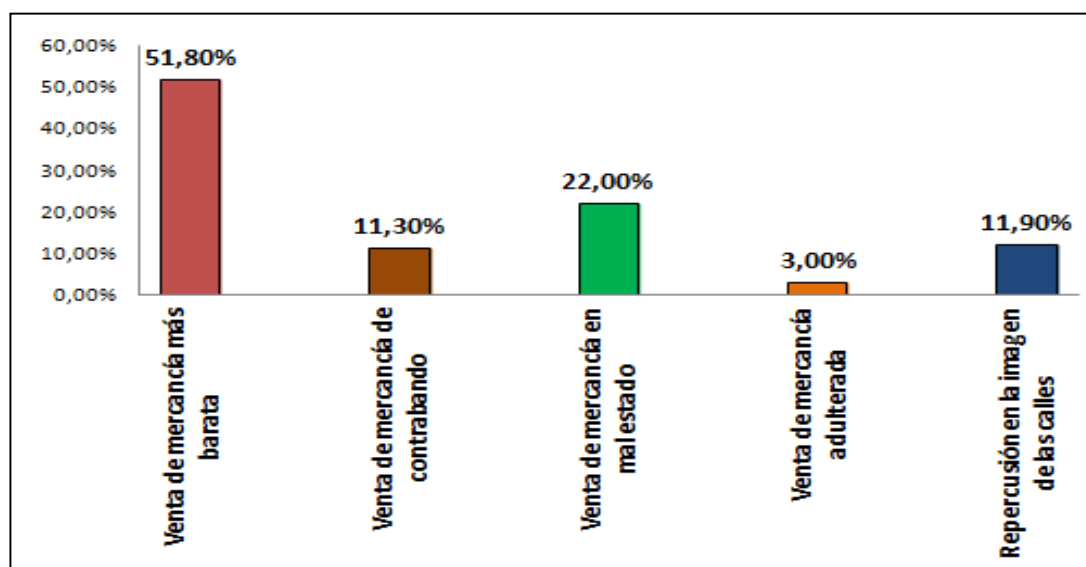
De acuerdo a la información obtenida por parte de los comerciantes formales se puede visualizar que las causas con mayor afectación en ventas son la situación económica del país y la presencia de comerciantes informales, que comprenden el 38,07% y el 31,57% respectivamente. La imagen del establecimiento corresponde al 13,49% del total de las causas de disminución, la misma que presenta repercusiones en las zonas comerciales en la medida que llegan a cubrir la imagen del establecimiento, las calles se llenan de basura y el paso peatonal tiende a congestionarse por la aglutinación de personas. Los nuevos competidores alcanzan el 12,05% y se concentra en mayor medida en la feria de Sangolquí. El incremento del IVA se muestra con el 3,37% en donde los comerciantes que adquieren productos o materia prima manifiestan que se les cobra el IVA, mientras que ellos al momento de vender no expenden facturas por lo cual les afecta significativamente. Los nuevos gustos y preferencias de consumidores alcanzan el 1,45% y se concentra en los comerciantes que venden comida en especial en el mercado Turismo.

**13.- De existir una disminución en ventas por la presencia de los comerciantes informales, ¿cuáles cree usted que serían las consecuencias?**

**Tabla 19**

*Consecuencias de venta informal*

	N° Respuestas	Porcentaje
Venta de mercancía más barata	87	51,80%
Venta de mercancía de contrabando	19	11,30%
Venta de mercancía en mal estado	37	22,00%
Venta de mercancía adulterada	5	3,00%
Repercusión en la imagen de las calles	20	11,90%
		100%



*Figura 22. Consecuencias de la venta informal*

### **Análisis general**

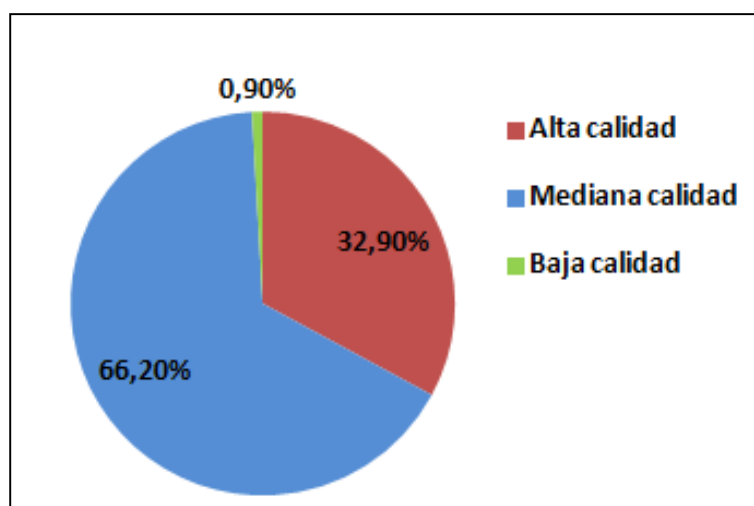
De acuerdo a la información proporcionada por los comerciantes formales que indicaron una reducción de ventas por causa de los comerciantes informales se logró determinar que el 51,80% consideran que los comerciales informales venden mercancía más barata, mientras que el 22% considera que venden mercancía en mal estado siendo la repercusión en las verduras y frutas. Mientras que la venta de mercancía de contrabando alcanza el 11,30% siendo su mayor efecto en la ropa y calzado. La repercusión en la imagen de la calles alcanza el 11,90% lo que demuestra malestar en los comerciantes formales por las obstaculización que provocan los informales en las zonas comerciales. La venta de mercancía adulterada alcanza el 3%, lo cual radica su afectación en el peso y precio de las verduras y frutas.

#### 14.- ¿Cuál es la calidad de sus productos?

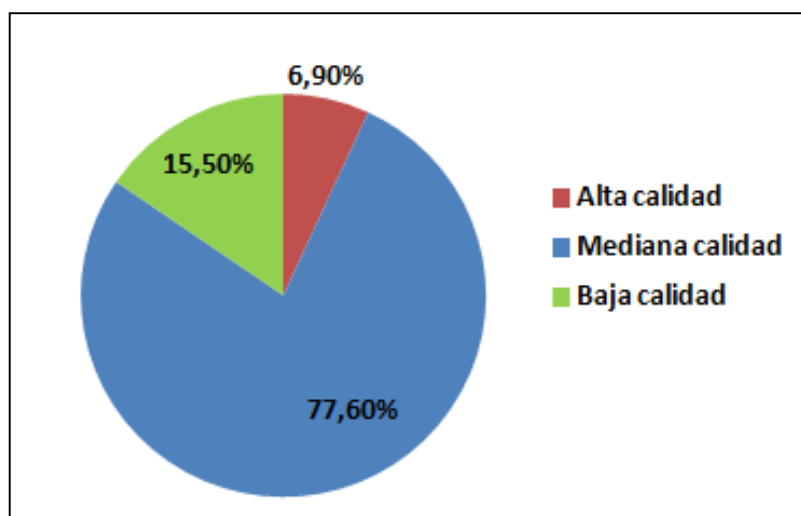
**Tabla 20**

*Calidad de productos*

		Comerciante formal	Comerciante informal
Alta calidad	Recuento	76	4
	Porcentaje	32,90%	6,90%
Mediana calidad	Recuento	156	45
	Porcentaje	66,20%	77,60%
Baja calidad	Recuento	2	9
	Porcentaje	0,90%	15,50%
Total		234	58
		100%	100%



*Figura 23. Calidad de productos de comerciantes formales*



*Figura 24. Calidad de productos de comerciantes informales*

### **Análisis general**

De acuerdo a la información proporcionada por los encuestados se puede visualizar que los comerciantes formales mantienen en gran parte sus productos de mediana calidad con un 66,20%, seguido de los productos de alta calidad que alcanza el 32,90% y por último los comerciantes que comercializan productos de baja calidad comprenden el 0,90%.

Por otro lado, los comerciantes informales mantienen en gran parte sus productos de mediana calidad con un 77,60%, seguido de los productos de baja calidad que alcanzan el 15,50% y por último los comerciantes informales que comercializan productos de alta calidad comprenden el 6,90%.



### 15.- ¿Cuál es el precio de sus productos de mayor rotación?

#### Calzado

**Tabla 21**

#### *Precios de zapatos de niños*

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Zapato de niño	\$ 6,00	Recuento	0	1	1
	\$ 10,00	Recuento	2	0	2
		Total	2	1	3

#### Análisis

De acuerdo a los datos de la tabla anterior se puede visualizar que los zapatos de niño que vende un comerciante informal son más baratos con relación a los que venden los comerciantes formales, esta diferencia de precios es alrededor de \$4,00 y representa una disminución del 40% del precio que oferta el comerciante formal.

**Tabla 22**

#### *Precios de zapatos de muñeca*

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Zapato de muñeca	\$ 5,00	Recuento	0	1	1
	\$ 10,00	Recuento	2	0	2
		Total	2	1	3

#### Análisis

Los datos obtenidos reflejan que un comerciante informal vende un par de zapatos de muñeca por tan solo \$5,00, mientras que el comerciante formal lo vende por \$10,00, de esta forma se muestra una diferencia de \$5,00 lo que representa el 50% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 23*****Precios de zapatos de lona***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Zapato de lona	\$ 2,50	Recuento	0	1	1
	\$ 6,00	Recuento	1	0	1
Total			1	1	2

**Análisis**

De acuerdo a la información de la tabla anterior se puede determinar que el comerciante informal vende un par de zapatos de lona a tan solo \$2,50 mientras que el comerciante formal lo vende a \$6,00, de esta forma se refleja una diferencia de \$3,50 y representa el 58,33% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Ropa****Tabla 24*****Precios de sacos de lana de niño***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Saco de lana de niño	\$ 5,00	Recuento	1	1	2
Total			1	1	2

**Análisis**

De acuerdo a los datos de la tabla anterior se puede visualizar que en la venta de sacos de lana de niño por parte de comerciantes formales e informales no existe diferencia de precios ya que ambos comerciantes venden al mismo valor.

**Tabla 25*****Precio de pijamas de niño***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 5,00	Recuento	0	2	2
Pijama de niño	\$ 9,00	Recuento	1	0	1
	\$ 10,00	Recuento	1	0	1
	\$ 12,00	Recuento	1	0	1
		Total	3	2	5

**Análisis**

De acuerdo a los resultados obtenidos se demuestra que comerciantes informales venden pijamas de niño a un precio más barato que los formales, de esta forma se encontraron diferencias de \$4,00, \$5,00 y hasta \$12,00 lo que representan una disminución del 58%, 44% y 50% del precio que ofertan los comerciantes formales.

**Tabla 26*****Precio de camisetas***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 5,00	Recuento	2	3	5
Camisetas poly-algodón	\$ 10,00	Recuento	1	0	1
	\$ 14,00	Recuento	1	0	1
		Total	4	3	7

### Análisis

De acuerdo a los datos de la tabla anterior se puede determinar que existe igualdad en precios de camisetas por parte de comerciantes formales e informales al venderlas a \$5,00, sin embargo existen otros comerciantes formales que las venden a mayor precio, por ende, se genera una diferencia de \$5,00 y \$9,00. Estas diferencias representan el 50% y 64,29% menos de los precios ofertados por los comerciantes formales.

**Tabla 27**

#### *Precio de chalecos de algodón*

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Chaleco de algodón	\$ 5,00	Recuento	1	1	2
		Total	1	1	2

### Análisis

Los resultados obtenidos indican que los precios de chalecos de algodón se mantienen iguales tanto para comerciantes formales como informales, siendo este valor de \$5,00.

**Tabla 28**

#### *Precio de gorras*

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Gorras	\$ 5,00	Recuento	0	1	1
	\$ 8,00	Recuento	2	0	1
		Total	2	1	3

### Análisis

De acuerdo a los datos de la tabla anterior se puede visualizar que un comerciante informal vende gorras a un precio más barato que un comerciante formal, de esta forma se refleja una diferencia de \$3,00. Esta diferencia representa el 37,50% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 29**

#### *Precio de jeans*

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 10,00	Recuento	0	2	2
	\$ 12,00	Recuento	1	0	1
Jean	\$ 15,00	Recuento	1	0	1
	\$ 16,00	Recuento	1	0	1
	\$ 23,00	Recuento	1	0	1
		Total	4	2	6

### Análisis

De acuerdo a la información obtenida se puede determinar que los jeans vendidos por parte de comerciantes informales son más baratos con relación a los formales. La mayor diferencia de precios asciende a \$13,00 y representa alrededor del 57% menos del precio que ofrece el comerciante formal.

**Tabla 30*****Precio de blusas de mujer***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Blusa	\$ 5,00	Recuento	3	2	5
	\$ 7,00	Recuento	2	0	2
	\$ 10,00	Recuento	1	0	1
	\$ 15,00	Recuento	2	0	2
		Total	8	2	10

**Análisis**

De acuerdo a la información de la tabla anterior se puede visualizar que los comerciantes informales venden a menor precio con relación a los formales. La mayor diferencia de precios asciende a \$10,00 y representa el 66,67% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 31*****Precio de vestidos de niña***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Vestido de niña	\$ 15,00	Recuento	0	1	1
	\$ 26,00	Recuento	1	0	1
		Total	1	1	2

### Análisis

Los resultados muestran que un comerciante informal vende vestidos de niña a un precio menor con relación a un formal. La diferencia de precios asciende a \$11,00 y representa el 42,31% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 32**

*Precio de interiores de hombre*

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 1,00	Recuento	1	1	2
Interior de hombre	\$ 1,50	Recuento	1	0	1
	\$ 2,00	Recuento	1	0	1
	\$ 2,50	Recuento	1	0	1
		Total	4	1	5

### Análisis

De acuerdo a la información de la tabla anterior se puede visualizar que tanto un comerciante informal como un formal venden interiores de hombre a un mismo precio, sin embargo existen otros comerciantes formales que venden a mayor precio con relación al informal. La mayor diferencia de precios asciende a \$1,50 y representa el 60,00% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 33*****Precio de interiores de mujer***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 1,00	Recuento	2	1	3
Interior de mujer	\$ 1,50	Recuento	1	0	1
	\$ 2,00	Recuento	1	0	1
		Total	4	1	5

**Análisis**

Los resultados indican que un comerciante informal vende interiores de mujer a menor precio con relación a un comerciante formal. La mayor diferencia de precios asciende a \$1,00 y representa el 50,00% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Verduras y frutas****Tabla 34*****Cantidad de tomates de riñón***

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
		7	7	0	7
Tomate de riñón	\$ 1,00	10	1	0	1
		12	3	0	3
		15	0	3	3
		Total	11	3	14



**Tabla 35*****Precio unitario de tomates de riñón***

Precio total	Cantidad	Precio Unitario	Comerciante
\$ 1,00	7	\$ 0,14	Formal
\$ 1,00	10	\$ 0,10	Formal
\$ 1,00	12	\$ 0,08	Formal
\$ 1,00	15	\$ 0,07	Informal

**Análisis**

Para el caso de los tomates de riñón se identificó la venta de diferentes cantidades al mismo precio de \$1,00 tanto para comerciantes formales como para informales, sin embargo se analizó el precio unitario correspondiente por cada unidad vendida al mismo precio. Se determinó que comerciantes informales venden a un precio unitario de \$0,07, mientras que el precio más alto que expende un comerciante formal es de \$0,14 por tomate, esto brinda una diferencia de \$0,07 correspondiente a un 50% de variación, siendo los comerciantes informales quienes venden mayor cantidad por menor precio.

