



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE ECONOMÍA

**Efectos del comercio informal desde la percepción de los
comerciantes formales en el mercado Gran Colombia de la
ciudad de Loja, Año 2019**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

ECONOMISTA

Autor: Vega Luzuriaga, Nora Katherine

Director: Tituaña Castillo, María del Cisne

LOJA

2022



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2022

Aprobación del director del Trabajo de Titulación

Loja, 16 DE agosto de 2022

Doctor

Diego Alejandro Ochoa Jiménez

Director de la carrera de Economía

Ciudad. -

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Titulación denominado: ***Efectos del comercio informal desde la percepción de los comerciantes formales en el mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja año 2019***, realizado por **Nora Katherine Vega Luzuriaga** ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la Universidad, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Directora: María del Cisne Tituaña Castillo, Mgtr.

C.I.: 1103751770

Correo electrónico: mdtituania@utpl.edu.ec

Declaración de autoría y cesión de derechos

Yo, Nora Katherine Vega Luzuriaga, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

Ser autor (a) del Trabajo de Titulación denominado: Efectos del comercio informal desde la percepción de los comerciantes formales en el mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja año 2019, de la carrera de Economía, específicamente de los contenidos comprendidos en: Introducción, Capítulo 1. Marco conceptual y evidencia empírica, Capítulo 2. Metodología, Capítulo 3. Análisis y discusión de Resultados, Conclusiones y Recomendaciones, siendo María del Cisne Tituaña Castillo Mgtr., directora del presente trabajo; también declaro que la presente investigación no vulnera derechos de terceros ni utiliza fraudulentamente obras preexistentes. Además, ratifico que las ideas, criterios, opiniones, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación a la propiedad intelectual de este trabajo.

Que la presente obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad", en tal virtud, cedo a favor de la Universidad Técnica Particular de Loja la titularidad de los derechos patrimoniales que me corresponden en calidad de autor/a, de forma incondicional, completa, exclusiva y por todo el tiempo de su vigencia.

La Universidad Técnica Particular de Loja queda facultada para ingresar el presente trabajo al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

.....
Autor: Nora Katherine Vega Luzuriaga

C.I.: 1105153520

Correo electrónico: nkvega@utpl.edu.ec

Dedicatoria

A Dios

Gracias por una nueva oportunidad de vida y por la familia maravillosa que elegiste para mí.

A mi mami Delia

Por todo tu amor, sacrificio y tú actuar enmarcado en los valores, eres mi luz, ejemplo de constancia y dedicación.

A Naomi

Por todo el tiempo que compartimos entre juguetes y tareas universitarias. Tú presencia es mi mayor bendición. Te amo hija mía.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por sus infinitas bendiciones.

Agradezco a mi maravillosa familia Peluche, en especial a mis ñaños Vinicio, Patricio, Alexandra, Verónica gracias a todos por su inmenso apoyo para hoy alcanzar uno de mis objetivos. Los amo.

A mis hermanos Darío, Roberth y en especial a Jonathan, por su apoyo, por su amor, por ser parte de mi equipo en esta aventura llamada vida. Gracias por todo ñaño.

A mi mami Chayo, gracias por darme la oportunidad de estudiar en esta maravillosa universidad, hoy comprendo que tuviste que renunciar a mucho para que este gran momento llegue. Gracias.

A la Universidad Técnica Particular de Loja y todas las autoridades de la Carrera de Economía por permitirme concluir con mi carrera universitaria, gracias Econ. María del Cisne Tituaña por la orientación en el desarrollo de esta investigación.

Índice de contenido

Universidad Técnica Particular de Loja	I
Aprobación del director del Trabajo de Titulación	II
Declaración de autoría y cesión de derechos.....	III
Dedicatoria	V
Agradecimiento.....	VI
Índice de contenido	VII
Resumen	1
Abstract.....	2
Introducción.....	3
Capítulo uno.....	5
Marco conceptual y evidencia empírica.....	5
1.1 Marco teórico	5
1.1.1 Mercado.....	5
1.1.2 Mercado de trabajo.....	6
1.1.3 Comercio formal	7
1.1.4 Comercio informal.....	7
1.2 Evidencia Empírica	9
Capítulo dos	14
Antecedentes y metodología	14
2.1 Entorno geográfico.....	14
2.1.1 División política	14
2.1.2 Población	15
2.1.3 Educación	16
2.1.4 Actividad Económica.....	17
2.1.5 Comercialización	19
2.2 Metodología.....	25
2.2.1 Muestra.....	27

2.2.1.1 Cálculo de la muestra para el sector formal del mercado Gran Colombia:	27
2.2.1.2 Cálculo de la muestra para el sector informal del mercado Gran Colombia:	28
Capítulo tres.....	29
Análisis y discusión de resultados	29
Conclusiones	35
Recomendaciones	36
Referencias	37
Apéndice	42

Índice de tablas

Tabla 1 Evidencia empírica	10
Tabla 2 Población del cantón Loja 2021 según el grupo de edad	15
Tabla 3 Población por rama de actividad a nivel cantonal Loja 2010	18
Tabla 4 Flujos comerciales en el cantón Loja y otras localidades	19
Tabla 5 Mercados y ferias libres municipales en la ciudad de Loja.....	22
Tabla 6 Distribución de los comerciantes.....	24
Tabla 7 Productos comercializados en el mercado.....	25
Tabla 8 Distribución de la muestra por sectores.....	28
Tabla 9 Características generales por sector	29
Tabla 10 Ingresos y gastos de los comerciantes	32
Tabla 11 Percepción de los comerciantes formales frente a la informalidad.....	33
Tabla 12 Percepciones generales de los comerciantes informales	33
Tabla 13 Aspectos que conllevan a la informalidad.....	34
Tabla 14 Razones por las no se ha formalizado	34
Tabla A1 Encuesta aplicada a los comerciantes formales	42

Tabla A2 Encuesta aplicada a los comerciantes informales	44
Tabla A3 Percepción del dinamismo en las ventas.....	50
Tabla A4 Etnia.....	50
Tabla A5 País de nacimiento.....	50
Tabla A6 Años comercializando en el mercado Gran Colombia.	50
Tabla A7 Días laborables para el comerciante informal.....	51
Tabla A8 Horas laborables diarias.....	51
Tabla A9 Seguro Médico	51
Tabla A10 Lugar al que acude por problemas médicos.....	52
Tabla A11 Satisfacción en el trabajo	52
Tabla A12 Aspectos negativos de la informalidad	53
Tabla A13 Estimación en dólares para vivir bien	53
Índice de figuras	
Figura 1 Diseño de los 7 sectores en el Gran Colombia.....	23

Resumen

El objeto de la presente investigación es determinar los efectos del comercio informal desde la percepción de los comerciantes formales en el mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, a través de un diagnóstico socioeconómico realizado a mercantes formales e informales, para ello se utilizó información primaria para la estructuración de una base de datos demográficos con indicadores de salud, educación, vivienda y otros. Con una muestra de 301 comerciantes formales y 129 informales, utilizando la metodología descriptiva se encontró que uno de los principales efectos del comercio informal desde la perspectiva de los formales son ventas e ingresos bajos debido a la oferta de productos por parte de los informales a menores precios, otro efecto es la inseguridad, la cual incrementa conforme crecen las ventas informales además un gran número de vendedores ambulantes no se regularizan por la dificultad en los trámites municipales.

