



unl

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE FINANZAS

**Economía informal: Análisis al comercio ambulante en la ciudad de Loja,
año 2021**

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciado en Finanzas.

AUTOR:

Luis Andrés Paladines Granda

DIRECTORA:

Ing. Andrea Judith Neira Paredes. Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2022

Certificación del Trabajo de Integración Curricular

Loja, 19 de abril de 2022

Ing. Andrea Judith Neira Paredes. Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular titulado: **“Economía informal: Análisis al comercio ambulante de la ciudad de Loja, año 2021”** de autoría del estudiante Luis Andrés Paladines Granda, previa a la obtención del título de Licenciado en Finanzas, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.



Firmado electrónicamente por:
**ANDREA JUDITH
NEIRA PAREDES**

Ing. Andrea Judith Neira Paredes. Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, Luis Andrés Paladines Granda, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1105140378
Fecha: 18 de julio de 2022
Correo electrónico: luis.a.paladines@unl.edu.ec
Teléfono o Celular: 0981897125

Carta de autorización del Trabajo de Integración Curricular por parte del autor para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.

Yo, Luis Andrés Paladines Granda, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular titulado “**Economía informal: Análisis al comercio ambulante en la ciudad de Loja, año 2021**” como requisito para optar el título de Licenciado en Finanzas, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 18 días del mes de julio del dos mil veintidós, suscribe el autor.

Firma:

Autor: Luis Andrés Paladines Granda

Cédula: 1105140378

Dirección: Loja

Correo electrónico: luis.a.paladines@unl.edu.ec

Celular: 0981897125

DATOS COPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Integración Curricular:

Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.

Tribunal de Grado:

Presidente: Ing. Jesús Raquel Padilla Andrade

Vocal: Ing. Lina Patricia Castillo Ojeda

Vocal: Ing. Lourdes Gabriela Salinas Rojas

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico primeramente a Dios, quien con su sabiduría me supo guiar y dar las fuerzas necesarias para continuar en este arduo camino cumpliendo cada una de las metas planteadas.

De manera especial a mi madre, Germania Magdalena Granda Córdova, por ser mi motor y mi ejemplo a seguir, tu esfuerzo, sacrificio, y tener que salir del país por darnos una mejor vida jamás fueron en vano, hoy por hoy está el resultado de todo eso, gracias por ser el apoyo en toda mi vida, para poder llegar donde estoy y convertirme en lo que soy ahora, te amo mamá.

A mis abuelos, quienes han sido el pilar fundamental en el transcurso de mi vida, especialmente para mi abuelo, esto es por ti mi viejo, aquí está tu Lucho siguiendo tu legado, gracias Papá, un abrazo hasta el cielo.

A mis queridos padres por su apoyo incondicional que día a día me brindan, a mis tíos, primos y demás familiares y todos quienes contribuyeron a cumplir con este trabajo, previo a la obtención del título de licenciado en finanzas, para mis hermanas y sobrinas por ser mis fieles compañeras y mi apoyo fundamental, y llenarme de valor para poder cumplir con las metas propuestas, no sería nada sin ustedes, las amo.

Finalmente, a mi novia, quien durante el desarrollo de esta investigación me apoyó y me brindó su ayuda y comprensión en todo momento.

Luis Andrés Paladines Granda

Agradecimiento

En primer lugar agradezco a Dios por darme las fuerzas necesarias y poder culminar con éxito mis estudios, de igual forma dejar mi profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica, Social y Administrativa, Carrera de Finanzas, por acogerme en sus instalaciones y darme la oportunidad de forjarme como profesional, de manera especial a los docentes de la carrera, quienes con su paciencia, dedicación y compromiso supieron impartirme sus conocimientos para que pueda aportar al desarrollo de la sociedad con ética y profesionalismo.

Un agradecimiento especial al Ing. Jorge Luis López Lapo. Mgtr. Sc. y a la Ing. Andrea Judith Neira Paredes. Mg. Sc., quienes con su experiencia y acertada asesoría coordinaron el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular.

De igual manera a mis compañeros, quienes de una u otra forma me brindaron su ayuda incondicional en el transcurso de toda la carrera.

A las personas que se dedican al comercio ambulante en la ciudad de Loja, quienes me brindaron la información pertinente y necesaria para el pleno desarrollo y culminación del presente trabajo.

Finalmente, a todas aquellas personas que de una u otra forma estuvieron brindándome su ayuda y comprensión en los momentos que más los necesite.

Gracias.

Luis Andrés Paladines Granda

Índice

Portada.....	i
Certificación del Trabajo de Integración Curricular	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice.....	vii
Índice de Figuras	ix
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Anexos	xii
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1. Fundamentos teóricos	6
4.1.1. <i>Economía</i>	6
4.1.2. <i>Comercio</i>	7
4.1.3. <i>Vendedor</i>	11
4.1.4. <i>Finanzas</i>	12
4.1.5. <i>Administración financiera</i>	13
4.1.6. <i>Evidencia de estudios previos</i>	18
5. Metodología.....	24
5.1. Tipos de investigación	24
5.1.1. <i>De campo</i>	24
5.1.2. <i>Descriptiva</i>	24
5.1.3. <i>Cualitativa</i>	24
5.2. Métodos de investigación	24
5.2.1. <i>Deductivo</i>	24
5.2.2. <i>Inductivo</i>	24
5.3. Técnicas de investigación	25
5.3.1. <i>Bibliográficas</i>	25

5.3.2.	<i>Encuestas</i>	25
5.4.	Población y muestra.....	25
5.4.1.	<i>Población</i>	25
5.4.2.	<i>Muestra</i>	26
5.5.	Materiales	27
5.5.1.	<i>Materiales físicos</i>	27
5.5.2.	<i>Materiales digitales</i>	28
5.6.	Matriz.....	29
6.	Resultados.....	32
6.1.	Objetivo 1: Identificar las condiciones socio económicas de los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja mediante la aplicación de una encuesta.	32
6.2.	Objetivo 2: Segmentar el giro de negocio al que se dedican los comerciantes ambulantes y establecer como está constituido cada uno.....	49
6.3.	Objetivo 3: Propuesta para mejorar las condiciones de vida de los vendedores ambulantes de la ciudad de Loja.....	62
7.	Discusión.....	69
8.	Conclusiones	71
9.	Recomendaciones	72
10.	Bibliografía.....	73
11.	Anexos.....	77

Índice de Figuras

Figura 1. Sexo de los encuestados.....	32
Figura 2. Edad de los encuestados	33
Figura 3. Nivel de instrucción que poseen los encuestados	33
Figura 4. Estado civil de los encuestados.....	34
Figura 5. Número de personas que integran el núcleo familiar	35
Figura 6. Escolaridad de los hijos de las personas encuestadas	35
Figura 7. Motivo por el cual no se encuentran estudiando los hijos de los comerciantes.....	36
Figura 8. Seguridad social de los comerciantes encuestados	37
Figura 9. Servicios básicos que poseen los encuestados.....	37
Figura 10. Electrodomésticos que poseen los comerciantes ambulantes	38
Figura 11. Tipo de vivienda de los encuestados	38
Figura 12. Material predominante del piso de la vivienda de los encuestados	39
Figura 13. Lugar de residencia de los comerciantes ambulantes	39
Figura 14. Nivel de ventas diarias de los comerciantes ambulantes	40
Figura 15. Fuente extra de ingreso de los comerciantes	40
Figura 16. Miembro del hogar que aporta con ingresos extras	41
Figura 17. Procedencia del ingreso extra dentro del hogar de los comerciantes	41
Figura 18. Promedio de gastos mensuales de los comerciantes.....	42
Figura 19. Ahorros de los comerciantes ambulantes	43
Figura 20. Lugar en donde los encuestados aseguran sus ahorros	43
Figura 21. Valor de ingresos que destinan mensualmente al ahorro los encuestados.....	44
Figura 22. Motivo por el cual los encuestados no destinan dinero al ahorro.....	44
Figura 23. Conocimiento de los encuestados para estimar el precio de venta.....	45
Figura 24. Conocimiento de los comerciantes ambulantes sobre como fijar un descuento...	46
Figura 25. Conocimiento de los encuestados acerca de la planificación	46
Figura 26. Distribución del dinero de los comerciantes.....	47
Figura 27. Destino que le dan los comerciantes ambulantes a las utilidades del negocio	48
Figura 28. Actividad comercial que realizan los comerciantes ambulantes	49
Figura 29. Constitución y administración del negocio de los comerciantes	50
Figura 30. Procedencia de los productos que expenden los comerciantes en la localidad	51
Figura 31. Los encuestados cuentan con inscripción del Registro Único del Contribuyente	51
Figura 32. Lugar en el cual los encuestados desempeñan su actividad comercial.....	52

Figura 33. Estadía del lugar que realiza el ejercicio de su actividad económica	53
Figura 34. Motivo por el cual los comerciantes escogen el lugar para ejercer su actividad comercial	53
Figura 35. Tiempo que los comerciantes han permanecido desarrollando su actividad comercial	54
Figura 36. Apoyo de entidades financieras a los comerciantes ambulantes	55
Figura 37. Destino de los recursos financiados por entidades	55
Figura 38. Razón por la cual los encuestados se dedican a esta actividad comercial	56

Índice de Tablas

Tabla 1. Proyección de la población lojana.....	25
Tabla 2. Estimación de la población de comerciantes informales.....	26
Tabla 3. Matriz de respaldo de dimensiones y referencias.....	29
Tabla 4. Sexo de los comerciantes con relación al producto que ofrecen.....	57
Tabla 5. Sexo del encuestado con la ubicación del negocio	58
Tabla 6. Lugar del negocio con el motivo de estadía.....	59
Tabla 7. Ubicación del negocio con el tipo de producto ofertado.....	60
Tabla 8. Presupuesto.....	63
Tabla 9. Aceptación y comprensión de la guía didáctica	65
Tabla 10. Resultados de la socialización de la guía impartida a los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja mediante reunión zoom.....	66
Tabla 11. Lista de participantes presentes.....	109

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuesta.....	77
Anexo 2. Evidencias fotográficas de la aplicación de encuestas.	80
Anexo 3. Guía para mejorar las prácticas financieras y administrativas del Comercio ambulante en la ciudad de Loja.....	83
Anexo 4. Evidencias fotográficas de la socialización de la guía a los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja.....	106
Anexo 5. Participantes presentes en la socialización de la guía didáctica.....	109
Anexo 6. Oficio de designación y aprobación de directora del trabajo de integración curricular	110
Anexo 7. Certificado de traducción del resumen.....	111

1. Título

Economía informal: Análisis al comercio ambulante en la ciudad de Loja, año 2021

2. Resumen

El comercio ambulante es la alternativa que mayores posibilidades de vivir brinda para aquellos que hacen de la economía informal su forma de vida. A menudo, este sector es discriminado no solo por la manera de hacer comercio sino también por sus condiciones socioeconómicas. Por lo tanto, la presente investigación centra esfuerzos para estudiar al comercio ambulante en la ciudad de Loja, año 2021. La investigación fue de campo, descriptiva y cualitativa apoyada en los métodos deductivo e inductivo dado que se identificó las condiciones socio económicas, se segmentó el giro de negocio y se elaboró una propuesta para mejorar las condiciones de vida de los 381 comerciantes ambulantes, muestra de estudio, estimada con el 5% y 95% de nivel de error y significancia, respectivamente. Los principales hallazgos muestran que la actividad comercial informal en Loja se encuentra representada en mayor parte por el género femenino, con escolaridad primaria, además, se determinó que el 20,50% de los comerciantes se dedican a diversas actividades comerciales que no se caracterizaron en el presente estudio, sin embargo, un 20% correspondió a la venta de comidas rápida, y el 18,50% a la venta de ropa. Por otra parte, la difusión de la propuesta de mejoramiento a través de una guía didáctica tuvo buena acogida por parte de los comerciantes informales tal y como se evidenció con la aplicación del cuestionario para la evaluación de la aceptación y comprensión de la guía.

Palabras claves: comerciantes ambulantes, economía informal, giro de negocio, guía didáctica, investigación de campo.

2.1. Abstract

Street trade is an alternative that offers the greatest possibilities of living for people who make the informal economy their way of life. Often, this sector is discriminated against not only about the way of doing business but also the association with poverty and decadence as people. Therefore, this research focuses its effort to study the street trade in the city of Loja, in the year 2021. So that the research was a field, descriptive and qualitative supported by deductive and inductive methods since the socio-economic conditions were identified, the line of business was segmented and a proposal was developed to improve the living conditions of the 381 street vendors, the study sample, estimated with 5% and 95% level of error and significance, respectively. The main results suggest that the informal trading activity in Loja is represented mostly by the female gender, with primary schooling; in addition, it was determined that 20.50% of the merchants are engaged in fast food stands and 18.50% in clothing selling. On the other hand, the dissemination of the improvement proposal through a didactic guide was well received by informal merchants, as evidenced by the application of the questionnaire to evaluate the acceptance and understanding of the guide.

Keywords: street vendors, informal economy, line of business, didactic guide, field research.

3. Introducción

El sector de la economía informal lojana, cada vez ha tenido mayor representación dentro de la ciudad de Loja. Los comercios ambulantes entendidos como unidades económicas dinamizan la economía a través de la compra y venta de productos, sin regularización y cumplimiento de las normativas legales dictadas para el efecto. Es por ello, que la importancia de la presente investigación se sustenta con el estudio del comercio ambulante en la ciudad de Loja, año 2021.

El empleo y desempleo es una brecha social que en pleno siglo XXI es significativo sobre todo en países en desarrollo, donde la crisis del COVID-19 afectó drásticamente la economía, por ello, parte de la población hacen del comercio informal una fuente de empleo. En Loja, el ejercicio del comercio informal es constante, diariamente se observa a los vendedores por las calles y espacios públicos. Bajo este contexto, se busca determinar ¿Cómo se desenvuelve la economía informal lojana frente a las condiciones socio-económicas de sus vendedores ambulantes?

Durante el presente estudio, se caracteriza la población objeto de estudio para identificar las condiciones socio económicas de los comerciantes ambulantes, seguidamente, se segmenta el giro de negocio y se determina como son administrados. Finalmente se diseña una guía didáctica que les permita mejorar sus prácticas administrativas y financieras para el manejo adecuado de sus comercios.

La importancia de la presente investigación radica en proporcionar a los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja, una guía didáctica como herramienta básica de gestión de sus negocios y recursos apuntando a mejorar sus capacidades y habilidades financieras y de esta manera maximicen sus ingresos a través de las ventas y con ello, mejorar la calidad de vida de los comerciantes y sus hogares, dado que, con mayores conocimientos, estas personas van a cuidar de mejor manera sus recursos y la toma de decisiones será mucho más fundamentada.

El alcance de la presente investigación se centra en el comercio informal de la ciudad de Loja, donde se estudia las condiciones sociales, económicas y la capacidad en términos de administración y finanzas. Una limitante significativa que se ha determinado es la participación de los comerciantes para con la investigación, puesto que, como sus jornadas laborales suelen ser más de 10 horas diarias, no se los puede reunir fácilmente y, a esto se agrega que es un sector totalmente desregularizado sin organizaciones o asociaciones entre ellos, lo que dificulta mantener diálogos masivos.

El presente manuscrito resalta: el **Título** de la investigación, **Resumen** en el cual consta una explicación breve del desarrollo de la investigación, la **Introducción** donde se detalla la finalidad e importancia del presente estudio, además, se estructura la **Revisión de Literatura** que sustenta la investigación con teorías e investigaciones precedentes, asimismo, se diseña la **Metodología** empleada y se plasman los **Resultados** dando cumplimiento con cada uno de los objetivos planteados. Finalmente se elabora; la **Discusión**, donde se contrasta los resultados obtenidos con antecedentes de investigaciones previas, las **Conclusiones** de los resultados más relevantes encontrados en la investigación; asimismo, las **Recomendaciones** para los comerciantes ambulantes, la **Bibliografía** que muestra las fuentes de consulta de diferentes autores para la sustentación teórica, y los **Anexos** donde se encuentran los documentos, y evidencias necesarias para fundamentar el trabajo de investigación.

4. Marco teórico

4.1. Fundamentos teóricos

4.1.1. Economía

Como es de conocimiento básico se comenta que la economía es una ciencia social la cual está encaminada no solo a las personas, sino también a las empresas y/o gobiernos para que a través de esta les permita administrar de manera óptima los recursos disponibles y así puedan satisfacer sus diferentes necesidades y permitirles obtener un mayor bienestar y mejorar su calidad de vida.

A su vez Santiago (2021) afirma que:

El término economía proviene de dos palabras griegas: **oikos**, que significa «patrimonio», y **nomos**, que significa «ley» o «administración». De esta manera, la economía se puede definir como la ciencia que se ocupa de estudiar el uso y la adecuada distribución de los recursos y bienes materiales, con el fin de cubrir las necesidades de una nación (párr. 2).

Dicho lo anterior se deduce que la economía es de vital importancia para nuestra vida cotidiana, ya que una buena distribución de nuestros recursos nos ayudará a poder generar un mayor rendimiento en las actividades no solo personales sino también en el ámbito laboral, además esta nos permitirá distribuir de manera inteligente y adecuada estos recursos para así tener una estabilidad financiera y que no exista desfases en nuestra economía.

4.1.1.1. Características de la economía. La economía tiene como objetivo principal mejorar la calidad de vida tanto de las personas como de las sociedades, es por esta razón que Santiago (2021) considera las siguientes características que se detallan a continuación:

Es una ciencia social: tiene su base en la sociedad por lo que persigue el estudio de la misma, su comportamiento, sus consecuencias y necesidades, y en base a ello determina cómo beneficiar a la sociedad y obtener algo a cambio.

Utiliza recursos limitados: se dedica a estudiar cómo utilizar mejor los recursos no renovables o escasos.

Fomenta el comercio: el comercio representa un pilar de la economía en general, ya que permite distribuir los productos a una mayor cantidad de personas y, a su vez, convertirse en una fuente de trabajo sólida para muchos.

Asocia el comportamiento humano con sus necesidades: aunque la antropología y la sociología se dedican a estudiar el comportamiento humano, la economía también lo hace a partir de su influencia e impacto sobre el hombre.

Distribuye los recursos: se encarga de equilibrar el uso de los recursos de la nación para que no solo se beneficie a un grupo determinado de personas sino más bien a la mayoría.

4.1.2. Comercio

Es la actividad económica que consiste en intercambiar bienes o servicios en un lugar determinado a cambio de una cantidad monetaria.

El comercio es el eslabón entre la producción y el consumo. Por ese sector de la economía pasan las mercancías antes de llegar a quien las adquirirá en un mercado, en un local de comercio al detalle o en una tienda de autoservicio (Vázquez, 2010, p. 277), es decir, permite la relación directa entre demandantes y ofertantes con el fin de realizar un intercambio justo para ambas partes.

De esta manera en el art. 2 del Código de Comercio (2019) establece dentro de su cuerpo legal que son comerciantes todas:

- a) Las personas naturales que, teniendo capacidad legal para contratar, hacen del comercio su ocupación habitual;
- b) Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y,
- c) Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio, según la normativa legal que regule su funcionamiento.

Sin embargo, bajo este mismo enfoque relacionado al comercio se dice que son todas aquellas personas que trabajan bajo las disposiciones establecidas dentro del Código de trabajo para que de esta manera no tengan ningún impedimento y puedan hacer que sus negocios funcionen con tranquilidad.

Para lo cual, dentro de este mismo cuerpo legal se establece a quienes son considerados comerciantes, y a quienes no lo son. Por su parte el Código de Comercio (2019) en el art. 10 establece que se considerarán comerciantes o empresarios, y estarán sometidos por tanto a las disposiciones de este Código:

- a) Los comerciantes o empresarios, definidos como tales bajo los términos de este Código;

- b) Las sociedades que se encuentran controladas por las entidades rectoras en materia de vigilancia de sociedades, valores, seguros y bancos, según corresponda, en función de sus actividades de interrelación;
- c) Las unidades económicas o entes dotados o no de personalidad jurídica cuyo patrimonio sea independiente del de sus miembros, que desarrollen actividades mercantiles; y,
- d) Las personas naturales que se dedican a actividades agropecuarias, manufactureras, agroindustriales, entre otras; y que, por el volumen de su actividad, tienen la obligación de llevar contabilidad de acuerdo con la ley y las disposiciones reglamentarias pertinentes.

Así mismo, en el art. 11 establece que no son comerciantes o empresarios:

- a) Los agentes económicos que ejercen una profesión liberal, y aquellos que se dedican a actividades intelectuales, literarias, científicas y artísticas, así lo hagan con la participación de colaboradores;
- b) Los artesanos; y,
- c) Los que se retiran de forma definitiva de la actividad comercial.

4.1.2.1. Tipos de comercio. Uriarte (2019) afirma que existen distintos tipos de comercio, pero una primera distinción debe hacerse entre el comercio mayorista y el minorista:

4.1.2.1.1. Comercio mayorista. Conocido como “al mayor” o “al por mayor”. Generalmente implica la venta de grandes cantidades de mercancía, de las cuales el comprador no suele ser el consumidor final, sino un revendedor o un industrial que las empleará como materia prima de un proceso secundario que a su vez arrojará bienes comerciables (párr. 18).

4.1.2.1.2. Comercio minorista. Conocido como “al por menor” o “al detalle” o “al detal”. Generalmente es el intercambio entre el vendedor y un comprador que es también consumidor definitivo o final de la mercancía. En ese sentido, suele implicar la venta de artículos en pequeñas cantidades (o por unidades) (párr. 19).

Así mismo, se agrega que las personas utilizan esos tipos de comercio dependiendo de la situación económica que estas poseen ya que de esto dependerá en gran parte la adquisición de productos para que realicen los expendios en los diferentes lugares que estos crean convenientes.

Por otra parte, se comenta que las personas buscan de cualquier medio poder generar una fuente de ingresos por lo cual les resulta de manera favorable comprar estos productos a

bajos costos para que al momento de que sean revendidos obtengan un beneficio mayor al costo de la inversión y de esta manera puedan seguir incrementando capital para futuras inversiones.

4.1.2.1.3. Comercio formal. Es aquel que se rige a una cierta cantidad de términos y condiciones que los propietarios del negocio deben cumplir para mantenerse en su completa funcionalidad, por otra parte, Saritama (2018) afirma que: “Son comerciantes de centros de abasto que han cumplido con los requisitos establecidos por la legislación municipal de Loja y gozan de un lugar fijo y formal donde realizan con normalidad sus actividades” (p. 36).

4.1.2.1.4. Comercio informal. Está compuesto por aquellas personas que hacen uso de la vía pública para realizar el expendio de sus productos a un bajo costo con la finalidad de generar ingresos que les permitan tener un mejor estilo de vida es así, que para (Quispe, et al., 2018), el comercio informal es la “actividad comercial de compra de venta de productos y servicios como: prendas de vestir, frutas, verduras, entre otras, que desarrolla una persona con un capital pequeño en un puesto fijo de la calle o ambulante, que no paga impuestos”.

Bajo este apartado se comenta que los comerciantes informales buscan aquellos productos que tienen más demanda y que no son difícil de adquirir, y que por lo general tienen un bajo costo en el mercado, permitiendo que la ciudadanía tenga acceso a estos sin ningún tipo de dificultad.

Es así, que, para hacer más énfasis al apartado anterior, se argumenta que estas personas que día a día luchan arduamente con la competencia del comercio informal se ven desamparadas, ya que uno de los principales inconvenientes que se observa desde el punto de vista como ciudadano es referente a los precios que estos establecen a las mercancías mismos que son bajos a comparación con la de los comerciantes formales.

Por lo cual los comerciantes informales al no pagar ninguna contribución ya sea al municipio o pagos de impuesto al SRI, no temen por generar más ingresos si no se conforman con lo que en el transcurso del día hayan ganado.

Mientras que los comerciantes formales se preocupan, puesto que estos deben pagar arriendo, impuestos, y demás contribuciones que les pone como requisitos en el municipio para que estos puedan trabajar de una manera estable dentro de sus negocios.

4.1.2.2 Tipos de giro del comercio informal. De acuerdo con Ortega (2011) las actividades del comercio informal se clasifican de la siguiente manera:

- Ropa confeccionada para mujer, hombre y niño
- Maletas y confecciones de cuero

- Calzado
- Carritos de comida
- Venta de frutas y legumbres
- Juguetes
- Artículos personales y del hogar
- Repuestos y herramientas
- Electrodomésticos

4.1.2.3. Características del comercio informal. De acuerdo con Quimis (2020) establece que algunas características que envuelven a la economía informal son las siguientes:

- Lo informal de sus gestiones, ya sea en ventas o en servicios los pequeños empresarios informales suelen comerciar en distintos sitios.
- Otra característica que describe esta economía es el masivo movimiento de efectivo y transacciones bancarias no comerciales.
- Suele relacionarse con la pobreza y la falta de producción y mala gestiones de un país.
- Algo que es carácter en el tema; es el ingenio de estos comerciantes por la necesidad llegan a innovar maneras lucrativas de ganarse la vida (p. 16).