**Tabla 36*****Cantidad de tomates de árbol***

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Tomate de árbol	\$ 1,00	9	4	0	4
		10	11	0	11
		12	1	1	2
		15	0	2	2
		Total	16	3	19

**Tabla 37*****Precio unitario de tomates de árbol***

Precio total	Cantidad	Precio Unitario	Comerciante
\$ 1,00	9	\$ 0,11	Formal
\$ 1,00	10	\$ 0,10	Formal
\$ 1,00	12	\$ 0,08	Formal
\$ 1,00	15	\$ 0,07	Informal

**Análisis**

Se puede visualizar que existen ventas de tomates árbol al mismo precio de \$1,00 con la variación en sus cantidades, además se identificó los precios unitarios de cada uno dando como resultado que el precio más bajo lo ofrecen comerciantes informales a \$0,07 la unidad, mientras que el precio más alto lo ofrecen comerciantes formales con un valor de \$0,11 la unidad. Por consiguiente existe una diferencia de \$0,04 por unidad y representa el 36,36% de variación, siendo los comerciantes informales quienes venden mayor cantidad a menor precio.

**Tabla 38*****Cantidad de pimientos verdes***

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Pimientos verdes	\$ 0,50	8	2	1	3
		Total	2	1	3

**Tabla 39*****Precio unitario de pimientos verdes***

Precio total	Cantidad	Precio Unitario	Comerciante
\$ 0,50	8	\$ 0,06	Formal /Informal

**Análisis**

De acuerdo a la información de la tabla anterior se puede visualizar que existe igualdad tanto en precio como en cantidad de la venta de pimientos verdes, al ser comercializados a \$ 0,50 las 8 unidades y a \$0,06 por unidad.

**Tabla 40*****Cantidad de limones pequeños***

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
		15	4	0	4
Limones pequeños	\$ 1,00	20	2	0	2
		25	0	1	1
		Total	6	1	7

**Tabla 41*****Precio unitario de limones pequeños***

Precio total	Cantidad	Precio Unitario	Comerciante
\$ 1,00	15	\$ 0,07	Formal
\$ 1,00	20	\$ 0,05	Formal
\$ 1,00	25	\$ 0,04	Informal

### Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede visualizar que se venden limones pequeños al valor de \$1,00 pero en diferentes cantidades, además de acuerdo al precio unitario calculado se visualiza que el comerciante informal lo expende a 0,04 mientras que el comerciante formal lo ofrece a 0,07. De manera que existe una diferencia de \$0,03 que representa el 42,86% de variación, siendo los comerciantes informales quienes venden mayor cantidad por menor precio.

**Tabla 42**

#### *Cantidad de mandarinas*

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Mandarinas	\$ 1,00	12	3	0	3
		15	0	1	1
		Total	3	1	4

**Tabla 43**

#### *Precio unitario de mandarinas*

Precio total	Cantidad	Precio Unitario	Comerciante
\$ 1,00	12	\$ 0,08	Formal
\$ 1,00	15	\$ 0,07	Informal

### Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede visualizar la venta de mandarinas por \$1,00 pero en diferentes cantidades. Se determinó el precio unitario que expenden comerciantes formales resultando un valor de \$0,08, mientras que los comerciantes informales lo venden a \$0,07, por consiguiente se identificó una diferencia de \$0,01 por

unidad que representa una variación del 12,50%, siendo los comerciantes informales quienes venden mayor cantidad a menor precio.

**Tabla 44**

*Cantidad de guabas*

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Guaba grande	\$ 0,50	1	2	1	3
		Total	2	1	3

**Tabla 45**

*Precio unitario de guabas*

Precio total	Cantidad	Precio Unitario	Comerciante
\$ 0,50	1	\$ 0,50	Formal /Informal

**Análisis**

Los resultados obtenidos indican una igualdad en precio y cantidad de la venta de guabas tanto por comerciantes formales como informales, al ser vendidas a 0,50 la unidad.

**Tabla 46**

*Precios de libra de uvas*

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Libra de uvas	\$ 1,00	Recuento	0	2	2
	\$ 1,50	Recuento	1	0	1
		Total	1	2	3

### Análisis

De acuerdo a la información de la tabla anterior se puede visualizar que los comerciantes informales venden la libra de uvas a menor precio que los formales. Esta diferencia es de \$0,50 y representa el 33,33% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 47**

#### *Cantidad de manzanas*

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
		4	7	0	7
Manzanas	\$ 1,00	5	1	0	1
		6	0	2	2
		7	0	1	1
		Total	8	3	11

**Tabla 48**

#### *Precio unitario de manzanas*

Precio total	Cantidad	Precio Unitario	Comerciante
\$ 1,00	4	\$ 0,25	Formal
\$ 1,00	5	\$ 0,20	Formal
\$ 1,00	6	\$ 0,17	Informal
\$ 1,00	7	\$ 0,14	Informal

### Análisis

De acuerdo a la información obtenida se visualiza que tanto comerciantes formales como informales ofrecen mandarinas al mismo precio de \$1,00 pero en diferentes cantidades. Se determinó una variación de precios unitarios en donde el más bajo es de \$0,14 por parte de vendedores informales, mientras que el precio unitario más alto es de \$0,25, por consiguiente existe una variación de \$0,11 que representa una variación del 44%, siendo los comerciantes informales quienes venden mayor cantidad a menor precio que los formales.

### Abarrotes

**Tabla 49**

*Precio de aceite “El Cocinero”900 ml*

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 1,50	1	2	0	2
Aceite "El Cocinero"	\$ 1,80	1	1	0	1
	\$ 2,00	1	0	1	1
		Total	3	1	4

### Análisis

Para el caso de la venta de aceite “El Cocinero” 900 ml se identificó que los comerciantes formales que venden en bodegas lo comercializan a un precio menor que los comerciantes informales, por lo que la mayor diferencia de precios es de \$0,50 y representa el 33,33% adicional al precio más bajo que ofrecen los comerciantes formales.

**Tabla 50*****Precio de libra de arroz***

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 0,50	Recuento	1	0	1
Libra de arroz	\$ 0,55	Recuento	1	0	1
	\$ 0,60	Recuento	3	0	3
	\$ 0,65	Recuento	1	0	1
		Total	6	0	6

**Análisis**

Los resultados obtenidos muestran una participación únicamente de comerciantes formales en la venta de arroz, sin embargo sus precios varían por libra de arroz. La mayor diferencia de precio es de \$0,15 y representa el 30% adicional del precio más bajo que ofrecen los comerciantes formales.

**Tabla 51*****Precio de libra de azúcar***

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Libra de azúcar	\$ 0,40	Recuento	3	0	3
	\$ 0,45	Recuento	3	0	3
		Total	6	0	6



### Análisis

Los resultados reflejan la participación única de comerciantes formales en la venta de azúcar, sin embargo existen variaciones en los precios que ofertan por libra. La diferencia de precios es de \$0,05 lo que representa el 12,50% adicional del precio más bajo que ofrecen los comerciantes formales.

**Tabla 52**

*Precio de libra de maíz*

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Libra de maíz	\$ 0,85	Recuento	3	0	3
	\$ 1,00	Recuento	1	0	1
		Total	4	0	4

### Análisis

Los resultados obtenidos indican una participación de solo comerciantes formales en la venta de maíz, sin embargo los precios que ofrecen varían. La diferencia que se identificó es de \$0,15 y representa el 17,65% adicional del precio más bajo que ofrecen los comerciantes formales.

## Comida

**Tabla 53**

*Precio de jugo de naranja*

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Jugo de naranja	\$ 1,00	Recuento	0	1	3
	\$ 1,50	Recuento	3	0	1
Total			3	1	4

### Análisis

Los resultados indican que los comerciantes informales venden jugos de naranja a menor precio que los comerciantes formales. Esta diferencia es de \$0,50 y representa una disminución del 33,33% en el precio de los comerciantes formales.

**Tabla 54**

*Precio de salchipapa*

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Salchipapa	\$ 1,00	Recuento	0	1	1
	\$ 1,25	Recuento	1	0	1
	\$ 1,50	Recuento	1	0	1
Total			2	1	3

### Análisis

Los resultados indican que un comerciante informal vende salchipapas a menor precio que un comerciante formal. La mayor diferencia de precios es de \$0,50 y representa el 33,33% menos del precio ofertado por los comerciantes formales.

**Tabla 55*****Precio de tortillas de maíz***

Producto	Precio	Cantidad	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Tortillas de maíz	\$ 1,00	7	1	1	2
		Total	1	1	2

**Análisis**

De acuerdo a la información de la tabla anterior se puede visualizar una igualdad en precio y cantidad de la venta de tortillas de maíz, tanto para comerciantes formales como informales, las cuales se venden a \$1,00 las 7 tortillas.

**Tabla 56*****Precios de quesos sin sal***

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 1,50	Recuento	0	1	1
Queso sin sal	\$ 1,75	Recuento	1	0	1
	\$ 1,80	Recuento	3	0	3
	\$ 1,90	Recuento	1	0	1
		Total	5	1	6

### Análisis

Los resultados muestran que un comerciante informal vende quesos sin sal a menor precio que un comerciante formal. La mayor diferencia de precios alcanza \$0,40 y representa el 21,05% menos del precio que oferta el comerciante formal.

**Tabla 57**

*Precios de platos completos de hornado*

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Plato completo de hornado	\$ 4,00	Recuento	3	0	3
		Total	3	0	3

### Análisis

De acuerdo a la información obtenida se identificó únicamente a comerciantes formales que venden platos de hornado, el cual se considera un plato tradicional de Sangolquí y no se identificó variaciones en precios de platos completos.

## Carnes y mariscos

**Tabla 58**

*Precio de libra de carne suave*

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Libra de carne suave	\$ 2,50	Recuento	1	0	1
	\$ 2,60	Recuento	4	0	4
	\$ 2,70	Recuento	3	0	3
	\$ 2,80	Recuento	5	0	5
	\$ 2,90	Recuento	1	0	1
	\$ 3,00	Recuento	1	0	1
	\$ 3,50	Recuento	1	0	1
		Total		16	0

### Análisis

Los resultados obtenidos indican una participación únicamente de comerciantes formales en la venta de carnes, sin embargo existen variaciones de precios en la libra de carne suave. La mayor variación es de \$1,00 y representa el 40% adicional del precio más bajo que ofertan los comerciantes formales.

**Tabla 59*****Precio de libra de pollo por presas***

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Libra de pollo por presas	\$ 1,45	Recuento	1	0	1
	\$ 1,50	Recuento	11	0	11
		Total	12	0	12

**Análisis**

Los resultados muestran una participación únicamente de comerciantes formales en la venta de carne de pollo, sin embargo existen variaciones de precios. La diferencia es de \$0,05 en libra de pollo por presas y representa el 3,45% adicional del precio más bajo que ofertan los comerciantes formales.

**Tabla 60*****Precio de libra de pescado revuelto***

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Libra de pescado revuelto	\$ 1,00	Recuento	2	0	2
	\$ 1,50	Recuento	6	0	6
		Total	8	0	8

**Análisis**

Los resultados indican que existe participación de únicamente comerciantes formales en la venta de pescado revuelto, sin embargo se identifican variaciones en los precios. La diferencia es de \$0,50 y representa el 50% adicional del precio más bajo que ofertan los comerciantes formales.

### Accesorios personales

**Tabla 61**

*Precio de correa de cuerina*

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 3,00	Recuento	0	1	1
Correa de cuerina	\$ 3,50	Recuento	1	0	1
	\$ 5,00	Recuento	2	0	2
		Total	3	1	4

### Análisis

Los resultados demuestran que los comerciantes informales ofrecen correas a menor precio del que ofrecen los formales. La diferencia mayor es de \$2,00 y representa el 40% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 62**

*Precio de aretes*

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
	\$ 1,00	Recuento	0	1	1
Aretes	\$ 1,50	Recuento	1	0	1
		Total	1	1	2

### Análisis

Los resultados muestran que un comerciante informal vende aretes a menor precio que un comerciante formal. Esta diferencia es de \$0,50 y representa el 33,33% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 63*****Precio de gafas Ray ban (copia)***

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Gafas	\$ 3,00	Recuento	0	1	1
	\$ 5,00	Recuento	1	0	1
		Total	1	1	2

**Análisis**

Los resultados obtenidos demuestran que un comerciante informal vende gafas a menor precio que un comerciante formal, esta diferencia encontrada es de \$2,00 y representa el 40% menos del precio ofertado por el comerciante formal.

**Tabla 64*****Precio de estuches de celulares***

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Estuche de celulares	\$ 3,50	Recuento	0	1	1
	\$ 5,00	Recuento	1	0	1
		Total	1	1	2

**Análisis**

De acuerdo a la tabla anterior se visualiza que un comerciante informal vende estuches de celulares a menor precio que un comerciante formal. Esta diferencia es de \$1,50 y representa el 30% menos del precio ofertado por el comerciante formal.



**Tabla 65*****Precio de canasto pequeño***

Producto	Precio	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Canasto pequeño	\$ 1,00	Recuento	1	0	1
	\$ 1,50	Recuento	3	0	3
		Total	4	0	4

**Análisis**

Los resultados indican una participación única de comerciantes formales en la venta de canastos, sin embargo existen variaciones de precios. La diferencia de precios en canastos pequeños es de \$0,50 y representa el 50% adicional del precio más bajo que ofrecen los comerciantes formales.

**Plantas****Tabla 66*****Precio de plantas medicinales***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Plantas medicinales	\$ 1,00	Recuento	1	0	1
		Total	1	0	1

**Análisis**

De acuerdo a los datos obtenidos se encontró únicamente comerciantes formales inmersos en la venta de plantas medicinales, los cuales ofrecen sus plantas al precio de \$1,00.

**Tabla 67*****Precio de plantas frutales***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Plantas frutales	\$ 1,00	Recuento	1	0	1
		Total	1	0	1

**Análisis**

De acuerdo a los datos obtenidos se encontró únicamente comerciantes formales inmersos en la venta de plantas frutales, los cuales ofrecen sus plantas a \$1,00.

**Animales****Tabla 68*****Precio de conejos***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Conejo	\$ 2,50	Recuento	1	0	1
		Total	1	0	1

**Análisis**

Los resultados indican la participación de únicamente comerciantes formales dentro de la venta de conejos, los mismos que son vendidos a \$2,50 cada uno.

**Tabla 69*****Precio de patos***

Producto	Precio	Medida cálculo	Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Pato	\$ 2,50	Recuento	1	0	1
		Total	1	0	1

### Análisis

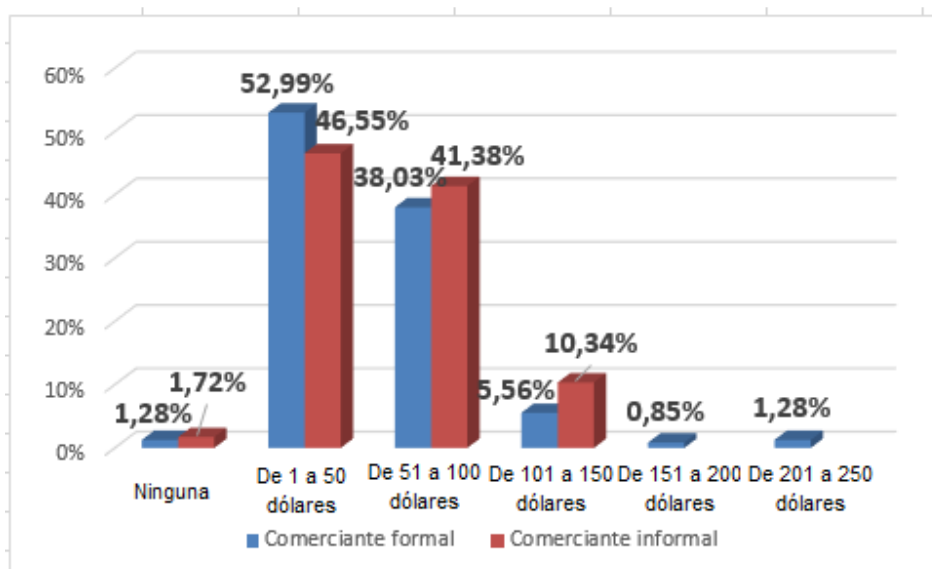
Los resultados indican la participación de únicamente comerciantes formales dentro de la venta de patos, los mismos que son vendidos a \$2,50 cada uno.