Palabras clave: comercio, comerciante informal, comerciante formal, percepción.

Abstract

The purpose of this research is to determine the effects of informal trade from the perception of formal merchants in the Gran Colombia market in the city of Loja, through a socioeconomic diagnosis made to formal and informal merchants, for which primary information was used. for the structuring of a demographic database with health, education, housing and other indicators. With a sample of 301 formal and 129 informal merchants, using the descriptive methodology, it was found that one of the main effects of informal trade from the perspective of the formal is sales and low income due to the offer of products by the informal to minors. prices, another effect is insecurity, which increases as informal sales grow, in addition, a large number of street vendors do not regularize due to the difficulty in municipal procedures.

Keywords: commerce, informal trader, formal trader, perception.

Introducción

El trabajo informal es la fuente de ingresos de muchos hogares en América Latina y el Caribe, donde la tasa media de informalidad es de aproximadamente un 54% (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] & Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020). En Ecuador según Quispe et al. (2020), el sector informal se incrementa con mayor intensidad a partir del 2016 de 40.40% a 46.70 % para el año 2019.

El comercio se desarrolla en dos sectores formal e informal, el primero se rige a reglamentos y normativas mientras que el segundo, se mantiene fuera de la legislación. El término informalidad lo usó el investigador Keith Hart en 1973, para referirse a las actividades de bajos ingresos que realizaban las personas sin formación.

La economía informal no constituye una forma de producción aislada del resto de la economía, pues presenta algún vínculo con la economía formal, que de una u otra forma apoya o estimula su existencia(Sandoval, 2014). Por otro lado, Chemes & Etchevarría, (2018) menciona que la economía informal, es una sociedad paralela concebida como una puerta de salida del subdesarrollo en la lucha por la supervivencia.

Según el estudio de la OIT (2013) a pesar de las largas jornadas laborales que cumple el sector informal, la productividad y los ingresos suelen ser bajos, a ello se suma, el acceso limitado a financiamiento, tierra, tecnología y otros recursos que los dirigen hacia actividades marginales y de supervivencia. En este sentido se puede asociar la informalidad con pobreza por las barreras que se les presenta para alcanzar un crecimiento económico.

Con los antecedentes expuestos, el presente estudio tiene el propósito de investigar los efectos del comercio informal en la economía del sector formal del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, a través de la construcción de una base de datos con información obtenida de la aplicación de encuestas y otros datos de fuentes oficiales.

De tal manera que los resultados mostrarán información sobre las características ocupacionales, vivienda, salud, ingresos, gastos y otros aspectos generales. Esta investigación está estructurada en tres capítulos. El primer capítulo examina la teoría de mercado, comercio formal e informal, además se presenta evidencia empírica relevante. En

el capítulo dos, se presentan algunos datos de las variables sociales y económicas del cantón Loja, además se plantea la metodología utilizada en la muestra poblacional que fue de 301 vendedores formales y 129 vendedores informales. En el capítulo tres se presenta el análisis y la discusión de los resultados y finalmente las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo uno

Marco conceptual y evidencia empírica

1.1 Marco teórico

1.1.1 Mercado

Según Stanton et al. (2007), “Mercado, consiste en las personas u organizaciones con necesidades a satisfacer, dinero para gastarlo y la disposición de hacerlo” (p. 5). Un mercado, inicialmente era un lugar físico en el que los vendedores y compradores participaban de una negociación para así determinar el precio en este mercado los agricultores y productores acudían para comercializarlos, en otras palabras, es un escenario en donde interactúan todas las transacciones, demanda, oferta y el precio.

Desde el punto de vista de Mankiw (2012), mercado es un grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio en particular, los compradores son el grupo que determina la oferta de dicho producto (p. 66). En este mismo tema, Pope (citado por Placencia, 2010), define al mercado como “conjunto de demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio, en teoría económica un mercado implica un conjunto de condiciones y fuerzas que determinan los precios” (p.24).

Es así que en un mercado participan tantos compradores y vendedores a tal punto que ninguna de las dos partes puede influir en el precio, a esta acción se denomina mercado competitivo. En lo que refiere a precios son términos monetarios para el intercambio de distintos bienes de forma voluntaria.

Por otra parte “los precios sirven como señales para los productores y consumidores” (Nordhaus & Samuelson, 2006). Es decir, si los consumidores se interesan por aumentar el consumo de un bien, el precio se incrementará, por lo tanto, los productores elevarán la cantidad ofertada, sucederá lo contrario cuando la demanda disminuya.

Es importante definir términos como: consumidor, demanda, oferta y equilibrio de mercado.

En el estudio de Gómez y Sequeira (2015), define al consumidor como la persona que demanda un producto o servicio, ya sea a causa de una necesidad o un deseo, y luego

desecha lo adquirido por que su necesidad ya fue satisfecha, o por que el producto cumplió su objetivo o por un cambio en sus gustos y preferencias. Por lo tanto, el consumidor es el individuo que busca comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que consideran van a satisfacer sus necesidades. Es relevante mencionar que los compradores no siempre son los consumidores directos, en ocasiones el producto es para un tercero.

En lo que se refiere a la demanda, De Jesús et al. (2008) la define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado). Así mismo la demanda, está sujeta a la variación en los precios de los sustitutos de un bien o servicio, así como del ingreso, ingreso futuro esperado y la población y sus preferencias. La ley de la demanda indica que, cuanto más alto es el precio de un bien, permaneciendo todo lo demás igual, es menor la cantidad que se demanda.

Por otro lado, la “Oferta es la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes” (Parkin, 2006, p. 80). La oferta, depende de los precios de los insumos que se usan para la producción del bien, así como de los precios de los bienes relacionados, de los precios futuros y del número de productores. La ley de la oferta indica que, cuanto más elevado es el precio de un bien o servicio, mayor es la cantidad ofrecida.

Finalmente, equilibrio de oferta y demanda desde el punto de vista de Nordhaus & Samuelson (2006), se presenta cuando las fuerzas de las mismas están balanceadas. El precio de equilibrio es tal que la cantidad demandada es exactamente igual a la cantidad ofrecida.

1.1.2 Mercado de trabajo

El mercado de trabajo o mercado laboral es el lugar en donde se desarrollan las dos fuerzas, oferta y demanda. Citando a Nordhaus & Samuelson (2006) “la oferta laboral se refiere a la cantidad de horas que la población desea trabajar en actividades redituables” (p. 241). Frente a este tema la teoría clásica, expresa que, en “el mercado de trabajo se intercambia la mercancía fuerza de trabajo a su costo de producción y el salario se determina

independientemente de las cantidades y éstas se establecen por las condiciones de demanda” (Figuroa, 1993, p. 5). Este enfoque mantiene que el desempleo es voluntario o temporal, y que el mercado es eficiente, sin falla alguna en el mercado.