Además de acuerdo con Arias, et al., (2020) consideran que los asalariados tienen un empleo informal si su relación de trabajo, de derecho o, de hecho, no está sujeta a la legislación laboral nacional, el impuesto sobre la renta, la protección social o determinadas prestaciones relacionadas con el empleo, las razones pueden ser las siguientes:

- La no-declaración de los empleos o de los asalariados
- Empleos ocasionales o empleos de limitada corta duración
- Empleos con un horario o un salario inferior a un límite especificado
- El empleador es una empresa no constituida en sociedad o una persona miembro de un hogar
- El lugar de trabajo del asalariado se encuentra fuera de los locales de la empresa del empleador o,
- Empleos a los cuales el reglamento laboral no se aplica, no se hace cumplir o no se hace respetar por otro motivo (p. 22).

Bajo este mismo enfoque todas aquellas personas que forman parte de un comercio informal deberían tener por obligatoriedad derechos que les permitan velar por la integridad de cada una de estas personas.

Sin embargo, muchos de ellos optan por desempeñarse bajo esta modalidad obviando sus deberes y obligaciones como buenos ciudadanos dedicados a la comercialización, sin darse cuenta del perjuicio que estos se están ocasionando, ya que al no formar parte de un rubro en la economía por lo que estos no pagan ningún impuesto ni contribución no están tomados en cuenta dentro de la seguridad social lo que sería primordial para ellos y sus familias tener acceso a la salud cuando se les presente algún percance sea dentro o fuera de sus labores diarios.

4.1.3. Vendedor

Un vendedor es aquella persona que está en frente de un negocio y que tienen contacto directo con sus demandantes para de esta manera intercambiar los productos y obtener una ganancia por la misma. Bajo este mismo contexto Quiroa (2018) afirma que un vendedor es aquel que se especializa por el contacto personal que entabla con los clientes para lograr la acción de compra de los bienes y servicios que comercializa, pero además un vendedor hace lo siguiente:

- **Promociona productos:** Por un lado, el vendedor promociona productos, porque tiene que comunicar los beneficios y atributos que tiene un bien o servicio para satisfacer la necesidad del consumidor y de esa manera atraer la atención y el interés de los clientes para que elijan ese producto y lo compren (párr. 7).
- **Distribuye productos:** También distribuyen productos, porque pueden entregar productos contra pedido o porque son vendedores dependientes de mostrador, donde las personas sólo piden los productos y el vendedor los entrega; por ello realizan el proceso de transferencia de propiedad hacia los clientes (párr. 8).
- **Vende productos:** Claro que, los vendedores tienen que vender productos, para ello deben aplicar técnicas de venta, para lograr persuadir a los clientes a que compren los productos que ofrecen y este objetivo lo alcanzan si dominan y aplican eficientemente sus estrategias de venta (párr. 9).

4.1.3.1. Vendedor informal. Es aquella persona que operan sin tener un local propio o arrendado, es decir transita por la vía pública a fin de realizar el expendio de sus productos en la localidad, es así, que para: Sellan (2015) “los vendedores ambulantes o también llamados

informales son aquellos que no cuentan con un sueldo fijo, por la inestabilidad laboral que viven al depender de sus ventas diarias” (p. 3).

Para Quilaguy & Chaves (2020) el alto índice de desempleo en el país, el cierre de empresas nacionales, la baja formación académica de la población, las altas exigencias para establecer un negocio legal y las falencias legislativas llevan a algunas personas a tomar las vías informales para ejercer su trabajo. Además, agregan que principalmente son mujeres desempleadas, desplazadas por la violencia, mujeres cabeza de familia o personas que encuentran en esta actividad la mejor o única opción de sustento.

4.1.4. Finanzas

Las finanzas son aquellas que permiten administrar de una manera correcta el dinero y evitar que este se gaste de manera incorrecta en algo que no es de vital importancia. En otras palabras, se adiciona que las finanzas permiten destinar la cantidad suficiente de dinero, de tal manera que se realice la misma meta, pero con una menor cantidad de recursos.

Dicho lo anterior, Rosillo (2018) a su vez afirma que:

Las finanzas son una rama de las ciencias económicas que se dedica al estudio de la obtención y administración del dinero y el capital; tiene como objeto optimizar los recursos de las empresas, obtener información oportuna, útil, clara, relevante para la toma de decisiones en beneficio de las mismas. (párr. 1)

Para Gitman & Zutter (2016) las finanzas pueden describirse desde dos perspectivas, a nivel personal o empresarial, tal y como lo denota a continuación:

El término finanzas puede definirse como el arte y la ciencia de administrar el dinero. En el nivel personal, las finanzas tienen que ver con las decisiones que toman los individuos sobre cómo gastar sus ingresos, qué proporción de los mismos ahorrar y cómo invertir sus ahorros. En un contexto de negocios, las finanzas involucran el mismo tipo de decisiones: qué hacen las empresas para recaudar dinero de los inversionistas, cómo lo invierten en su intento de generar utilidades, y de qué manera deciden si lo mejor es reinvertir dichas utilidades en el negocio o redistribuirlas entre los inversionistas. (p. 4)

4.1.4.1. ¿Cuáles son los tipos de finanzas que existen? Con respecto al primer punto Rosillo (2018) determina que las finanzas tienen un amplio abanico de aplicaciones, entre las principales están:

- **Finanzas personales:** Las finanzas personales se adaptan a la forma de gestión del dinero que tiene cada individuo en su entorno económico, lo que implica la gestión y administración de los ingresos y gastos a nivel personal.
- **Finanzas familiares:** La gestión del dinero de todos los integrantes de la unidad familiar.
- **Finanzas operativas:** Hacen referencia a las operaciones corrientes de las empresas y a la financiación a corto plazo. Las finanzas operativas tienen que ver con la decisión, administración y procuración del recurso financiero en la operación diaria de la empresa.

4.1.4.2. Pasos para llevar a cabo unas buenas finanzas personales. Para comprender mejor Rosillo (2018) dice que: “Las finanzas personales permiten canalizar adecuadamente nuestros ahorros a la inversión, gestionar convenientemente nuestros ingresos, buscar independencia económica, administrar ingresos y gastos, buscar el bienestar económico, a través de una adecuada gestión del dinero” (párr. 11).

Entre los pasos más importantes que se deben seguir para tener unas buenas finanzas se menciona los siguientes:

- 1) Realizar un buen plan financiero.
- 2) Planificar el ahorro, ahorre una pequeña cantidad mensualmente.
- 3) No gaste más de lo que gana.
- 4) Evitar entrar en una espiral de endeudamiento, si tiene deudas páguelas lo antes posible.
- 5) Logre crear un fondo de emergencias, ahorrar recursos que permitan responder a los imprevistos.
- 6) Edúquese en inversiones financieras.

4.1.5. Administración financiera

Una de las principales funciones que tiene la administración financiera es la de planificar con anticipación cualquier evento a desarrollar ya que una buena administración ayudará a que nuestros negocios personales puedan dar frutos en el menor tiempo posible y de esta manera este pueda competir dentro del mercado y en un tiempo no muy lejano esta pueda incluso hasta superar a sus competidores. Algunas funciones de la administración financiera son “el desarrollo de planes o presupuestos financieros, la concesión de crédito a los clientes,

la evaluación de propuestas que involucren grandes gastos y la recaudación de dinero para financiar las operaciones de la organización” (Gitman & Zutter, 2016, p. 4).

Es así, que bajo este mismo contexto Martínez (2018) afirma que:

La administración financiera es la gestión y administración del dinero en sus diversas formas: efectivo, valores, inversiones o activos en general. Es una actividad que añade tanto a personas naturales como jurídicas, pues el dinero representa el recurso más importante para que opere una empresa (p. 35).

4.1.5.1. Fijación de precios. Para la fijación del precio de un producto se debe considerar varios aspectos como la cantidad demandada, los costos fijos y variables que implican la realización de este producto.

En este mismo contexto de acuerdo con Martínez (2011) el precio de un artículo o servicio es la resultante entre la demanda del producto y su oferta. Por consiguiente, cualquier decisión de fijación de precios se fundamenta en las reacciones de estas dos variables económicas. Tres elementos importantes en relación con la oferta y demanda deben analizarse: Los clientes, la competencia y los costos.

Para Bravo & Ubidia (2013) “el precio de venta resulta de la suma del costo total más el porcentaje de utilidad” p. 20, donde, el costo total es el resultado de la suma de los costos de producción más los gastos administrativos, de ventas, y financieros.

4.1.5.2. Estimación del costo de ventas. Según Núñez (2015) para definir los precios de venta de tus productos y servicios debes hacer lo siguiente:

- 1) Definir el costo variable unitario.
- 2) Definir un margen de contribución que cubra los costos fijos y las ganancias deseadas.
- 3) Calcular el precio de venta dividiendo el costo variable entre el margen de contribución.
- 4) Realizar una investigación en el mercado para determinar qué productos compiten en calidad y servicio con los tuyos.
- 5) Definir el precio final.

4.1.5.3. Porcentaje de utilidad. De acuerdo con Clavijo (2021) “el margen de utilidad es la diferencia que existe entre el precio de venta de un producto o servicio y los costos fijos y

variables que están involucrados en todo el proceso de comercialización y el mantenimiento de la compañía” (párr. 3).

Además, Clavijo (2021) afirma que:

La ganancia que obtienes en tu negocio una vez que tomas en cuenta lo que implica la producción de lo que ofreces, desde la materia prima, los salarios de tus colaboradores, los gastos de distribución, hasta los impuestos y gastos fijos (como energía eléctrica, renta de bodega, etc.). Así que no se trata solamente de vender un producto a un precio que te permita recuperar la inversión de producirlo, sino que además te permita solventar el costo de todo lo que está alrededor de él (párr. 4).

El margen o porcentaje de utilidad es la ganancia que la empresa espera obtener con respecto al costo total de un bien o servicio. “El enfoque de Cost-Plus (costo más un margen) utiliza una fórmula general que agrega un margen (Mark up) al costo base, como punto de partida de la decisión de fijación de precios” (Cuevas, 2002, p. 14).

4.1.5.4. Inventario. Es una lista detallada y ordenada de las pertenencias con las que cuenta una persona o empresa. Díaz & Patiño (2011) mencionan que el inventario: “Comprende todos aquellos artículos, materiales, suministros, productos y recursos renovables y no renovables, para ser utilizados en proceso de transformación, consumo, alquiler o venta dentro de las actividades propias del giro ordinario de los negocios del ente económico” (p. 74).

4.1.5.4.1. Caracterización del inventario. Los inventarios o stocks según Durán (2012) “son la cantidad de bienes que una empresa mantiene en existencia en un momento dado”, bien sea para la venta ordinaria del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización (p. 58).

4.1.5.5. Prácticas sanitarias e higiene. Hace referencia al aseo personal que cada individuo debe mantener como medida de prevención para evitar enfermedades, así mismo con el cuidado y la manipulación de los productos que van hacer ofrecidos a la localidad, ya que de una buena práctica sanitaria dependerá la aceptación por la ciudadanía.

Por su parte González & Palomino (2012) contemplan que para:

El cumplimiento de estas prácticas se debe realizar sobre la base de las normas sanitarias y los principios generales de higiene de los alimentos, donde se considera las condiciones estructurales de los establecimientos, la cantidad y calidad del agua, el control de los vectores, los residuos sólidos y los residuales líquidos, la higiene y la

salud de los empleados, para lo cual es necesario desarrollar la educación sanitaria de estos, el control de todos los procesos, los productos terminados y todo lo que directa e indirectamente tiene relación con la calidad sanitaria de los alimentos. (p. 125)

4.1.5.6. Empleo. Es aquel que permite de una u otra manera que las personas empleen sus conocimientos adquiridos a lo largo de su vida profesional para de esta manera ayudar al crecimiento de algunas empresas y/o organización la cual se encuentre representando es por eso que el INEC (2021) establece que:

Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales. (p. 4)

4.1.5.7. Desempleo. De acuerdo con el INEC (2021) establece que: a todas aquellas personas de 15 años y más que en el período de referencia, no estuvieron empleados y presentan ciertas características:

- No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar;
- Buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. Se distinguen dos tipos de desempleo:

Abierto: Son personas sin empleo, que no estuvieron empleados en la semana pasada y que buscaron trabajo e hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio, en las cuatro semanas anteriores a la entrevista.

Oculto: Son personas sin empleo que no estuvieron empleados la semana pasada, que no buscaron trabajo y no hicieron gestiones concretas para conseguirlo o para establecer algún negocio, en las cuatro semanas por alguna de las siguientes razones: tiene un trabajo esporádico u ocasional; tiene un trabajo para empezar inmediatamente; espera respuesta por una gestión en una empresa o negocio propio; espera respuesta de un empleador o de otras gestiones efectuadas para conseguir empleo; espera cosecha o temporada de trabajo o piensa que no le darán trabajo o se cansó de buscar. (p. 5)

4.1.5.8. Trabajador. Es aquella persona que realiza una actividad o presta un servicio a cambio de una remuneración digna, es así, que de acuerdo con Palomino (2015) afirma que:

Todos sabemos que el trabajo no es una mercancía ni un artículo de comercio es el resultado de una labor física y/o mental, libre y voluntaria, Ética y retributiva además es una actividad creadora e impulsadora del progreso económico y cultural de los pueblos, del desarrollo y de la prosperidad de la civilización. (p. 338)

4.1.5.8.1. Trabajador informal. Incluye todo trabajo remunerado que no está registrado, regulado o protegido por marcos legales o normativos, así como también trabajo no remunerado llevado a cabo en una empresa generadora de ingresos. Los trabajadores informales no cuentan con contratos de empleo seguros, prestaciones laborales, protección social o representación de los trabajadores. (OIT, 2017)

De igual manera se comenta que son aquellas personas las cuales viven de las ventas diarias y que se dedican a realizar sus expendios de manera fija o móvil, es decir acuden a donde existe una mayor afluencia de gente con el fin de tener una mejor oportunidad para que las personas adquieran estos productos.

4.1.5.8.2. Trabajo infantil. Es aquella actividad que involucra un esfuerzo excesivo a cambio de una remuneración que está por debajo de los estándares.

Además, la Organización Internacional del Trabajo (2010) establece que:

El trabajo infantil es una violación de los derechos humanos fundamentales, que ha demostrado perjudicar el desarrollo de los niños, pudiendo conducir a daños físicos o psicológicos que les durarán toda la vida. El trabajo infantil califica el trabajo nocivo para el desarrollo físico y mental de los niños e incluye tareas que:

- Son mental, física, social o moralmente peligrosas y dañinas para los niños, e
- Interfieren con su escolaridad:
- Privándolos de oportunidades de asistir a la escuela;
- Forzándolos a abandonar la escuela prematuramente; o
- Exigiéndoles asistir a la escuela y al mismo tiempo realizar tareas pesadas o de larga duración.

De acuerdo con el apartado anterior se determina que el trabajo infantil es una realidad que se vive en todo el mundo, ya que es una manera de generar ingresos extras para sus familias sin comprender el daño que esto ocasiona a los niños tanto de manera física como mental.

Por lo que en primera instancia se les está quitando el derecho de que puedan ser libres, y que tengan una educación de calidad rodeados de más niños y personas que les ayuden a superarse día a día.

Es por esta razón que al no permitirles asistir a la escuela y ser obligados a realizar una actividad económica la cual no les permite llevar una infancia como se lo merecen, lo único que se está provocando es hacerlos retrasar, sin percatarse que estos niños pueden ser la solución a sus problemas.

Puesto que al ofrecerles una educación de calidad se les está brindando oportunidades para que en el transcurso de su vida pueden tener un trabajo estable mismo que les permitirán ayudar a tener un mejor estilo de vida tanto para ellos como para sus familias, y de esta manera estarán contribuyendo a frenar el comercio informal.

4.1.5.9. Sueldo. Es aquella cantidad monetaria que se obtiene fruto de una actividad económica, por otra parte, Pastén (2021) establece que:

Se trata de una remuneración fija que el empleado recibe a cambio de un trabajo específico durante determinada jornada laboral, es decir, que ni el monto ni la periodicidad de pago varía, así como tampoco debe hacerlo el tiempo que el trabajador dedica a su actividad. (párr. 7)

De esta manera se determina que el sueldo es aquella cantidad monetaria fija que se establece en una organización y/o empresa bajo una cantidad de términos y condiciones que el empleador considera necesarios y el trabajador bajo estos contextos acepta estas condiciones y fruto de esto percibe un pago por la prestación de sus servicios.

4.1.6. Evidencia de estudios previos

4.1.6.1. Variables demográficas.

4.1.6.1.1. Sexo y edad. Estas dos variables permiten por una parte conocer las características físicas de las personas lo cual diferencia a los hombres de las mujeres y de esta manera poder cuantificarlas de una manera sencilla y rápida además, la variable edad permite identificar el tiempo de vida desde su nacimiento hasta la actualidad.

Además, Elizaga & Vidal (2015) afirman que:

La edad y el sexo son las características demográficas más importantes. La evolución del tamaño de una población depende en gran parte del equilibrio (similar número de hombres y de mujeres) entre los dos sexos y de la edad de sus componentes, lo que se

explica porque la mortalidad y la fecundidad, elementos determinantes de esa evolución, están condicionadas a su vez por el sexo y la edad. (p. 5)

4.1.6.1.2. Nivel de instrucción. Es el nivel de educación y conocimiento que posee una persona en el transcurso de su formación, los mismos que le servirán en un futuro en donde aplicará sus conocimientos y se podrá desempeñar en un ámbito laboral permitiéndole de esta manera crecer tanto profesional como económicamente.

Por otra parte, Elizaga & Vidal (2015) establecen que:

El nivel de instrucción de la población trabajadora también es importante, puesto que la calificación técnico-cultural del elemento humano es un factor fundamental en el desarrollo económico y social; cualquier cambio en la estructura económica de un país va necesariamente acompañado por cambios en el nivel de instrucción de la población. (p. 22)

Por nivel o grado de instrucción se entiende "el nivel más alto de instrucción a que haya llegado la persona en el sistema regular de instrucción del país, o su equivalente". La forma precisa de medir el nivel de instrucción, que permita las comparaciones internacionales, consiste en obtener datos que indiquen el último año de estudio efectuado o el grado más alto que se haya aprobado en los diversos niveles de la enseñanza (preescolar, elemental, secundaria y universitaria o superior). (p. 28)

Sin embargo, bajo estos contextos se establece que un nivel de instrucción puede ser aquel que permita tener mejores oportunidades para desempeñarnos en el ámbito laboral, ya que de esta manera el grado que posee una persona refleja mucho sobre el nivel de conocimiento que esta tenga para ocupar un cargo.

Es así, que las personas con un nivel de instrucción bajo están expuestas a tener menos oportunidades que los demás por lo que estas optan por realizar trabajos en condiciones bajas y por ende a obtener ingresos que están por debajo de los estándares establecidos los cuales no satisface las necesidades básicas de un hogar y conllevándoles a tener un nivel de vida con muchas limitaciones.

4.1.6.1.3. Seguridad social. La seguridad social es un sistema que permite a las personas acceder a un seguro durante las contingencias que se presenten en el transcurso de la vida cotidiana el mismo que puede ser administrado de manera pública o privada.

Por otra parte, en el art. 367 de Constitución de la república del Ecuador (2008) establece dentro de su cuerpo legal que:

El sistema de seguridad social es público y universal, no podrá privatizarse y atenderá las necesidades contingentes de la población. La protección de las contingencias se hará efectiva a través del seguro universal obligatorio y de sus regímenes especiales.

El sistema se guiará por los principios del sistema nacional de inclusión y equidad social y por los de obligatoriedad, suficiencia, integración, solidaridad y subsidiaridad.

Es por esta razón que bajo el apartado anterior se argumenta que la seguridad social es un derecho de toda persona dado que sirve para enfrentar riesgos que desafortunadamente se pueden presentar en el transcurso del camino.

Sin embargo, dentro del mismo cuerpo legal de la constitución establece dos tipos de seguro, como lo es el seguro general y el seguro campesino mismo que se detallaran a continuación.

4.1.6.1.4. Seguro general. También llamado seguro universal es aquel que está dirigido para aquellas personas con dependencia laboral y que cuentan con ingresos suficientes para acceder al sistema de la seguridad social, es por esta razón que en el art. 369 de la Constitución de la república del Ecuador (2008) establece que:

El seguro universal obligatorio cubrirá las contingencias de enfermedad, maternidad, paternidad, riesgos de trabajo, cesantía, desempleo, vejez, invalidez, discapacidad, muerte y aquellas que defina la ley. Las prestaciones de salud de las contingencias de enfermedad y maternidad se brindarán a través de la red pública integral de salud.

El seguro universal obligatorio se extenderá a toda la población urbana y rural, con independencia de su situación laboral. Las prestaciones para las personas que realizan trabajo doméstico no remunerado y tareas de cuidado se financiarán con aportes y contribuciones del Estado. La ley definirá el mecanismo correspondiente.

Es así, bajo el contexto en el estatuto de la Ley de seguridad social (2001) en su art. 1 establece que: “El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia”, mismo que se detallan a continuación.

- **Solidaridad** es la ayuda entre todas las personas aseguradas, sin distinción de nacionalidad, etnia, lugar de residencia, edad, sexo, estado de salud, educación, ocupación o ingresos, con el fin de financiar conjuntamente las prestaciones básicas del Seguro General Obligatorio.
- **Obligatoriedad** es la prohibición de acordar cualquier afectación, disminución, alteración o supresión del deber de solicitar y el derecho de recibir la protección del Seguro General Obligatorio.
- **Universalidad** es la garantía de iguales oportunidades a toda la población asegurable para acceder a las prestaciones del Seguro General Obligatorio, sin distinción de nacionalidad, etnia, lugar de residencia, sexo, educación, ocupación o ingresos.
- **Equidad** es la entrega de las prestaciones del Seguro General Obligatorio en proporción directa al esfuerzo de los contribuyentes y a la necesidad de amparo de los beneficiarios, en función del bien común.
- **Eficiencia** es la mejor utilización económica de las contribuciones y demás recursos del Seguro General Obligatorio, para garantizar la entrega oportuna de prestaciones suficientes a sus beneficiarios.
- **Subsidiariedad** es el auxilio obligatorio del Estado para robustecer las actividades de aseguramiento y complementar el financiamiento de las prestaciones que no pueden costearse totalmente con las aportaciones de los asegurados.
- **Suficiencia** es la entrega oportuna de los servicios, las rentas y los demás beneficios del Seguro General Obligatorio, según el grado de deterioro de la capacidad para trabajar y la pérdida de ingreso del asegurado.

4.1.6.1.5. Seguro campesino. Este tipo de seguro está dirigido exclusivamente para las personas más vulnerables y que no cuentan con los recursos suficientes para acceder a un seguro general. Es por esta razón que la Constitución de la República del Ecuador (2008) en su art. 373 establece que:

El seguro social campesino, que forma parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, será un régimen especial del seguro universal obligatorio para proteger a la población rural y a las personas dedicadas a la pesca artesanal; se financiará con el aporte solidario de las personas aseguradas y empleadoras del sistema nacional de seguridad social, con la aportación diferenciada de las jefas o jefes de las familias protegidas y con las asignaciones fiscales que garanticen su fortalecimiento y desarrollo.

El seguro ofrecerá prestaciones de salud y protección contra las contingencias de invalidez, discapacidad, vejez y muerte.

Los seguros públicos y privados, sin excepción, contribuirán al financiamiento del seguro social campesino a través del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Este tipo de sistema es una idea que ha generado tener mayores posibilidades a las personas de bajos recursos económicos y que no cuentan con un trabajo estable para que de esta manera puedan tener un igual acceso a la salud no solo el propietario del seguro si no también sus familiares más cercanos y tengan toda la oportunidad de acceder a una salud de calidad.

4.1.6.1.6. Núcleo familiar. Al hablar de núcleo familiar se hace referencia a la relación de parentescos de todos los convivientes que conviven en un mismo entorno familiar.

4.1.6.1.7. Lugar de residencia. Es el lugar en el cual una persona habita en la actualidad permitiéndole conformar parte de la población a través del censo que se realiza en un determinado periodo de tiempo.

4.1.6.2. Dimensión económica.

4.1.6.2.1. Ventas diarias. Son aquellas ganancias que perciben los comerciantes al finalizar su jornada de trabajo fruto del expendio de sus productos a la localidad, lo cual les permite poder seguir invirtiendo y de esta manera tener ingresos que cubran las necesidades básicas de esta persona y poder mejorar en un tanto por ciento el estilo de vida de sus hogares.

4.1.6.3. Otras variables.

4.1.6.3.1. Medios de transporte. Dentro de los medios de transporte están aquellos medios que utilizan para poder realizar el ejercicio de su actividad económica.

Estos medios de transporte pueden ser alquilados o de uso particular lo cual es importante destacar que les permite acercarse a los lugares aledaños para de esta manera puedan realizar los diferentes tipos de comercio que estos ofrecen a la ciudadanía y de esta manera obtener mayores ingresos para continuar con sus labores.