### 16.- ¿Cuánto es la ganancia que obtiene a la semana en la venta de sus productos?

**Tabla 70**

*Ganancia generada a la semana*

			Comerciante formal	Comerciante informal	Total
Señale cuánto es la ganancia que obtiene a la semana en la venta de sus productos	Ninguna	Recuento	3	1	4
		%	1,28%	1,7%	1,37%
	De 1 a 50 dólares	Recuento	124	27	151
		%	52,99%	46,6%	51,71%
	De 51 a 100 dólares	Recuento	89	24	113
		%	38,03%	41,4%	38,70%
	De 101 a 150 dólares	Recuento	13	6	19
		%	5,56%	10,3%	6,51%
	De 151 a 200 dólares	Recuento	2	0	2
		%	0,85%	0,0%	0,68%
	De 201 a 250 dólares	Recuento	3	0	3
		%	1,28%	0,0%	1,03%
Total	Recuento	234	58	292	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	



**Figura 25. Ganancia percibida a la semana**

### **Análisis general**

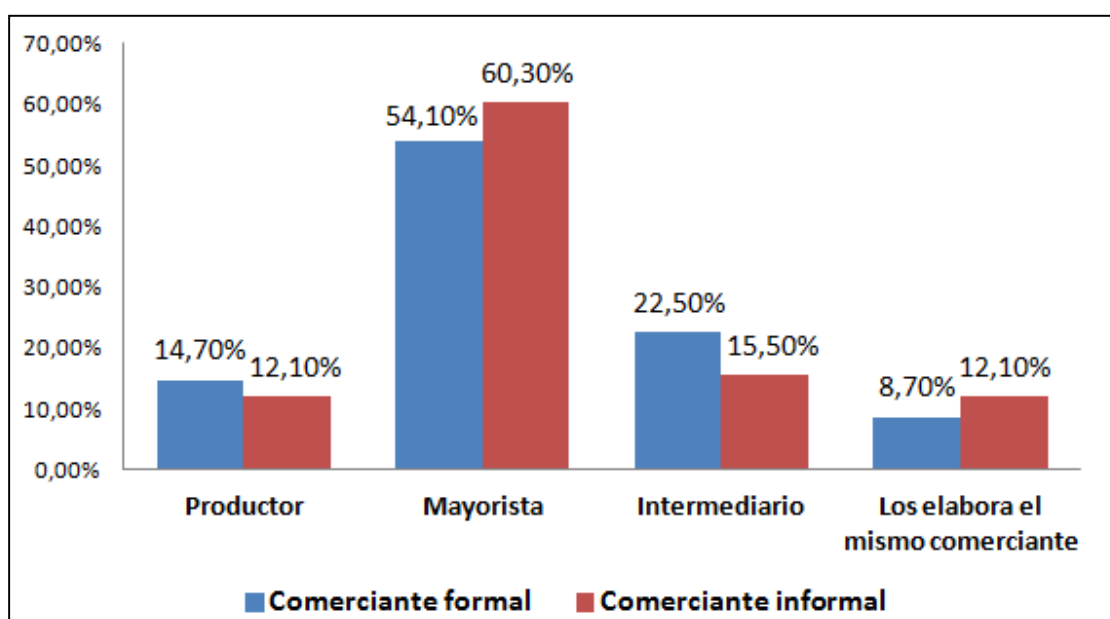
De acuerdo a la información proporcionada por 292 comerciantes encuestados se logró determinar que la mayor parte de ellos tanto del sector formal como del informal perciben ganancias entre 1 a 50 dólares a la semana lo que representa el 52,99% y 46,55% respectivamente. La ganancia de mayor valor corresponde al sector formal la cual se sitúa en el rango de 201 a 250 dólares a la semana, lo misma que representa el 1,28% de comerciantes formales.

**17.- Indique a través de quién adquiere los productos para su comercialización**

**Tabla 71**

*Procedencia de productos*

		Comerciante formal	Comerciante informal
Productor	Recuento	34	7
	Porcentaje	14,70%	12,10%
Mayorista	Recuento	128	35
	Porcentaje	54,10%	60,30%
Intermediario	Recuento	52	9
	Porcentaje	22,50%	15,50%
Los elabora el mismo comerciante	Recuento	20	7
	Porcentaje	8,70%	12,10%
Total	Recuento	234	58
	Porcentaje	100%	100%



*Figura 26. Procedencia de productos de comerciantes*

**Análisis general**

Los resultados indican que tanto comerciantes formales como informales adquieren sus productos en gran parte en un mayorista, alcanzando el 54,10% y el 60,30% respectivamente. Seguido de la procedencia de intermediarios para comerciantes formales el 22,50% y para informales el 15,50%. La procedencia a través de productores alcanza el 14,70% para comerciantes formales y el 12,10% para comerciantes informales. Por último aquellos comerciantes que venden productos de elaboración propia representan el 8,70% para formales y el 12,10% para informales.

**18.- ¿En qué lugar adquiere los productos para la comercialización?**

**Tabla 72**

***Lugar de procedencia de la ropa***

Actividad comercial	Lugar de procedencia	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal
Ropa	Mayorista	Recuento	21	8
	Andinos	Porcentaje	56,8%	47,1%
	Quito	Recuento	5	2
		Porcentaje	13,5%	11,8%
	Otavalo	Recuento	1	3
		Porcentaje	2,7%	17,6%
	Huaquillas	Recuento	0	1
		Porcentaje	0,0%	5,9%
	Pelileo	Recuento	1	0
		Porcentaje	2,7%	0,0%
	Depósito en centro de Quito	Recuento	1	1
		Porcentaje	2,7%	5,9%
	El Tejar	Recuento	5	2
		Porcentaje	13,5%	11,8%
	Guayaquil	Recuento	2	0
		Porcentaje	5,4%	0,0%
	Atuntaqui	Recuento	1	0
		Porcentaje	2,7%	0,0%
Total	Recuento	37	17	
	Porcentaje	100,0%	100,0%	

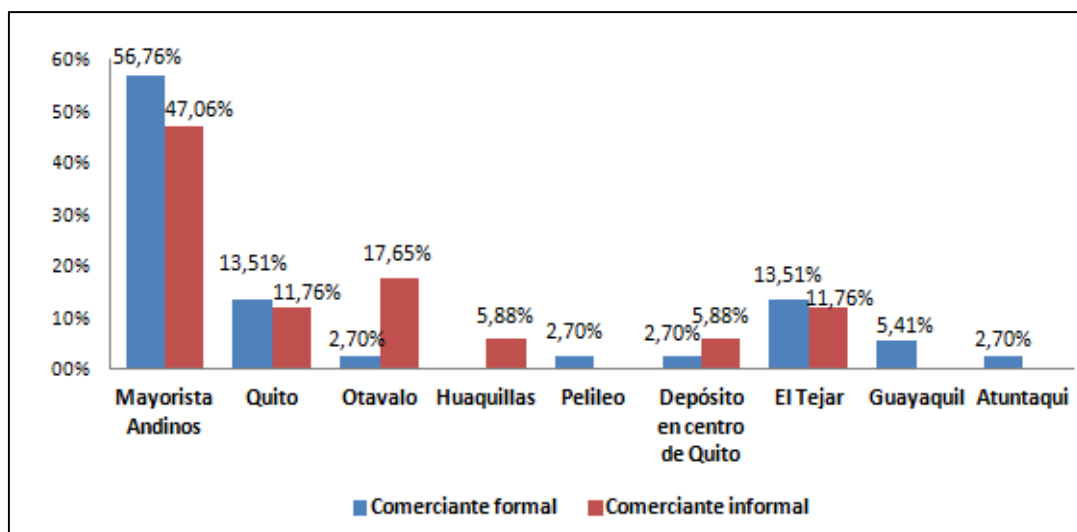


Figura 27. Lugares de procedencia de ropa

### Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede visualizar que la mayor parte de comerciantes tanto formales como informales adquieren prendas de vestir en el Mayorista Andinos representando el 56,76% y 47,06% respectivamente. Seguido del 17,65% de ropa adquirida en Otavalo por parte de comerciantes informales. El centro comercial El Tejar representa el 13,51% de comerciantes formales que adquieren prendas de vestir para su comercialización, mientras que el 11,76% comprende los comerciantes informales que adquieren esta clase de productos. La ciudad de Quito representa la procedencia de ropa directamente de productores que corresponden el 13,51% para comerciantes formales y el 11,76% para comerciantes informales.



**Tabla 73***Lugar de procedencia de calzados*

Rama de actividad comercial	Lugar de procedencia	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal
Calzado	Mayorista Andinos	Recuento	2	0
		Porcentaje	20,0%	0,0%
	Quito	Recuento	0	2
		Porcentaje	0,0%	40,0%
	Otavalo	Recuento	0	1
		Porcentaje	0,0%	20,0%
	Ambato	Recuento	7	2
		Porcentaje	70,0%	40,0%
	Guayaquil	Recuento	1	0
		Porcentaje	10,0%	0,0%
	Total	Recuento	10	5
		Porcentaje	100,0%	100,0%

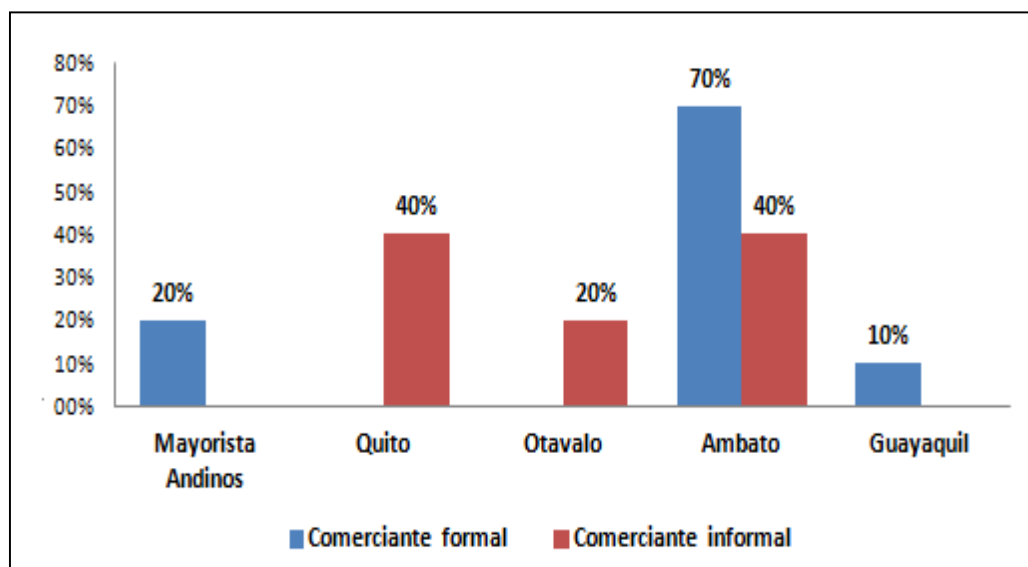


Figura 28. Lugar de procedencia de calzado

### Análisis

De acuerdo a la información obtenida se identificó que el calzado adquirido por parte de comerciantes formales es procedente en su mayoría de Ambato con un 70%, mientras que los comerciantes informales lo adquieren en forma equitativa de la ciudad de Quito y de Ambato con el 40% respectivamente.

**Tabla 74*****Lugar de procedencia de comidas***

Rama de actividad comercial	Lugar que provienen los productos	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal
Comida	Sangolquí	Recuento	21	4
		Porcentaje	60,0%	44,4%
	Selvalegre	Recuento	0	1
		Porcentaje	0,0%	11,1%
	Camal Metropolitano	Recuento	1	0
		Porcentaje	2,9%	0,0%
	Latacunga	Recuento	1	1
		Porcentaje	2,9%	11,1%
	Esmeraldas	Recuento	2	1
		Porcentaje	5,7%	11,1%
	Quito	Recuento	1	0
		Porcentaje	2,9%	0%
	Pintag	Recuento	4	2
		Porcentaje	11,4%	22,2%
	Ambato	Recuento	1	0
		Porcentaje	2,9%	0,0%
	Guayaquil	Recuento	1	0
		Porcentaje	2,9%	0,0%
	Santo Domingo	Recuento	2	0
		Porcentaje	5,7%	0,0%
Tambillo	Recuento	1	0	
	Porcentaje	2,9%	0,0%	
Total	Recuento	35	9	
	Porcentaje	100,0%	100,0%	

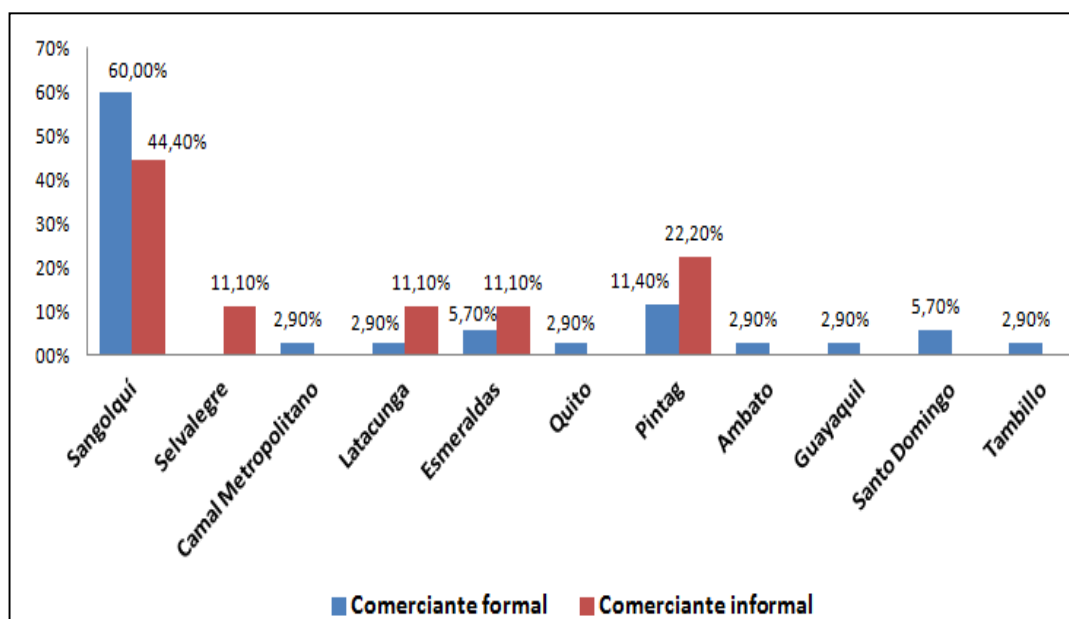


Figura 29. Lugar de procedencia de comidas

### Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que el lugar de procedencia de comidas se obtiene en su mayoría de Sangolquí por parte de comerciantes formales e informales, esto representa el 60% y 44,4% respectivamente y está distribuido en gran parte por productores e intermediarios

**Tabla 75*****Lugar de procedencia de verduras y frutas***

Rama de actividad comercial	Lugar que provienen los productos	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal
Verduras y frutas	Machachi	Recuento	1	0
		Porcentaje	1,3%	0,0%
	Sangolquí	Recuento	16	0
		Porcentaje	21,3%	11,1%
	Selvalegre	Recuento	2	0
		Porcentaje	2,7%	0,0%
	Latacunga	Recuento	3	0
		Porcentaje	4,0%	0,0%
	Mercado Mayorista	Recuento	38	12
		Porcentaje	46,7%	70,6%
	Esmeraldas	Recuento	1	0
		Porcentaje	1,3%	0,0%
	San Roque	Recuento	14	4
		Porcentaje	18,7%	23,5%
	Ambato	Recuento	1	0
		Porcentaje	1,3%	0,0%
	Quevedo	Recuento	1	0
		Porcentaje	1,3%	0,0%
	Santo Domingo	Recuento	1	1
		Porcentaje	1,3%	5,9%
Total	Recuento	78	17	
	Porcentaje	100,0%	100,0%	