El estudio de Keynes, referente al mercado laboral, reconoce las falencias del mercado y está de acuerdo con la intervención del gobierno para corregir el desempleo. Asimismo, según la investigación de Dickens & Lang (1988 citado por Carlos, 2015),

El mercado de trabajo dual está diferenciado por dos sectores dentro de los cuales, uno contiene salarios altos, beneficios tales como educación, experiencia y mayor nivel de estabilidad en el empleo, mientras que el otro posee salarios bajos y demás características que se contraponen a las mencionadas en el sector inicial y cuyos empleados dejan de obtener (p. 33).

Finalmente es sustancial referirse al trabajo que de acuerdo con Adam Smith, es concebido como una fatiga que implica renunciar al ocio y es por ello que debe ser remunerado (Korinfeld & Neffa, 2006).

1.1.3 Comercio formal

De acuerdo a Serrano (1990, como se citó en Bustamante, 2013), “la comercialización es una actividad que se enmarca en el análisis y de la competencia, dirigido hacia el estudio de la previsión de ventas, reacciones de la competencia, etcétera” (p. 25).

En la economía formal, el comercio se desarrolla bajo las normas legales que rigen en el país, es decir, se encuentra debidamente registrado ante las entidades de regulación y así mismo la empresa o comercio reporta sus movimientos económicos ante el SRI, ya sea como persona natural o jurídica. La economía formal ofrece algunas ventajas, entre ellas; productos frescos y de calidad, salubridad adecuada, confiabilidad, asegurados por la ley tanto para el consumidor como para el oferente.

1.1.4 Comercio informal

De acuerdo a Chen (2012) menciona que “sector informal se refiere a la producción y al empleo que tiene lugar en empresas pequeñas no registradas y no constituidas en sociedad

de capital” (p. 7). El término empleo informal se relaciona con el trabajo sin protección legal y social y el término economía informal se refiere a las actividades y trabajadores.

En este sentido, la resolución de la Conferencia Internacional del Trabajo en el 2002, planteó el término, economía informal, en lugar de, sector informal, haciendo así referencia a la diversidad y alcance de este fenómeno. Con un concepto semejante Resico (2010), menciona que la economía informal, también puede ser denominada economía paralela o economía negra, puesto que comprende todo el comercio en el cual los impuestos no son pagados y son evitadas las normas y regulaciones.

Desde esta perspectiva, se revelan varios aspectos de la informalidad: los actores pueden ser informales por carecer de protección social, de derechos en el trabajo y de representación y voz en el lugar de trabajo. Por consiguiente, están excluidos de los beneficios provistos por el Estado, debido a ello las principales características de la economía informal son la desprotección, la inseguridad y la vulnerabilidad (OIT, 2013, p.5).

Para explicar este suceso, en la economía informal, existen cuatro enfoques de las siguientes escuelas:

Escuela dualista, se refiere a que el comercio informal está exento de oportunidades, debido al desequilibrio que existe entre el crecimiento de la población y la oportunidad laboral, además de no poseer las destrezas y capacidades suficientes en relación con la mano de obra que requiere el sector formal. Razón por la cual el individuo decide incorporarse en el sector informal, dado que aquí puede ser más productivo de acuerdo a sus habilidades.

Escuela estructuralista, “percibe a la economía informal como unidades económicas (microempresas) y trabajadores subordinados que sirven para reducir los costos de insumos y de mano de obra, y, de ese modo, aumentan la competitividad de las grandes empresas capitalistas” (Chen, 2012, p. 4). Esta escuela hace referencia a que el crecimiento del capitalismo fomenta e impulsa a la informalidad, es más que el sector informal es aprovechado por el sector formal con el fin de reducir los costos en sus productos y mano de obra e incrementar así la competitividad de las grandes empresas.

Escuela legalista, asume que el comercio informal es producto del desacuerdo del individuo con la burocracia que existe en los requisitos, normas y obligaciones que se establecen en las ordenanzas municipales u otro sistema legal para la correcta comercialización de bienes y servicios.

Escuela voluntarista, define al comercio informal como, “una consecuencia de las decisiones del individuo, quien de manera voluntaria decide trabajar al margen de la normativa considerando los posibles beneficios derivados de esta decisión” (Cruz, 2015, p. 13). Los voluntaristas puntualizan en que, los comerciantes informales eligen trabajar de esta forma luego de analizar la relación entre el costo y el beneficio de operar en la informalidad. Así evitarían todo pago legal que se realiza para operar en la formalidad como, por ejemplo, patente municipal, declaraciones al SRI, autorización de bomberos, entre otros.

1.2 Evidencia Empírica

En esta sección se citan algunos trabajos referentes al comercio informal, investigaciones a nivel de Ecuador y una en Bolivia, la necesidad de conocer las razones y la realidad que conlleva esta actividad, ha sido la principal motivación para dichas investigaciones. Se describen los trabajos más relevantes, con una breve explicación de la metodología y los resultados obtenidos, que servirán como base para realizar el cumplimiento de los objetivos propuestos en esta investigación.

Tabla 1

Evidencia empírica

Autores y Año	Tema de Investigación	Objetivos	Metodología	Principales Resultados
González (2011), Ecuador	El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra	Realizar un diagnóstico situacional sobre el comercio formal e informal en la ciudad de Ibarra.	En la investigación se utilizaron métodos de conocimiento teórico: inductivo – deductivo, analítico – sintético.	<p>Causas de la informalidad en Ibarra son: migración hacia la capital, escasas fuentes de empleo, poca inversión por parte del sector público en infraestructura.</p> <p>Género: 52.6% mujeres, 47.3% hombres.</p> <p>El 42% de los informales son mayores a 35 años y el 35.8% de los formales tiene entre 31 y 35 años.</p> <p>La mayoría de las personas solo alcanza un nivel de instrucción primaria. Nivel de educación: 60.5% primaria, 21% secundaria y 18,04% ninguna.</p> <p>Gran capacidad de comercialización, esto dado por la experiencia.</p> <p>El comercio informal es una fuente de empleo para los que no tienen un trabajo fijo. Los comerciantes informales ofrecen sus productos a precios más bajos. Por ende, los formales tienen el 14% ingresos más de \$300 y los informales el 24% más de \$300.</p>
Sánchez & Vargas (2012), Milagro Ecuador	El comercio informal y sus efectos en el desarrollo de actividades formales de emprendimiento en la parroquia virgen de fátima-km-26	Determinar la manera en que afecta la hegemonía actual del comercio informal a la escasa inversión en actividades de emprendimiento comercial en la parroquia Virgen de Fátima,	Métodos teóricos: inductivo, deductivo y estadístico. Método empírico.	<p>Los comerciantes formales e informales de la parroquia Virgen de Fátima desconocen las normas que rigen este tipo de actividad a nivel local y nacional.</p> <p>Se detectó un crecimiento acelerado del comercio informal que afecta a quienes tienen negocios</p>