Cabe recalcar que estos medios de transporte les generan un gasto de mucha importancia para estas personas, ya que al movilizarse de un lugar a otro para realizar el expendio de sus productos se generan gastos que incluso al finalizar su jornada de trabajo estos no puedan ser recuperaos debido que corren el riesgo de no realizar las ventas que tenían pensado en el lugar al que acudieron.

4.1.6.3.2. Procedencia de las mercaderías. Se hace énfasis al lugar de origen del cual ellos obtienen sus productos para realizar el expendio y/o comercialización dentro de la localidad.

Ya que estos comerciantes ambulantes buscan los medios los cuales les distribuyan a un menor precio para así de esta manera ellos puedan obtener una ganancia lo cual es favorable para ellos debido que de esto depende que ellos continúen en el mercado.

Es por esta razón que para ellos conseguir la mercadería a un bajo costo es de gran ayuda por lo que les permite tener una mayor demanda de sus productos.

5. Metodología

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron diferentes tipos y técnicas investigativas que permitieron dar cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos planteados. A continuación, se detallan los tipos de investigación que se llevaron a cabo:

5.1. Tipos de investigación

5.1.1. *De campo*

La presente investigación se efectuó in situ, por lo tanto, se enmarca dentro de una investigación de campo, ya que necesariamente se interactuó con los comerciantes ambulantes de la ciudad, para la recolección de información.

5.1.2. *Descriptiva*

Fue de carácter descriptivo puesto que se hizo un estudio sobre el comercio informal de la ciudad de Loja, por lo cual, se describió las características socio económicas de estos comerciantes.

5.1.3. *Cualitativa*

Se analizó la información recolectada a partir de la encuesta y en base a los datos obtenidos se interpretaron y analizaron los resultados.

5.2. Métodos de investigación

5.2.1. *Deductivo*

Se empleó exclusivamente para el desarrollo del marco teórico de la investigación, para con ello, determinar los fundamentos teóricos más relevantes para sustentar la investigación, además, fue necesaria para emitir las diferentes conclusiones y recomendaciones.

Este método también se utilizó para la redacción de la guía didáctica puesto que se sintetizó y se recolectó información a fines a la misma.

5.2.2. *Inductivo*

Se utilizó para analizar e interpretar los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta, a partir de lo cual se inducen y generalizan datos para el resto de la población.

5.3. Técnicas de investigación

5.3.1. Bibliográficas

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó información de libros, revistas, bibliotecas virtuales, etc., en mayor parte para la elaboración del marco teórico y la guía didáctica.

5.3.2. Encuestas

Para la aplicación de la encuesta se recolectó información de fuentes primarias, es decir, se la aplicó únicamente a los comerciantes ambulantes con la finalidad de conocer sus condiciones socio económicas, así como para segmentar su actividad laboral.

5.4. Población y muestra

5.4.1. Población

La población objeto de estudio se constituyó por todas las personas que se dedican al comercio informal en la ciudad Loja, misma que de acuerdo a estimaciones y cálculos propios, se determinó un total de 37.751 comerciantes informales.

Para obtener la población de comerciantes informales se inició proyectando la población total como se ilustra en la Tabla 1, puesto que no hay datos reales sobre el total de la población de este sector de la economía.

Tabla 1

Proyección de la población lojana

Año	Población año anterior	Tasa de crecimiento	Población proyectada
2010			180.617
2011	180.617	2,28%	184.737
2012	184.737	2,25%	188.892
2013	188.892	2,20%	193.052
2014	193.052	2,16%	197.226
2015	197.226	2,12%	201.402
2016	201.402	2,07%	205.578
2017	205.578	2,03%	209.746
2018	209.746	1,98%	213.907
2019	213.907	1,94%	218.055

2020	218.055	1,89%	222.185
2021	222.185	1,89%	226.384

Nota. La presente tabla muestra la proyección de la población de la ciudad de Loja, de la cual, la población 2010 fue tomada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2014 (p. 117), la tasa de crecimiento poblacional empleada fue aquella que usó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (s, f); la tasa de crecimiento usada en el 2021 fue la misma del año 2020 en vista de que no se logró determinar una tasa que haya sido emitida por algún organismo o fuente fiable.

Seguidamente, se determinó la población dedicada al comercio informal como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2

Estimación de la población de comerciantes informales

Concepto	Valores- Cálculos	Fuente
Población total	226.384	
Porcentaje de Población Económicamente Activa PEA	44,00%	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2014)
Población Económicamente Activa	99.609	
Porcentaje de empleo Informal	37,90%	Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) septiembre 2021
Total de población dedicadas al comercio informal	37.752	

Nota. La presente tabla muestra el cálculo de población que se dedica al comercio informal en la ciudad de Loja.

5.4.2. Muestra

Para el desarrollo de la presente investigación, se procedió a calcular una muestra que sea representativa estadísticamente a la población objeto de estudio.

La fórmula que se empleó para el cálculo fue:

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

Donde:

N: población (37.751)

Z: nivel de confianza (95%)

e: error (5%)

p: proporción esperada (50%)

q: proporción no esperada (50%)

Con base a ello, se estimó lo siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{37.751 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(37.751 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{37.751 * 3,84 * 0,25}{(37.750) * 0,0025 + 3,84 * 0,25}$$
$$n = \frac{36.256,06}{94,38 + 0,96}$$
$$n = \frac{36.256,06}{95,34}$$
$$n = 380,30$$
$$n \approx 381$$

Por lo tanto, durante el desarrollo de la investigación se necesitó de la colaboración de 381 personas que se dediquen al comercio informal.

5.5. Materiales

Durante el desarrollo de la presente investigación se utilizaron los siguientes materiales:

5.5.1. Materiales físicos

Se empleó el computador como herramienta necesaria para el desarrollo de todo el trabajo de investigación, esto es, analizar la información y estructurar el informe.

Además, se usaron hojas de papel bond, esferos y lápices para realizar apuntes necesarios, así como las impresiones de los borradores del informe final.

5.5.2. *Materiales digitales*

Se recurrió a las diferentes fuentes de información como libros digitales, documentos de revistas, sitios webs confiables, entre otros, indispensables para la fundamentación teórica de la investigación.

5.6. Matriz

Tabla 3

Matriz de respaldo de dimensiones y referencias

Dimensiones	Preguntas	Referencia
Variables demográficas	Sexo	Saritama (2018)
	Edad	Saritama (2018)
	Nivel de instrucción	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)
	Estado civil	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)
	¿Cuántas personas integran el núcleo familiar?	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)
	En caso de tener hijos, ¿se encuentran estudiando?	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)
	En caso de ser no ¿por qué?	Presente estudio
Dimensión vivienda y bienes	Tipo de vivienda.	Encuesta de estratificación del Nivel socioeconómico, (2011)
	Material predominante del piso.	INEC (2011)
	¿En su hogar cuenta con línea telefónica?	INEC (2011)
	¿Cuenta con servicio de internet?	INEC (2011)

	¿Qué electrodomésticos poseen en su hogar?	INEC (2011)	
	Su lugar de residencia es en la zona:	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)	
	¿Cuenta con algún tipo de seguridad social?	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)	
Dimensión económica	¿Cuál es el nivel de ventas diarias en promedio?	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)	
	En su hogar existe otra fuente de Ingreso	Gómez (2021)	
	De ser si, ¿identifique el miembro del hogar?	Presente estudio	
	En caso de existir otra fuente de ingreso, indique su procedencia.	Gómez (2021)	
	¿Cuánto gasta en promedio mensualmente?	Quimis (2020)	
	Destina dinero al ahorro	Presente estudio	
	¿Dónde asegura sus ahorros?	Presente estudio	
	¿Qué valor de sus ingresos destina mensualmente al ahorro?	Presente estudio	
	De ser no ¿por qué?	Presente estudio	
	Posee RUC/RISE	Martínez (2020)	
		¿Qué tipo de negocio tiene?	(Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta, 2014)
	Actividad comercial	¿La constitución y administración del negocio es?	Presente estudio
	Procedencia de su mercadería	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta, (2014)	

	¿En qué lugar desempeña su actividad comercial?	Saritama (2018)
	¿Siempre permanece en el mismo lugar?	Saritama (2018)
	¿Por qué escoge este lugar para ejercer su actividad comercial?	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)
	¿Cuánto tiempo ha permanecido en esta actividad?	Quimis (2020)
	¿Financia su actividad comercial con créditos?	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)
	De ser si, ¿a qué destina los recursos?	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)
	¿Por qué se dedica a esta actividad comercial?	Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2014)
Conocimiento de administración y finanzas	¿Conoce el procedimiento técnico para estimar el precio de venta de un producto?	Presente estudio
	¿Conoce la manera adecuada de fijar un descuento?	Presente estudio
	¿Conoce qué es la planificación?	Presente estudio
	¿Separa el dinero del negocio con lo del núcleo familiar?	Presente estudio
	Los excedentes (utilidades) los destina:	Presente estudio

Nota. La tabla 3 indica el respaldo de los ítems seleccionados para el cuestionario aplicado a los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja.

6. Resultados

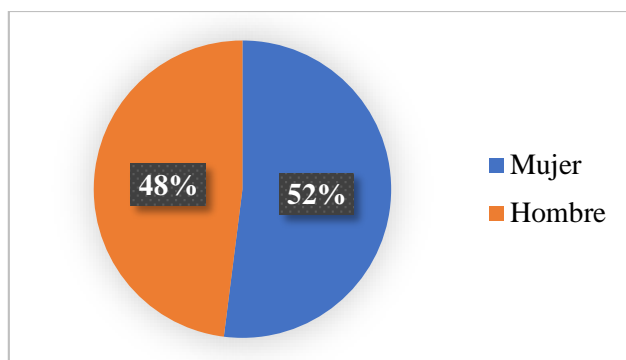
A continuación, se exponen los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a los diferentes comerciantes ambulantes que se encuentran distribuidos en lugares estratégicos y céntricos de la ciudad de Loja y sus alrededores, información que fue levantada durante el mes de diciembre del 2021 y para su interpretación y análisis de los resultados se utilizaron gráficos estadísticos de todas las interrogantes planteadas, cuyo modelo consta en (Anexos 1).

6.1. Objetivo 1: Identificar las condiciones socio económicas de los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja mediante la aplicación de una encuesta.

Para el cumplimiento de este objetivo, se analiza desde la pregunta 1 hasta la 22 donde se estudian variables demográficas, las características de la vivienda y condición económica de los encuestados, por otra parte, las preguntas de la 23-27 permiten identificar el conocimiento sobre administración y finanzas que poseen los comerciantes ambulantes.

Figura 1

Sexo de los encuestados

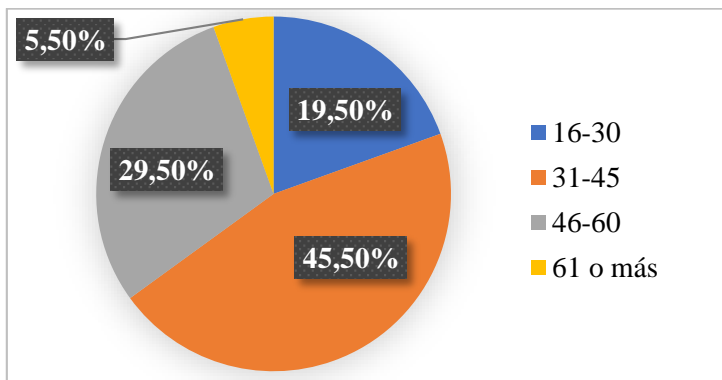


De acuerdo a la figura 1, se muestra el sexo de las personas que realizan el comercio ambulante en la ciudad de Loja, donde las mujeres representan un 52% frente a un 48% del sexo masculino. Lo que indica que las mujeres representan la mayor parte de la fuerza laboral que existe dentro del comercio ambulante, considerando los resulta difícil encontrar fuentes de empleo formal.

De la misma manera, los hombres también se encargan de proveer con ingresos y a la vez apoyar a sus familias a cubrir las necesidades tanto personales como las necesidades del hogar, y así de esta manera dar una vida digna y con mejores oportunidades a sus familias.

Figura 2

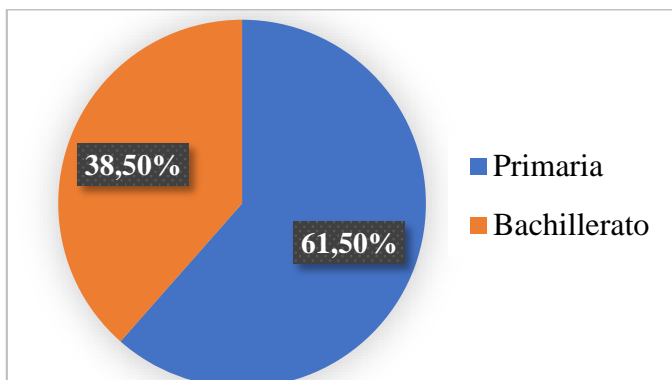
Edad de los encuestados



De acuerdo a la figura 2, se determina que el 45,50% de los comerciantes son personas jóvenes, las mismas que pueden demostrar mayor responsabilidad a la hora de cumplir con las obligaciones que asumen, esto también indica que es una edad donde las personas pueden trabajar y que de forma general no presentan dificultades para hacerlo. El 29,50% son personas adultas que cuentan con responsabilidades, por lo que se ven en la necesidad de salir a buscar ingresos para de esta manera tener un mejor estilo de vida, así mismo, un 19,50% están aquellas personas jóvenes, que por falta de empleo laboran en emprendimientos personales y de esta manera generar ingresos para cubrir cada una de sus necesidades. Finalmente, el 5,50% son personas de entre 61 años o más, lo que indica que en comercio ambulante lojano existe poca participación de comerciantes con edad avanzada.

Figura 3

Nivel de instrucción que poseen los encuestados

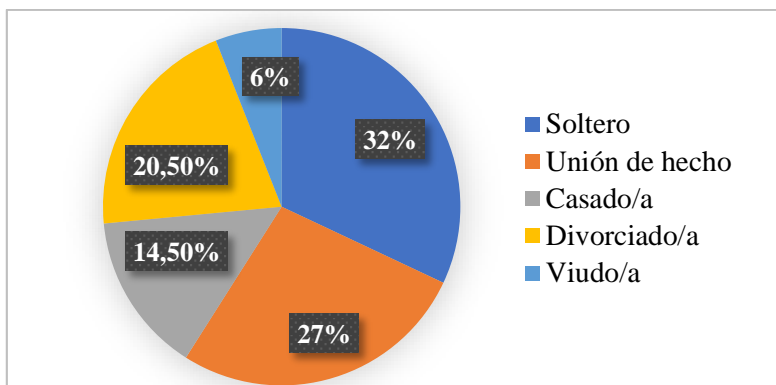


En la figura 3, se muestra el grado de educación de las personas dedicadas al comercio ambulante en la ciudad de Loja, donde el 61,50% tiene estudios de nivel primario, y un 38,50% cuentan con bachillerato. Esto demuestra que dentro de la ciudad de Loja existe un bajo nivel

de analfabetismo, es decir, que en su mayoría las personas saben al menos leer y escribir, lo que refleja que no pueden optar por encontrar un trabajo en donde se les remunere de acuerdo a su nivel de conocimiento ya que no poseen unas bases sólidas para desempeñarse en otra actividad, es por esto que buscan generar ingresos de una manera rápida y no que involucre conocimientos técnicos, todo esto con el fin de solventar cada uno de sus inconvenientes en el transcurso de su vida cotidiana.

Figura 4

Estado civil de los encuestados



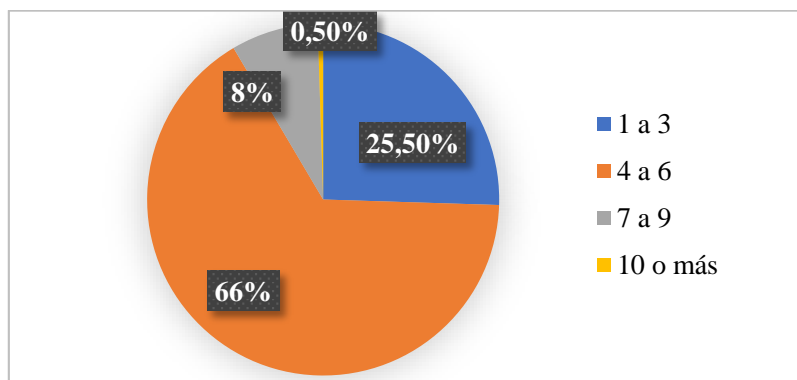
De acuerdo a la figura 4, se observa que el 32% de los comerciantes son solteras por lo que se argumenta que son personas pueden hacer frente a las obligaciones que asuman, y a la vez crecer económicamente demostrando que son capaces de realizar cualquier actividad, considerando que cuando se tiene la idea de salir adelante no importa el cargo que ocupen si no el empeño con que se desenvuelven.

Por otro lado, el 27% y 14,50% son personas en unión de hecho o casadas/os lo que incide directamente en las obligaciones y responsabilidades que asumen, puesto que de una u otra forma el núcleo familiar se puede apoyar mutuamente para hacer frente a cualquier inconveniente, además, que cuentan con hijos.

Finalmente, se ha evidenciado que, dentro del comercio ambulante de la ciudad de Loja, el 20,5% de los comerciantes son personas divorciadas y un 6% viudas/os siendo las mujeres quienes generalmente están inmersas en este segmento, mujeres que han tenido que seguir adelante después de afrontar alguno de estos sucesos.

Figura 5

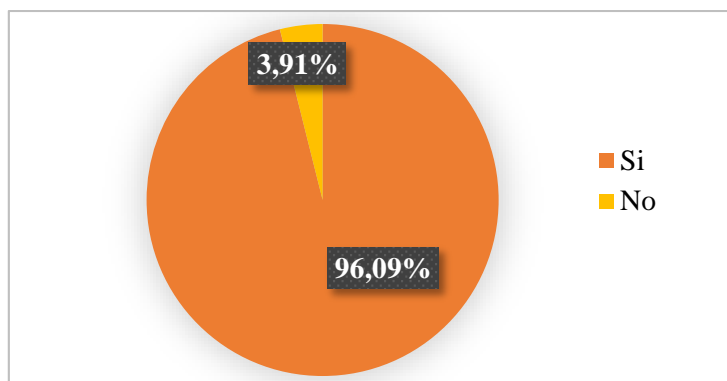
Número de personas integran el núcleo familiar



En la figura 5, se evidencia que el núcleo familiar de la mayoría de los encuestados está conformado por 4 a 6 personas lo cual representa un 66%, con un 8% las familias integradas de 7 a 9 personas y aquellas familias integradas por más de 10 personas con un 0,50%. Por lo tanto, se determina aproximadamente el 74,5% de las familias formados entre 4 y o más personas, por lo que se ven en la obligación a salir a las calles para buscar un medio de empleo y de esta manera salir adelante. No obstante, solo un 25,5% corresponde a familias integradas por 1 a 3 personas lo que resultan relativamente pequeñas y que se esperaba que su actividad comercial les permite suplir sus diversos gastos y necesidades.

Figura 6

Escolaridad de los hijos de las personas encuestadas

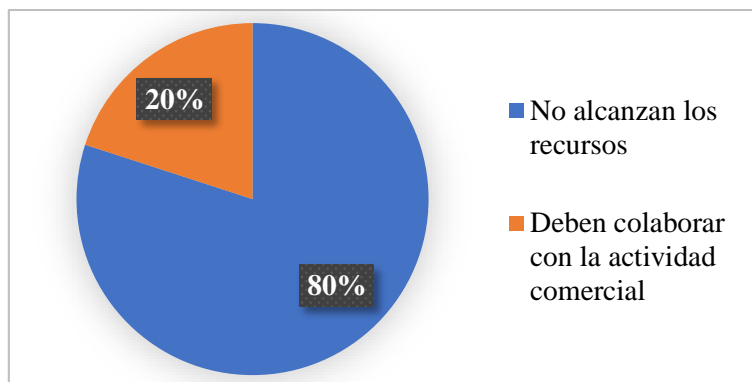


De acuerdo con la figura 6, se evidencia que el 96,09% de las personas que cuentan con hijos si los mantienen dentro de un plantel estudiantil formándose, y solamente un 3,91% manifiesta que no se encuentran estudiando. Por lo tanto, se infiere que los comerciantes a pesar de tener bajo grado de educación, ven importante que los hijos se eduquen, puesto que esto en un futuro no muy lejano permitirá que la realización de estas actividades informales vaya

disminuyendo de a poco siempre y cuando los hijos puedan llegar a culminar sus estudios y les permita aportar de una u otra manera con un ingreso a su hogar y de esta manera poder ayudar económicamente al crecimiento personal de su familia.

Figura 7

Motivo por el cual no se encuentran estudiando los hijos de los comerciantes



En la figura 7, se muestra que el 80% de los encuestados manifiesta que sus hijos no se encuentran estudiando porque no les alcanza los recursos, mientras que el 20% establece que estos deben colaborar con la actividad comercial.

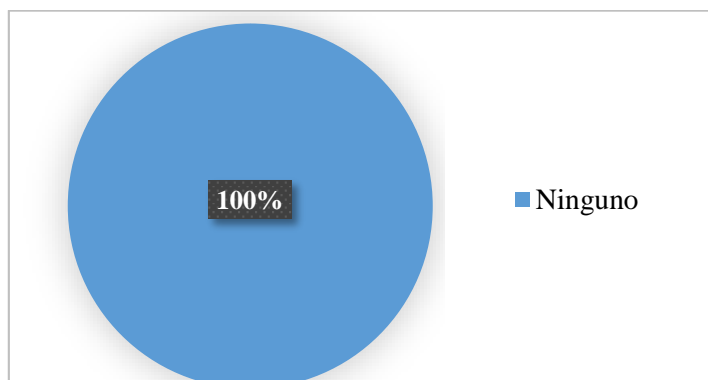
Es así, que de esta manera se determina que las condiciones en las que viven estas personas no son las adecuadas para proveer un estilo de vida a sus hijos dado que al tener un extenso número de integrantes en la familia y al no contar con un trabajo estable ni con un sueldo fijo, los recursos generados diariamente no son los suficientes para poder solventar ni apoyar a la formación de sus hijos.

Así mismo se evidencia que existe trabajo infantil al no permitir a sus hijos tener acceso a la educación por hacer que estos trabajen y ayuden a la generación de ingresos al hogar, por lo que los están privando de sus derechos como niños.

Finalmente, se agrega que, dadas las condiciones socioeconómicas de los comerciantes ambulantes, el factor predominante que limita a los niños y niñas el acceso a la educación es la falta de recursos y sumado a esto el tipo de empleo de sus padres, hace que los niños se inmiscuyan en la figura de trabajo infantil.

Figura 8

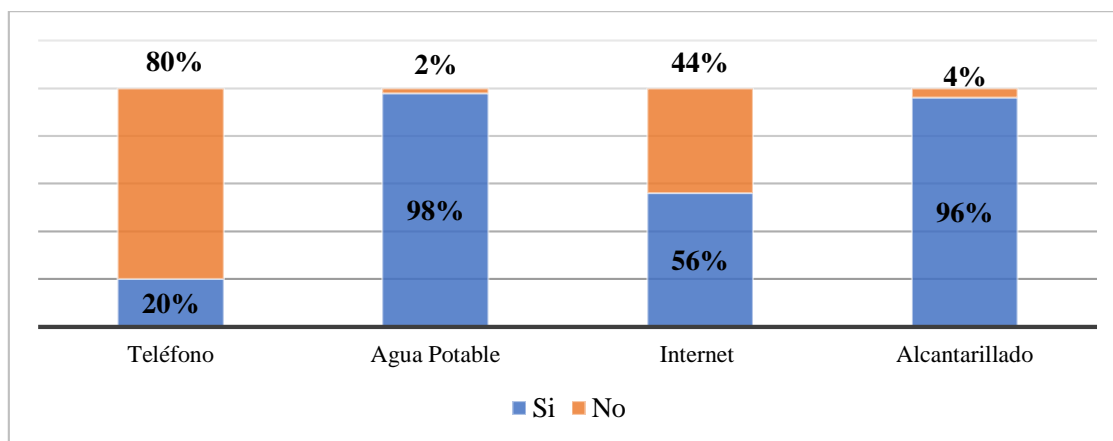
Seguridad social de los comerciantes encuestados



De acuerdo con la figura 8, se argumenta el 100% de los encuestados manifiesta que no cuentan con ningún tipo de seguro el cual respalde su ejercicio de actividad ni para ellos ni mucho menos para ningún integrante de su familia, dado que no cuentan con ningún tipo de dependencia laboral.