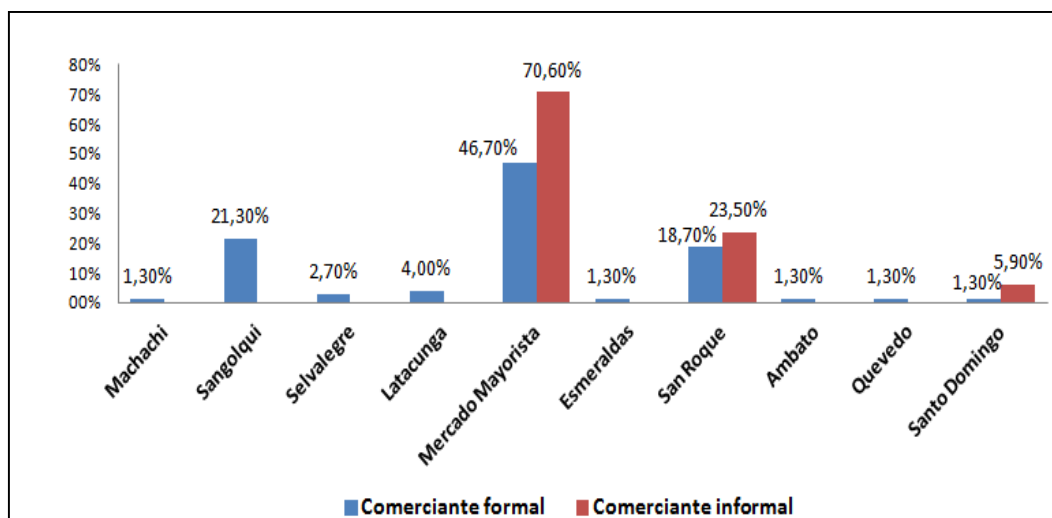


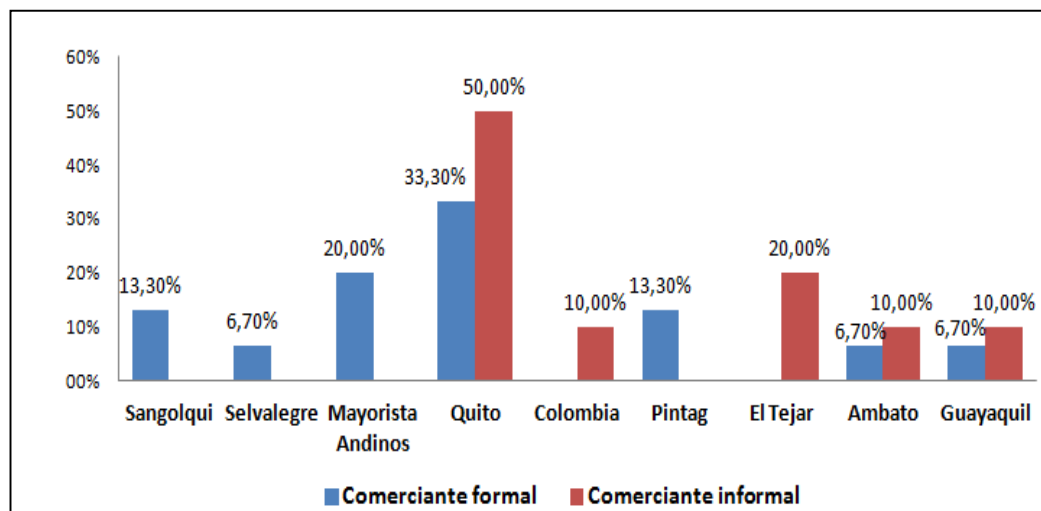
Figura 30. Lugar de procedencia de verduras y frutas

### Análisis

Los resultados indican que la mayor parte de comerciantes tanto formales como informales adquieren las verduras y frutas en el mercado Mayorista de Quito para ser comercializadas posteriormente, esto representa el 46,70% y el 70,60% respectivamente. Seguido de la parroquia de Sangolquí en donde los comerciantes formales adquieren estos productos y comprenden el 21,30%. El mercado de San Roque representa el 18,70% de comerciantes formales que adquieren ahí sus productos y el 23,50% comprenden a los comerciantes informales.

**Tabla 76*****Lugar de procedencia de accesorios personales***

Rama de actividad comercial	Lugar que provienen los productos	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal
Accesorios personales	Sangolquí	Recuento	2	0
		Porcentaje	13,3%	0,0%
	Selvalegre	Recuento	1	0
		Porcentaje	6,7%	0,0%
	Mayorista Andinos	Recuento	3	0
		Porcentaje	20,0%	0,0%
	Quito	Recuento	5	5
		Porcentaje	33,3%	50,0%
	Colombia	Recuento	0	1
		Porcentaje	0,0%	10,0%
	Pintag	Recuento	2	0
		Porcentaje	13,3%	0,0%
	El Tejar	Recuento	0	2
		Porcentaje	0,0%	20,0%
	Ambato	Recuento	1	1
		Porcentaje	6,7%	10,0%
	Guayaquil	Recuento	1	1
		Porcentaje	6,7%	10,0%
Total	Recuento	37	17	
	Porcentaje	100,0%	100,0%	



*Figura 31. Lugar de procedencia de accesorios personales*

### **Análisis**

De acuerdo a los resultados de la tabla anterior se puede visualizar que la mayor parte de comerciantes formales e informales adquieren en su mayoría accesorios personales a través de productores e intermediarios procedentes de la ciudad de Quito, lo cual representa el 33,30% y 50% respectivamente. Seguido de comerciantes formales que adquieren estos productos en Mayorista Andinos con el 20% mientras que en el mismo porcentaje refleja que los comerciantes informales los adquieren en el centro comercial El Tejar.



Tabla 77

*Lugar de procedencia de abarrotes*

Rama de actividad comercial	Lugar que provienen los productos	Medida	Comerciante formal	Comerciante informal
Abarrotes	Sangolquí	Recuento	8	1
		Porcentaje	57,1%	100,0%
	Latacunga	Recuento	1	0
		Porcentaje	7,1%	0,0%
	Mercado Mayorista	Recuento	1	0
		Porcentaje	7,1%	0,0%
	Quito	Recuento	3	0
		Porcentaje	21,4%	0,0%
	Ambato	Recuento	11	0
		Porcentaje	7,1%	0,0%
	Total	Recuento	14	1
		Porcentaje	100,0%	100,0%

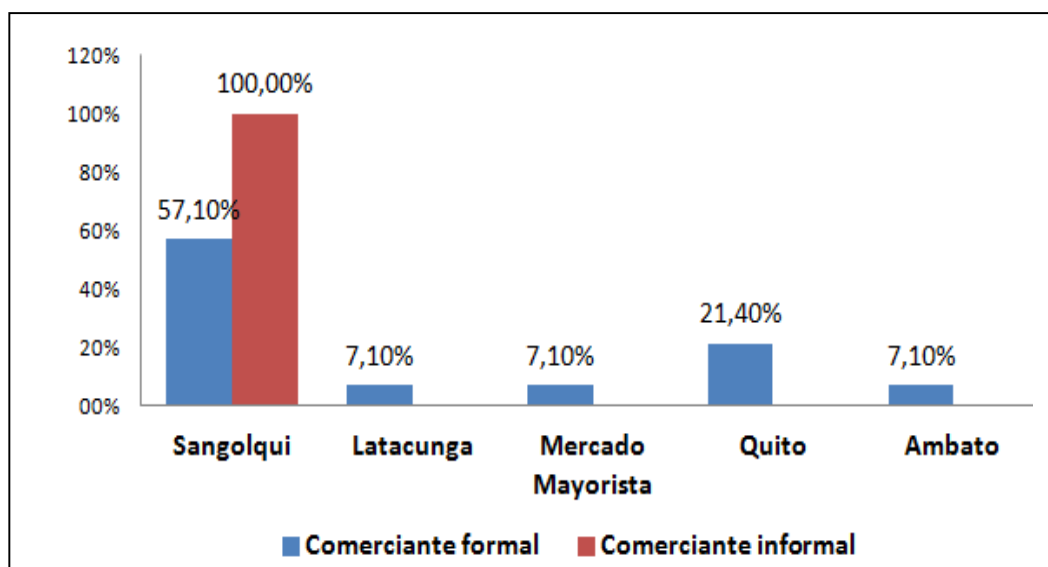


Figura 32. Lugar de procedencia de abarrotes

**Análisis**

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que la totalidad de comerciantes informales adquieren abarrotes por intermediarios de Sangolquí, mientras que los comerciantes formales adquieren en su mayoría estos productos en Sangolquí representando el 57,10%, seguido del 21,40% en la ciudad de Quito y el 7,10% correspondiente a Latacunga, Ambato y al mercado Mayorista respectivamente.

**Tabla 78*****Lugar de procedencia de carnes y mariscos***

Rama de actividad	Lugar que provienen los productos	Medida	Comerciante formal
Carnes y mariscos	Sangolquí	Recuento	1
		Porcentaje	2,4%
	Camal Metropolitano	Recuento	7
		Porcentaje	16,7%
	Camal Cotogchoa	Recuento	1
		Porcentaje	2,4%
	Latacunga	Recuento	1
		Porcentaje	2,4%
	Esmeraldas	Recuento	1
		Porcentaje	4,8%
	Pintag	Recuento	2
		Porcentaje	4,8%
	Santo Domingo	Recuento	9
		Porcentaje	21,4%
	Camal Fajardo	Recuento	9
		Porcentaje	21,4%
	Avícoa Avitalisa	Recuento	5
		Porcentaje	11,9%
	Pronaca	Recuento	3
		Porcentaje	7,1%
Camal San Pedro	Recuento	2	
	Porcentaje	4,8%	
Total	Recuento	37	
	Porcentaje	88,2%	

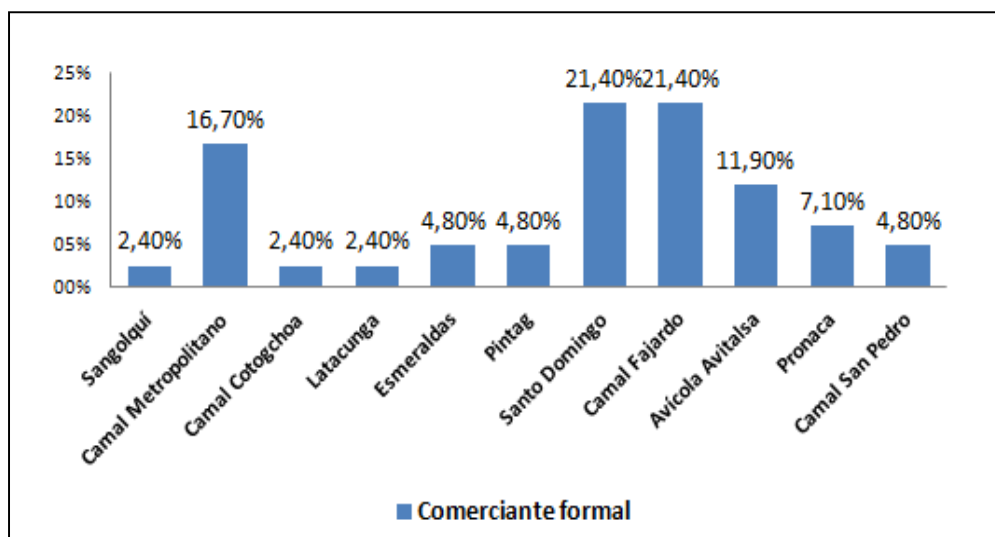


Figura 33. Lugar de procedencia de carnes y mariscos

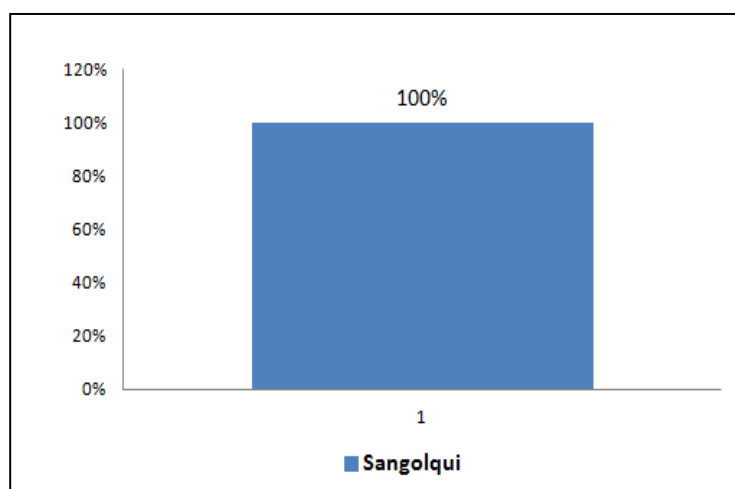
### Análisis

Los resultados demuestran una participación únicamente de comerciantes formales en la venta de carnes y mariscos los cuales representan en su mayoría al 21,40% que adquieren en Santo Domingo y en el Camal de Fajardo respectivamente. Seguido del Camal Metropolitano con el 16,70% siendo estos 3 último lugares mencionados los de mayor frecuencia a donde acuden los comerciantes a adquirir sus productos para la posterior comercialización.

Tabla 79

#### Lugar de procedencia de animales

Rama de actividad comercial	Lugar que provienen los productos	Medida	Comerciante formal
Animales	Sangolquí	Recuento	1
		Porcentaje	100%
	Total	Recuento	1
		Porcentaje	100%



**Figura 34. Lugar de procedencia de animales**

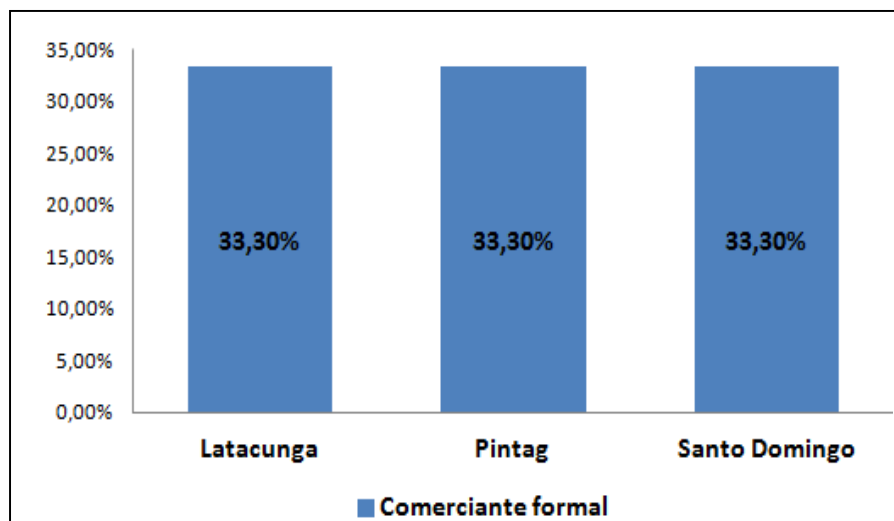
### **Análisis**

De acuerdo a la información obtenida de comerciantes dedicados a la venta de animales se evidenció que el lugar de procedencia es Sangolquí alcanzando el 100% de comerciantes encuestados.