Autores y Año	Tema de Investigación	Objetivos	Metodología	Principales Resultados
		a través del estudio y análisis socioeconómico del sector.		de acuerdo a las normas establecidas. Género, 58% de los informales son mujeres y el 42% hombres. El número promedio de integrantes del hogar es 3.
Cruz (2015), Paz Bolivia.	Causas del crecimiento del comercio informal y semi formal en la ciudad de la paz y su incidencia en la creación de empleos directos e indirectos.	Identificar los factores determinantes del crecimiento del comercio informal y semiformal, además del aporte de estas actividades, sobre la generación de empleos directos e indirectos en la ciudad de La Paz.	Se empleó el método de investigación deductiva.	La tasa de desempleo en el municipio de La Paz, es elevada, este es un indicador de que el mercado no está generando los suficientes puestos de trabajo. Un factor determinante es el nivel educativo, las personas que adquieren educación superior, tienen menos probabilidades de trabajar como comerciantes en la vía pública. Estado civil informales, 57% casados, 11% unidos, 19% solteros.
Orellana & Guin (2019), Milagro Ecuador	El comercio informal y su incidencia en la economía del cantón Milagro provincia del Guayas	Analizar los factores que contribuyen a la creación de negocios informales. Evaluar el impacto que tiene los negocios informales en la economía del cantón Milagro. Determinar los factores de decisión de compra en los consumidores a los informales.	Técnica encuestas.	La informalidad se debe a la falta de trabajo pleno. Son autónomos y obtienen más recursos. A más desempleo, mayor es aumento de comerciantes informales. El impacto es negativo pues los bajos precios afecta a la competencia. El 65,80% de las personas adquieren un producto por que los comerciantes les ofrecen precios más bajos.
Chicaiza (2017), Quito Ecuador	Análisis del comercio informal y su incidencia a los comerciantes	Determinar las causas por que las personas se dedican	Metodología empírica; método de la medición.	La actividad informal es un tipo de trabajo considerado como irregular, debido al tiempo

Autores y Año	Tema de Investigación	Objetivos	Metodología	Principales Resultados
	regularizados en la parroquia de Cotocollao, cantón Quito en el año 2015.	a la actividad del comercio informal. Investigar en qué afecta a los comerciantes regularizados la presencia del comercio informal.	Técnica, encuesta y entrevista.	que trabajan en el día, las horas, las ganancias que perciben etc. La presencia de los comerciantes informales en los alrededores de las calles, de la Parroquia de Cotocollao, conlleva a generar problemas como el desorden público, masificación de las personas, conflictos entre comerciantes, lo cual hace que la Parroquia se convierta en un lugar inseguro para el tránsito de los ciudadanos. Edad, entre 36 y 45 años es del 30% de los informales. Nivel de instrucción, primaria 36%, secundaria 42%, ninguna 22%.
Calazacon (2020) Santo Domingo - Ecuador	El comercio informal ambulante y su incidencia en la economía de Santo Domingo.	Estudiar al comercio ambulante y determinar la incidencia en la economía.	Cualitativa con de encuestas.	El 60.8% de comerciantes informales son mujeres, el 37.8% hombres y el 1.4% LGBTI. El 53.7 tienen primaria completa, el 31.1% secundaria, el 11.4% nivel superior y el 3.8% otros grados. Productos más vendidos son; frutas, legumbres y comida rápida.

Todas las investigaciones antes mencionadas tienen como objetivo conocer el comportamiento de la actividad informal y su influencia en la economía local, algunos de ellos tienen similar metodología tal es el caso de González (2011), Sánchez & Vargas (2012) y Cruz (2015) quienes usan el método inductivo y deductivo, mientras que Chicaiza (2017), Orellana & Guin (2019) y Calazacon (2020), usan el método de la medición y como técnica, la encuesta.

En cuanto a los resultados, las investigaciones de González (2011), Cruz (2015) y Orellana & Guin (2019), coinciden en que la principal causa de la informalidad es el desempleo, otro factor que influye es el nivel de escolaridad mientras mayor sea el nivel de educación, menor será la participación en la actividad informal, así lo manifiesta Calzacon (2020) y Cruz (2015).

Según las investigaciones de Sánchez & Vargas (2012) y Orellana & Guin (2019), el comercio informal afecta negativamente en los ingresos del sector formal, adicionalmente provoca desorden público e inseguridad así lo manifiesta Chicaiza (2017).

Capítulo dos

Antecedentes y metodología

2.1 Entorno geográfico

El cantón Loja, posee una extensión territorial de 1.869 km² que representa el 16.8% del total de la provincia, se sitúa en el noroccidente de la hoya del río Zamora, a una altitud aproximada de 2100 metros sobre el nivel del mar.

El clima oscila entre los 16 y 21°C los meses de menor temperatura fluctúan entre junio y septiembre, siendo julio el mes más frío. De septiembre a diciembre se presentan las temperaturas medias más altas, sin embargo, en esos mismos meses se han registrado las temperaturas extremas más bajas, es decir, cambios bruscos.

El acceso a la ciudad de Loja se puede realizar por vía terrestre mediante vehículo particular o transporte público las cuales se pueden tomar desde los distintos terminales, también se puede llegar por vía aérea, hasta el Aeropuerto “Ciudad de Catamayo” que se localiza a 35 Km de la ciudad de Loja.

2.1.1 División política

La división política del cantón Loja se conforma de la siguiente manera:

- Parroquias urbanas, que son seis en total, y generan la oportunidad de tener una ciudad ordenada territorialmente y con visión de crecimiento: El Valle, Sucre, El Sagrario, Punzara, Carigán y San Sebastián.
- Parroquias rurales, que son trece en total que fortalecen de una u otra forma la economía de la ciudad, ya que algunas de estas parroquias son excelentes destinos turísticos ya sea por su atractivo natural o su tradición religiosa, además, de éstas parroquias proviene gran parte de los productos agrícolas que se consumen en la ciudad, las parroquias rurales son: Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualel, Jimbilla, Malacatos, Quinara, San Lucas, San Pedro de Vilcabamba, Santiago, Taquil, Vilcabamba y Yangana.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Municipio de Loja, 2020), existen cuatro zonas de planificación agrupadas de acuerdo a su interacción, clima, cercanía entre otras, las que se encuentran distribuidas así:

- Zona 1, Jimbilla, San Lucas y Santiago.
- Zona 2, Taquil, Chantaco, Chuquiribamba, Gualal y El Cisne.
- Zona 3, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana.
- Zona 4, la Ciudad de Loja y su Periferia.