Figura 9

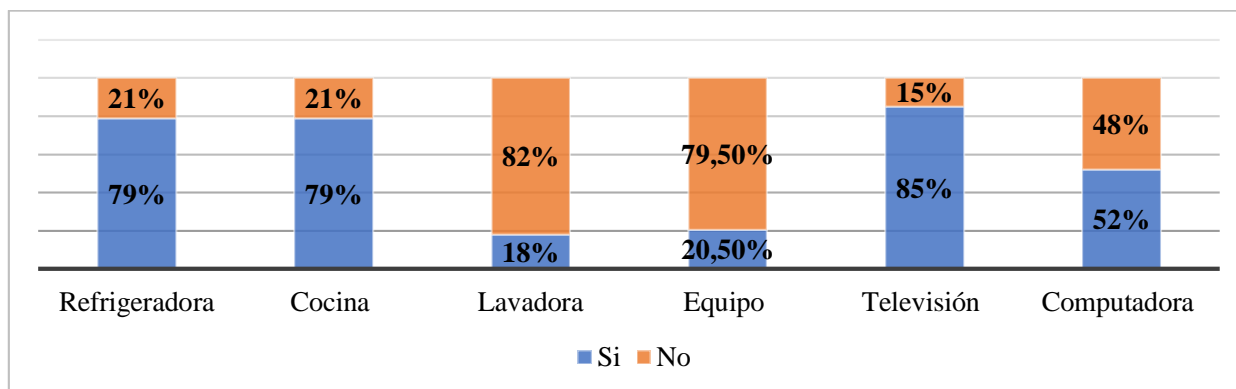
Servicios básicos que poseen los encuestados



De acuerdo a la figura 9, se determina que la mayoría de los encuestados cuentan con aprovisionamiento de servicios básicos principalmente agua potable y alcantarillado, además se observa que el teléfono convencional no constituye una prioridad; sin embargo, el internet es utilizado por un 56% de los comerciantes informales principalmente por la necesidad educativa y de comunicación en la actualidad.

Figura 10

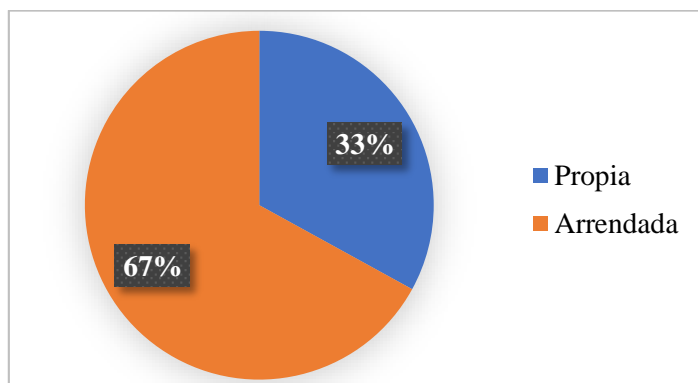
Electrodomésticos que poseen los comerciantes ambulantes



En la figura 10, se evidencia que más del 50% cuentan con varios electrodomésticos indispensables para el desarrollo de sus actividades domésticas por lo que, a pesar de no contar con una fuente de ingresos estable, estos disponen de algunos con el fin de mejorar el estilo de vida de sus familias. Sin embargo, no todos cuentan con estas posibilidades dado que los negocios que tienen no les son rentables como para adquirir estos electrodomésticos por lo que únicamente cuentan con cocina, la cual es esencial para el diario vivir.

Figura 11

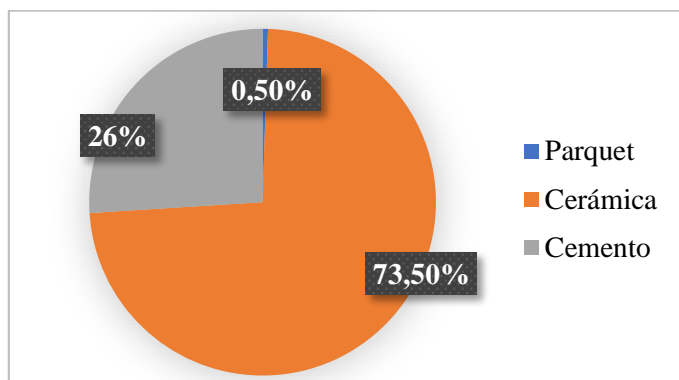
Tipo de vivienda de los encuestados



La figura 11, muestra que el 67% de los comerciantes viven arrendando, y el 33% poseen una vivienda propia. Por ello, se deduce que al no generar ingresos suficientes como para optar a adquirir una vivienda propia, muchas personas optan por conseguir un lugar de arriendo adecuado para sus familias. Mientras que las personas que poseen una vivienda propia son aquellas que cuentan con el apoyo de los miembros del hogar y que han tenido la oportunidad de mantener un trabajo estable que les permite generar ingresos extras y de esta manera ser un apoyo para todos los miembros del hogar.

Figura 12

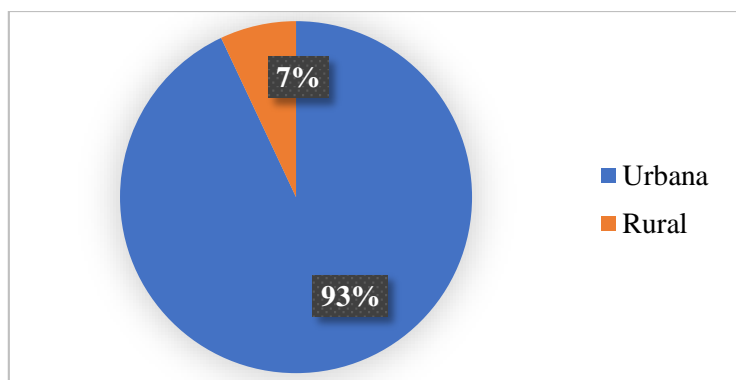
Material predominante del piso de la vivienda de los encuestados



De acuerdo a la figura 12, se muestra que el 73,50% de los comerciantes ambulantes cuenta con cerámica en el piso de sus viviendas mientras que el 26% de los encuestados manifiesta que el piso en el que viven es de cemento y solo un 0,50% cuenta con Parquet en su vivienda. Es por esta razón que pese a las condiciones de los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja buscan lugares modestos para residir, mientras que hay personas que a pesar de los recursos que poseen no se dan comodidades dado que es más importante generar ingresos que para sustentar a sus familias por lo que optan en no hacer mejoras en sus domicilios.

Figura 13

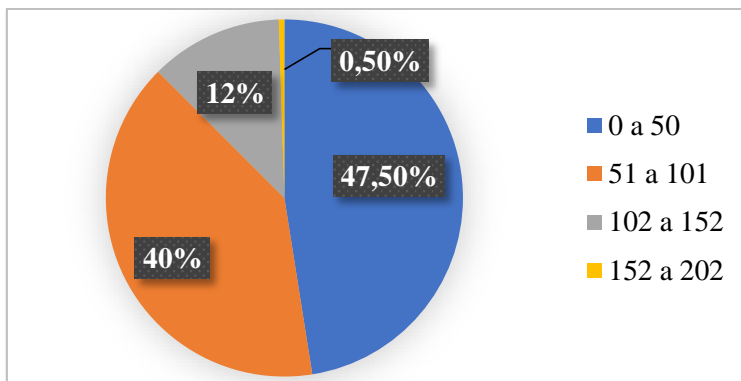
Lugar de residencia de los comerciantes ambulantes



En la figura 13, se denota que el 93% de los comerciantes viven en la zona urbana de la ciudad, mientras que el 7% vive en la zona rural. Bajo este enfoque se determina que la mayor parte de los comerciantes habitan en los barrios que están cerca al centro de la ciudad lo que les permite desplazarse con mayor facilidad para realizar el expendio de sus productos, no obstante, la otra parte de comerciantes prefiere vivir en los sectores aledaños de la ciudad dado que tienen los espacios necesarios para cultivar productos que luego sacan a la venta.

Figura 14

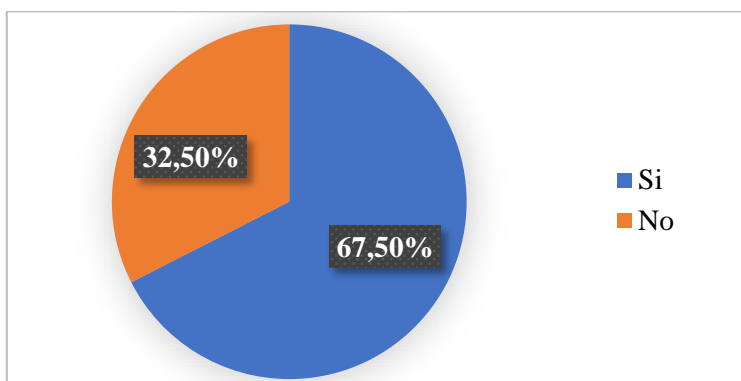
Nivel de ventas diarias de los comerciantes ambulantes



De acuerdo con la figura 14, muestra que el 47,50% de los comerciantes genera de entre 0 a 50 dólares diarios, seguidamente con un 40% de 51 a 100 dólares diarios, 12% a 101 a 200 dólares diarios y finalmente un 0,50% a las personas que generan de 201 a 300 dólares. Es así, que el comercio informal genera ingresos suficientes para llevar una vida digna, y de esta manera ayudar a sus familiares a superarse. Sin embargo, es necesario aclarar que estos ingresos varían a las diferentes temporadas del año ya que la demanda de sus productos se convierte en algo favorable.

Figura 15

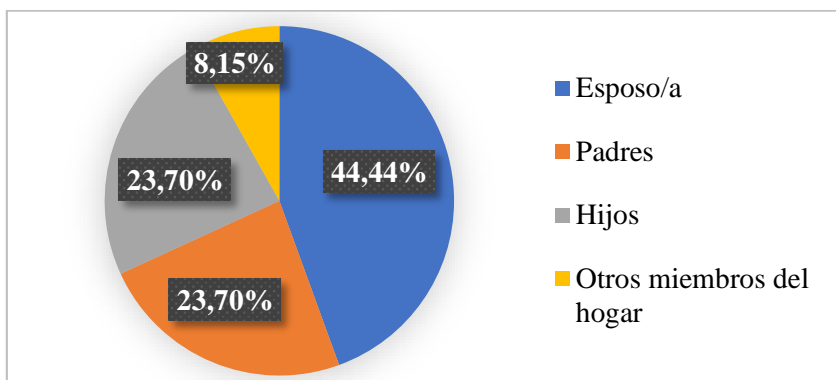
Fuente extra de ingreso de los comerciantes



La figura 15, evidencia que el 67,50% de los comerciantes encuestados manifestaron que tener otra fuente de ingresos mientras que el 32,50% restante dijo que no. Acorde con lo manifestado, se agrega que más del 50% de las personas dedicadas al comercio ambulante cuentan con un ingreso extra dentro del núcleo familiar, lo cual es importante puesto que, gracias a estos ingresos, pueden solventar una serie de inconvenientes que se les presente, no solo del ejercicio de su actividad si no para hacer frente con las obligaciones familiares.

Figura 16

Miembro del hogar que aporta con ingresos extras

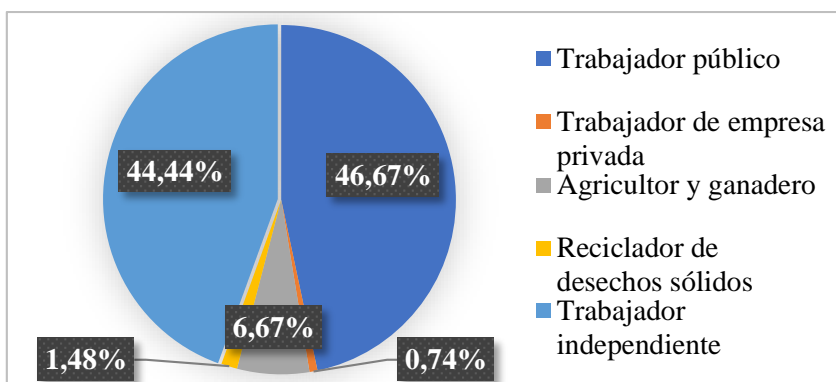


De acuerdo con la figura 16, indica la fuente de ingresos extra que existe dentro del hogar, donde el 44,44% pertenece al/la esposo/a, dado que en muchos de los casos estos son la cabeza del hogar por lo que diariamente deben salir a buscar el pan de cada día para de esta manera solventar las deudas personales y dar una vida digna a sus familias.

Seguidamente, el 23,70% corresponde a padres e hijos respectivamente, y finalmente el 8,15% a otros miembros del hogar, esto sucede puesto que en muchos los comerciantes permanecen en convivencia con los padres e hijos e incluso con allegados, los cuales trabajan de manera independiente, pero ayudan a mantener y solventar la casa con ingresos propios.

Figura 17

Procedencia del ingreso extra dentro del hogar de los comerciantes



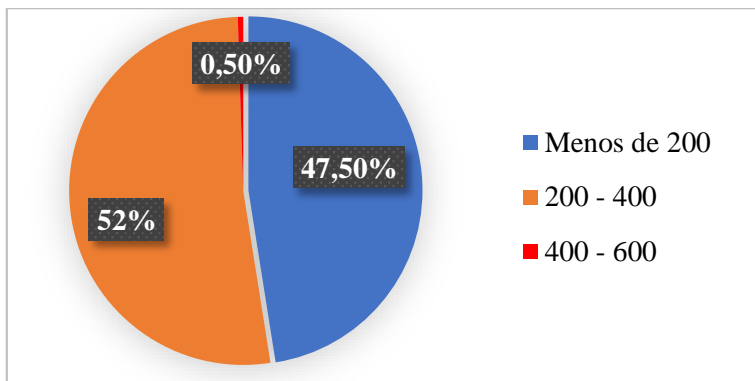
La figura 17, indica la procedencia de la fuente de ingreso extra, donde el 46,67% de los encuestados manifiesta que son de trabajadores públicos, el 44,44% son de trabajadores independientes, el 6,67% de agricultor y ganadero, el 1,48% de reciclador de desechos sólidos y finalmente con el 0,74% a trabajador de empresa privada.

Es así, que se puede argumentar que los ingresos que apoyan al núcleo familiar son de trabajadores públicos, es decir muchas de las personas encuestadas supieron manifestar que los miembros de sus hogares laboraban de choferes o de recolectores de la basura dentro del GAD municipal de Loja lo cual les ayudaba a mantener firme el hogar.

Sin embargo, parte de la otra mitad de los encuestados supo manifestar que los ingresos extras son gracias a que los miembros del hogar poseen un trabajo independiente, es decir por cuenta propia, muchos de ellos ayudan al comercio ambulante con el expendio de diferentes productos, otros de ellos trabajan de chofer, en construcción, carpinteros, fotógrafos, pintores, etc. Lo que sea necesario para poder ayudar al hogar.

Figura 18

Promedio de gastos mensuales de los comerciantes

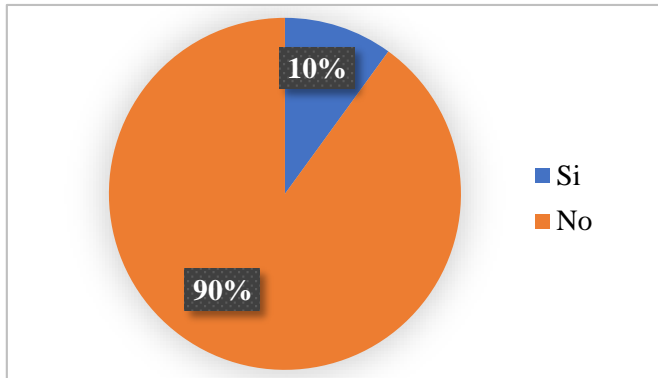


De acuerdo con la figura 18, muestra el promedio de gasto mensualmente de los comerciantes, donde el 52% de los encuestados manifestó que gasta de 200 a 400 dólares, el 47,50% que gasta menos de 200 dólares y tan solo el 0,50% supo manifestar que gasta de 400 a 600 dólares mensualmente.

Bajo este mismo enfoque se deduce que las personas a pesar de que no tienen ingresos fijos, los gastos que estos realizan están por encima de los ingresos y al tener una familia extensa y los hijos estudiando estos generan gastos, por lo que muchas de estas personas prefieren quitar ciertos lujos a sus hijos con el fin de mejorar la calidad de vida. Este comportamiento de gasto, también se explica con los aportes de ingresos que realizan los demás miembros del grupo familiar.

Figura 19

Ahorros de los comerciantes ambulantes

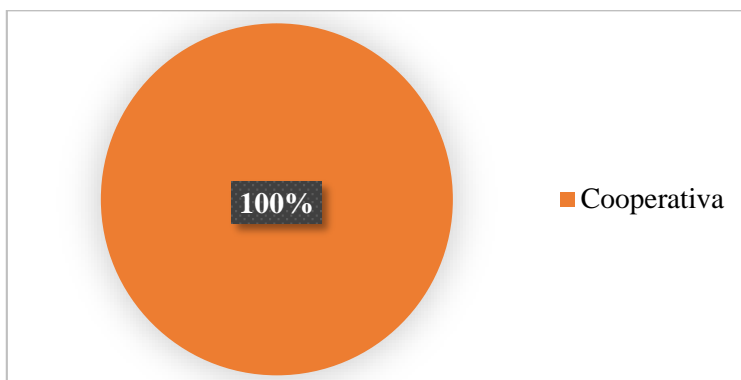


La figura 19, muestra que el 90% de los encuestados manifiesta que no destinan dinero al ahorro, mientras que el 10% dijo que sí. En contraste a lo anterior se determina que las personas no ahorran debido a que no cuentan con ganancias suficientes como para destinar algo al ahorro por lo que tienen gastos en los cuales incurrir de manera primordial por lo que no les permite tener un ahorro.

Sin embargo, cabe destacar que algunas personas a pesar de las circunstancias por la que se ven obligadas a vivir prefieren guardar algo de sus ingresos con el fin de que estos les sirvan en un futuro no muy lejano no solo para ellos si no para cualquier miembro de su hogar.

Figura 20

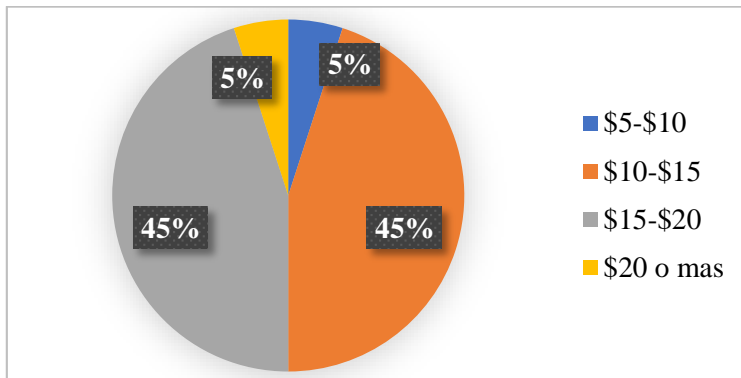
Lugar en donde los encuestados aseguran sus ahorros



De acuerdo con la figura 20, se evidencia que el 100% los comerciantes aseguran sus ahorros en una entidad financiera de la EPS. Es así, que las personas confían sus ahorros en una entidad financiera de la localidad, pensado a largo plazo ya que a pesar de las circunstancias por las que atraviesan día a día prefieren destinar algo que saben que les va a servir, y que más seguro que en una entidad financiera la cual vela y respalda cada uno de sus depósitos.

Figura 21

Valor de ingresos que destinan mensualmente al ahorro los encuestados

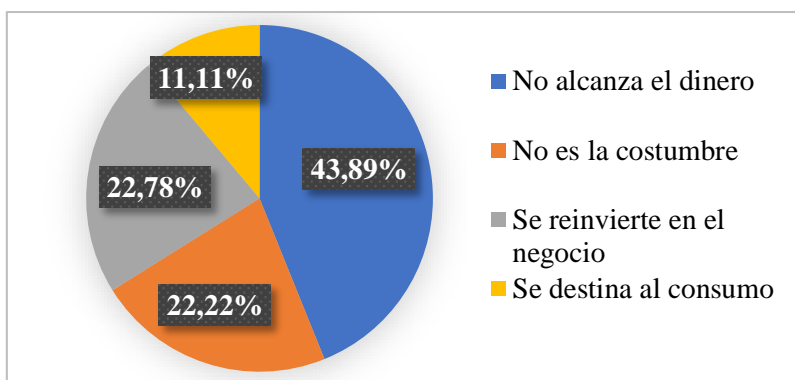


En la figura 21, se evidencia un 45% de los encuestados destinan al ahorro de entre \$10-\$15 y entre \$15-\$20 dólares respectivamente, el 5% restante de entre \$5-\$10 dólares y de \$20 dólares o más.

En relación con lo antes mencionado, se acondiciona que las personas a pesar de no contar con un sueldo fijo estas tratan de separar un porcentaje mínimo con el fin de que a un futuro en el caso de no estar dispuestas a realizar alguna actividad que les genere ingresos puedan optar por consumir de estos ahorros hasta que de nuevo tengan la oportunidad de integrarse nuevamente al campo laboral.

Figura 22

Motivo por el cual los encuestados no destinan dinero al ahorro



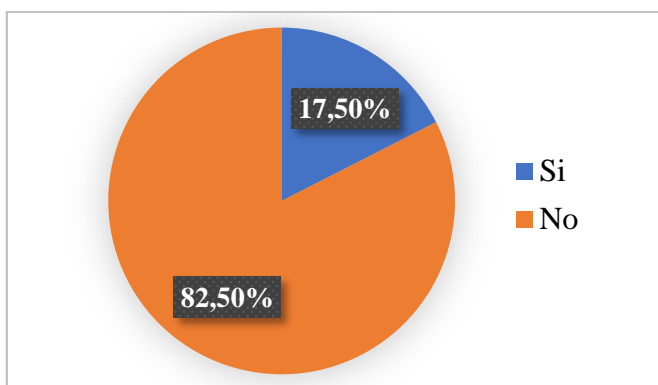
De acuerdo con la figura 22, se infiere que el 43,89% menciona que es por motivos de que no les alcanza el dinero, el 22,78% reinvierte en el negocio, el 22,22% manifiesta que no es la costumbre, y el 11,11% lo destinan al consumo.

Por lo tanto, se argumenta que una de las principales razones por las que las personas no pueden ahorrar es debido al ejercicio de la actividad que estas realizan, ya que al no contar con un ingreso estable no les permite mantener un ahorro programado.

Siendo así, que las ganancias al ser mínimas lo único que les permite es para poder continuar ejerciendo su actividad puesto que esta les ayuda a llevar el pan de cada día a sus hogares, siendo esta una de las principales razones por las cuales salen a las calles con el fin de realizar el expendio de sus productos a la localidad.

Figura 23

Conocimiento de los encuestados para estimar el precio de venta



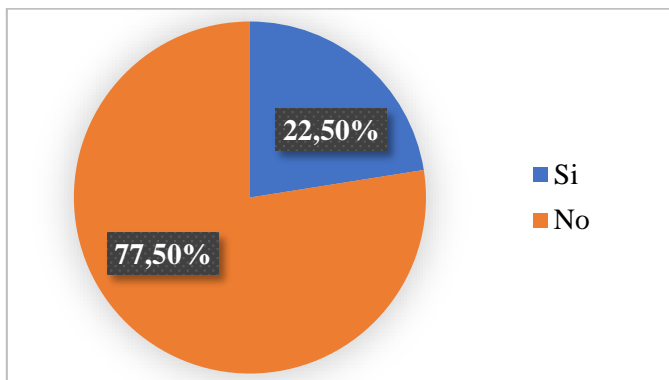
La figura 23, muestra que el 17,50% de los encuestados afirman conocer el procedimiento técnico para la fijación de precios de ventas para las mercaderías, mientras que el 82,50% indicaron que no conocen este procedimiento.

A partir de la investigación, se determina el desconocimiento de los comerciantes ambulantes sobre el método matemático para estipular el precio de venta de sus productos. Algunos afirmaron que simplemente le incrementan unos centavos extras al costo de adquisición de sus inventarios. Esto demuestra que para los vendedores el ejercicio de sus actividades comerciales no es llevado de la mejor manera, e incluso, el alto índice de desconocimiento permite inferir que sus ventas apenas les permite cubrir los costos de ventas.

Finalmente, se deduce que, en razón del nivel de instrucción primaria que predomina en los comerciantes, estos tienen bajos conocimientos y por lo tanto la correcta aplicación de cálculos matemáticos técnicos les resulta complejo.

Figura 24

Conocimiento de los comerciantes ambulantes sobre como fijar un descuento

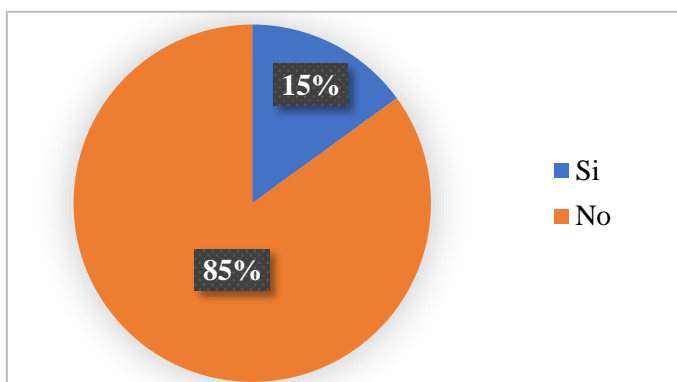


De acuerdo a la Figura 24, se determina que el 22,50% de los encuestados coinciden en que conocen la manera de fijar descuentos a sus clientes, mientras que el 77,50% indicaron que no tienen conocimiento de fijación de descuentos.