### **Tabla 80**

#### ***Lugar de procedencia de plantas***

Rama de actividad comercial	Lugar que provienen los productos	Medida	Comerciante formal
Plantas	Latacunga	Recuento	1
		Porcentaje	33,3%
	Pintag	Recuento	1
		Porcentaje	33,3%
	Santo Domingo	Recuento	1
		Porcentaje	33,3%
Total	Recuento	3	
	Porcentaje	100,0%	



*Figura 35. Lugar de procedencia de plantas*

### **Análisis**

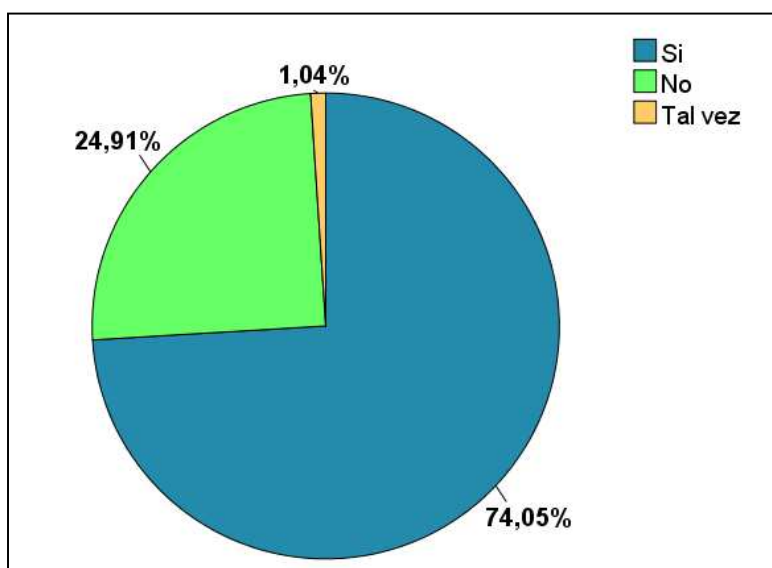
De acuerdo a la información obtenida se puede visualizar que la procedencia de plantas que adquieren los comerciantes formales es de Latacunga, Pintag y Santo Domingo alcanzando un 33,30% respectivamente.

**19.- ¿Estaría de acuerdo en recibir cursos de capacitación por parte del GAD Rumiñahui?**

**Tabla 81**

*Aceptación de cursos de capacitación*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	217	74,05%
No	72	24,91%
Tal vez	3	1,04%
Total	292	100%



**Figura 36. Aceptación de cursos de capacitación**

**Análisis general**

En esta pregunta se ha logrado determinar que el 74,05% de los comerciantes encuestados sí están de acuerdo en recibir cursos de capacitación por parte del GAD Rumiñahui, mientras que el 1,04% mantiene inseguridad en recibir las capacitaciones debido a sus horarios y actividades comerciales. Los comerciantes que no están de

acuerdo en recibir cursos por parte del GAD Rumiñahui comprenden el 24,91% y se debe al descontento en cursos ya recibidos anteriormente por parte de la misma entidad, en donde manifiestan que las capacitaciones son repetitivas y no existen temas nuevos a tratar de cada curso que han recibido.

**20.- Señale los cursos de capacitación que le gustaría recibir**

**Tabla 82**

***Cursos de capacitación en acuerdo***

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	72	22,70%
Ventas	55	17,40%
Contabilidad	22	6,90%
Manejo de productos	28	8,80%
Computación	19	6,00%
Tributación	6	1,90%
Atención al cliente	80	25,20%
Liderazgo	2	0,60%
Emprendimiento	27	8,50%
Comercio electrónico	6	1,90%
Total	317	100,00%



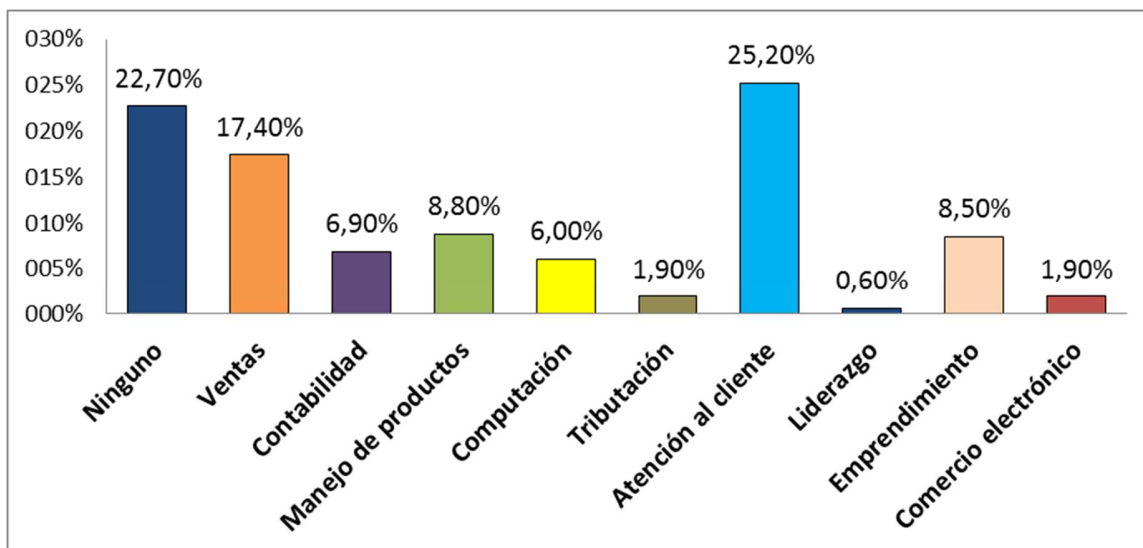


Figura 37. Cursos de capacitación en acuerdo

### Análisis general

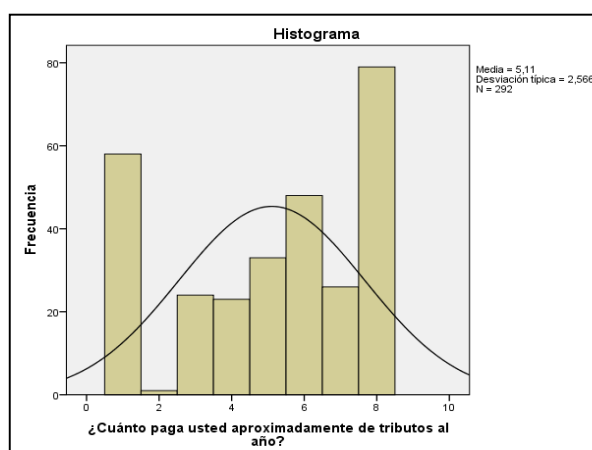
De acuerdo a la información obtenida se considera que el curso de capacitación con mayor interés en recibir es el de atención al cliente con el 25,20%, ya que muchos de los comerciantes manifiestan interés en aprender cómo dar un buen trato al cliente y cómo mantener una fidelización con el mismo. Mientras que el curso con menor interés es el de liderazgo con un 0,60%. Así mismo una parte de comerciantes manifestaron que no tienen interés en seguir ninguno de los cursos alcanzando el 22,70%, debido a las capacitaciones monótonas que ya han recibido y que prefieren recibir nuevos temas referentes a los cursos en mención.

## 4.2 Demostración de hipótesis

Para efectuar la comprobación de las hipótesis de investigación se procedió primero a determinar la distribución de datos de cada una de las variables en estudio mediante el estadístico Kolmogorov-Smirnov, con el objetivo de conocer si el uso de pruebas paramétricas o no paramétricas son las apropiadas para la comprobación de hipótesis.

**Variable:** Participación de comerciantes que evaden tributos

### 1.- Histograma



**Figura 38.** Distribución de datos

**Coefficiente de asimetría:** -0,446

**Interpretación:** Distribución asimétrica negativa (Mayor concentración de valores a la izquierda que a la derecha)

**Coefficiente de curtosis:** -1,170

**Interpretación:** Distribución platicúrtica (Grado reducido de concentración alrededor de valores centrales de la variable)

**2.- Plantear hipótesis**

**H<sub>0</sub>:** Los datos de la variable participación de comerciantes que evaden tributos se distribuyen de manera normal. (Simétrica)

**H<sub>1</sub>:** Los datos de la variable participación de comerciantes que evaden tributos se distribuyen de manera anormal (Asimétrica)

**3.- Establecer un nivel de significancia**

Nivel de significancia (alfa)  $\alpha = 4\%$

**4.- Seleccionar estadístico de prueba**

Kolmogorov- Smirnov

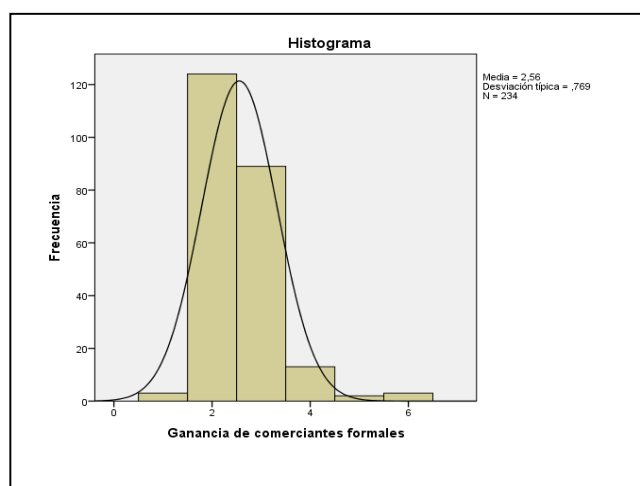
**5. Valor calculado Kolmogorov-Smirnov= 2,737**

**Valor de P= 0,000**

**Interpretación:**  $P < 0,04$ ; por lo tanto, los datos para la variable participación de comerciantes que evaden tributos se distribuyen de manera anormal (Asimétrica)

**Variable:** Ganancia percibida del sector formal

## 1.- Histograma



**Figura 39.** Distribución de datos

**Coefficiente de asimetría:** 1,583

**Interpretación:** Distribución asimétrica positiva (Mayor concentración de valores a la derecha que a la izquierda)

**Coefficiente de curtosis:** 4,305

**Interpretación:** Distribución leptocúrtica (Grado elevado de concentración alrededor de valores centrales de la variable)

## 2.- Plantear hipótesis

**H<sub>0</sub>:** Los datos de la variable ingresos de comerciantes formales se distribuyen de manera normal (Simétrica)

**H<sub>1</sub>:** Los datos de la variable ingresos de comerciantes formales se distribuyen de manera anormal (Asimétrica)

### 3.- Establecer un nivel de significancia

Nivel de significancia (alfa)  $\alpha = 4\%$

### 4.- Seleccionar estadístico de prueba

Kolmogorov- Smirnov

### 5. Valor calculado Kolmogorov-Smirnov= 4,707

Valor de P= 0,000

**Interpretación:**  $P < 0,04$ ; por lo tanto, los datos para la ganancia percibida del sector formal se distribuyen de manera anormal (Asimétrica)

**Variable:** Variación de precios de productos similares entre comerciantes formales e informales

### 1.- Histograma

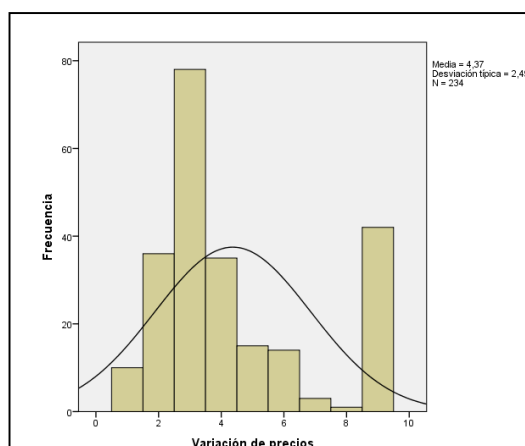


Figura 40. Distribución de datos

**Coefficiente de asimetría:** 0,920

**Interpretación:** Distribución asimétrica positiva (Mayor concentración de valores a la derecha que a la izquierda)

**Coefficiente de curtosis:** -0,466

**Interpretación:** Distribución platicúrtica (Grado reducido de concentración alrededor de valores centrales de la variable)

## 2.- Plantear hipótesis

**H<sub>0</sub>:** Los datos para la variable precio de productos similares entre comerciantes formales e informales se distribuyen de manera normal (Simétrica)

**H<sub>1</sub>:** Los datos para la variable precio de productos similares entre comerciantes formales e informales se distribuyen de manera anormal (Asimétrica)

## 3.- Establecer un nivel de significancia

Nivel de significancia (alfa)  $\alpha = 4\%$

## 4.- Seleccionar estadístico de prueba

Kolmogorov- Smirnov

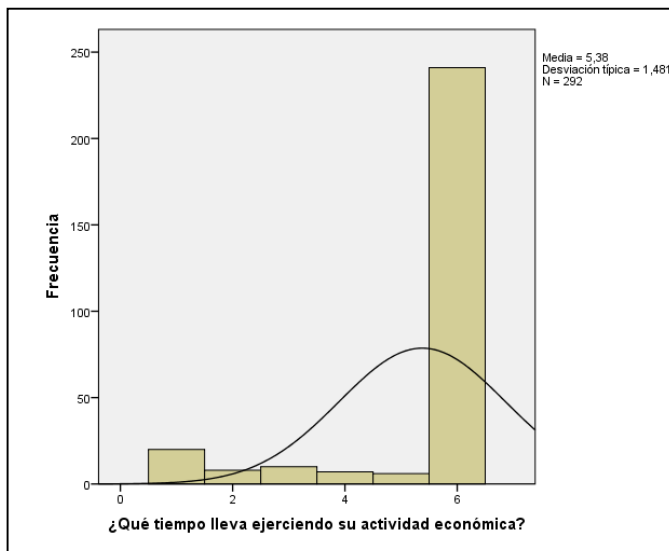
## 5. Valor calculado Kolmogorov-Smirnov= 3,648

**Valor de P=** 0,000

**Interpretación:**  $P < 0,04$ ; por lo tanto, los datos para la variable precio de productos similares entre comerciantes formales e informales se distribuyen de manera anormal (Asimétrica)

**Variable:** incremento de comerciantes informales

### 1.- Histograma



**Figura 41.** Distribución de datos

**Coefficiente de asimetría:** -2,213

**Interpretación:** Distribución asimétrica negativa (Mayor concentración de valores a la izquierda que a la derecha)

**Coefficiente de curtosis:** 3,350

**Interpretación:** Distribución leptocúrtica (Grado elevado de concentración alrededor de valores centrales de la variable)

### 2.- Plantear hipótesis

**H<sub>0</sub>:** Los datos de la variable incremento de comerciantes informales se distribuyen de manera normal (Simétrica)

**H<sub>1</sub>:** Los datos de la variable incremento de comerciantes informales se distribuyen de manera anormal (Asimétrica)

### 3.- Establecer un nivel de significancia

Nivel de significancia (alfa)  $\alpha = 4\%$

### 4.- Seleccionar estadístico de prueba

Kolmogorov- Smirnov

### 5. Valor calculado Kolmogorov-Smirnov= 8,345

Valor de P= 0,000

**Interpretación:**  $P < 0,04$ ; por lo tanto, los datos para la variable incremento de comerciantes informales se distribuyen de manera anormal (Asimétrica)

### Conclusión

Una vez que se aplicó la prueba de normalidad a las 4 variables se logró identificar que ninguna de ellas posee una distribución normal, por ello se procede a aplicar una prueba no paramétrica para medir si existe o no concordancia entre las variables, siendo la prueba de correlación de Pearson la apropiada para su uso en este contexto.

### Prueba estadística

Para la comprobación de las hipótesis planteadas en la investigación se procedió a aplicar la prueba no paramétrica de correlación de Spearman, puesto que la distribución de las variables en estudio es asimétrica. La aplicación de este estadístico se lo realizará en el programa SPSS con el fin de determinar si existe asociación entre las variables cuantitativas analizadas y consecuentemente, ayudará a corroborar la decisión de aceptar o rechazar las hipótesis planteadas.