2.1.2 Población

De acuerdo al último Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010) el cantón Loja, contaba con 214.855 habitantes y de acuerdo a sus proyecciones la población en el año 2021 es de 279.184 la mayor población a nivel provincial, a lo largo del tiempo se registra un incremento que resulta de la migración de otros cantones por ejemplo para el periodo 1990-2001 el porcentaje de crecimiento fue del 0,46%, en el período 2001–2010 la tasa fue 1.16% y durante los años 2010- 2021 el incremento fue del 2.4%.

La densidad poblacional es heterogénea, pues se encuentra dispersa en las diferentes zonas de planificación por ejemplo en la zona 1 la densidad es de 25.2 hab/km², la zona 2 tiene una densidad de 35.4 hab/km², zona 3 con 24.12 hab/km² y la zona 4 tiene una densidad de 810.5 hab/km² sin duda la más alta.

Tabla 2

Población del cantón Loja 2021 según el grupo de edad

Grupos de edad	2021			% Total
	Hombres	Mujeres	Total	
Menores de 1 año	2,556	2,438	4,994	1.8
1 a 4 años	11,270	10,749	22,019	7.9
5 a 9 años	14,063	13,627	27,690	9.9
10 a 14 años	14,360	14,260	28,620	10.3
15 a 19 años	14,865	14,861	29,726	10.6
20 a 24 años	13,587	14,926	28,513	10.2
25 a 29 años	11,817	12,787	24,604	8.8

Grupos de edad	2021			%
	Hombres	Mujeres	Total	Total
30 a 34 años	9,026	10,399	19,425	7.0
35 a 39 años	7,583	8,922	16,505	5.9
40 a 44 años	6,653	8,060	14,713	5.3
45 a 49 años	6,457	7,724	14,181	5.1
50 a 54 años	5,368	6,120	11,488	4.1
55 a 59 años	4,561	5,182	9,743	3.5
60 a 64 años	3,585	4,137	7,722	2.8
65 a 69 años	2,916	3,464	6,380	2.3
70 a 74 años	2,093	2,547	4,640	1.7
75 a 79 años	1,588	1,900	3,488	1.2
80 y más	2,102	2,631	4,733	1.7
Total	134,450	144,734	279,184	100

Nota. Con información del INEC. Proyecciones a nivel cantonal por sexo y grupos de edad 2021

De acuerdo a la información de la Tabla 2, el 59.2% son personas con una edad inferior a 30 años, es decir la población en el cantón Loja es joven y tan solo el 9.7% son adultos mayores de 60 años, lo que indica que el 70% de los habitantes se encuentran dentro de la población en edad de trabajar.

2.1.3 Educación

De acuerdo a las estadísticas educativas del Ministerio de Educación, en el periodo lectivo 2020-2021, se registraron 151 instituciones educativas en el área urbana, con 55307 estudiantes de los cuales el 49.3% son mujeres y el 50.7% son hombres, el 78.1% de estas instituciones cuentan con conectividad a internet y tan solo el 21.9% no lo tiene. Por el contrario, en el área rural el 72.8% de los 114 establecimientos no posee acceso a internet y el 27.2% si lo tiene, se encuentran registrados 7926 estudiantes, siendo el 49.5% mujeres y el 50.5% hombres. A nivel de cantón existen 3798 docentes, el 73% son de género femenino y el 27% masculinos.

Es imprescindible referirse a la tasa de analfabetismo a nivel nacional que corresponde al 6.8%, siendo mayor en personas de 15 años de sexo femenino (INEC, 2010),

en cuanto al cantón Loja es de 4.9% levemente menor en hombres con relación a las mujeres. En tal sentido de acuerdo a datos proporcionados por el INEC en el último censo 2010, se muestra que el número de años promedio de estudio para Loja fue de 7.7, a nivel urbano es de 9.73 y en la parte rural es de 6.24.

Existen universidades privadas como es el caso de la Universidad Técnica Particular de Loja y Universidad Internacional del Ecuador sede Loja. Y la pública, Universidad Nacional de Loja. La ciudad también cuenta con institutos de educación superior para formación en tecnologías entre ellos, Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo, Instituto Bolivariano, Instituto Sudamericano, Instituto La Castellana, Instituto Los Andes, Instituto Juan Montalvo.

De acuerdo con la Secretaría de Educación Superior Ciencia, Tecnología e Innovación, SENESCYT (2018), en Loja se matricularon 57141 personas en diferentes carreras de tercer nivel y 1422 individuos en carreras de cuarto nivel.

2.1.4 Actividad Económica

Gran parte de la Población Económicamente Activa (PEA) se dedica al sector de la agricultura, se menciona como principales productos al: café, caña de azúcar, tabaco, algodón, fréjoles, arroz, mandarinas, mangos, naranjas, limones, maíz, árboles frutales y la cinchona. A ello se suma la variedad florística y medicinal que posee el Cantón, en cuanto a la ganadería se cuenta con la crianza del ganado vacuno, ovino y porcino.

La actividad comercial es significativa en Loja ya que constituye un paso obligado para los comerciantes peruanos que llegan al país por negocios, la industria, si bien no es muy numerosa, es considerable, destacándose la de alimentos, cerámica, tejas y ladrillos.

Dentro del sector industrial se destacan empresas que en su mayor parte se ubica en la ciudad de Loja, tales como: CAFRILOSA, INAPESA, ILE, ARCIMEGO, CAMEL, Cooperativa de carpinteros San José, LOJAGAS, ECOLAC, ILELSA, La Sureñita, entre otras que son de gran relevancia.

En la Tabla 3 se muestra que la PEA del cantón Loja se encuentra concentrada en el comercio al por mayor y menor con el 18.7%, seguido de la agricultura con el 12.2%, mientras que la construcción y la enseñanza tienen el 9.8% y 9.6% respectivamente. Los demás sectores tienen menor participación. Según datos del INEC 2010, la mujer conforma el 41% de la PEA y el 59% los hombres.

Tabla 3

Población por rama de actividad a nivel cantonal Loja 2010

Rama de actividad	Hombre	Mujer	Total	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	7783	3425	11208	12.2
Explotación de minas y canteras	337	40	377	0.4
Industrias manufactureras	4958	2136	7094	7.7
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	259	62	321	0.3
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	152	40	192	0.2
Construcción	8710	271	8981	9.8
Comercio al por mayor y menor	8029	9154	17183	18.7
Transporte y almacenamiento	4890	323	5213	5.7
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1173	2313	3486	3.8
Información y comunicación	617	509	1126	1.2
Actividades financieras y de seguros	491	716	1207	1.3
Actividades inmobiliarias	63	55	118	0.1
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1458	735	2193	2.4
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1029	554	1583	1.7
Administración pública y defensa	4529	1872	6401	7.0
Enseñanza	3306	5491	8797	9.6
Actividades de la atención de la salud humana	1002	2287	3289	3.6
Artes, entretenimiento y recreación	361	153	514	0.6
Otras actividades de servicios	869	1157	2026	2.2
Actividades de los hogares como empleadores	100	2595	2695	2.9
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	43	34	77	0.1
No declarado	2125	2440	4565	5.0
Trabajador nuevo	1645	1687	3332	3.6
Total	53929	38049	91978	100

Nota. Con información del INEC 2010.