Por consecuencia, se deduce que sus ventas con descuentos resultan peligrosas para el crecimiento del negocio, ya que, a más de no generar utilidades, sus negociaciones están perdiendo al situar precios por debajo del costo. Por otra parte, quienes indicaron que conocen la manera de fijar un descuento, algunos afirmaron que los descuentos deben reducir el precio de venta pero que este no debería ser menor al costo de adquirir sus productos, lo cual demuestra que tienen en claro la dinámica de esta estrategia de ventas, aunque no lo aplican mediante cálculos.

Figura 25

Conocimiento de los encuestados acerca de la planificación



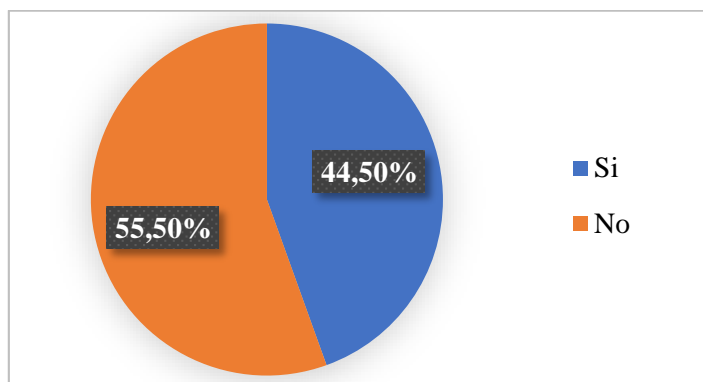
En la Figura 25, se refleja el conocimiento sobre la planificación que tienen los encuestados, donde el 85% indicaron no tener conocimiento alguno, mientras que el 15% indicaron si conocerlo.

Bajo el apartado anterior, se concluye que para los comerciantes informales la planificación de sus actividades no es su fuerte, es decir, la administración de sus negocios se lo hace de manera empírica sin aplicar conocimiento científico como lo es la planificación empresarial. En otras palabras, los comerciantes informales no conocen que es la planificación, por lo tanto, no lo practican. Sus negocios permanecen estables gracias a los esfuerzos y trabajo arduo de sus dueños más que por una buena planificación.

Desde otra perspectiva, quienes afirmaron conocer la planificación coinciden en que les ayuda a tomar buenas decisiones y no solo entorno a sus negocios sino también en su vida familiar, es decir, ellos indicaron que, mantienen sus negocios y aunque el trabajo no les genera riquezas, al menos les ayuda a sobrevivir.

Figura 26

Distribución del dinero de los comerciantes



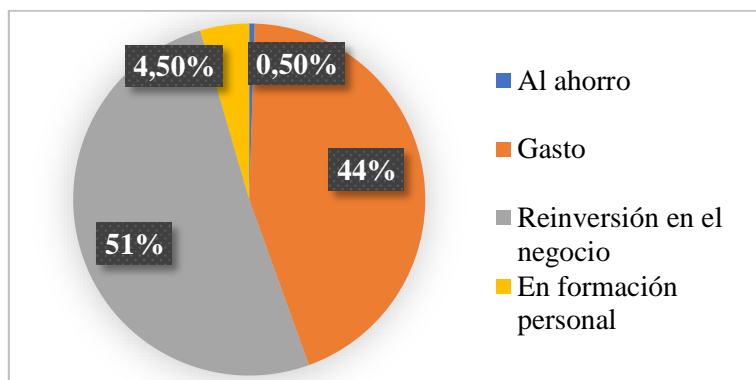
Con base a la Figura 26, se denota que el 55,50% de los encuestados afirmaron que no separan el dinero (capital y ventas diarias) de los recursos financieros del núcleo familiar, es decir, ellos consideran que el dinero familiar y del negocio les corresponde y, por lo tanto, no hay necesidad de administrarlo por separado.

Mientras que el 44,50% consideran que deben separar los recursos del negocio con los de la familia, puesto que si lo mezclan podrían gastarlo y con ello afectarían no solo al negocio sino a sus propias familias puesto que podrían quedarse sin liquidez o capital para reinvertirlo en sus actividades comerciales.

Bajo este contexto, se determina que la mayor parte de los comerciantes no consideran oportuno separar los recursos familiares de los comerciales, por ello, es importante concientizarlos sobre este concepto financiero, dado que, al final estaría comprometiendo a sus negocios.

Figura 27

Destino que le dan los comerciantes ambulantes a las utilidades del negocio



La figura 27, muestra el destino de los excedentes o utilidades que generan los comerciantes informales, donde; el 51,00% consideraron que reinvierten sus utilidades en el mismo negocio, el 44,00% los destina al gasto, el 4,50% los invierte en formación personal mientras que el 0,50% lo destina al ahorro.

En consecuencia, la reinversión de utilidades en el capital es una de las prácticas más representativas, lo que, en teoría, permite que sus negocios crezcan poco a poco. Por otra parte, el destino de utilidades al gasto sugiere que gran parte de los comerciantes informales viven de día al día, por lo que constantemente usan sus utilidades en sus gastos cotidianos.

Así mismo, la formación personal en diversa índole es baja, aunque esto significa que algunos comerciantes informales emplean sus beneficios su crecimiento personal, finalmente la participación de 0,50% del destino de utilidades en ahorro, indica que para los comerciantes está practica financiera no les es posible ya sea por las bajas ganancias o porque predomina otras erogaciones.

Deducción

Se ha determinado que en el comercio informal lojano predomina el sexo femenino. Lo que indica que las mujeres representan la mayor parte de la fuerza laboral del comercio ambulante en la localidad con edades de 31 a 45 años. Además, se evidenció que la mayoría tiene nivel de instrucción primaria y que en mayor parte son casados. Así mismo, un 66% afirman que sus hogares están formados por 4 a 6 personas, donde la escolaridad de los niños representa el 96,09% de los hogares con hijos.

Con el estudio de los ingresos, se determinó que el 48% de los comerciantes generan entre 0 a 50 dólares diarios en ventas, y un 40% de 51 a 100 dólares. El 67% manifestaron que

cuentan con otras fuentes de ingresos siendo principalmente el/la esposo/a quien lo genera. Por su parte, los gastos promedio mensualmente son en mayor parte que los ingresos, esto se debe a que la actividad económica que realizan no les genera los ingresos suficientes para solventar sus gastos.

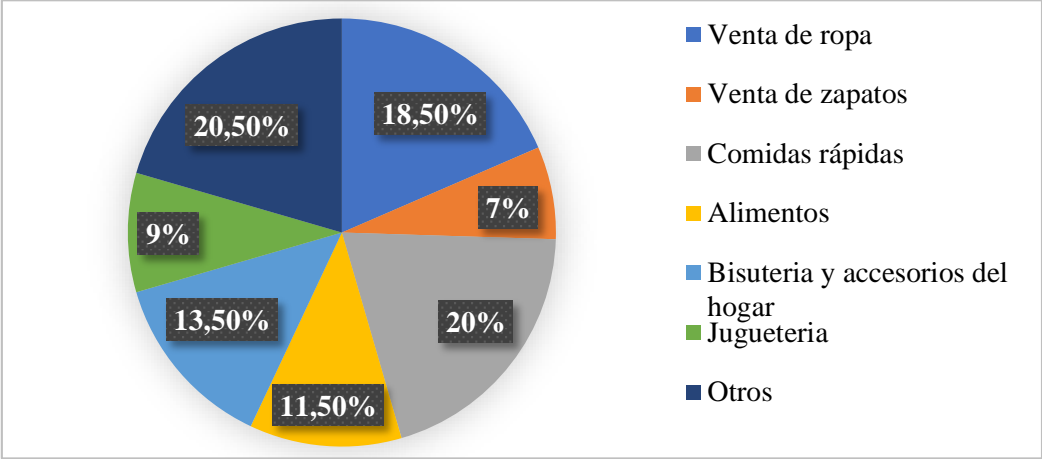
Desde otro contexto, se determinó que solo el 17,50% de los comerciantes conocen el procedimiento para la fijación de precios de ventas para las mercaderías, asimismo, el 22,50% coinciden que conocen la manera de fijar descuentos a sus clientes, el 85% indicaron no tener conocimiento alguno sobre planificación. Por otra parte, de los excedentes o utilidades que generan el 51% reinvierte en el mismo negocio, y el 44% lo destinan al gasto, ya que al no tener una sólida cultura financiera, los comerciantes toman malas decisiones que tienen consecuencias negativas, tanto en su bienestar personal como familiar.

6.2. Objetivo 2: Segmentar el giro de negocio al que se dedican los comerciantes ambulantes y establecer como está constituido cada uno.

Mediante el presente objetivo: las preguntas de la 28- 38 permiten conocer la actividad comercial que realiza cada comerciante ambulante en la ciudad de Loja dependiendo de su capacidad económica, y a la vez determinar de qué manera están constituidos sus negocios, es decir, si son propios o dependen de otras personas para realizar esta actividad, así mismo se pudo identificar la capacidad que tienen los comerciantes para hacer frente a sus obligaciones con terceras personas.

Figura 28

Actividad comercial que realizan los comerciantes ambulantes



De acuerdo la figura 28, se determina que del total de las personas encuestadas; el 7% se dedican a la venta de zapatos, el 9% a comercializar juguetes de toda índole, un 11,50% a

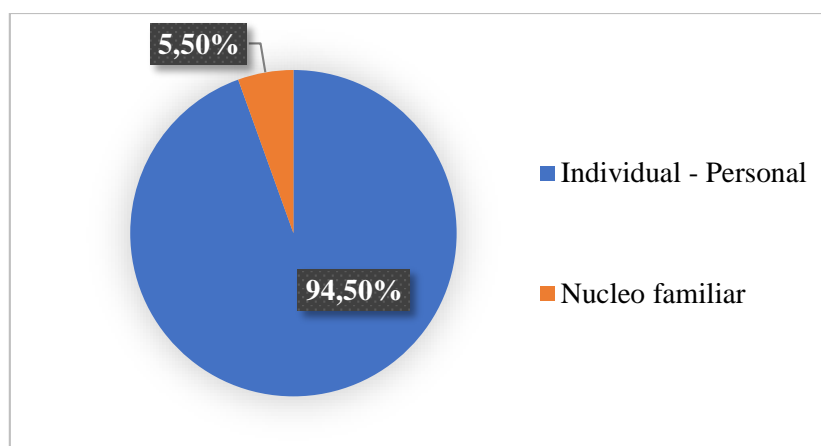
alimentos, el 13,50% a bisutería y accesorios del hogar, el 18,50% venden ropa, el 20% comida rápida y el 20,50% restante comercializan otro tipo de productos.

La comercialización de comidas rápidas es una de las actividades predominantes dentro del comercio informal de la ciudad de Loja, mismos que van desde productos como maduros asados y pinchos, fruta picada o condimentada, hasta la venta de porciones de comida incluido pinchos y asados de carnes y vísceras.

Con respecto a otras actividades que realizan los comerciantes, se determinó que entre las principales actividades de comercialización se encuentra: accesorios de vehículos, electrodomésticos, tejidos, cuadros y fotografías, bizcochuelos, artesanías, pan de horno, maquillaje, manualidades, venta de zapateras, lustradores de calzado, venta de flores artificiales, productos medicinales, venta de carteras, entre otras. Por lo tanto, se dedujo que el comercio informal de acuerdo al tipo de productos que se comercializa o actividad que desempeña en la localidad es amplio.

Figura 29

Constitución y administración del negocio de los comerciantes

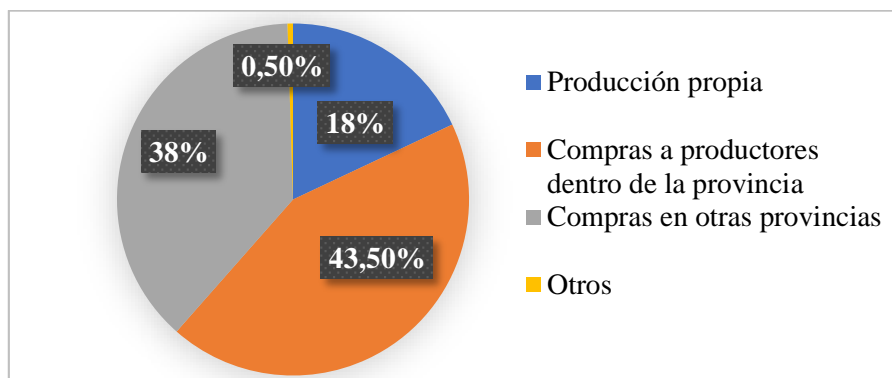


Interpretación y análisis

De acuerdo a la Figura 29, se determinó que el 94,50% de los encuestados afirman que sus negocios y actividades comerciales son de constitución y administración unipersonal, es decir, ellos son los únicos dueños y quienes velan por el bienestar y funcionamiento del negocio. Por otra parte, el 5,50% de los encuestados consideran que sus negocios se constituyeron y administran por el núcleo familiar sobre todo por la pareja conyugal. Esto significa que, para este grupo, el negocio representa un patrimonio familiar en la que todos tienen la potestad de administrarlo en pro de mejorar y crecer.

Figura 30

Procedencia de los productos que expenden los comerciantes en la localidad

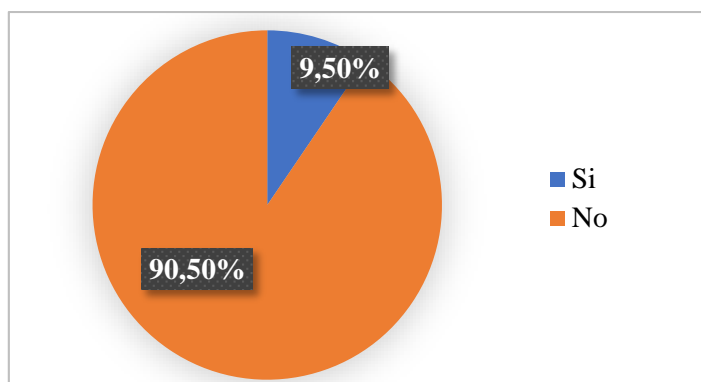


En la Figura 30, se resume que el 43,50% de los encuestados concuerdan en que sus productos y mercaderías de comercialización son adquiridos a productores locales de la provincia, lo cual sugiere, que los comerciantes informales de alguna manera están dinamizando la economía provincial al utilizar productos de producción provincial.

Por otra parte, la procedencia del producto indica el bajo precio de comercialización. Además, el 38% indicaron que sus mercaderías son adquiridas en otras provincias, entre ellos, productos como juguetes y ropa. Seguidamente, el 18% indicaron que son por producción propia, sobretodo, productos alimenticios como papas, cebollas, frutas y verduras.

Figura 31

Los encuestados cuentan con inscripción del Registro Único del Contribuyente



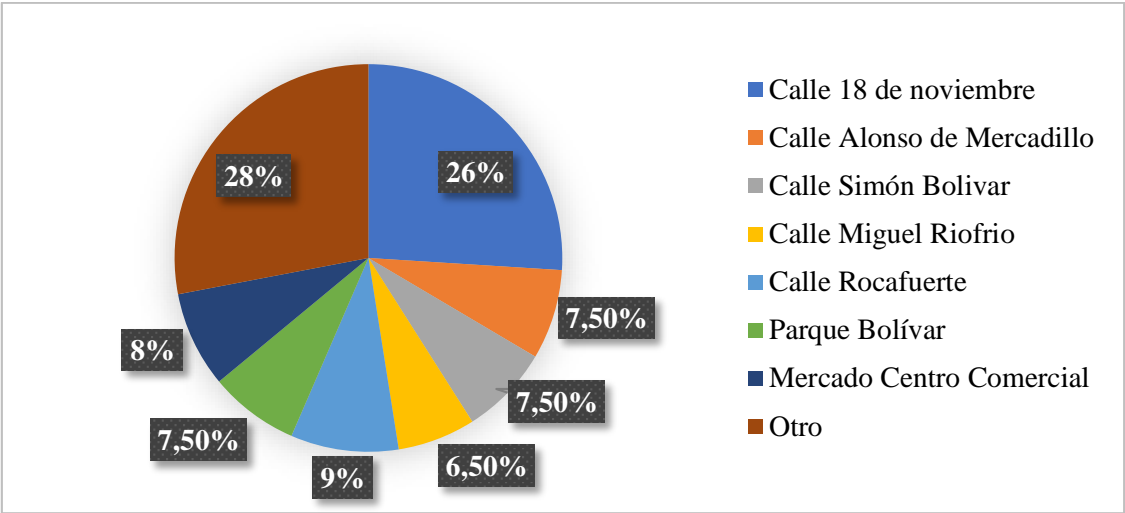
La figura 31, indica que el 90,50% de los encuestados definitivamente no cuentan con Registro Único del Contribuyente (RUC) ni con Régimen para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE) mientras que el 9,50% manifestaron si contar con uno de ellos. Bajo la interpretación previa, se deduce que para las personas que forman parte de la economía informal

1 de cada 9 aproximadamente no consideran necesario legalizar sus actividades económicas de alguna manera, puesto que, hacerlo necesariamente haría que el costo de operación se incremente ya sea por la tramitología, así como el cumplimiento de los requisitos básicos para funcionamiento de un negocio.

Por otra parte, también se dedujo que quienes cuentan con RUC o RIMPE, no es por actividades comerciales como tal, sino que los tienen por actividad productiva para cumplir requisitos a la hora de acceder a crédito productivo.

Figura 32

Lugar en el cual los encuestados desempeñan su actividad comercial

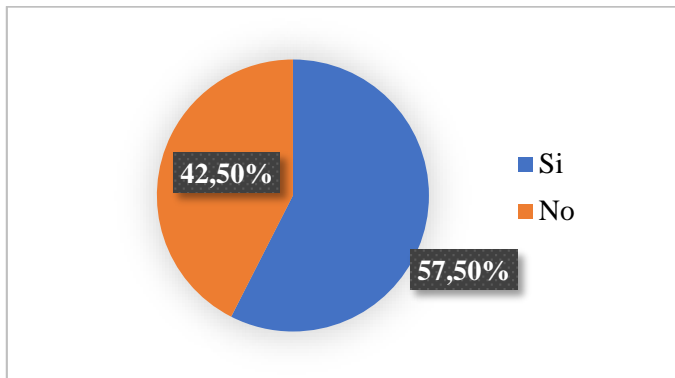


De acuerdo con la figura 32, indica que el 28% transita por diferentes lugares de la ciudad con el fin de buscar lugares más concurridos para de esta manera puedan tener mejores oportunidades de venta, mientras que el 26% se ubica en la calle 18 de noviembre la cual es una ubicación estratégica debido a que es el centro de la ciudad en donde se concentra el mayor número de personas.

Por otra parte, el 9% se ubica en una de las calles céntricas de igual con el fin de realizar el expendio de sus productos, seguidamente con un 8% y 7,50% respectivamente son personas que se ubican en calles principales que son céntricas de la ciudad en donde existe una mayor demanda de productos y de personas.

Figura 33

Estadía del lugar que realiza el ejercicio de su actividad económica

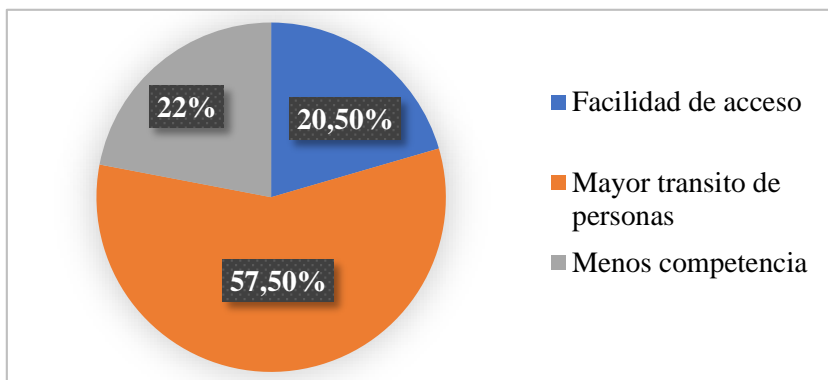


La figura 33, indica que el 57,50% de los comerciantes ambulantes permanece siempre en el mismo lugar, mientras que el 42,50% manifiesta que se movilizan por toda la ciudad. Bajo este contexto se deduce que estas personas se mantienen de manera permanente en un solo lugar estratégico o que está cerca al centro de la ciudad, puesto que al existir un mayor movimiento de personas ellos tienen mejores oportunidades de comercializar sus productos.

Sin embargo, el resto de comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja prefiere estar en constante movimiento con el fin de promocionar sus productos a la localidad en donde exista un menor número de vendedores con productos iguales o similares y así de esta manera tendrán una mayor acogida del expendio de sus productos.

Figura 34

Motivo por el cual los comerciantes escogen el lugar para ejercer su actividad comercial



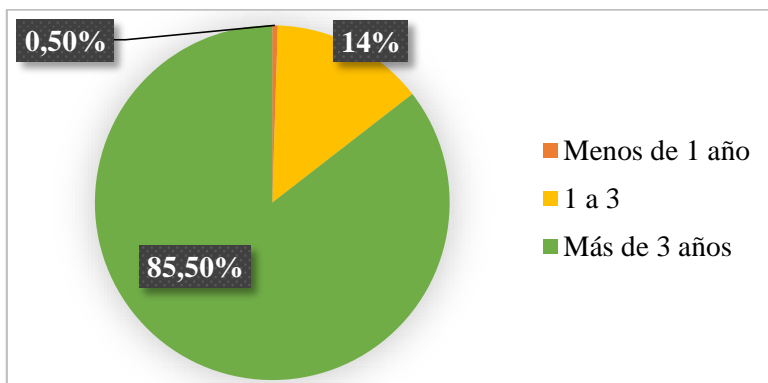
De acuerdo con la figura 34, muestra que el 57,50% manifiesta que escoge este lugar por mayor tránsito de personas, mientras que el 22% indica que por que existe una menor competencia, y finalmente un 20,50% dice que se ubica por la facilidad de acceso.

Es por esta razón como ya se vienen mencionando en la gráfica anterior, todas estas personas dedicadas al comercio ambulante en primera instancia lo que buscan para desempeñar el giro de su actividad es un lugar donde exista mayor incursión de personas y por qué no el centro de la ciudad que es donde se concentra una gran cantidad de comerciantes mismos que acuden a comercializar sus productos.

Mientras que otros comerciantes lo que buscan es un lugar donde tengan un mejor acceso, es decir, donde no tengan el peligro de que los agentes municipales los corran o lo que es peor que les decomisen sus productos, es por esta razón que se mantienen en constante movimiento buscando un lugar de acogida por la localidad y donde exista menos competencia ya que al ubicarse donde existan más comerciantes tienen menos oportunidades de realizar las ventas de sus productos.

Figura 35

Tiempo que los comerciantes han permanecido desarrollando su actividad comercial



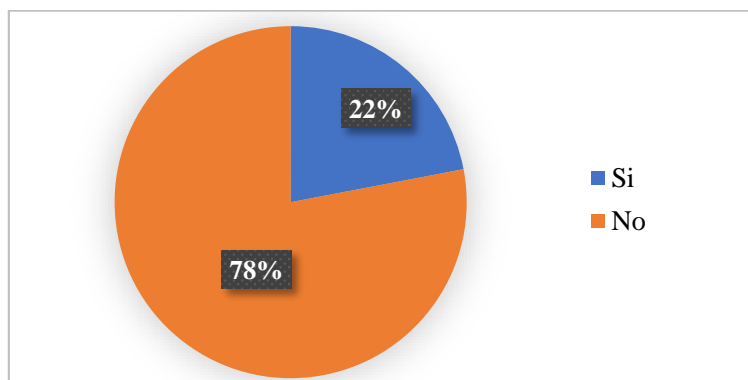
En la figura 35 se determina que 85,50% de personas dedicadas al comercio ambulante han permanecido en esta actividad por más de 3 años, mientras que el 14% manifiesta que permanecen de 1 a 3 años en el giro de su actividad, y tan solo un 0,50% menos de un año.

Por consiguiente, se puede evidenciar que el mayor número de encuestados han dedicado gran parte de su tiempo al expendio de sus productos dentro de la localidad es por esta razón que las condiciones en las que viven no son las mejores ya que el resultado de sus ventas no les garantiza poder llevar una vida cómoda como ellos quisieran.

Sin embargo, otra parte de esa población está comenzando a formar de este ámbito laboral debido a que no cuentan con recursos suficientes para formarse profesionalmente y así conseguir un mejor empleo, es por esta razón que optan por emprender con ideas nuevas llevándolas al mercado laboral del comercio ambulante.