**Hipótesis de estudio****H0= Hipótesis nula**

Hipótesis H0: El incremento de comerciantes informales no está relacionado con la participación de comerciantes que evaden tributos al año en Sangolquí.

Hipótesis H1: El incremento de comerciantes informales está relacionado con la participación de comerciantes que evaden tributos al año en Sangolquí.

**Preguntas**

Para determinar la aceptación o rechazo de la hipótesis se basó en la información obtenida de la pregunta número cinco y de la pregunta número ocho de las encuestas aplicadas.

Pregunta 5. ¿Qué tiempo lleva ejerciendo su actividad económica?

Pregunta 8. ¿Cuánto paga usted aproximadamente de tributos al año?

**Nivel de significancia**

Se utilizó un nivel de significancia del 4% es decir del 0,04.

Tabla 83

*Tabla de contingencia tiempo de actividad comercial vs pago de tributos*

		¿Cuánto paga usted aproximadamente de tributos al año?									
		No paga	De 1 a 50 dólares	De 51 a 100 dólares	De 101 a 150 dólares	De 151 a 200 dólares	De 201 a 250 dólares	De 251 a 300 dólares	Más de 300 dólares	Total	
<b>¿Qué tiempo lleva ejerciendo su actividad económica?</b>	Menos de un año	Recuento %	15 75,0%	0 0,0%	2 10,0%	2 10,0%	1 5,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	20 100,0%
	1 año	Recuento %	8 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	8 100,0%
	2 años	Recuento %	4 40,0%	0 0,0%	2 20,0%	1 10,0%	3 30,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	10 100,0%
	3 años	Recuento %	2 28,6%	0 0,0%	1 14,3%	1 14,3%	2 28,6%	0 0,0%	1 14,3%	0 0,0%	7 100,0%
	4 años	Recuento %	4 66,7%	0 0,0%	0 0,0%	1 16,7%	0 0,0%	1 16,7%	0 0,0%	0 0,0%	6 100,0%
	más de 4 años	Recuento %	25 10,4%	1 4%	19 7,9%	18 7,5%	27 11,2%	47 19,5%	25 10,4%	79 32,8%	241 100,0%
	Total	Recuento %	58 19,9%	1 3%	24 8,2%	23 7,9%	33 11,3%	48 16,4%	26 8,9%	79 27,1%	292 100,0%

**Tabla 84*****Correlación de Spearman***

			¿Qué tiempo lleva ejerciendo su actividad económica?	¿Cuánto paga usted aproximadamente de tributos al año?
Rho de Spearman	¿Qué tiempo lleva ejerciendo su actividad económica?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000  292	,502**  292
	¿Cuánto paga usted aproximadamente de tributos al año?	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,502**  292	1,000  292

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Conclusión**

El valor de la correlación entre las variables: incremento de comerciantes informales y participación de comerciantes que evaden tributos es de  $(r)_s = 0,502$  lo que significa un valor de relación positiva con una intensidad moderada. La correlación se complementa con la probabilidad relacionada al estadístico (P), que para este caso es de 0,00 de manera que al ser menor al nivel de significancia (0,04) se demuestra que la correlación sí es significativa.

Se concluye que al ser una correlación significativa donde  $(r)_s \neq 0$ ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, el incremento de comerciantes informales está relacionado con la participación de comerciantes que evaden tributos al año en Sangolquí.

**Hipótesis de estudio**

Hipótesis H0: La ganancia percibida por el sector formal no está relacionada con la variación de precios en productos similares entre comerciantes formales e informales de Sangolquí

Hipótesis H1: La ganancia percibida por el sector formal está relacionada con la variación de precios en productos similares entre comerciantes formales e informales de Sangolquí.

**Preguntas**

Para determinar la aceptación o rechazo de la hipótesis se basó en la información obtenida de la pregunta número 15 y de la pregunta número 16 de las encuestas realizadas.

Pregunta 15. ¿Cuál es el precio de sus productos de mayor rotación?

Pregunta 16. ¿Señale cuánto es la ganancia que obtiene a la semana en la venta de sus productos?

**Nivel de significancia**

Se utilizó un nivel de significancia del 4% es decir del 0,04

Tabla 85

Tabla de contingencia de variación de precios vs ganancia del sector formal

		Variación de precios									Total
		49,44% en calzado	43,56% en ropa	27,38% en verduras y frutas	21,93% en comida	35,83% en accesorios	23,37% en abarrotes	0% en plantas	0% en animales	0% en carnes y mariscos	
Ganancia de comerciantes formales	Ninguna	0	0	0	1	1	0	0	0	1	3
	De 1 a 50 dólares	0	4	30	21	13	13	3	1	39	124
	De 51 a 100 dólares	5	28	42	10	1	1	0	0	2	89
	De 101 a 150 dólares	2	3	5	3	0	0	0	0	0	13
	De 151 a 200 dólares	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
	De 201 a 250 dólares	2	0	1	0	0	0	0	0	0	3
	Total	10	36	78	35	15	14	3	1	42	234

Tabla 86

Correlación de Spearman

		Señale la ganancia que obtiene a la semana		Variación de precios
Rho de Spearman	Señale la ganancia que obtiene a la semana	Coefficiente de correlación	1,000	-,633**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	234	234
Variación de precios		Coefficiente de correlación	-,633**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	234	234

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**Conclusión**

El valor de la correlación entre las variables: variación de precios de productos similares y ganancia de comerciantes formales es  $(r_s) = -0,633$  lo que significa un valor de relación negativa con una intensidad moderada. La correlación se complementa con la probabilidad relacionada al estadístico (P), que para este caso es de 0,00 de manera que al ser menor al nivel de significancia (0,04) se demuestra que la correlación sí es significativa.

Se concluye que al ser una correlación significativa donde  $(r_s) \neq 0$ ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, la ganancia percibida por el sector formal está relacionada con la variación de precios en productos similares entre comerciantes formales e informales de Sangolquí.

### 4.3 Descubrimientos principales según objetivos planteados

#### 4.3.1 Identificar la evolución en el tiempo del comercio informal en Sangolquí.

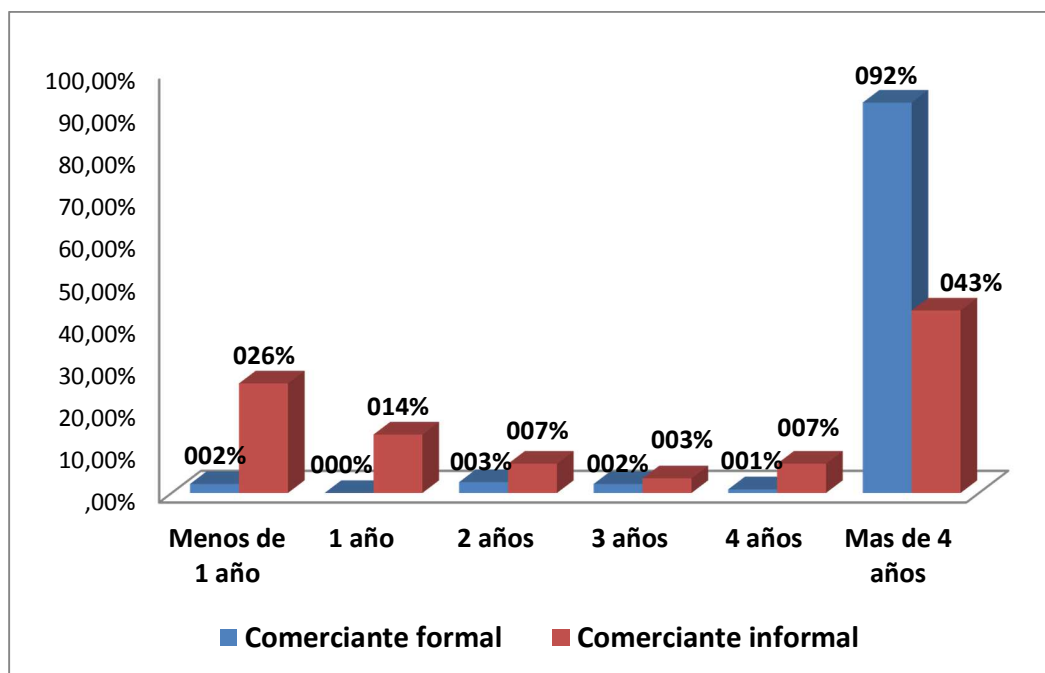


Figura 42. Evolución en el tiempo del comercio en Sangolquí

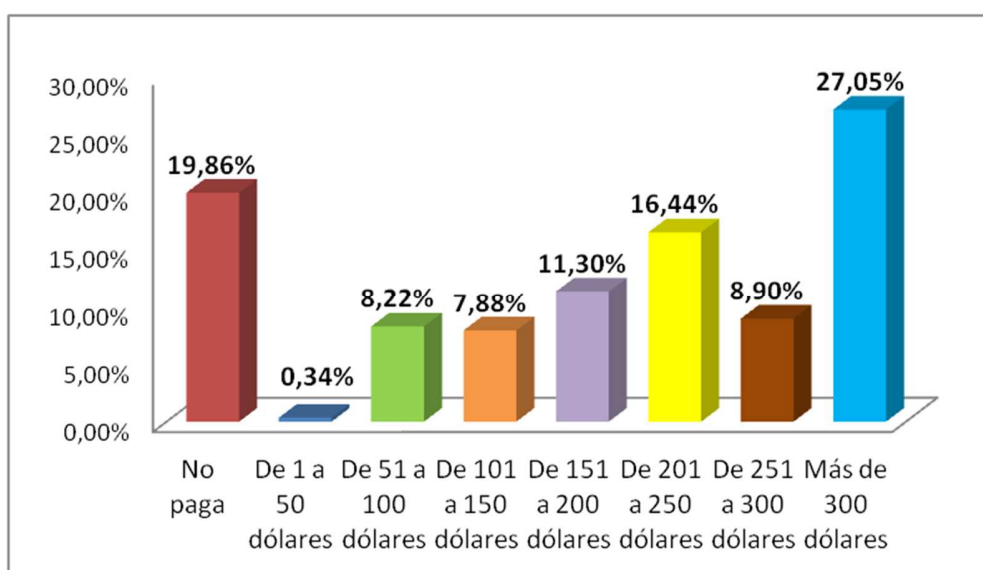
#### Análisis

El cumplimiento del objetivo sí se logró alcanzar, puesto que gracias a los datos obtenidos se identificó un 43,10% del total de comerciantes informales encuestados ejercen sus actividades comerciales por más de 4 años, mientras que un 25,86% de comerciantes informales llevan menos de un año vendiendo sus productos sin algún tipo de permiso de funcionamiento. Esta cifra permite visualizar un crecimiento significativo de comerciantes informales para el año 2016 en comparación de las cifras de años anteriores que no superan el 10% en cada uno de ellos. De manera relevante se identificó que a partir del año 2012 hasta julio del 2016 existió un incremento total del 56,90% de comerciantes informales. El factor inmerso que promueve esta cifra considerable apunta a la situación económica que atraviesa el Ecuador, la cual se refleja en índices crecientes

de desempleo. Por consiguiente, las personas se ven en la necesidad de emprender su propio negocio para poder sustentar sus necesidades y las de sus familias.

Por otro lado, se determina que el comercio formal no muestra un impacto relevante debido que el año con mayor crecimiento fue el 2014 con un 2,56%, siendo una cifra no significativa en comparación a las identificadas en el comercio informal. Esto trae consigo repercusiones en la recaudación de tributos tanto para el Gobierno Nacional como para el Gobierno Autónomo descentralizado de Rumiñahui, afectando de manera directa a las obras publicas a nivel nacional y sobre todo a los avances esperados en el Cantón.

#### 4.3.2 Identificar la participación de comerciantes que contribuyen y evaden al pago de tributos en Sangolquí.



**Figura 43. Participación de comerciantes que pagan y tributan en Sangolquí**

#### Análisis

El objetivo sí se cumplió puesto que los resultados obtenidos muestran que un 19,86% de comerciantes de la parroquia de Sangolquí no pagan algún tipo de tributo al año, esto significa una menor contribución para el Estado y para el Gobierno Municipal de Rumiñahui. Por consiguiente, esta acción limita la capacidad de los gobiernos al



proporcionar apoyo a los bienes y servicios públicos. Sin embargo se logró identificar que personas encargadas de supervisión y cobro de tasas municipales de puestos efectúan los cobros erróneamente a comerciantes que no poseen patentes municipales, esto implica que se genere una inadecuada apreciación por parte de los comerciantes informales al creer que si pagan esa tasa municipal del puesto ya están habilitados para poder ejercer sus actividades comerciales sin problema alguno. No obstante, los únicos permisos para poder desarrollar actividades económicas en zonas de feria son la patente municipal y la tasa municipal de acuerdo a la ordenanza 027-2015 (véase Anexo 4). Una proporción mayoritaria del 27,05% indica un pago de tributos de más de 300 dólares al año, la cual comprende en gran parte a los comerciantes del mercado Turismo, por el hecho de considerarse el mercado más formal de todos.

#### 4.3.3 Determinar la situación actual de ventas del sector formal en Sangolquí.

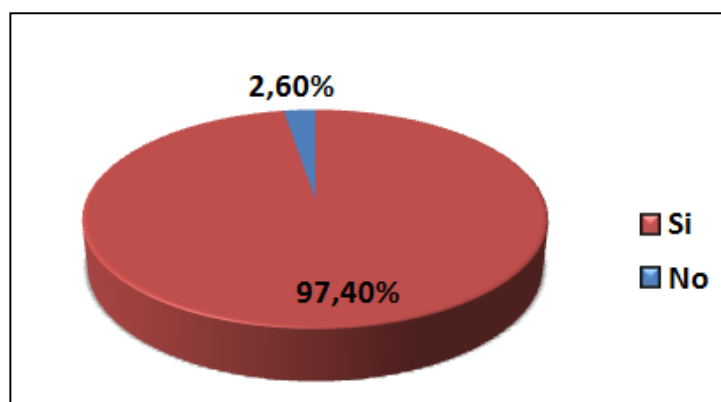


Figura 44. Disminución en ventas del sector formal

#### Análisis

Los resultados indican que el 97,40% de comerciantes manifiestan tener una disminución en sus ventas y el 2,60% del total de comerciantes indican que no han presentado disminuciones. Estas reducciones en ventas apuntan a la situación económica que atraviesa el Ecuador y sobre todo a la presencia de comerciantes informales, quienes generan una competencia al vender productos a un precio menor del que ofrecen los

formales. Esta afectación en ventas obliga a ciertos comerciantes formales a cerrar sus negocios debido a que se ven en un escenario desfavorable para la consecución de ingresos y no resulta conveniente acarrear mayores pérdidas en plazos futuros de sus actividades económicas.

La inconformidad que se presenta por parte del sector formal es que de manera obligatoria deben subir sus precios de venta al público para cubrir costos del producto y gastos destinados al pago de tributos, servicios básicos, sueldos, entre otros. Sin embargo se ha determinado que el segmento de la parroquia de Sangolquí está destinado a consumidores que prefieren precios bajos antes que la calidad de los productos, es por ello que frente a esta circunstancia los comerciantes formales enfrentan inconvenientes al tratar de ofrecer precios bajos a pesar de los gastos que manejan, y a su vez, la competencia por comerciantes informales les obliga también a ofrecer productos a bajos precios para no perder cuota de mercado. Por consiguiente las ganancias que perciben los comerciantes formales se concentran en su gran mayoría en el rango de 1 a 50 dólares a la semana, representando al 52,99% del de vendedores, existen casos donde no se generan ganancias que representan el 1,28% de comerciantes formales y la ganancia máxima se sitúa en el rango de 201 a 250 dólares a la semana, lo misma que representa el 1,28% de vendedores del sector formal.