2.1.5 Comercialización

Conforme a datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, el 55% de productos comercializados en la ciudad, provienen del trabajo de la agricultura su principal producto son las verduras, el 16% corresponde a derivados de los lácteos, el 8% de las ventas es de frutas y el 21% son productos varios (Municipio de Loja, 2014).

El modus operandi de los comerciantes que llegan desde las parroquias rurales, inicia transportando sus productos para el despacho a intermediarios en el mercado del Pequeño Productor, posteriormente la venta directa al consumidor en el mercado Gran Colombia y diversas ferias libres de la ciudad.

Tabla 4

Flujos comerciales en el cantón Loja y otras localidades

Parroquias	Producción	Comercialización
ZONA 1	PARROQUIAS NORTE	
Santiago	Tomate, zanahoria, fréjol, maíz, arvejas, hortalizas., pera, manzana. Ganado de carne y leche. Cuyes	Loja
San Lucas	Babaco, tomate de árbol, hortalizas, fresa, mora, uvilla. Ganado de carne y leche. Cuyes.	Loja
Jimbillá	Hortalizas, granadilla. Ganado de carne y leche. Cuyes.	Loja Feria agroecológica
ZONA 2	PARROQUIAS NOR - OCCIDENTALES	
Taquil	Hortalizas, tomate, zanahoria, fréjol, maíz, arvejas, yerbas aromáticas, tomate riñón, cítricos (limón, naranjas). Ganado de carne y leche. Cuyes.	Loja ILE Catamayo

Parroquias	Producción	Comercialización
El Cisne	Tomate riñón, frutales, cítricos, maíz, piña, maracuyá, caña, hortalizas, zanahoria, col, lechuga, fréjol. Ganado de carne y leche. Cuyes.	Loja Catamayo
Chantaco	Babaco, tomate de árbol, maíz, hortalizas, frutales, fréjol, brócoli, col, coliflor, lechuga, papa, zanahoria, remolacha, arveja, alfalfa. Ganado de carne y leche. Cuyes.	El Oro (Chantaco dispone de una asociación de transportistas que llevan la producción a la Provincia de el Oro, y a su vez traen productos de allá) Loja.
Chuquiribamba	Hortalizas, zanahoria, remolacha, lechuga, acelga, papa, plantas aromáticas y maíz. Ganado de carne y leche. Cuyes.	Está presente una red de intermediarios que llevan la producción a Loja y Zamora Chinchipe.
Gualel	Hierbas aromáticas, yerbas aromáticas, cereales (arveja, cebada, trigo). Ganado de carne y leche. Cuyes.	Loja, ILE.
ZONA 3	PARROQUIAS SUR ORIENTALES	
Malacatos	Maíz, caña de azúcar, café, hortalizas, tomate riñón, guineo, pimiento, yuca, cítricos. Ganado de leche.	Loja
San Pedro de Vilcabamba	Caña de azúcar, café, miel de abeja, maíz, achira, fréjol, guineo, frutales, hortalizas. Un 80% de la producción es para el autoconsumo y un 20% para comercializar.	Loja

Parroquias	Producción	Comercialización
Quinara	Caña, maíz, café, achira, yuca, fréjol. Ganado de leche.	Loja
Vilcabamba	Caña de azúcar, café, maíz, fréjol, tomate, pimiento, zarandaja, frutales, tabaco.	Loja
Yangana	Maíz, fréjol, café, caña de azúcar, granadilla, tomate de árbol, yuca, frutales. Ganado de leche.	Loja
ZONA 4	HOYA DE LOJA	
Zalapa, Chinguilanchi, Carigán, Zhucos, Amable María, Zamora Huayco Alto, Villonaco.	Hortalizas, maíz, fréjol. Producción de leche y derivados. Carnes de bovinos, ovinos, porcinos, aves.	Loja
Productos de otras localidades	Pichincha Ambato Riobamba Santo Domingo de los Tsáchilas, Zamora El Oro, Guayas, Macará, Perú.	Leche y derivados Papa Plátano, yuca, frutales Banano, insumos agrícolas, frutales. Pollo, mariscos, pescados, arroz. Aves, cerdos, pescado, cebolla, ajo

Nota. Con información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2014. Pág. 212. Municipio de Loja

En la información de la Tabla 4, se puede observar que la producción agropecuaria de las parroquias del Cantón es dirigida mayoritariamente para el comercio en la ciudad, siendo los intermediarios quienes reciben mayores utilidades al revender el producto, reduciendo los márgenes de utilidad de los agricultores. Los productos provenientes de otras localidades son: tubérculos, derivados de lácteos, arroz, frutas, aves y mariscos.

Tabla 5*Mercados y ferias libres municipales en la ciudad de Loja*

	Ubicación	Nro. de vendedores	Área m2	Día	Sectores aledaños
Mercados Municipales	Gran Colombia	1372	14.964,70		
	Centro Comercial	1000	10.639,00		
	Pequeño Productor	253	1.918,50		
	Nueva Granada	162	803,18		
	San Sebastián	147	1.555,36		
	La Tebaida	67	997,93		
Ferias libres Municipales	Celi Román			Martes	San José, Lojana de Turismo, El Pedestal y otros.
	Clodoveo Jaramillo			Miércoles	Clodoveo Alto, El Bosque, Borja y otros.
	Esteban Godoy	70		Viernes	Daniel Álvarez, El Electricista, Ciudad Alegría.
	La Tebaida	700		Sábado	
	La Pradera	50		Sábado	
	San Sebastián	700		Domingo	

Nota. Tomado del PDOT 2014 y sección noticias del Municipio de Loja 2018.

En la ciudad de Loja existen seis mercados municipales y varias ferias libres que se desarrollan en distintos sectores, en la Tabla 5 se puede observar que la mayor concentración de comerciantes está en el mercado Gran Colombia con 1372 vendedores, seguido del Centro Comercial con 1000 vendedores, estos mercados son los más grandes en extensión.