Figura 36

Apoyo de entidades financieras a los comerciantes ambulantes

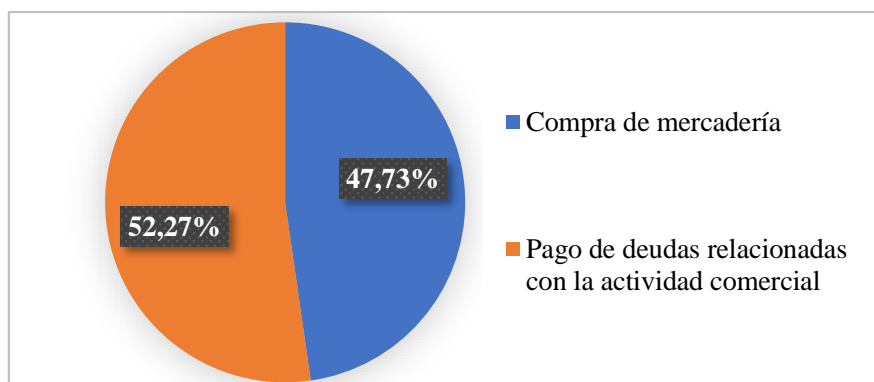


La figura 36, muestra que el 78% de los encuestados no financia su actividad comercial con créditos, mientras que un 22% supo manifestar que si lo hace. De esta manera se determina una vez más, que la mayoría de la población que se dedica al comercio ambulante no tiene garantizado una estabilidad económica, por lo que adquirir una deuda están arriesgando su única fuente de ingresos, dado que son relativamente bajos para hacer frente a deudas.

Sin embargo, existe un porcentaje de personas los cuales sí forman parte del sistema financiero nacional, pero en gran parte se debe a que cuentan con otra fuente de ingresos ya sea por el esposo u otro miembro del hogar lo cual les permite hacer frente a otra obligación.

Figura 37

Destino de los recursos financiados por entidades

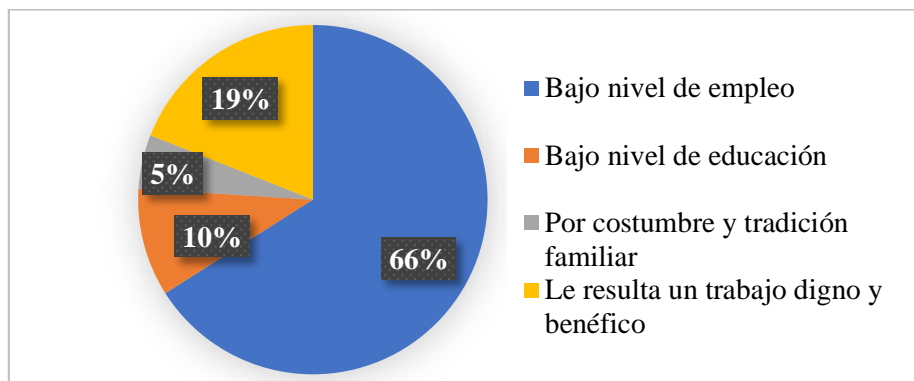


De acuerdo con la figura 37, se evidencia que el 52% de los encuestados dijeron que, destinando los recursos al pago de deuda relacionadas con la actividad comercial, ya que adquieren préstamos para reinvertir en el negocio, por lo que de este depende en gran parte, obtener los recursos para solventar las deudas y obligaciones con terceras personas.

Así mismo, cabe mencionar que las personas prefieren mantener el negocio surtido para que de esta manera sea de acogida por la ciudadanía, es por esta razón que se ven en la necesidad de endeudarse haciendo préstamos con el fin de mantener el negocio funcionando y que gracias a este pueden ayudar económicamente a sus familias.

Figura 38

Razón por la cual los encuestados se dedican a esta actividad comercial



De acuerdo a la figura 38, el 66% de los encuestados manifiesta que una de las principales causas por las cuales se ven en la necesidad de realizar esta actividad es las pocas fuentes de empleo que existen en la actualidad, y al ser muchas personas desempleadas no existe para todos, la oportunidad de encontrar un trabajo que les ayude a mejorar sus condiciones de vida.

Sin embargo, el 19% de los comerciantes en estudio recalca que no tienen ningún problema en realizar este tipo de actividad debido a que les resulta un trabajo digno y que gracias a este pueden sacar a sus familias hacia delante. Por otra parte, el 10% manifiesta que realizan esta actividad por lo que se les dificulta de manera extraordinaria, es por esta razón ellos al no contar con un nivel de instrucción superior se les es complicado que alguien les ofrezca un mejor trabajo, por lo que les toca ganarse la vida de esta manera.

Una vez culminado este objetivo a continuación se presenta un cruce de variables con el fin de conocer e identificar la relación que existe entre los comerciantes ambulantes y las actividades comerciales que estos desempeñan.

Tabla 4*Sexo de los comerciantes con relación al producto que ofrecen*

Tipo de Negocio	Sexo		Total
	Mujer	Hombre	
Otros	8,50%	12,00%	20,50%
Comida Rápida	13,00%	7,00%	20,00%
Ropa	13,50%	5,00%	18,50%
Bisuterías y accesorios	7,50%	6,00%	13,50%
Alimentos	6,00%	5,50%	11,50%
Juguetería	2,00%	7,00%	9,00%
Zapatos	1,50%	5,50%	7,00%
Total	52,00%	48,00%	100,00%

La tabla 4, muestra la composición de los tipos de negocios de los encuestados con respecto a su sexo, donde se determinó que, para las mujeres, la actividad comercial a la que más se dedican es a la venta de ropa con el 13,50%, venta de comidas rápidas con 13% y a otras actividades con el 8,50%.

Por su parte, los hombres demostraron tener una gran variedad de negocios dado que el 12% se concentra en otras actividades comerciales tales como las ventas de accesorios para vehículos, fotógrafos, lustradores, etc., seguidamente, comidas rápidas y juguetería son las actividades que más se realizan con el 7% de participación mientras que la venta de bisutería y accesorios lo realizan un 6%.

Tabla 5*Sexo del encuestado con la ubicación del negocio*

Ubicación del negocio	Sexo		Total
	Mujer	Hombre	
Otros	11,50%	16,50%	28,00%
Calle 18 de Noviembre	13,50%	12,50%	26,00%
Calle Rocafuerte	4,50%	4,50%	9,00%
Mercado Centro Comercial	5,00%	3,00%	8,00%
Calle Alonso de Mercadillo	4,00%	3,50%	7,50%
Parque Bolívar	4,50%	3,00%	7,50%
Calle Miguel Riofrío	3,00%	3,50%	6,50%
Total	52,00%	48,00%	100,00%

El cruce de la variable sexo y ubicación de los negocios se muestran en la Tabla 5, determinándose que el 13,50% de las mujeres prefieren a la calle 18 de noviembre como lugar de localización de sus negocios, mientras el 11,50% se localizan en distintos puntos de la ciudad sin tener preferencia alguna. Además, el 5% de las mujeres se interesan por posicionar sus negocios en los alrededores del Mercado Centro Comercial.

Sin embargo, los hombres evidenciaron mayor versatilidad, dado que el 16,50% de ellos ubican sus negocios en distintos puntos de la ciudad, dato superior en 5 puntos porcentuales con respecto a las mujeres. Seguidamente, el 12,50% de los hombres prefieren asentar sus negocios por la calle 18 de noviembre, mientras que para ellos la calle Rocafuerte es el tercer lugar de preferencia con 4,50% en contraste a las mujeres.

Tabla 6*Lugar del negocio con el motivo de estadía*

Ubicación del negocio	Selección del lugar			Total
	Mayor tránsito de personas	Menos competencia	Facilidad de acceso	
Otros	18,50%	3,00%	6,50%	28,00%
Calle 18 de Noviembre	21,50%	2,00%	2,50%	26,00%
Calle Rocafuerte	2,50%	2,50%	4,00%	9,00%
Mercado Centro Comercial	6,00%	0,00%	2,00%	8,00%
Calle Alonso de Mercadillo	3,50%	2,50%	1,50%	7,50%
Calle Simón Bolívar	0,50%	4,00%	3,00%	7,50%
Parque Bolívar	3,00%	4,00%	0,50%	7,50%
Calle Miguel Riofrío	2,00%	4,00%	0,50%	6,50%
Total	57,50%	22,00%	20,50%	100,00%

La Tabla 6, muestra el cruce de la variable ubicación del negocio con el criterio de selección del lugar evidenciando que el 57,50% de los encuestados indican que lo escogen porque hay mayor tránsito de personas donde; un 21,50% prefieren la calle 18 de noviembre, el 18,50% consideran otros puntos de la ciudad para asentar sus negocios según lo indican y el 6,00% seleccionan el Mercado Centro Comercial.

Considerando el factor de competencia, las calles Simón Bolívar, Miguel Riofrío y Parque Bolívar son los lugares que mayor se consideran con el 4% de representatividad. Mientras que, con respecto a la facilidad de acceso, quienes su ubican en puntos arbitrarios de la ciudad indican que lo hacen porque existe mayor facilidad de acceso con 6,50% de representación, la calle Rocafuerte con 4% es la segunda opción de los encuestados.

Tabla 7*Ubicación del negocio con el tipo de producto ofertado*

Ubicación del negocio	Tipo de Negocio							Total
	Otros	Comida Rápida	Ropa	Bisuterías y accesorios	Alimentos	Juguetería	Zapatos	
Otros	10,00%	8,50%	3,00%	2,00%	1,00%	2,00%	1,50%	28,00%
Calla 18 de Noviembre	3,50%	4,50%	8,00%	1,50%	2,50%	2,50%	3,50%	26,00%
Calle Rocafuerte	2,00%	0,50%	0,00%	3,00%	2,00%	1,00%	0,50%	9,00%
Mercado Centro Comercial	1,50%	0,00%	3,00%	0,50%	2,50%	0,50%	0,00%	8,00%
Calle Alonso de Mercadillo	0,00%	1,00%	2,50%	2,00%	0,00%	0,50%	1,50%	7,50%
Calle Simón Bolívar	1,50%	2,00%	0,50%	2,00%	1,00%	0,50%	0,00%	7,50%
Parque Bolívar	1,50%	2,50%	0,50%	1,50%	1,00%	0,50%	0,00%	7,50%
Calle Miguel Riofrío	0,50%	1,00%	1,00%	1,00%	1,50%	1,50%	0,00%	6,50%
Total	20,50%	20,00%	18,50%	13,50%	11,50%	9,00%	7,00%	100,00%

De acuerdo a la Tabla 7, se consolida la data correspondiente a la ubicación del negocio y el tipo de producto. Se determinó que el 10% de los encuestados consideran diferentes tipos de negocios y ubicación del mismo, demostrando que con la aplicación de la encuesta no se logró segmentar al 10% del comercio informal de la ciudad Loja debido a las alternativas propuestas no coincidieron con sus giros de negocios.

Asimismo, el 8,5% de los encuestados indicaron que se dedican a la comercialización de comida rápida y que sus puestos se ubican en distintos puntos de la ciudad y que incluso en un mismo día pueden recorrer varios puntos, por lo que no tienen lugar fijo. Asimismo, en la calle Simón Bolívar y Parque Bolívar estos productos son los que mayor se comercializan.

Por su parte, la comercialización de ropa predomina en la calle 18 de noviembre, calle Alonso de Mercadillo y Mercado Centro Comercial, la venta de bisutería y accesorios se realiza con mayor énfasis en la calle Rocafuerte y Simón Bolívar. Sin embargo, en la calle Miguel

Riofrío la venta de alimentos diferente a comidas rápidas y la juguetería son las actividades comerciales que priman sobre las demás.

Deducción

Mediante la caracterización de los comercios ambulantes de Loja, se determina principalmente que se dedican a la comercialización de ropa, comida rápida y, bisutería y accesorios del hogar. Mismos que en mayor parte prefieren comercializar por diferentes lugares de la ciudad buscando puntos más concurridos.

Además, se ha evidenciado que el 94,50% son negocios y actividades comerciales de constitución y administración unipersonal, donde la procedencia de las mercaderías, en su mayoría son de productores locales de la provincia. La selección del lugar para asentar sus negocios es por mayor tránsito de personas, y la permanencia de estos comercios ha sido por más de 3 años, por último, un 78% de los comerciantes indican que no financian su actividad comercial con créditos, debido a que los ingresos provenientes de sus actividades comerciales no les alcanza para hacer frente a obligaciones crediticias.

Mediante el cruce de variables entre sexo, actividad comercial y ubicación de los negocios; se deduce que las mujeres se dedican a la venta de ropa y prefieren ejercer sus negocios en la calle 18 de Noviembre, mientras que los hombres demostraron optar por una gran variedad de comercios como la venta de accesorios para vehículos, fotógrafos, lustradores, etc., y mostraron mayor versatilidad, dado que en gran parte ubican sus negocios en distintos puntos de la ciudad.

Por otra parte, se determinó que el 10% de los encuestados consideran diferentes tipos de negocios y ubicaciones para los mismos, así mismo, el 8,5% de los encuestados indicaron que se dedican a la comercialización de comida rápida y que sus puestos se ubican en distintos puntos de la ciudad e incluso en un mismo día pueden recorrer varios puntos, por lo que no tienen lugar fijo.

6.3. Objetivo 3: Propuesta para mejorar las condiciones de vida de los vendedores ambulantes de la ciudad de Loja.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el objetivo 1 y 2 se diseñó una guía didáctica de administración financiera y económica con el fin de que sirva como herramienta de gestión y conocimiento para el correcto uso de las finanzas personales de los comerciantes ambulantes en la ciudad de Loja (**ver anexo 3**), a continuación, se presenta su estructura.

(1) Introducción.

La presente guía didáctica busca dotar a los comerciantes del sector de la economía informal una herramienta que fortalezca la administración, toma de decisiones y control de los recursos económicos y financieros de sus actividades comerciales.

La guía muestra conceptos básicos sobre la administración y planificación, control y almacenamiento del inventario, conceptos de matemáticas financieras con cálculos básicos y sus respectivas explicaciones, así mismo plantea breves casos prácticos con el objeto de fortalecer las capacidades, habilidades cognitivas y destrezas en el ejercicio de las actividades comerciales.

Por lo tanto, mediante el correcto estudio de la guía se espera que los comerciantes mejoren el manejo de sus negocios, es decir, deberían ser capaces de aplicar conocimientos teóricos prácticos y con ello aumentar la rentabilidad, así como fortalecer el manejo de sus finanzas personales.

(2) Descripción de la guía.

- **Nombre de la guía:** Guía para mejorar las prácticas financieras y administrativas del comercio ambulante en la ciudad de Loja.
- **Periodo de la guía:** 2022
- **Responsable de la ejecución de la guía:** Luis Andrés Paladines Granda

(3) Características generales de la guía.

Objetivo general

- Dotar a los comerciantes de una herramienta que fortalezca el control de los recursos económicos y financieros de sus actividades comerciales.

Objetivos específicos

- Fomentar los conocimientos básicos de planificación y administración para toma de decisiones inteligentes en pro de maximizar el valor de los negocios.

- Fortalecer el manejo, control y almacenamiento del inventario como activo con mayor valor para los comerciantes.
- Analizar y moldear conceptos de matemáticas financiera básica para una correcta fijación de precios, estimación de costos, descuentos entre otros.

(4) **Público objetivo:** Comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja.

Tabla 8

Presupuesto

Ingresos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Aporte personal	1	25,30	25,30
Total Ingresos			25,30
Gastos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Transporte	1 día	2,00	2,00
Alimentación	1 día	2,50	2,50
Esfero	1	0,35	0,35
Lápiz	1	0,45	0,45
Ejemplares de guía	3	5,00	15,00
Imprevistos	1	5,00	5,00
Total Gastos			25,30

(5) **Estructura de la guía**

1. Módulos o unidades

1.1. Módulo 1: Administración y planificación.

- Beneficios de la administración
- Fases del proceso administrativo
- Beneficios de la planificación
- Pasos para el éxito de tu negocio
- Tips para mejorar la planificación

1.2. Módulo 2: Inventario: su manejo, control y almacenamiento.

- Inventario
- Tipos de inventario

- Tips para el almacenamiento y transporte de tu inventario
- Clasificación de los productos

1.3. Módulo 3: Matemáticas financieras.

- Costo de ventas
 - Precio de ventas
 - Margen de utilidad
 - Oferta y demanda
 - Rebajas
 - Motivos para aplicar rebajas
- 2. Modalidad:** Formato digital.

(6) Orientaciones generales para la lectura

- Leer detenidamente cada sección.
- Tener en cuenta los “Tips” y los “Recuerda” que se hace mención en la guía.
- Realizar las operaciones de manera interna con el fin de comprender mejor.
- Poner en práctica lo socializado de manera virtual.

(7) Sensibilización y difusión

La difusión de la presente guía didáctica, será impartida de manera virtual, es decir se compartirá mediante reunión vía a zoom con el fin de que estas personas la utilicen de base para incorporarla en sus prácticas administrativas, y a la vez compartan esta información con sus compañeros de labores, y de esta manera toda la población informal pueda tener una mejor gestión en sus finanzas personales.

(8) Método de evaluación de la aceptación y comprensión de la guía didáctica

Para la evaluación de la aceptación y comprensión de la guía por parte de los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja se desarrolló una encuesta a escala de Likert, misma que permite medir las actitudes y a la vez conocer el grado de conformidad del encuestado con las afirmaciones que se proponen.

El método de evaluación del cuestionario se realiza con la escala Likert, con una ponderación de 1 a 5, siendo la opción (totalmente en desacuerdo la de menor puntaje, 1), y (total mente de acuerdo la de mayor puntuación 5), mismas que se presenta a continuación.

Tabla 9*Aceptación y comprensión de la guía didáctica*

PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Orientaciones generales para la lectura					
Considera que la inclusión de figuras e imágenes facilita la lectura de la guía					
La estructura de la guía mantiene relación con los capítulos que se detallan					
Existe relación entre el objetivo de los capítulos y su contenido					
Considera que los términos empleados son de fácil comprensión					
La escritura y lectura de la guía le resulta coherente					
Didacticismo del material facilitado					
Le genera alto impacto visual la guía proporcionada					
Los colores empleados en los capítulos considera ser llamativos					
El tamaño de letras y colores resulta coherente y atractivo					
El desarrollo de los casos prácticos es claro y fácil de reproducir					
Considera que la guía es didáctica					

Tabla 10

Resultados de la socialización de la guía impartida a los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja mediante reunión zoom.

Orientaciones generales para la lectura	Considera que la inclusión de figuras e imágenes facilita la lectura de la guía	La estructura de la guía mantiene relación con los capítulos que se detallan	Existe relación entre el objetivo de los capítulos y su contenido	Considera que los términos empleados son de fácil comprensión	La escritura y lectura de la guía le resulta coherente	Respuestas	%
	Nro.	Nro.	Nro.	Nro.	Nro.		
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0%
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	0	0	1	0	4	2%
De acuerdo	7	8	4	6	3	28	13%
Totalmente de acuerdo	33	35	39	36	40	183	85%
TOTAL	43	43	43	43	43	215	100%
Didacticismo del material facilitado	Le genera alto impacto visual la guía proporcionada	Los colores empleados en los capítulos considera ser llamativos	El tamaño de letras y colores resulta coherente y atractivo	El desarrollo de los casos prácticos es claro y fácil de reproducir	Considera que la guía es didáctica	Respuestas	%
	Nro.	Nro.	Nro.	Nro.	Nro.		
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0%
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	1	2	0	0	3	1%
De acuerdo	13	11	6	7	9	46	21%
Totalmente de acuerdo	30	31	35	36	34	166	77%
TOTAL	43	43	43	43	43	215	100%

Interpretación y análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la socialización de la guía didáctica, un total del 85% estuvo totalmente de acuerdo con la estructura del material presentado, ya que comprendieron su contenido y por ende mejoraron su conocimiento. Luego de los módulos impartidos a través de la reunión, se realizaron dinámicas de preguntas acerca de lo abordado, dando como resultado positivo la colaboración y participación de cada uno de ellos, manifestando que los temas expuestos fueron claros y precisos, con términos de fácil comprensión para emplearlos no solo en el giro de sus negocios sino también en su diario vivir.

Un 77% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo con la didáctica del material socializado, es decir, la guía fue llamativa, entendible y de gran acogida por los participantes, por lo que su contenido es coherente y atractivo, reflejando el interés de las personas por instruirse y aprender un más sobre temas en finanzas.

Por otra parte, se abordaron temas sobre la importancia de aplicar de manera adecuada el precio a cada uno de sus productos y de la misma manera de realizar un descuento, mismo que les permitirá al final del día obtener utilidades que les servirán para mejorar y expandir sus negocios, y de igual forma mejorar su calidad de vida y la de los miembros de sus hogares.

Por lo tanto, se recomienda el uso de las guías didácticas, mismas que permiten la comprensión de temas teóricos y prácticos de manera fácil y sencilla, y por ende mejoran el conocimiento de las personas objeto de estudio.

Deducción

La socialización de la “Guía para mejorar las prácticas financieras y administrativas del comercio ambulante en la ciudad de Loja”, se hizo con un total de 43 comerciantes ambulantes estimada durante la investigación. La presencia se vio comprometido dado las propias condiciones cotidianas de los comerciantes que de alguna manera imposibilitó reunirlos.

Sin embargo, mediante la socialización de la guía didáctica se deduce que para los comerciantes se convierte en una herramienta significativa que contribuye a un pleno manejo de sus negocios incorporando conceptos como administración, planificación, control y manejo de sus inventarios, metodologías de estimación de precios de ventas, descuentos, costo de ventas, entre otros, que apuntan a incrementar la eficiencia administrativa y operativa de sus negocios, e incluso les dota de habilidades y capacidades que se pueden aplicar en su vida personal.

El estudio responsable y comprometido de la guía, por parte de los comerciantes, cimienta destrezas y competencias elementales para un mejor control de las finanzas personales y comerciales, que apuntan; a inversiones de sus recursos de manera correcta para atraer réditos, mejoras en la planificación y administración de sus negocios con énfasis en el cuidado y control de sus inventarios, como principal activo generador de ingresos y, la fijación oportuna de precios y descuentos para evitar la fuga de sus capitales o pérdidas de sus utilidades por no estimarlos adecuadamente, que inminentemente maximizan los beneficios económicos de los comerciantes y consecuentemente su calidad de vida.

7. Discusión

El presente tema de investigación titulado **“Economía informal: Análisis al comercio ambulante en la ciudad de Loja, año 2021”**, permitió identificar las condiciones socioeconómicas, como también caracterizar y determinar el tipo de negocio al que se dedican los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja.

Los resultados presentados evidencian que la participación del comercio ambulante dentro de la localidad, se deriva de factores como: el desempleo, la desigualdad de género y el desconocimiento de administración y finanzas en sus negocios. No obstante, el comercio ambulante es una actividad que se mantendrá vigente, ya que la falta de interés hacia estas personas, es lo que las incita a mantener esta cadena de comercio y a ejercerlo en su núcleo familiar.

A nivel local, nacional e internacional, mediante diferentes técnicas e instrumentos de investigación se han desarrollado diversos estudios sobre el comercio ambulante, mismos que se detallan a continuación

Según el criterio de Gómez (2021) en su estudio sobre las “Condiciones de vida de los vendedores ambulantes del sector informal del mercado “Pequeño productor las Pitas” de la ciudad de Loja”, determina que una de las principales causas que genera el comercio ambulante, es la falta de fuentes de empleo que existe dentro de la localidad, lo cual se contrasta con los hallazgos de la presente investigación, donde se determinó que el comercio ambulante es una alternativa para aquellas personas que no cuentan con un empleo formal o perciben ingresos de forma limitada y baja.

Por otro lado, Calazacon (2020) en su artículo científico titulado “Comercio informal ambulante y su incidencia en la economía de Santo Domingo”, evidencia que la desigualdad de género es un factor social que acarrea a las mujeres a desempeñarse en el comercio informal, resultados que también se evidenciaron en este estudio, donde al género femenino le resulta más difícil acceder a puestos de trabajos formales, representando así la mayor parte de la fuerza laboral que existe dentro del comercio ambulante en la localidad.

En la investigación de Saldarriaga et al. (2015) sobre “Estrategias de mercadeo de los vendedores ambulantes”, luego de analizar el sector informal y su funcionamiento concluyen que el mejor término que describe estos negocios es el mercado intuitivo; utilizado y aplicado por los mismos vendedores ambulantes. Estas prácticas van desde asignación de precios mediante la intuición hasta la imaginación, la falta de un estudio a fondo del mercado antes de

comenzar su negocio que incide en el bajo nivel de ventas, e inclusive el manejo y dirección de su actividad comercial que se deriva simplemente por consejo de familiares o semejantes.

Así mismo, en los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, se evidencia mediante la aplicación de una encuesta a los comerciantes ambulantes, que en gran mayoría desconocen procedimientos técnicos tanto para establecer el precio de venta de un producto como para fijar un descuento, es por esta razón, que ellos asignan de manera arbitraria e intuitiva los precios con el objetivo de recuperar su inversión, más no de obtener una utilidad.

Por otro lado, no se encontraron estudios donde se pudiera contrastar con los resultados indicados, como por ejemplo, el ahorro de los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja, debido a que la actividad económica que desempeñan no genera beneficios suficientes como para destinar parte de sus ingresos al ahorro. En consecuencia, se hace extensiva la motivación a futuras investigaciones, para que se desarrollen estudios que permitan velar por la existencia del comercio ambulante y sus finanzas personales, puesto que estos a pesar de no formar parte del rubro económico de un país, son unidades económicas que dinamizan la economía de la ciudad y de sus hogares.