#### **4.3.4 Comparar la variación de precios de productos similares entre comerciantes formales e informales de Sangolquí.**

El objetivo sí se cumplió y para efectos de relación entre productos de las ramas comerciales en estudio, se procedió a comparar productos de comerciantes formales con los de informales en base a similares características como tamaños, texturas, modelos, colores, entre otros atributos. Los productos que cumplían esta condición se incluyeron para el análisis de precios y su respectiva comparación con otros. El segmento al cual está dirigido el comercio en Sangolquí está enfocado a precios bajos, por ello, el análisis se centró en detectar variaciones de precios de productos con características semejantes. Para el cálculo del porcentaje de variación de precios se multiplicó el resultado de la diferencia máxima de precios por el 100% y ese valor se dividió para el precio más alto

de la comparación de ambos productos, con el fin de conocer cuán barato es un producto con respecto al valor del otro.

### Calzado

**Tabla 87**

*Variación de precios en zapatos*

<b>Producto</b>	<b>Precio Informal</b>	<b>Precio Formal</b>	<b>Variación</b>	<b>% Variación</b>
Zapatos deportivos de niño	\$ 6,00	\$ 10,00	\$ 4,00	40,00%
Zapatos de muñeca	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 5,00	50,00%
Zapatos de lona	\$ 2,50	\$ 6,00	\$ 3,50	58,33%
<b>Promedio</b>				<b>49,44%</b>

### Análisis

Los resultados dentro de la venta de calzados muestran variaciones de precios con respecto a comerciantes formales e informales, por lo cual se determinó un promedio general para esta categoría. El promedio identificado es de 49,44% y representa un estimado de disminución en precios que se puede encontrar en los productos que ofertan los comerciantes informales, siendo éstos más baratos que los ofertados por comerciantes formales.

## Ropa

**Tabla 88**

*Variación de precios en ropa*

<b>Producto</b>	<b>Precio de Informal</b>	<b>Precio de Formal</b>	<b>Variación</b>	<b>% Variación</b>
Saco de lana niño	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 0,00	0%
Pijamas de niño	\$ 5,00	\$ 12,00	\$ 7,00	58,33%
Camisetas poly- algodón	\$ 5,00	\$ 14,00	\$ 9,00	64,29%
Chalecos de algodón	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 0,00	0,00%
Gorras	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 3,00	37,50%
Jean	\$ 10,00	\$ 23,00	\$ 13,00	56,52%
Blusas	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 10,00	66,67%
Vestido de niña	\$ 15,00	\$ 26,00	\$ 11,00	42,31%
Interior hombre	\$ 1,00	\$ 2,50	\$ 1,50	60,00%
Interior mujer	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 1,00	50,00%
<b>Promedio</b>				<b>43,56%</b>

## Análisis

Los resultados indican variaciones en cuanto a los precios de prendas de vestir por parte de comerciantes formales e informales. Estas diferencias se resumen en un promedio de 54,45% lo cual representa un estimado de reducción en los precios ofertados por comerciantes formales con respecto a los precios que ofrecen los informales.

## Verduras y frutas

**Tabla 89**

*Variación de precios en verduras y frutas*

<b>Producto</b>	<b>Precio de Informal</b>	<b>Precio de Formal</b>	<b>Variación</b>	<b>% Variación</b>
Tomate de riñón	\$ 0,07	\$ 0,14	\$ 0,07	50,00%
Tomate de árbol	\$ 0,07	\$ 0,11	\$ 0,04	36,36%
Pimiento verdes	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,00	0%
Limón pequeños	\$ 0,04	\$ 0,07	\$ 0,03	42,86%
Guaba	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,00	0%
Mandarina	\$ 0,07	\$ 0,08	\$ 0,01	12,50%
Libra uvas	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 0,50	33,33%
Manzana	\$ 0,14	\$ 0,25	\$ 0,11	44,00%
<b>Promedio</b>				<b>27,38%</b>

### Análisis

Para el caso de las verduras se determinó un promedio de 27,38% de variación de precios entre los productos que se compararon, siendo los comerciantes informales quienes venden a menor precio y a mayor cantidad que los formales.

## Comida

**Tabla 90**

*Variación de precios en comidas*

<b>Producto</b>	<b>Precio de Informal</b>	<b>Precio de Formal</b>	<b>Variación</b>	<b>% Variación</b>
Jugo de naranja	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 0,50	33,33%
Salchipapa	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 0,50	33,33%
Tortillas de maíz	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 0,00	0,00%
Queso sin sal	\$ 1,50	\$ 1,90	\$ 0,40	21,05%
<b>Promedio</b>				<b>21,93%</b>

### Análisis

De acuerdo a los productos de comida que expenden tanto comerciantes formales como informales se identificó variaciones en los precios que ofertan cada uno, y de acuerdo a un promedio general se obtuvo que los comerciantes informales venden un 21,93% más barato en relación a los precios de productos alimenticios que ofertan los comerciantes formales.

## Accesorios personales

**Tabla 91**

*Variación de precios en accesorios personales*

<b>Producto</b>	<b>Precio de Informal</b>	<b>Precio de Formal</b>	<b>Variación</b>	<b>% Variación</b>
Correa de cuerina	\$ 3,00	\$ 5,00	\$ 2,00	40,00%
Aretes	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 0,50	33,33%
Gafas Ray Ban (copia)	\$ 3,00	\$ 5,00	\$ 2,00	40,00%
Estuche de celular	\$ 3,50	\$ 5,00	\$ 1,50	30,00%
<b>Promedio</b>				<b>35,83%</b>

### Análisis

Los resultados reflejan una variación de precios en la venta de accesorios personales con relación a comerciantes formales e informales, por lo que se determinó un promedio general de 35,83% para esta categoría y representa la disminución en el precio que ofrece el comerciante formal con relación al comerciante informal. Por ende, resulta más barato adquirir estos productos en negocios informales.

### Carnes y mariscos

Para el caso de venta de carnes y mariscos no se identificó comerciantes informales dentro de la muestra determinada, sin embargo existen variaciones de precios entre competidores formales que revelan un promedio del 31,15% adicional del precio más bajo que ofrecen los comerciantes formales. De manera relevante se encontró que las zonas donde ofrecen este tipo de productos al menor precio son las calles de la feria de Sangolquí, siendo ésta una zona inapropiada para expender estos productos debido al nivel de contaminación que se percibe en las calles.

**Abarrotes**

Dentro de la rama de abarrotes se identificó la participación de comerciantes formales e informales únicamente en la venta de aceites de cocina, en donde se muestra un incremento de precios en la venta de aceite “El Cocinero” 900 ml por parte del comerciante informal con respecto a los formales que representa el 33,33%. En cuanto a la venta de arroz, azúcar y maíz no se identificó ventas por parte del sector informal, sin embargo se encontró variaciones dentro de los precios que ofrecen entre comerciantes del sector formal.

**Plantas**

Con respecto a la venta de plantas y a la muestra de encuestados no se identificó comerciantes informales que se dediquen a esta actividad comercial, por lo cual se encontró que el precio promedio que expenden plantas de distintos tipos es de \$1,00 por parte de negocios formales.

**Animales**

Para el caso de animales y conforme a la muestra de encuestados no se identificó comerciantes informales que se dedican a esta actividad comercial, sin embargo se visualizó que la venta de animales en la feria de Sangolquí no está ubicado en un lugar apropiado, ya que se genera insalubridad en las vías públicas. Un promedio de precios de animales de crianza alcanza los \$2,00.



### 4.3.5 Identificar el interés en cursos de capacitación por parte del GAD Rumiñahui

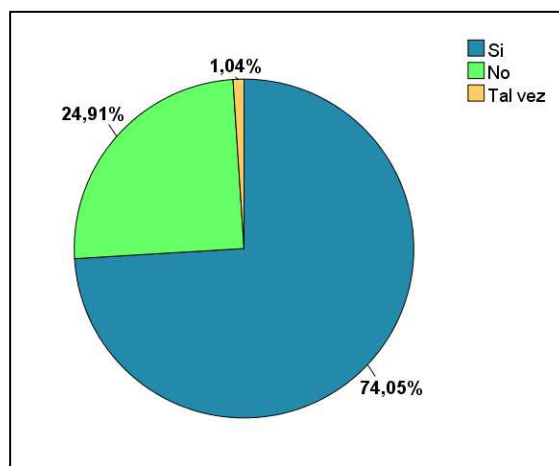


Figura 45. Aceptación de capacitaciones

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron y al objetivo planteado se determinó que existe un grupo de comerciantes que se encuentran en desacuerdo por seguir recibiendo capacitaciones por parte del GAD Rumiñahui, quienes representan el 24,91% de comerciantes encuestados. Este grupo afirma que no existe la metodología adecuada para una mayor comprensión de las asesorías. Es por ello que se decide plantear una propuesta que mitigue estos problemas para que los comerciantes se encuentren capacitados en temas actuales de mercado laboral y promover al grupo de comerciantes que están indecisos que representan el 1,04% y a quienes sí están de acuerdo en seguir las asesorías que comprenden 74,05%, esto traerá beneficios al momento de ejercer las actividades económicas.

## 4.4 Propuesta

### Alianzas estratégicas

Establecer convenios entre comerciantes de la calle y el Municipio de Rumiñahui para impulsar la creación de un espacio público donde se pueda ejercer actividades comerciales con normalidad, este espacio contará con una sección de frutas y verduras, sección de ropa, calzado y accesorios, patio de comidas y parqueaderos. Para llevar a

cabo esta obra se espera contar con la contribución de recursos necesarios por parte del Municipio de Rumiñahui y por parte de los comerciantes que ejercen sus actividades comerciales en la calle. La alianza estratégica en mención permitirá que los comerciantes laboren en un espacio con mayor seguridad y a la vez ayudará a que los negocios afectados por los comerciantes de la calle puedan vender sin ningún problema debido a que ya no se verán afectados por la imagen poco visible que dejaba a los consumidores. Por consiguiente, la obra beneficiará también al Municipio de Rumiñahui al promover el turismo en Sangolquí en donde se pretende atraer un mayor número de consumidores y satisfacer las expectativas de cada uno de ellos en un lugar seguro y apropiado. Además se deberá establecer convenios con transportistas de diferentes líneas de autobuses del Valle de los chillos para la apertura de nuevas rutas destinadas a este nuevo sitio comercial, esta alianza permitirá una mayor accesibilidad para quienes se trasladen por este medio de transporte y requieran conocer los beneficios que ofrece el comercio situado en esta zona para generar concurrencia hacia la misma.

Con el fin de no afectar la economía que se desarrolla en las zonas céntricas por el traslado de los comerciantes de la calle a este nuevo espacio, se impulsará junto con la ayuda del municipio la restructuración de la calle Venezuela, siendo la avenida principal donde se desarrollan diferentes actividades comerciales. De esta forma se pretende instaurar una imagen cultural a la calle para que sea reconocida como una vía pública únicamente peatonal, la cual atraerá visitantes por su diseño cultural. Consecuentemente, la obra se convierte en motivo de turismo y a la vez permitirá impulsar el comercio de los negocios en locales ya establecidos de las calles céntricas de Sangolquí.

### **Estrategias de publicidad**

El establecimiento del nuevo espacio comercial requiere de un plan de publicidad para que los consumidores conozcan la fecha de apertura y la ubicación que tendrá el mismo. Por lo tanto, es necesario establecer una marca para este nuevo mercado, la cual deberá ser posicionada por los bajos precios que se ofrecerá en la venta de productos. El posicionamiento de este mercado requerirá de gran cantidad y

frecuencia de campañas publicitarias con el apoyo del Municipio de Rumiñahui. La campaña publicitaria consistirá en la difusión del nuevo mercado mediante rótulos, anuncios en autobuses y taxis, redes sociales, volantes y el alquiler de espacios públicos donde se instalen afiches publicitarios con el fin de que los consumidores vayan adquiriendo información del nuevo mercado en apertura.

La remodelación de la avenida Venezuela conlleva también un requerimiento de publicidad, la misma que será cubierta con anuncios publicitarios que den a conocer las actividades culturales que se realizarán en especial en los días jueves, sábado y domingo que eran los establecidos para la feria. De esta forma se pretende alcanzar además un nuevo segmento de mercado que guste de la presencia de atractivos culturales como danzas, obras de teatro, comida típica y artesanías en esta zona céntrica de Sangolquí.

Es recomendable realizar un estudio preliminar para identificar al nivel de aceptación del nuevo espacio comercial, lo cual permitirá desarrollar la obra con un alto consenso de quienes están involucrados en la misma. Adicionalmente, surge la necesidad de realizar estudios con respecto al segmento al cual está destinado la remodelación de la calle Venezuela y al segmento dirigido por la apertura del nuevo espacio comercial, de esta forma se implantarán las debidas estrategias de marketing para impulsar el crecimiento económico en los negocios de la parroquia de Sangolquí.

### **Plan de capacitación**

Brindar un programa de capacitación orientado al campo de ventas, tributación, contabilidad y comercio electrónico para los comerciantes de la parroquia de Sangolquí, el cual se impartirá de acuerdo a temas actuales e innovadores que permitirán satisfacer al 22,70% de comerciantes que manifestaron desinterés en seguir recibiendo cursos de capacitación por parte del Municipio de Rumiñahui, esto debido a las clases monótonas y repetitivas de temas ya vistos.

La capacitación en ventas permitirá a los comerciantes adquirir conocimientos con relación a estrategias de comercialización, así estarán capacitados en cuanto a la aplicación de distintas promociones en sus productos, el adecuado trato con el cliente, las decisiones a tomar frente a la competencia, la forma de establecer fidelización con

los clientes y demás temas relacionados que se pretenden impartir con el fin de incrementar la cuota de mercado y el margen de ganancia que aspiran alcanzar los comerciantes de Sangolquí.

La capacitación contable permitirá fomentar el hábito del ahorro mediante asesorías de cómo llevar un registro de ingresos y egresos de las transacciones realizadas por los comerciantes, por lo tanto, estarán capacitados en reconocer si sus inversiones están generando la suficiente ganancia en sus negocios y en qué medida se lo ha alcanzado. De acuerdo al resultado final los comerciantes estarán en la capacidad de tomar las respectivas decisiones frente a la situación de sus ventas.

Los resultados de la encuesta reflejaron que un 11,40% del total de encuestados no pagan ningún tipo de tributo, por lo que surge la necesidad de impartir asesorías en cuanto a la importancia del pago de tributos destinados al Gobierno Municipal y al Gobierno Nacional, generando así conciencia que el pago de estos valores permitirá mayor equidad entre todos los comerciantes y a la vez se verán reflejados en servicios y obras públicas.

El comercio electrónico ayudará a que los comerciantes manejen páginas web y redes sociales para alcanzar nuevos segmentos de mercados, y expandir sus negocios mediante la publicidad de sus productos en estos medios. Así mismo, se impartirán asesorías del uso y manejo del dinero electrónico para que los comerciantes no presenten inconvenientes al interactuar con nuevos segmentos en los que se inmiscuyan clientes que requieran hacer pagos de las transacciones con dinero electrónico.

Se establecerán mecanismos de control durante las capacitaciones impartidas para verificar la eficiencia en cuanto a la comprensión de asesorías y a su vez, poder detectar dificultades a tiempo. Posteriormente se evaluará los resultados obtenidos mediante la observación de cambios efectuados en la cultura tributaria y en los niveles de ventas de los comerciantes formales e informales de la parroquia de Sangolquí.