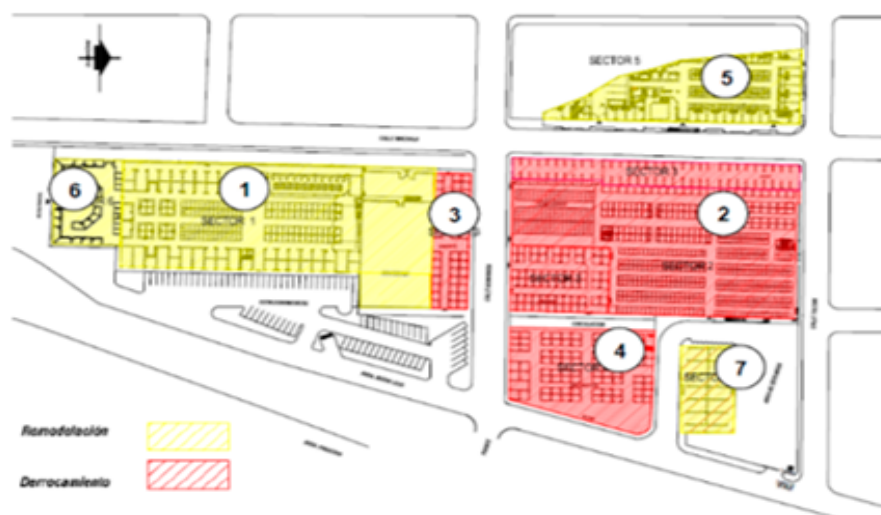
En lo que refiere a Ferias libres, se crearon con el objetivo de apoyar al agricultor para que comercialice directamente con el consumidor y también para reducir los gastos de los ciudadanos que se transportaban desde las zonas periféricas, es así que se asignaron días,

áreas y barrios específicos para su desarrollo, en esta tabla se muestra que las ferias más concurridas son San Sebastián y la Tebaida aunque esto cambió en el año 2020, por efectos de la pandemia del COVID -19, pues las autoridades municipales decidieron eliminar la feria de San Sebastián para evitar aglomeraciones que pongan en riesgo la salud de los lojanos y por esta misma razón abrieron nuevos espacios en: Miraflores, Época, Héroes del Cenepa, La Banda, Zamora Huayco, Ciudad Alegría, Perpetuo Socorro, Jipiro Paraíso y Ciudad Victoria.

Esta investigación se enfoca en el mercado municipal Gran Colombia por ello se presenta la Figura 1, en la que se observa el diseño y distribución de las 7 áreas que lo conforman, la infraestructura del mercado ha ido creciendo de forma improvisada para cubrir la demanda y oferta de productores y consumidores, por lo tanto, la única diferencia entre sectores es el área, más no los productos que expenden, a excepción del sector 3 que comercializa exclusivamente ropa y calzado mientras que los otros sectores distribuyen diversos productos de primera necesidad.

Figura 1

Diseño de los 7 sectores en el Gran Colombia



Nota. Tomado del proyecto de Ampliación y Remodelación del Mercado Gran Colombia, realizado por CODURBAM 2018

La Tabla 6, muestra la distribución de los comerciantes formales en los siete sectores y la cantidad de comerciantes informales que se encuentran dispersos en todo el mercado, son 1372 formales y 910 ambulantes, estos datos serán la población objeto de análisis. De acuerdo a información proporcionada por la Jefatura de Preparación y Elaboración de Proyectos del Municipio de Loja 2019, existían 110 locales disponibles.

Tabla 6

Distribución de los comerciantes

Sectores	Número de comerciantes	Comerciantes informales
Sector 1	238	
Sector 2	447	
Sector 3	172	
Sector 4	88	910
Sector 5	312	
Sector 6	17	
Sector 7	98	
Total	1372	910

Nota. Con datos del Municipio de Loja, 2018

Según el estudio socioeconómico y demanda para remodelación del mercado Gran Colombia realizado por el Municipio de Loja en el año 2018, en los alrededores del mercado se concentran entre 100 y 150 vendedores de lunes a viernes, mientras que los días sábados se presentan un total de 400 vendedores y en el caso de los días domingos se reúnen en total de 910 informales tanto intermediarios como productores.

Tabla 7*Productos comercializados en el mercado*

Comercio Formal	Comercio Informal
Abarrotes, accesorios de celulares, aliños, artesanías, aves, bazar, café, calzado, carnes, comida, comida rápida, confitería, costureras, ciber, embutidos, especias, flores, fotografía, frigorífico, frutas, granos cocidos, granos secos, heladería, horchata, morocho, instrumentos dentales, juguería, maíz, manualidades, mariscos, mochilas, muebles, óptica, pan, papelería, peluquería, plantas, plantas medicinales, plásticos, plásticos, pollo, productos veterinarios, providencia, quesos, repuestos usados, repuestos originales, ropa, taller eléctrico, tortillas, verduras.	Providencia, verdura, venta de ropa, venta de alimentos preparados, venta de animales vivos, derivados de lácteos, plantas medicinales, café, bocadillos, guineo, maní, flores, plásticos, pescado seco, pan, granos cocidos, frutas, espumillas, carne de pollo, carne de cerdo, mariscos.

Nota. Con información del Municipio de Loja, 2018.

En la Tabla 7, se observa que los comerciantes formales e informales expenden los mismos productos, en el sector formal los más vendidos son: providencia, ropa, comida, carnes, calzado, flores, peluquerías, verduras y frutas. Mientras que en el sector informal lo más vendido son: frutas, verduras, ropa y bisutería. Estos se asemejan a los de Calazacon (2020), en su estudio muestra que los productos más vendidos por los informales son: frutas, tubérculos, legumbres y comida rápida.

2.2 Metodología

La investigación fue de carácter cualitativo y cuantitativo, la primera por la percepción y la segunda por la característica socio-económica de los vendedores informales, se realizaron visitas de campo, levantamiento de información primaria mediante aplicación de encuestas tanto a comerciantes formales como informales y finalmente una búsqueda de información secundaria que aporten a los objetivos de la investigación.

Algunas fuentes para el estudio proceden de documentos e investigaciones del Municipio de Loja, centros universitarios, de proyectos realizados a nivel regional, nacional e internacional y datos poblacionales que existen para el cantón Loja recopilados del VI Censo de Población y V de Vivienda 2001 y el VII Censo de Población y VI de Vivienda.

El diseño utilizado es no experimental de corte transversal causal, dado que no existe manipulación de las variables y se desarrolla en su entorno natural, situación que permitió analizar la causa y efecto de las variables de estudio como son el comercio formal e informal.

Fue también una investigación descriptiva, pues su objeto fue orientar hacia la descripción, identificación de rasgos o características del objeto de estudio; este punto es importante dado que aquí se describen las características o rasgos de la situación social que se estudió.

Para lograr que la investigación sea más integra, se prefirió aplicar un enfoque mixto o multimodal, pues, aunque la mayor parte de los datos se extrajeron a través de preguntas abiertas, revisión de prensa, entrevistas, revisión bibliográfica, narraciones, testimonios de personas participantes en la instancia estudiada, es decir aspectos cualitativos, también fue necesario usar análisis de datos numéricos, el método cuantitativo, como los datos extraídos de otros trabajos académicos, con el objetivo de conocer la realidad socio económica y el rendimiento de la venta informal desde la percepción de los comerciantes formales. Así se obtuvo conclusiones con un sustento más concreto.

Los métodos usados fueron los siguientes:

Observación participante, instrumento cualitativo que se caracteriza por la recolección de datos e interacción entre el investigador y los sujetos observados en su medio natural, dentro del escenario social que se estudiará.

Método inductivo, mismo que permite conocer los datos particulares para llegar a conclusiones generales.

Método deductivo, se empleó para concretar los datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular, una vez que se revisó los elementos teóricos y los resultados.