8. Conclusiones

Con base a los hallazgos determinados en la presente investigación, se plasma una conclusión por cada objetivo específico, tal y como se muestra a continuación:

Primeramente, se determinó que, dentro de la ciudad de Loja específicamente en el comercio ambulante, las mujeres con un 58% de la población informal tienen mayor representación con respecto a los hombres en un 42%. En la mayor parte, en promedio estas personas tienen entre 31 y 45 años de edad con nivel de instrucción primaria, el lugar de residencia de los comerciantes principalmente es en la zona urbana. Finalmente, en total el 88% de los comerciantes tiene ingresos inferiores a 100 dólares y que sus gastos son mayores a sus ingresos, lo cual se debe por el aporte que realizan otros miembros del hogar, por tal razón un 90% indicadores que no practican el ahorro en mayor parte porque no les alcanza los recursos.

También, se dedujo que el 20,50% de los comerciantes, alrededor de la quinta parte, se dedican a diversas actividades comerciales y el 20% a la venta de comidas rápidas, además alrededor del 95% agregaron que la constitución y administración del negocio es de manera individual con predominio de la adquisición de sus productos dentro de la provincia. Por otra parte, se determinó que el 57,50% de los comerciantes ambulantes seleccionan la calle 18 de noviembre como un lugar fijo para asentar sus negocios en función de la cantidad de personas que transitan en la localidad.

Por último, mediante la aplicación del cuestionario en escala Likert a los comerciantes que participaron durante la reunión programada vía Zoom, se concluye que, de acuerdo a sus necesidades y capacidades de comprensión, análisis e interpretación, la guía se ajusta a sus requerimientos tanto en las orientaciones generales para la lectura como en la calidad y didáctica con la que se estructuró dicha guía. Asimismo, se infiere que, con el pleno estudio y comprensión de la guía, los comerciantes van a mejorar su calidad de vida, dado que tendrían capacidad y habilidades para manejar oportunamente sus recursos, con toma de decisiones acertadas tanto de inversión en sus negocios como del manejo de sus finanzas personales.

9. Recomendaciones

Partiendo de las conclusiones plasmadas en el presente estudio, se proyecta las siguientes recomendaciones.

Se recomienda a quienes ejercen el comercio informal poner en práctica el ahorro como mecanismo de provisión de fondos no solo para garantizar la sostenibilidad financiera de sus negocios, sino también como una herramienta financiera que permita mejorar su calidad de vida a corto, mediano y largo plazo. Además, dado el predominio de comerciantes informales con procedencia urbana, es importante la actuación de organismos públicos como la municipalidad de Loja y el Servicio de Rentas Internas, con políticas públicas, estrategias y centralización de esfuerzos que apunten a formalizar estas actividades comerciales y a la vez ampliar la recaudación tributaria.

Asimismo, considerando que el 20% de las actividades comerciales son por la venta de comida, se recomienda a los comerciantes informales aplicar y manejar buenas prácticas de salubridad para con los alimentos no solo para fidelizar a sus clientes sino como responsabilidad con la sociedad. Además, se sugiere que organismos como el Ministerio de Salud Pública en conjunto con la Jefatura de Higiene Municipal de Loja evalúen la economía informal de la localidad desde un enfoque de sanitización y manejo de alimentos, en miras de establecer una propuesta que ayude a afianzar el manejo de los alimentos como ayuda a este sector de la economía que generalmente es excluido.

Por último, en base a la acogida y valoración de la guía compartida a los comerciantes, se les recomienda e incita a la auto preparación y estudio de la misma con la finalidad de que los conceptos y casos prácticos proyectados se ponga en práctica en el día a día de sus actividades comerciales, cabe acotar que, la aplicación de la guía debe adaptarse a los requerimientos de cada una de las actividades comerciales que ejercen y con ello se conseguiría mejoren sus ganancias en ventas lo que se traduce en mejoras de su calidad de vida dado que tendrían mejores ingresos.

10. Bibliografía

- Arias, K., Carrillo, P., & Torres, J. (2020). *Análisis del sector informal y discusiones sobre la regulación del trabajo en plataformas digitales en el Ecuador*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <https://bit.ly/3IlvB9O>
- Bravo, M., & Ubidia, C. (2013). *Contabilidad de Costos*. Quito, Pichincha, Ecuador: Escobar Impresores.
- Bravo, M., & Ubidia, C. (2013). *Contabilidad de General*. Quito, Pichincha, Ecuador: Escobar Impresores.
- Calazacon Roman, R. J. (2020). *El comercio informal ambulante y su incidencia en la economía de Santo Domingo*. Universidad Regional Autónoma de los Andes “UNIANDES”: <https://bit.ly/3ru9bwB>
- Clavijo, C. (2021). *Cómo calcular el margen de utilidad bruta y neta de tu negocio*. Hubspot: <https://bit.ly/313OcGp>
- Código de Comercio. (2019). Superintendencia de compañías, valores y seguros: <https://bit.ly/3E2b0ot>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019). *Panorama Social de América Latina 2018*. Santiago: Naciones Unidas. <https://bit.ly/3nXEixx>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Asamblea Constituyente: <https://bit.ly/3D5USRs>
- Cuevas, C. (2002). Fijación de precios. Costo plus (Costo más margen) y target costing (Costeo Objetivo). *Estudios Gerenciales*(83), 13-30. <https://bit.ly/3MCJeCo>
- Díaz, D. M., & Patiño, V. Y. (2011). *Implementación de sistema de gestión de inventarios para formas y color en lámina WJ LTDA*. Facultad de Ingeniería: <https://bit.ly/3kK6EdQ>
- Diaz, Y. (2018). *Censo a vendedores ambulantes se destacó en rueda de prensa*. Loja para Todos: <https://bit.ly/3GUeISY>
- Durán, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión General*(1), 55-78. <https://bit.ly/2ZsKGVh>
- Elizaga, J., & Vidal, J. (2015). Composición de la población según características demográficas y sociales. En J. C. Elizaga, & J. Vidal, *Composición de la población según*

- características demográficas y sociales* (pág. 46). San José, Costa Rica. Comisión económica para América Latina y el Caribe: <https://bit.ly/3CZBe9S>
- Gitman, L., & Zutter, C. (2016). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- Gómez, A. (2021). *Condiciones de vida de los vendedores ambulantes del sector informal del mercado “Pequeño Productor Las Pititas” de la ciudad de Loja y la Intervención del trabajador social*. Universidad Nacional de Loja: <https://bit.ly/3ISaCfb>
- González-Muñoz, Y., & Palomino-Camargo, C. (2012). Acciones para la gestión de la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos en un restaurante con servicio bufet. *Gerencia y Políticas de Salud*, XI(22), 123-140. <https://bit.ly/3kHyQOO>
- INEC. (2011). *Encuesta de estratificación del Nive socioeconómico*. Ecuador en cifras: <https://bit.ly/3mayX5Y>
- INEC. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Boletín técnico N° 02-2019: <https://bit.ly/3vGUEhD>
- INEC. (2021). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2021*. Ecuador en cifras: <https://bit.ly/3vIrVJk>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (s.f.). *Proyecciones Poblacionales*. <https://bit.ly/3pa20bI>
- Kuznik, A., Hurtado, A., & Espinal, A. (2010). El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*(2), 315-344.
- Ley de seguridad social. (2001). *Instituto ecuatoriano de seguridad social*: <https://bit.ly/3cX0dzR>
- Martínez, M. (2018). *Importancia de la administración financiera en dos microempresas de la ciudad de México*. Centro Universitario UAEM Ecatepec: <https://bit.ly/3rhhZ9j>
- Martinez, G. (2011). *Análisis de la fijación de precios de las PYME del sector público*. Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador: <https://bit.ly/3noukFq>
- Nuñez Montenegro, E. (2015). *Fundapymes*. Fundapymes: <https://bit.ly/3CdA1Mx>
- Observatorio económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta. (014). *Informalidad del espacio público fronterizo*. Cámara de comercio de Cucuta : <https://bit.ly/3yCnIse>

- Organización Internacional del Trabajo. (2017). *Empleo informal*. Organización Internacional del Trabajo: <https://bit.ly/3CcP8pt>
- Organización Internacional del Trabajo. (2010). *Información básica sobre trabajo infantil y la OIT*. Organización Internacional del Trabajo: <https://bit.ly/3HoWzNg>
- Ortega, N. R. (2011). *Reubicación de comercio informal en el Centro Histórico de Quito*. <https://bit.ly/3pBg3bc>
- Palomino, T. A. (2015). El trabajador: ¿Recurso humano? *Gaceta Laboral*, XXI(3), 335-343. <https://bit.ly/3CmySBz>
- Pastén, K. (2021). *Nubox*. Nubox: <https://bit.ly/3BaYiS8>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2014). *Municipio de Loja*. <https://bit.ly/3H1T2DJ>
- Quilaguy, D., & Chaves, J. (2020). Caracterización de vendedores informales de alimentos, ubicados en el espacio público de la UPZ Chapinero. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cvu13.cvia>.
- Quimis, J. (2020). *El comercio informal y su incidencia en el desarrollo local del cantón Pedro Carbo provincia del Guayas*. Universidad estatal del sur de Manabí: <https://bit.ly/31qR8Ny>
- Quiroa, M. (2018). *Economipedia*. Economipedia: <https://bit.ly/3jBDEV7>
- Quispe, G., Tapia, M., Nina, D., Villa, M., Borja, M., & Lema, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. *Revista espacio*, XXXIX(41), 17. <https://bit.ly/3BcceLI>
- Raccanello, K., & Herrera Guzmán, E. (2014). Educación e inclusión financiera. *Centro de Estudios Educativos, A.C.*, XLIV(2), 119-141. <https://bit.ly/3jBTNKq>
- Rosillo, I. (2018). *Importancia de las finanzas en el Ecuador*. Universidad Técnica Particular de Loja : <https://bit.ly/3s1fCYO>
- Saldarriaga, J., Vélez, C., & Betancur, G. (2015). Estrategias de mercadeo de los vendedores ambulantes. *scielo*, XIX(39), 155-171. <https://bit.ly/3J9KZps>
- Santiago;. (2021). *¿Qué es la economía? Micro y Macro economía*. Centro europeo de postgrado: <https://bit.ly/3EVkRwQ>

- Saritama, V. (2018). *Las ventas ambulantes en el gobierno autónomo descentralizado del cantón Loja y la repercusión de su regulación jurídica*. <https://bit.ly/3GhWY3r>
- Sellan Burgos , J. R. (2015). *Estudio y análisis para la elaboración de un manual para el ordenamiento de los comerciantes informales ambulantes asentados en mercados Huayna Cápac de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil : <https://bit.ly/30CLUxM>
- Uriarte, J. (2019). *Información y características del comercio*. Características : <https://bit.ly/3xuJptw>
- Vázquez, M. (2010). El comercio en México y su encuentro con la globalización. El caso Sonora" de Carmen O. Bocanegra Gastélum. *Frontera Norte A.C.*, 22(44), 277-282. <https://bit.ly/3nrFBoj>

11. Anexos

Anexo 1

Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE FINANZAS

Reciba un cordial saludo.

Estimado/a señor/a, en calidad de estudiante de la carrera de finanzas, me encuentro realizando mi trabajo de integración curricular titulado “**ECONOMÍA INFORMAL: Análisis al comercio ambulante de la ciudad de Loja, año 2021**” previo la obtención de la licenciatura en finanzas. Por ello, solicito a usted de la manera más comedida me colabore respondiendo el siguiente cuestionario el cual es de carácter ANÓNIMO y CONFIDENCIAL.

Objetivo: levantar información económica y social de las personas que se dedican al ejercicio de las ventas ambulantes como fuente de empleo, así como de su giro de negocio

Fecha de aplicación:		Encuesta N°:	
-----------------------------	--	---------------------	--

Variables demográficas

1. **Sexo**
 - Hombre
 - Mujer
2. **Edad**
 - 16 a 30
 - 31 a 45
 - 46 a 60
 - 61 o más
3. **Seleccione el grado de instrucción que usted posee.**
 - Primaria
 - Bachillerato
 - Tercer nivel
 - Cuarto nivel
 - Ninguno
4. **Seleccione su estado civil**
 - Soltero/a
 - Unión de hecho
 - Casado/a
 - Divorciado/a
 - Viudo/a
5. **¿Cuántas personas integran el núcleo familiar?**
 - 1-3
 - 4-6
 - 7-9
 - 10 o más
- 5.1 **En caso de tener hijos, ¿se encuentran estudiando?**
 - Si
 - No
- 5.2 **En caso de ser no ¿por qué?**
 - No alcanza los recursos
 - Deben colaborar con la actividad comercial
6. **¿Cuenta con algún tipo de seguridad social?**
 - IESS general
 - IESS campesino
 - ISSFA
 - ISSPOL
 - Ninguno

Dimensión vivienda y bienes

7. Tipo de vivienda.

- Propia
 - Arrendada
 - Otro
- Indique _____

8. Material predominante del piso.

- Parquet
 - Cerámica
 - Cemento
 - Otro
- Indique _____

9. En su hogar cuenta con:

- Línea telefónica Si () No ()
- Servicio de agua potable Si () No ()
- Internet Si () No ()
- Alcantarillado Si () No ()

10. ¿Qué electrodomésticos poseen en su hogar?

- Refrigeradora Si () No ()
- Cocina Si () No ()
- Lavadora Si () No ()
- Equipo de sonido Si () No ()
- Televisión Si () No ()
- Computadora Si () No ()

11. Su lugar de residencia es en la zona:

- Urbana
- Rural

Dimensión económica

12. ¿Cuál es el nivel de ventas diarias en promedio?

- 0 – 50
- 51 – 101
- 102 – 152
- 153 – 253
- 254 o más

13. En su hogar existe otra fuente de Ingreso

- Si
- No

13.1 De ser si, ¿identifique el miembro del hogar?

- Esposo/a
 - Padres
 - Hijos
 - Otros miembros del hogar
- Indique _____

13.2 En caso de existir otra fuente de ingreso, indique su procedencia.

- Trabajador público

- Trabajador de empresa privada
 - Agricultor y ganadero
 - Reciclador de desechos sólidos
 - Trabajador independiente
- Indique _____

14. ¿Cuánto gasta en promedio mensualmente?

- Menos de 200
- 200 – 400
- 400 – 600
- Más de 600

15. Destina dinero al ahorro

- Si
- No

15.1 En caso de ser si ¿Dónde asegura sus ahorros?

- Banco
 - Cooperativa
 - Otros
- Indique _____

15.2 ¿Qué valor de sus ingresos destina mensualmente al ahorro?

- \$5 - \$10
- \$10 - \$15

- \$15 - \$20
- \$20 o más

15.3 De ser no ¿por qué?

- No alcanza el dinero
- No es la costumbre
- Se reinvierte en el negocio
- Se destina al consumo

Actividad comercial

16. ¿Qué tipo de negocio tiene?

- Venta de ropa
 - Venta de zapatos
 - Comidas rápidas
 - Alimentos
 - Bisutería y accesorios del hogar
 - Juguetería
 - Otros
- Indique _____

17. ¿La constitución y administración del negocio es?

- Individual-personal
- Núcleo Familiar
- Círculo de amistades

18. Procedencia de su mercadería

- Producción propia
- Compras a productores dentro de la provincia

- Compras en otras provincias
 - Otros
- Indique _____

19. Posee RUC/RISE

- Si
- No

20. ¿En qué lugar desempeña su actividad comercial?

- Calle 18 de noviembre
- Calle Alonso de mercadillo
- Calle Simón Bolívar
- Calle Miguel Frío
- Calle Rocafuerte
- Parque Bolívar
- Mercado Centro Comercial
- Otro

Indique _____

21. ¿Siempre permanece en el mismo lugar?

- Si
- No

22. ¿Por qué escoge este lugar para ejercer su actividad comercial?

- Facilidad de acceso
- Mayor tránsito de personas
- Menos competencia
- Otro

Indique _____

23. ¿Cuánto tiempo ha permanecido en esta actividad?

- Menos de 1 año
- 1 – 3
- Más de 3 años

24. ¿Financia su actividad comercial con créditos?

- Si
- No

24.1 De ser si, ¿a qué destina los recursos?

- Compra de mercadería
- Pago de deudas relacionadas a la actividad comercial
- Compra de activo fijo

25. ¿Por qué se dedica a esta actividad comercial?

- Bajo nivel de empleo
- Bajo nivel de educación
- Por costumbre y tradición familiar
- Le resulta un trabajo digno y benéfico

Conocimiento de administración y finanzas

26. ¿Conoce el procedimiento técnico para estimar el precio de venta de un producto?

- Si
- No

27. ¿Conoce la manera adecuada de fijar un descuento?

- Si
- No

28. ¿Conoce qué es la planificación?

- Si
- No

29. ¿Separa el dinero del negocio con lo del núcleo familiar?

- Si
- No

30. Los excedentes (utilidades) los destina:

- Al ahorro
- Gasto
- Reinversión en el negocio
- En formación personal

¡Gracias por su colaboración!
Y éxitos en sus actividades

Anexo 2

Evidencias fotográficas de la aplicación de encuestas

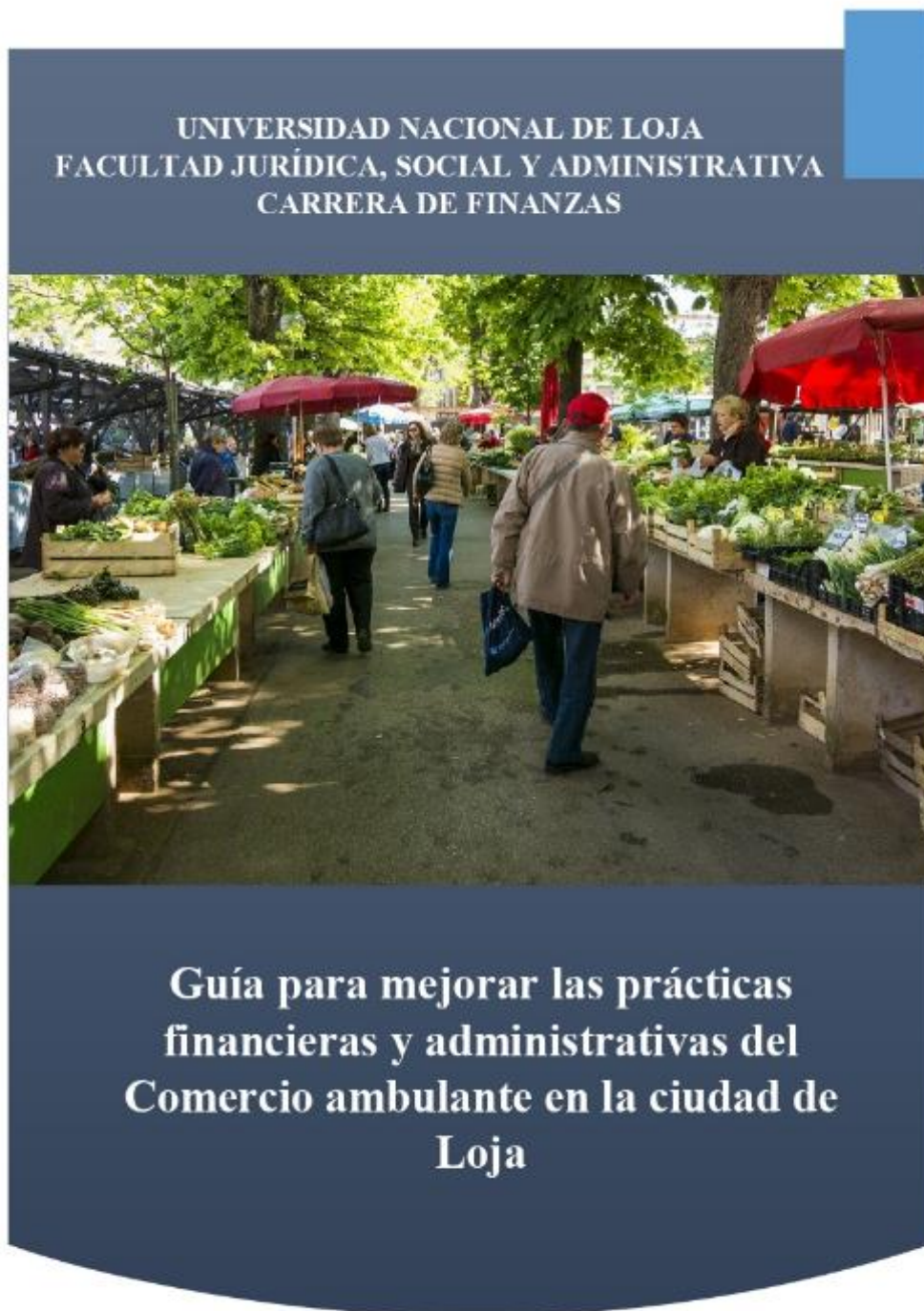






Anexo 3

Guía para mejorar las prácticas financieras y administrativas del Comercio ambulante en la ciudad de Loja.



AUTOR: Luis Andrés Paladines Granda

LOJA-ECUADOR

Introducción



La presente guía didáctica busca dotar a los comerciantes del sector de la economía informal una herramienta que fortalezca la administración, toma de decisiones y control de los recursos económicos y financieros de sus actividades comerciales.

La guía muestra conceptos básicos sobre la administración y planificación, control y almacenamiento del inventario, conceptos de matemáticas financiera con cálculos básicos y sus respectivas explicaciones, así mismo plantea breves casos prácticos con el objeto de fortalecer las capacidades, habilidades cognitivas y destrezas en el ejercicio de las actividades comerciales.

Por lo tanto, mediante el correcto estudio de la guía se espera que los comerciantes mejoren el manejo de sus negocios, es decir, deberían ser capaces de aplicar conocimientos teóricos prácticos y con ello aumentar la rentabilidad, así como fortalecer el manejo de sus finanzas personales.

Mejorando las prácticas financieras y administrativas del Comercio Informal de Loja

Estructura



Módulo 1

- Administración y planificación

Módulo 2

- Inventario: su manejo, control y almacenamiento

Módulo 3

- Matemáticas financieras



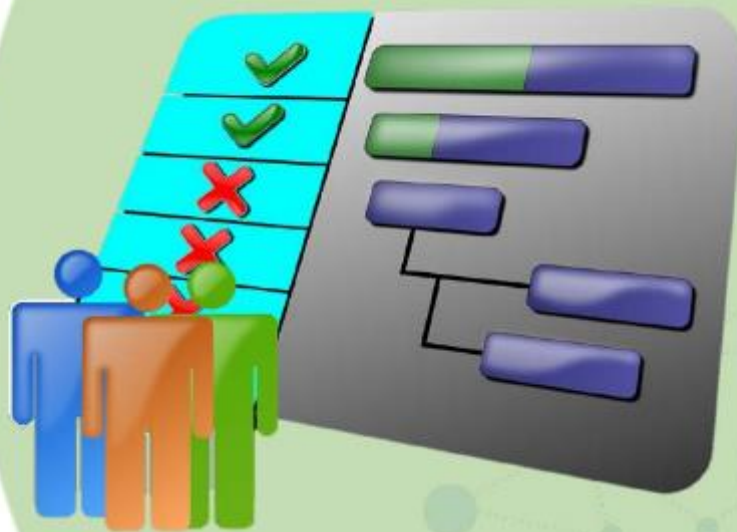
unl

Universidad
Nacional
de Loja

Planificación y administración

Módulo 1

Planificación y administración



Objetivo: Fomentar conocimientos básicos de administración y planificación para tomar decisiones inteligentes apuntando a maximizar el valor de los negocios.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Planificación y administración

ADMINISTRACIÓN

La administración involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que éstas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz.

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.





UNL

Universidad Nacional de Loja

Planificación y administración

Beneficios de la administración

- Claridad en los objetivos.
- Perfeccionamiento de la planificación.
- Estándares claros para el control.
- Aumento de la motivación.
- Evaluación más objetiva.
- Incremento de la moral.



Fases del proceso administrativo





unl

Universidad Nacional de Loja

Planificación y administración

PLANIFICACIÓN

La planificación es la estructuración de acciones que se llevan a cabo con la finalidad de alcanzar determinados objetivos, es esencial en la vida diaria ya que se constituye como una herramienta que ayuda a orientar el cumplimiento de metas propuestas.



Beneficios de la planificación

Mejora la coordinación de actividades

Reduce la incertidumbre y minimiza los riesgos.

Aumenta preparación de cambios futuros

Mejora el compromiso, comunicación entre el equipo de trabajo.

Crea un pensamiento sistemático y estratégico en sus administradores.

Los recursos ajustan a las oportunidades maximizando la rentabilidad.



La planificación ayuda a reducir el riesgo



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Planificación y administración

Pasos para el éxito de tu negocio



Recuerda: no basta con solo elaborar una buena planificación, sino que tu accionar debe estar encaminado a cumplir y solo así tendrás resultados



Tips para mejorar la planificación

1. Priorizar tareas
2. Rigurosidad con los tiempos
3. Marcar plazos
4. Planificar tiempos
5. Aprovechar las horas
6. Empezar por lo importante
7. Tener cierta flexibilidad
8. No esperar al último día





unl

Universidad
Nacional
de Loja

Inventario: su manejo, control y almacenamiento

Módulo 2

Inventario: su manejo, control y almacenamiento



Objetivo: fortalecer el manejo, control y almacenamiento del inventario.