**Tabla 92**  
**Matriz de propuesta de investigación**

Objetivos estratégicos	Estrategias	Actividades	Acciones	kpi's	Metas	Responsables	Presupuesto
Implementar un plan de reubicación de comerciantes de la calle	Determinación de la factibilidad que conlleva la reubicación	Elaboración de un estudio de factibilidad	Aplicación de encuestas y entrevistas a los consumidores del Valle de los Chillos y autoridades del GAD Rumiñahui	% de avance de factibilidad	95% 6 meses	Municipio de Rumiñahui	\$ 10.000,00
	Determinación del estudio técnico para la reubicación	Elaboración de un estudio técnico	Análisis de la localización y tamaño del proyecto	% de avance de estudio técnico	95% 6 meses	Municipio de Rumiñahui	\$ 10.000,00
Desarrollar alianzas estratégicas institucionales	Establecimiento de alianzas estratégicas con el Municipio de Rumiñahui	Reuniones en donde se expongan los recursos y costos que conllevará una reubicación	Firma de convenios pactados entre Municipio de Rumiñahui y representantes de comerciantes de la calle	Número de alianzas estratégicas firmadas	2 Alianzas estratégicas	Autoridades del Municipio de Rumiñahui y representantes de comerciantes	\$ 1000,00
	Establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones financieras	Reuniones para tratar el financiamiento mediante créditos	Firma de convenios entre instituciones financieras, GAD Rumiñahui y comerciantes	Número de créditos aprobados	40% créditos aprobados	Autoridades del Municipio de Rumiñahui, Institución financiera y comerciantes	\$ 100.000,00
	Establecimiento de alianzas estratégicas con transportistas de líneas de autobuses del Valle de los Chillos	Reuniones para definir líneas de autobuses y las nuevas rutas que permitirán llegar al nuevo espacio comercial	Firma de convenios pactados entre transportistas, GAD de Rumiñahui Y Agencia Nacional de Tránsito	Número de compañías de autobuses con nuevas rutas	3 compañías de transporte	Transportistas, Municipio de Rumiñahui y Agencia Nacional de Tránsito	\$ 1000,00

Continúa



Definir estrategias de publicidad	Creación de una marca para el nuevo espacio comercial	Posicionamiento de la marca por la diversidad de productos a los mejores precios	Difusión de la marca mediante rótulos, anuncios en autobuses y taxis, redes sociales, radio, televisión y el alquiler de espacios públicos donde se instalen afiches publicitarios	Tiempo de posicionamiento	1 año	Autoridades del Municipio de Rumiñahui y representantes de comerciantes de la calle	\$ 10.000,00
	Rediseño de la imagen de la calle Venezuela a un estilo cultural	Posicionamiento de la calle como destino turístico que destaque aspectos culturales	Difusión de las actividades culturales a realizar por medio de pantallas gigantes, redes sociales, prensa escrita y volantes, en especial en los días jueves, sábado y domingo que eran los establecidos para la feria	Tiempo de rediseño del sector	1 año	Autoridades del Municipio de Rumiñahui	\$ 100.000,00
Implementar un programa de capacitaciones	Establecimiento de asesorías con respecto a temas como: ventas, tributación, contabilidad y comercio electrónico	Contratación de personal altamente capacitado	Elaboración de cronogramas para cada asesoría	Número de profesores	4 Profesores	Autoridades del Municipio de Rumiñahui	\$ 6.000,00
	Elaboración de folletos que incluyan manuales y ejemplos ilustrativos.	Entrega de material necesario para las asesorías	Desarrollo de actividades y talleres	Número de alumnos que aprueban talleres	50 primera etapa 4 meses	Autoridades del Municipio de Rumiñahui	\$ 10.000,00
	Medición de conocimientos adquiridos puestos en práctica	Elaboración de evaluaciones	Determinación de calificaciones obtenidas y la debida retroalimentación	Porcentaje de nivel de aprendizaje	90% 6 meses	Profesores de asesorías	\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>							<b>\$ 249.000,00</b>

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES**

La evolución del comercio informal en el tiempo denota una mayor concentración de comerciantes que ejercen sus actividades por más de 4 años, lo cual representa el 43,10% del total de comerciantes inmersos en este sector, mientras que el 56,9% restante lo están ejerciendo por no más de 4 años. Junto a ello se refleja una tendencia de crecimiento a partir del año 2013 donde las cifras empiezan a presentar progresiones de comerciantes que se integran al sector informal, siendo el 25,86% la cifra de mayor alza correspondiente al periodo 2015-2016.

La participación de comerciantes que tributan en Sangolquí representa el 80,14% mientras que el 19,86% restante de comerciantes no contribuyen al pago de tributos. Esta evasión significa una menor contribución para el Estado y para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui, que a su vez, limita la capacidad de los Gobiernos al proporcionar apoyo a los bienes y servicios públicos para todos los ciudadanos.

Los resultados indican que el 97,40% del total de comerciantes formales manifiestan tener disminuciones en sus ventas, mientras que el 2,60% restante indican no haber presentado reducción en ventas. Esta disminución se origina por las mayores causas identificadas como lo son: la situación económica que atraviesa el Ecuador con un 38,07% y a su vez por la presencia de comerciantes informales que representa el 31,57% del total de las causas. Los comerciantes formales consideran en su mayoría una reducción de más del 50% en sus ventas, esta afectación converge en las ganancias percibidas, por lo cual se detectó que la mayor parte de comerciantes formales perciben ganancias de 1 a 50 dólares a la semana representando el 51,71% del total de comerciantes de este sector.

Se identificó variaciones en precios de productos de comerciantes informales con respecto a formales, siendo así que los productos ofertados por el sector informal resultan ser más baratos que los del formal. Esta reducción de precios se debe a que los comerciantes informales no pagan tributos y por ello pueden vender similar producto que oferta el comerciante formal pero a un menor precio. Por consiguiente, esta acción conlleva a la generación de una competencia y afecta en gran medida a las ventas de los negocios formales.



## RECOMENDACIONES

Establecer de manera conjunta con el Municipio de Rumiñahui una planificación que implique la reubicación de los comerciantes formales e informales que ejercen sus actividades económicas en las calles de Sangolquí, debido a que las cifras de comerciantes siguen en aumento y se requiere de un lugar apropiado que abarque la totalidad de capacidad instalada de comerciantes, de esta forma se logrará obtener un mercado formal que se desarrolle de manera regular y sin inconvenientes.

Orientar los beneficios que conlleva el pago de tributos cuando se ejerce una actividad económica, de esta forma se contribuye a los Gobiernos locales y nacionales, que a su vez reflejan los resultados en bienes y servicios públicos destinados al beneficio de todos los ciudadanos.

Establecer un mecanismo de control para que los productos que ofertan los comerciantes sean regularizados en cuanto a precio, cantidad y calidad, de esta manera se logrará desarrollar un comercio estrictamente regularizado bajo las debidas ordenanzas municipales y serán motivo de sanciones quienes incumplan las normas vigentes.

Con la apertura de un nuevo espacio destinado a los comerciantes de la calle, se requiere del control de agentes municipales para evitar que nuevos comerciantes se sitúen en las calles céntricas de Sangolquí y desarrollen sus actividades económicas, este control permitirá que los locales ya establecidos como formales no presenten inconvenientes con relación a la imagen de sus negocios y a la competencia que se genera en la venta de sus productos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adelman, I. (1974). *Teorías del Desarrollo Económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Alarcón, C. (1989). *Sector Informal: Problema o Solución*. Quito: Fondo Ecuatoriano de Desarrollo.
- Allingham, M., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1, 323-338.
- Alther, M. (2012). *La economía informal: definiciones, teorías y políticas*. Cambridge: Harvard Kennedy School.
- Andersen, P. (1977). Tax evasion and labor supply. *Scandinavian Journal of Economics*, 3, 375-383.
- Arias, F. (2004). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica*. Caracas: Episteme.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Quito: Asamblea Nacional.
- Bavaresco de Prieto, A. (2001). *Proceso Metodológico de la Investigación. Cómo hacer un Diseño de Investigación*. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Prentice Hall.
- Cantillon, R. ([1755] 1978). *Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Carrera, L. (2010). *Derecho de la Competencia*. Maestría de Derecho Propiedad Intelectual.
- Castells, M., & Portes, A. (1989). The informal economy: Studies in advanced and less developed countries. En M. Portes, M. Castells, & L. Benton, *World underneath: The origins, dynamics and effects of the informal economy* (págs. 11-37). Baltimore: Johns Hopkins Press.

- CEPAL. (2005). *Estudio económico de América Latina y el Caribe 2004-2005*. Santiago: Naciones Unidas.
- Cerda, H. (1997). *La investigación total*. Bogotá: Magisterio.
- Cowell, F. (1990). *Cheating the government: The economics of evasion*. London: MIT Press.
- Daleva Da Silva, S. M. (2003). *Trabajo informal género y cultura: el conjunto de actividades económicas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto*. Sao Paulo: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Daleva Da Silva, S. M. (2003). *Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal en el sur de Brasil*. Sao Paulo: Universidad Autònoma de Barcelona.
- De Soto, H. (1987). *El Otro Sendero: La Revolución Informal*. Bogotá: Printer Colombiana.
- De Soto, H. (1989). *The other path: The invisible revolution in the third world*. New York: Harper and Row.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación. Fundamentos y Metodología*. México: Prentice Hall.
- El Comercio. (25 de Mayo de 2014). La feria de Sangolqui atraen a gente de Quito, Tumbaco, Cumbaya. *El Comercio*, pág. B2.
- Farrell, D. (2004). Boost growth by reducing the informal economy. *The Asian Wall Street Journal*, 18-29.
- Feldstein de Cárdenas, S. L. (2011). *La noción del consumidor en Mercosur*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Giles, D., & Johnson, B. (2002). Taxes, Risk-Aversion, and the Size of the Underground Economy: A Nonparametric Analysis With New Zealand Data. *Pacific Economic Review*, 7, 97-113.
- González, M. (2012). *Los factores que inciden en la consolidación del comercio informal en vía pública, el caso de la feria de cachueros de la av. Argentina en Valparaiso*. Santiago de Chile: Universidad de Valparaiso.

- González, N. (2011). *El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Gutierrez Monte, A. (2012). *Factores económicos*. Mac Graw Hill: Madrid.
- Harris, J., & Todaro, M. (1970). *Migración, el desempleo y el desarrollo*. American Economic Review.
- Harth, K. (1971). "Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana", artículo presentado en una conferencia sobre "Desempleo urbano en África" en el Instituto de Estudios del Desarrollo (IDS) de la Universidad de Sussex.
- Hernandez, Fernandez, Baptista. (2000). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2014). *Metodología para medir el empleo en Ecuador*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2015). *Reporte de Economía Laboral - Diciembre 2015*.
- Isachsen, A., & Strom, S. (1980). The hidden economy; the labour market and tax evasion. *Scandinavian Journal of Economics*, 82, 304-311.
- Jany, J. (1994). *Investigación integral de mercados*. Bogotá: McGraw Hill.
- Kerin, R., Berkowitz, E., & Rudelius, W. (2004). *Marketing*. México: McGraw Hill.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- La Porta, R., & Shleifer, A. (2008). The unofficial economy and economic development. *Brookings Papers on Economic Activity*, 275.
- La Porta, R., & Shleifer, A. (2014). Informality and development. *Journal of Economic Perspectives*, 28, 109-126.
- Levy, S. (2008). *Good Intentions, bad outcomes: social policy informality and economic growth in Mexico*. Washington, DC: Brookings Institution Press.

- Lewis, W. (1954). Economic development with unlimited supplies of labor. *Manchester School of Economic and Social Studies*, 22, 139-191.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. México: McGraw Hill.
- Loayza, N. (1997). *The economics of the informal sector: a simple model and some empirical evidence from Latin America*. The World Bank.
- López, H. (Septiembre de 2005). <http://www.banrepcultural.org>. Obtenido de Ensayos sobre economía laboral colombiana:  
<http://www.lablaa.org/blaavirtual/economía/ensayoecono/1111.htm>
- López, M., & Cruz, M. (2014). Economía informal, empleabilidad y ética profesional en México. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 198 – 204.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Maloney, W. (2004). Informality revisited. *World Development*, 32, 1159-1178.
- Martín, V. (1992). Jornada, incentivos y pendiente de la curva de oferta de trabajo. *Economía y Sociología del Trabajo*, 15-16, 164-74.
- Martínez, J. (10 de Febrero de 2005). *El desempleo en la economía del mercado, virtudes e inconvenientes*. Obtenido de  
<http://www.eumed.net/cursecon/14/index.htm>
- Meidana, J. (2007). *Externalidades del comercio informal*. La Paz: UPC.
- Méndez, C. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Bogotá: Mc.Graw- Hill.
- Muñoz, C. (1998). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Prentice Hall.
- OIT. (1972). *Employment Incomes and Equality: A strategy for increasing productive employment in Kenya*. Geneve.
- Organización de Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de desarrollo del milenio*. Ginebra: Organización de Naciones Unidas.
- Organización Internacional del Trabajo. (2005). *Economía informal, Trabajo no declarado y Administración del trabajo*. Ginebra.

- Ossorio, M. (2000). *Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales*. Buenos Aires: Heliasta.
- Parry, G., Maloney, W., Arias, O., Fainzylber, P., Mason, A., & Saavedra-Chanduvi, J. (2008). *Informality: Exclusion and Exit*. Washington, DC: World Bank.
- Peralta, J. (2014). *El Estudio Socioeconómico del trabajo informal y su efecto en el Sector Comercial la Bahía de la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Pérez, H. (2008). *Estadística para las ciencias sociales, del comportamiento y de la salud*. México: Cengage Learning.
- Ramos Flores, A. (2012). *Concepto y Naturaleza Jurídica de los Impuestos*. Mexico.
- Rodriguez , M. (2010). *Métodos de Investigación*. México: Ed. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Rodriguez Olivera, N., & López Rodriguez, C. (2011). <http://www.derechocomercial.edu.uy>. Recuperado el 24 de Enero de 2016, de El comercio: <http://www.derechocomercial.edu.uy/RespComercio01.htm>
- Rodríguez, J. (15 de Abril de 2012). Obtenido de La economía laboral en el período clásico de la historia del pensamiento económico: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/jrcr/completa.pdf>
- Rothenberg, A., Gaduh, A., Burger, N., Chazali, C., Tjandraningsih, I., Radikun, R., . . . Weilant, S. (2016). Rethinking Indonesia's Informal Sector. *Elsevier*, 80, 96–113.
- Rubio, M. (2014). El trabajo informal en Colombia. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 7(13), 23-40.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.
- Sandmo, A. (1981). Income tax evasion, labour supply and the equity-efficiency trade off. *Journal of Public Economics*, 16, 265-288.
- Schneider, F. (2005). Shadow Economy around the World: What do we really know? *European Journal of Political Economy*, 21, 598-642.
- Seijas, F. (1993). *Investigación por muestreo*. Caracas: Faces/UCV.

- Sibhat, E. (2014). *Cause and Effect of Informal Sector: the case of Street vendors in Addis Ababa, Ethiopia*. Addis Ababa: Universitete I Norland.
- Siles, M. (2013). *Módulo de investigación de mercados*. Tarapoto: Universidad Peruana Unión.
- Silva, D. (2006). *Espacio Urbano y Comercio en Vía Pública*. Ciudad México: Facultad Lationamericana de Ciencias Sociales.
- Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte. (2002). *Títulos y Descripciones*. México: INEGI.
- Smith, A. ([1776] 1988). *La Riqueza de las Naciones*. Barcelona: Oikus-tau.
- Stanton, Etzel, & Walker. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw Hill.
- Teja, R., & Lopez, N. (2013). Un estudio en el municipio de Texcoco, Edo. de México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(4).
- Velazquez, A., & Rey, N. (2007). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Véliz, C. (2011). *Estadística para la administración y los negocios*. México: Pearson Educación.
- Webster, A. (2000). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. Santa Fe de Bogotá: McGraw Hill.