UNL

Universidad Nacional de Loja

Inventario: su manejo, control y almacenamiento

INVENTARIO

El inventario corresponde a todos los bienes y productos que una unidad de negocio tiene disponible para la venta. Por otra parte, también se considera que los inventarios son todos los bienes que están destinados para la venta y que constituyen el objeto mismo del negocio.

El inventario puede ser:



Alimentos

Ropa

Calzado

Accesorios y herramientas

Juguetes

Pinturas artísticas

Recuerda

- Los inventarios son tus bienes más preciados.
- Su comercialización inteligente te genera rentabilidad.
- Debes conservarlo en buen estado.





unl

Universidad
Nacional
de Loja

Inventario: su manejo, control v almacenamiento

Tips para el almacenamiento y transporte de tu inventario

Identifica tu producto

- No es lo mismo el inventario de una zapatería que el de una legumbreira o puesto de comidas rápidas.

Conoce sus características

- Determina si tu producto necesita de un cuidado especial como las verduras o si su cuidado se limita a no estropearlo como las obras de arte o accesorios.

Organízalos y clasifícalos

- Ordena y clasifica de la manera que mejor convenga, ejemplo, productos blandos, duros y resistentes. Inclusive te ayuda a la hora de transportarlos.

Transporte

- Movilízalos con cuidado, de ser necesario ubica en contenedores amplios para evitar se averíen ejemplo las frutas.



Ten en cuenta

Debes manejar de la mejor manera tus productos con buena higiene sobre todo si te dedicas a comercializar comidas rápidas o frutas.



unl

Universidad Nacional de Loja

Inventario: su manejo, control y almacenamiento

Clasificación de los productos

Los bienes no duraderos

- Los bienes no duraderos o perecederos son bienes tangibles, se consumen generalmente en un solo uso, aunque esto puede variar.
- Se consumen muy rápido y con mucha frecuencia tienen poca vida. Como ejemplo se incluyen los refrescos, los alimentos, medicamentos, comida, entre otros.



Los bienes duraderos

- Los bienes duraderos son tangibles y de uso cotidiano, por lo que generalmente se utilizan varias veces durante su vida útil. Como ejemplos están los refrigeradores, televisores, computadoras, automóviles, entre otros.

Recuerda

Debes identificar el tipo de productos que comercializas y en base a ello debes darle el mayor cuidado posible. Su presentación son la imagen de ti que se llevan tus clientes.

La estado de los productos es tu imagen frente a los clientes.





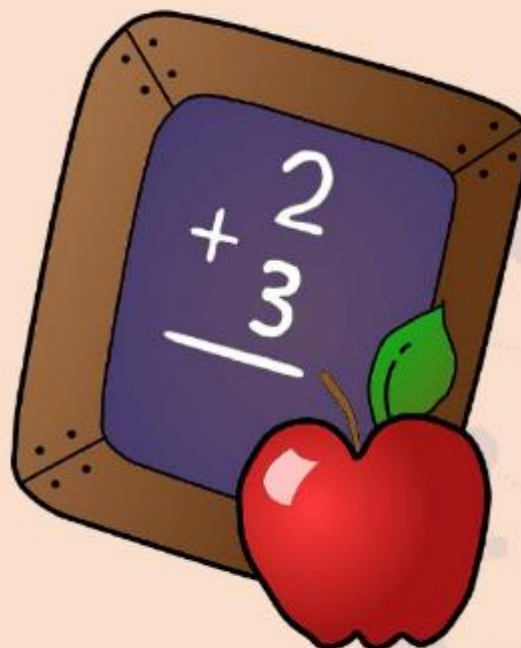
unl

Universidad
Nacional
de Loja

Matemáticas Financieras

Módulo 3

Matemáticas financieras



Objetivo: analizar y modelar conceptos de matemáticas financiera básica para una correcta fijación de precios, estimación de costos y descuentos.



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Matemáticas Financieras

MATEMÁTICAS FINANCIERAS

Resulta de la combinación de las matemáticas y el mundo financiero, por lo tanto, es un conjunto de conceptos y técnicas de análisis, útiles para la comparación y evaluación económica de alternativas, buscando seleccionar la alternativa más conveniente desde el punto de vista económico.



¡RECUERDA...!

El uso de operaciones matemáticas básicas como la suma, resta, multiplicación y división, podrían mejorar significativamente el valor de tu negocio.





unl

Universidad
Nacional
de Loja

Matemáticas Financieras

Costo de ventas

Representa los valores que asumes desde la adquisición de las mercaderías hasta su comercialización.



Antes de establecer un costo de ventas determina:

1. El costo de adquisición de tu mercadería
2. Costos asociados como fletes y transporte del producto, alimentación, viajes, pasajes, hospedaje de ser el caso, entre otros.





unl

Universidad Nacional de Loja

Matemáticas Financieras

A continuación, se presenta la forma correcta de determinar el costo de ventas de un producto como los zapatos.

EJEMPLO

José compra 100 pares de zapatos (G), en la Ciudad de Machala a un valor de 14 dólares, el costo por su transporte es de 32 dólares, y los costes por viaje y alimentación ascienden a 49,50 dólares. ¿El coste de ventas total y unitario es?

1- Se determina los Costos

Costo de los productos		
Cantidades A	Valor B	Total (A*B)
100	14,00	1400,00

Costos Asociados		
Transporte de la mercadería C	Viaje y alimentación D	Total (C+D)
32,00	49,50	81,50

2- Se determina el costo de las ventas

Costo de Ventas Total		
Costo de los productos E	Costos Asociados F	Costo Total (E+F)
1400,00	81,50	1481,50



3- Se calcula el costo de ventas unitario

$$\text{Costo Ventas Total} = \frac{(E + F)}{G}$$

$$\text{Costo Ventas Total} = \frac{1481,50}{100}$$

$$\text{Costo de Ventas Unit.} = 14,82$$

Ten en cuenta:

El costo de ventas total resulta de sumar el costo del producto y el costo asociado. El costo unitario resulta de dividir el costo de ventas total para las unidades adquiridas.



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Matemáticas Financieras

PRECIO DE VENTA

El precio de venta es la cuantía monetaria para intercambiar un producto entre compradores y vendedores. Este concepto involucra el costo de ventas y un margen de utilidad.

Para fijar un precio debes considerar:

- Los costos
- Las características de los clientes
- Los canales de distribución
- Las preferencias
- El precio de los competidores



Costo del
producto



Margen de
Utilidad



Precio de
venta





unl

Universidad Nacional de Loja

Matemáticas Financieras

Considerando el ejemplo de los Zapatos el precio de determinaría de la siguiente manera:



- 1- Se identifica el costo de ventas (en este caso, calculado previamente)

Costo de Ventas Unitario
14.82

- 2- Calcula el margen de utilidad

$$\text{Margen de Utilidad} = \text{Costo Unitario} * \% \text{ de Utilidad}$$

$$\text{Margen de Utilidad} = 14,82 * 30\%$$

$$\text{Margen de Utilidad} = 5,18$$

Recuerda

El porcentaje de utilidad lo propone usted, aunque también en relación a los precios de la competencia y condiciones del mercado (oferta y demanda).

- 3- Suma el costo de ventas unitario y el margen de utilidad





unl

Universidad Nacional de Loja

Matemáticas Financieras

Oferta y demanda

Demanda

- Representa a las cantidades de un bien que los consumidores deseen y puedan comprar de dicho bien.

Oferta

- La oferta corresponde a las cantidades de un producto que se desea producir y vender.

Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que **comprar** es efectuar realmente la adquisición.



Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que **vender** es hacerlo realmente.



Ten en cuenta

Para fijar un precio mediante la oferta y demanda debes buscar un precio que tu como ofertante y el cliente como demandante se encuentran satisfechos.

El precio pactado no puede ser menor a tu coste de venta



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Matemáticas Financieras

REBAJAS

Son las reducciones, descuentos o disminuciones que sufre el precio de venta, con el objeto de incentivar las ventas. Lo que supone una herramienta útil para rotar el inventario y a la vez reanimar las bajas ventas.

Las rebajas deben realizarse de manera razonable y no arbitrariamente.

TODAY
OFFER
25%
OFF
SHOP NOW

Motivos para aplicar rebajas

Ventas estacionales

- Si está pasando una temporada y se aproxima otra, debes deshacerte de tu inventario de manera inteligente y dejar espacio para la nueva mercadería.

Bajo rendimiento

- En caso de que tu inventario no rota y se estanca en stock, es razonable disminuir su precio para capturar clientes e incrementar ventas.

Panorama competitivo

- Tu competencia oferta a menor precio, también hazlo pero procura no exagerar con las disminuciones. Recuerda que debes generar rentabilidad.



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Matemáticas Financieras

¿Qué se busca al aplicar rebajas?

Atraer nuevos clientes

Fidelizar a tus clientes habituales

Aumentar las ventas a corto plazo

Rotar el inventario por fecha de caducidad o cambio de temporada

Riesgo de obsolescencia



gandshop.com
*restrictions apply

Get
50% OFF*
Visiting our site

¿Cómo proponer una rebaja?



Ten en cuenta el precio del producto

Considera la caducidad de tu producto

Recuerda el porcentaje de utilidad propuesto



unl

Universidad Nacional de Loja

Matemáticas Financieras

El descuento es una manera de aplicar una rebaja

$$\text{Descuento} = \text{Precio Inicial} \times \text{Porcentaje de descuento}$$

Retomando el caso de los zapatos, la aplicación del descuento sería de la siguiente manera:



$$\text{Descuento} = 20,00 \times 10,00\% \text{ ó } 0,10$$

$$\text{Descuento} = 2,00$$

En consecuencia, el descuento sería 2 dólares, por lo tanto, el nuevo precio sería la diferencia entre el precio inicial y el descuento así

$$\text{Precio de venta} = \text{Precio Inicial} - \text{Descuento}$$

$$\text{Precio de venta} = 20,00 - 2,00$$

$$\text{Precio de venta} = 18,00$$

RECUERDA

- El precio aplicado el descuento no debe ser menor al costo de ventas
- El porcentaje del descuento debería ser menor que el margen de utilidad.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Bibliografía

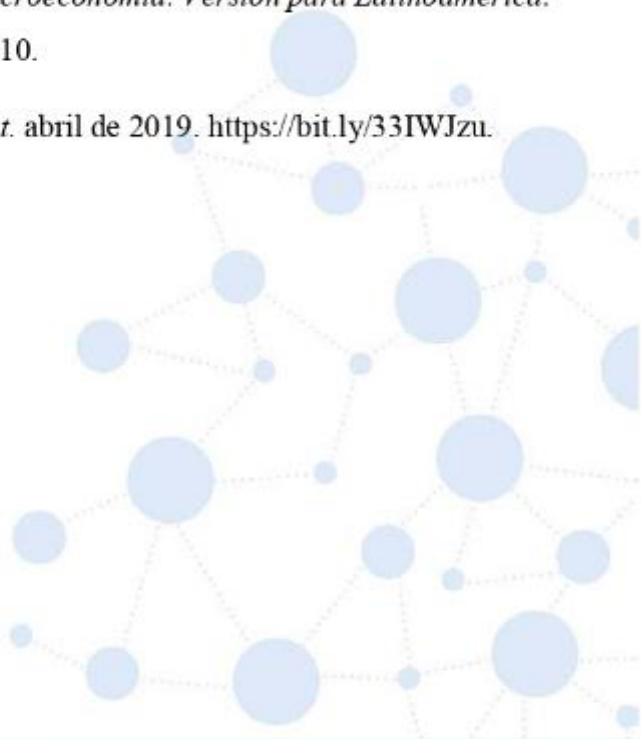
Bravo, Mercedes, y Carmita Ubidia. *Contabilidad de General*. Tercera. Quito, Pichincha: Escobar Impresores, 2013.

Burin, David. «Manual de Facilitadores de Procesos de Innovación Comercial.» *Costo, valor y precio*. s.f. <https://bit.ly/3nwctgo>.

Gitman, Lawrence, y Chad Zutter. *Principios de Administración Financiera*. Décimosegunda. México: Pearson Educación, 2016.

Michael Parkin & Eduardo Loría. *Microeconomía. Versión para Latinoamérica*. novena. México: Pearson, 2010.

Thompson, Iván. *PromonegocioS.net*. abril de 2019. <https://bit.ly/33IWJzu>.



Anexo 4

Evidencias fotográficas de la socialización de la guía a los comerciantes ambulantes de la ciudad de Loja.



Matemáticas Financieras

Costo de Ventas

Representa los valores que asumos desde la adquisición de las mercaderías hasta su comercialización.

Antes de establecer un costo de ventas determina:

1. El costo de adquisición de la mercadería
2. Costos asociados como fletes y transporte del producto, alimentación, viajes, pasajes, hospedaje de ser el caso, entre otros.

Costo del producto

+

Otros costos asociados

=

Costo de Ventas

Matemáticas Financieras

A continuación, se presenta la forma correcta de determinar el costo de ventas de un producto como los zapatos.

EJEMPLO

José compra 100 pares de zapatos (Z), en la Ciudad de Machala a un valor de 14 dólares, el costo por su transporte es de 32 dólares, y los costos por viaje y alimentación ascienden a 49,50 dólares. ¿El coste de ventas total y unitario es?

1. Se determina los Costos

Costo de los productos		
Cantidades	Valor	Total
A	B	(A*B)
100	14,00	1400,00

Costos Asociados		
Transporte de la mercadería	Viaje y alimentación	Total (C+D)
C	D	
32,00	49,50	81,50

2. Se determina el costo de las ventas

Costo de Ventas Total		
Costo de los productos	Costos Asociados	Costo Total (E+F)
E	F	
1400,00	81,50	1481,50

3. Se calcula el costo de ventas unitario

$$\text{Costo Ventas Total} = \frac{(E + F)}{Z}$$

$$\text{Costo Ventas Total} = \frac{1481,50}{100}$$

$$\text{Costo de Ventas Unit} = 14,82$$

Matemáticas Financieras

PRECIO DE VENTA

El precio de venta es la cantidad monetaria para intercambiar un producto entre compradores y vendedores. Este concepto involucra el costo de ventas y un margen de utilidad.

Para fijar un precio debes considerar:

- Los costos
- Las características de los clientes
- Los canales de distribución
- Las preferencias
- El precio de los competidores

Costo del producto

+

Margen de Utilidad

=

Precio de venta

Matemáticas Financieras

Considerando el ejemplo de los Zapatos el precio de determinaría de la siguiente manera:

1. Se identifica el costo de ventas (en este caso, calculado previamente)

Costo de Ventas Unitario = 14,82

2. Calcula el margen de utilidad

Margen de Utilidad Unitario = $\frac{\text{Costo de Ventas Unitario}}{\text{Precio de venta}} = 30\%$

Margen de Utilidad = $14,82 \cdot 30\%$

Margen de Utilidad = 5,18

3. Suma el costo de ventas unitario y el margen de utilidad

Costo del producto

+

Margen de Utilidad

=

Precio de venta

14,82
+
5,18
=
20,00

Matemáticas Financieras

Oferta y Demanda

Demanda

- Representa a las cantidades de un bien que los consumidores desean y puedan comprar de dicho bien.

Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que **comprar** es efectuar realmente la adquisición.

Oferta

- La oferta corresponde a las cantidades de un producto que se desea producir y vender.

Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que **vender** es hacerlo realmente.

← Demandas Ofertas →

Ten en cuenta: Para fijar un precio mediante la oferta y demanda debes buscar un precio que tu como ofertante y el cliente como demandante se encuentran satisfechos.

Matemáticas Financieras

REBAJAS

Son las reducciones, descuentos o disminuciones que sufre el precio de venta, con el objeto de incentivar las ventas. Lo que supone una herramienta útil para rotar el inventario y a la vez resanar las bajas ventas. Las rebajas deben realizarse de manera razonable y no arbitrariamente.

TODAY OFFER
25% OFF

Motivos para aplicar rebajas

- Ventas estacionales:** Si está pasando una temporada y se aproxima otra, debes deshacerte de tu inventario de manera inteligente y dejar espacio para la nueva mercadería.
- Bajo rendimiento:** En caso de que tu inventario no rota y se estanca en stock, es razonable disminuir su precio para capturar clientes e incrementar ventas.
- Panorama competitivo:** Tu competencia oferta a menor precio, también hazlo pero procura no exajerar con las disminuciones. Recuerda que debes generar rentabilidad.

Matemáticas Financieras

¿Qué se busca al aplicar rebajas

Atraer nuevos clientes

Fidelizar a tus clientes habituales

Aumentar las ventas a corto plazo

¿Cómo proponer una rebaja?

Ten en cuenta el precio del producto

Considera la caducidad de tu producto

Recuerda el porcentaje de utilidad propuesta

Matemáticas Financieras

El descuento es una manera de aplicar una rebaja

Descuento

=

Precio Inicial

×

Porcentaje de descuento

Retomando el caso de los zapatos, la aplicación del descuento sería de la siguiente manera:

Descuento

=

20,00

×

10,00% ó 0,10

Descuento

=

2,00

Precio de venta

=

Precio Inicial

-

Descuento

Precio de venta

=

20,00

-

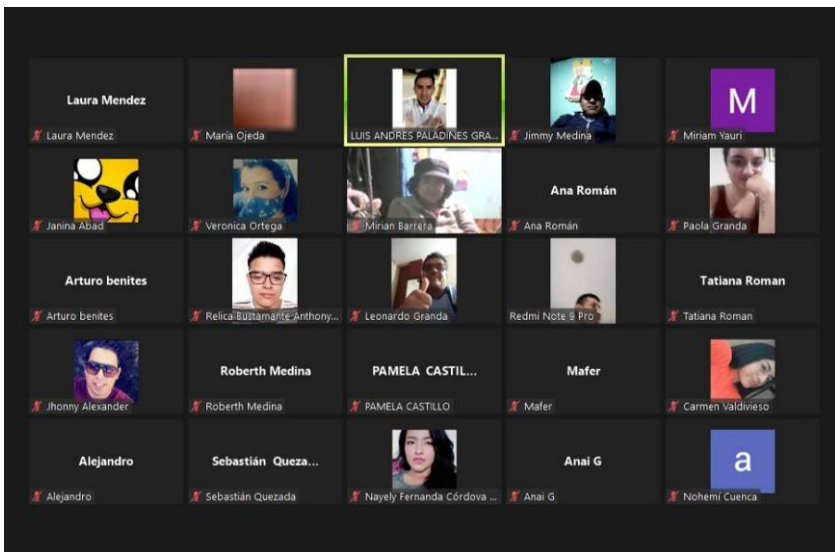
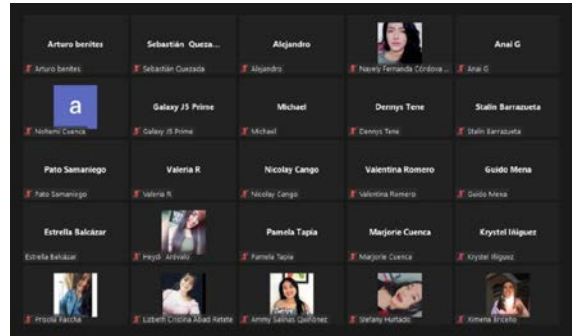
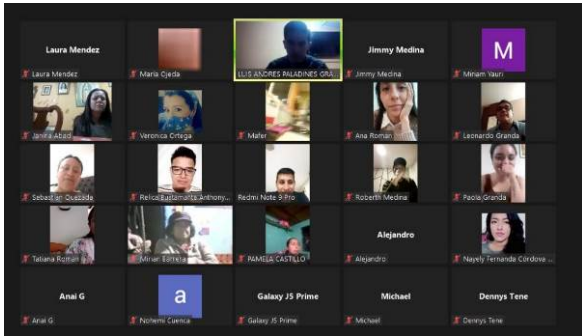
2,00

Precio de venta

=

18,00

En consecuencia, el descuento sería 2 dólares, por lo tanto, el nuevo precio sería la diferencia entre el precio inicial y el descuento así



Participantes (44)

Q Buscar un participante

- LUIS ANDRES PALAD... (Anfitrión) [Mute] [Video]
- Alejandro [Mute] [Video]
- Ammy Salinas Quilfónez [Mute] [Video]
- Ana Román [Mute] [Video]
- Anai G [Mute] [Video]
- Arturo benites [Mute] [Video]
- Carmen Valdivieso [Mute] [Video]
- Dennys Tene [Mute] [Video]
- Galaxy J5 Prime [Mute] [Video]
- Guido Mena [Mute] [Video]
- Heydi Arévalo [Mute] [Video]
- Janina Abad [Mute] [Video]
- Jhony Alexander [Mute] [Video]
- Jimmy Medina [Mute] [Video]

Invitar Reactivar mi audio

Anexo 5

Participantes presentes en la socialización de la guía didáctica

Tabla 11

Lista de participantes presentes

Guía para mejorar las prácticas financieras y administrativas del comercio ambulante en la ciudad de Loja. Lista de participantes			
Nº	Nombre y apellido	Nº	Nombre y apellido
1.	Alejandro Piedra	2.	Ammy Salinas
3.	Ana Román	4.	Anahí Gordillo
5.	Arturo Benítez	6.	Carmen Valdivieso
7.	Dennys Tene	8.	Guido Medina
9.	Heydi Arévalo	10.	Janina Abad
11.	Jhonny Mendoza	12.	Jimmy Medina
13.	Paola Granda	14.	Tatiana Román
15.	Nohemí Cuenca	16.	Pamela Castillo
17.	Nayely Córdova	18.	Mirian Barrera
19.	María Ojeda	20.	Roberth Medina
21.	Anthony Relica	22.	Laura Méndez
23.	Sebastián Quezada	24.	Patricio Samaniego
25.	Valeria Robles	26.	Estrella Balcázar
27.	Priscila Paccha	28.	Lizbeth Abad
29.	Nicolay Cango	30.	Valentina Romero
31.	Stalin Barraqueta	32.	Krystel Iñiguez
33.	Marjorie Cuenca	34.	Ximena Briceño
35.	Estefany Hurtado	36.	Pamela Tapia
37.	Michael	38.	Verónica Ortega
39.	Joel Villacis	40.	Silvia Tenezaca
41.	Leonardo Granda	42.	Miriam Yauri
43.	Daniela Cartuche	Total 43 participantes	

Anexo 6

Oficio de designación y aprobación de directora del trabajo de integración curricular



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

BANCA Y FINANZAS
Facultad Jurídica, Social y
Administrativa

Presentada el día de hoy, 30 de noviembre de 2021, a las 10h00. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

ENNA REGINA
PELAEZ SORIA

Hirmado digitalmente por
ENNA REGINA PELAEZ
SORIA
Fecha: 2021.11.30
10:21:37-05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
**SECRETARIA ABOGADA DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 30 de noviembre de 2021, a las 10h25. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa a la **Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.** Docente de la Carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **"ECONOMIA INFORMAL: ANÁLISIS AL COMERCIO AMBULANTE EN LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2021"**, de autoría del Sr/Srta. **LUIS ANDRÉS PALADINES GRANDA**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación *"será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación"*. **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**



Hirmado digitalmente por
**MARITZA
JACKELINE
PEÑA VELEZ**

Ing. Maritza Jackeline Pela Vélez, Mg. Sc.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE FINANZAS

Loja, 30 de noviembre de 2021, a las 11h00. Notifiqué con el decreto que antecede al **Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.**, para constancia suscriben:

ANDREA JUDITH
NEIRA PAREDES

Hirmado digitalmente por
ANDREA JUDITH NEIRA PAREDES
Fecha: 2021.11.30 10:21:40
-05'00'

Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.
ASESOR/A DEL PROYECTO



Hirmado digitalmente por
**ROBERT
ORLANDO DIAZ**

Eib. Pdr. RDL.

ENNA REGINA
PELAEZ SORIA

Hirmado digitalmente por
ENNA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2021.11.30 10:21:40
-05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA-FJSA

Anexo 7

Certificado de traducción del resumen

Loja, 14 de julio de 2022

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, Viviana Thalia Huachizaca Pugo, con C.I: 1104112923, docente del instituto Superior Tecnológico Sudamericano-Loja, con título profesional de Licenciada en Ciencias de la educación: Mención en Inglés registrado en la SENESCYT con número 1031-2018-1987944.

CERTIFICO

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés el resumen del presente estudio investigativo titulado "ECONOMÍA INFORMAL: ANÁLISIS AL COMERCIO AMBULANTE EN LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2021", de autoría del Sr. Luis Andrés Paladines Granda, portador de la cédula de identidad: 1105140378, estudiante de la carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que creyera conveniente.

Atentamente,

Checked by:
Lic. Viviana Huachizaca
EFL Professor

Lic. Viviana Thalia Huachizaca Pugo Mgs.
C.I: 1104112923

Lic. Viviana Thalia Huachizaca Pugo Mgs.
Licenciada en Ciencias de la educación: Mención en Inglés
Correo: vivianathp@gmail.com
Celular: 0991927878
Loja, Ecuador, 110102
Full text translator: servicios de traducción.