Método estadístico, se utilizó para deducir los diferentes datos obtenidos de las encuestas y entrevistas.

Método analítico, se aplicó en el análisis de cada elemento que forma parte del estudio del comercio formal e informal, ejemplo, sexo, edad, nivel de instrucción, entre otros.

Para el procesamiento de los datos de las encuestas realizadas se utilizó un programa estadístico informático, SPSS, el cual facilitará el manejo de la información, permitiendo la relación de variables relevantes en el proceso de este estudio.

2.2.1 Muestra

En investigaciones de campo, en las que no es posible o conveniente encuestar a toda la población ya sea por logística o infraestructura requerida, lo idóneo fue trabajar con una muestra de la población. El objetivo de la representatividad es primordial ya que luego de obtener la información y datos de muestra, se infiere en la población.

Para el cálculo se usa la siguiente fórmula.

$$(1). n = \frac{r^2 * p * q * N}{E^2(N-1) + (r^2 * p * q)}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

r= Nivel de fiabilidad de 95% (valor estándar de 1.96)

p= Prevalencia estimada de la variable considerada

q= Diferencia de la prevalencia estimada de la variable considerada

N= Tamaño de la población

E= margen de error de 5% (Valor estándar de 0.05)

2.2.1.1 Cálculo de la muestra para el sector formal del mercado Gran Colombia:

$$(2). n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 1372}{0.05^2(1372-1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 301$$

La muestra calculada es de 301 comerciantes formales a encuestar, de acuerdo a la información de la Tabla 6 el tamaño de la población es de 1372 personas, la muestra se

considerará según la representatividad de cada sector, conforme se describe en la Tabla 8. La encuesta piloto se aplicó en el mes de enero 2019 y en los meses de febrero y marzo 2019, se ejecutó el instrumento de investigación.

Tabla 8

Distribución de la muestra por sectores

Sectores	Núm. de encuestas a levantar	%
Sector 1	52	17
Sector 2	98	33
Sector 3	38	13
Sector 4	19	6
Sector 5	68	23
Sector 6	4	1
Sector 7	22	7
Total	301	100

2.2.1.2 Cálculo de la muestra para el sector informal del mercado Gran Colombia:

$$(3). n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 910}{0.08^2 (910 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 129$$

La muestra para el sector informal fue de 129 encuestas, considerando un margen de error del 8% esto debido a la susceptibilidad de la actividad realizada, dado que los comerciantes son constantemente perseguidos por la policía municipal, razón por la que se sienten amenazados e indispuestos, esto dificulta la colaboración al momento de levantar la información, el tamaño de la población informal es de 910 personas, conforme la información de la Tabla 6.

En mayo 2019 se aplicó una prueba piloto, para validar el instrumento de investigación, posteriormente se ejecutó la encuesta en el mes de junio 2019.

Capítulo tres

Análisis y discusión de resultados

A continuación, se presenta un compendio de las características similares entre el sector formal e informal, de acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de encuestas.

Tabla 9

Características generales por sector

Características	Sectores		
	Formales	Informales	
Género	Masculino	9.5%	39%
	Femenino	90.5%	61%
	Total	100%	100%
Edad	Menor a 19		0.8%
	20 a 24	2.8%	14.7%
	25 a 29	6.0%	20.2%
	30 a 34	7.9%	17.8%
	35 a 39	10.8%	15.5%
	40 a 44	12.7%	11.6%
	45 a 49	13.9%	8.5%
	50 a 54	17.1%	3.9%
	55 a 59	10.1%	2.3%
	Mayor a 60	18.7%	4.7%
Total	100%	100%	
Estado Civil	Casado	54.4%	27.1%
	Soltero	22.2%	41.1%
	Divorciado	10.8%	7.8%
	Separado	1.3%	2.3%
	Viudos	7.3%	3.1%
	Unidos	4%	18.6%
Total	100%	100%	
Número de integrantes del hogar	1 a 2	19.6%	7.0%
	3 a 4	38.9%	79.8%
	más de 4	41.5%	13.2%
	Total	100%	100%

Características		Sectores	
		Formales	Informales
Tenencia de vivienda	Si	47.8%	16.3%
	No	52.2%	83.7%
	Total	100%	100%
Tipo de vivienda	Casa o villa	66.8%	41.1%
	Departamento	2.5%	4.7%
	Cuarto en casa de inquilinato		42.6%
	Mediagua	28.8%	11.6%
	Choza	0.3%	
	Lote	1.6%	
	Total	100%	100%
Nivel de Educación	Centro de alfabetización		3.1%
	Primaria	44.9%	14.8%
	Secundaria incompleta		56.6%
	Bachillerato	41.5%	23.3%
	Educación superior	13%	
	Ninguno	0.6%	2.3%
Total	100%	100%	
Nivel de salud	Bueno	30.1%	97.7%
	Malo	18.4%	0.8%
	Regular	51.6%	1.6%
	Total	100%	100%

Nota: Encuesta aplicada a comerciantes formales e informales del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, enero - junio 2019.

La información de la Tabla 9, muestra que la participación de los hombres es mayor en el sector informal (39%) que en el sector formal (9.5%), mientras que las mujeres tienen los más altos porcentajes de presencia en el mercado, datos similares a los encontrados por González (2011) en la ciudad de Ibarra, en la que el 53% de informales son mujeres y el 47% hombres, aunque en la investigación de Calazacon (2020), realizado en la ciudad de Santo Domingo considera el género los datos son muy similares pues el 60.8% de los comerciantes son de género femenino, el 37.8% masculino y el 1.4% LGBTI.

El grupo etario con mayor presencia en el sector formal son personas mayores a 60 años (18.7%) y en los informales el 20.2% corresponde a vendedores jóvenes con una edad entre

25 y 29 años, resultados que difieren con el estudio realizado por González (2011), ya que el 35.8% de los vendedores formales en Ibarra son jóvenes con una edad de 31 a 35 años y los comerciantes informales son mayores a 35 años (42%).

El 41.5% de los vendedores formales tienen un hogar con más de 4 integrantes, una realidad diferente a los informales ya que el 79.8% tienen de 3 a 4 integrantes en su hogar. En lo que respecta al estado civil, el 54% de los formales se encuentran casados al igual que el 27% de los informales, las personas solteras en el sector formal son el 22% y 41% en el sector informal, esta información difiere con la descrita en el estudio de Cruz (2015) en La Paz-Bolivia, ya que los comerciantes informales en su mayoría se encuentran casados (57%) y las personas solteras son el 11%.

En cuanto al nivel de educación, los comerciantes formales tienen una mejor formación académica, pues el 41,5% han culminado el bachillerato a diferencia del 56.6% de informales que no han terminado la secundaria y tan solo el 23% son bachilleres, estos datos se asemejan con los encontrados por González (2011) en Ibarra tan solo el 21% de los informales son bachilleres. Es relevante destacar que en las investigaciones de Chicaiza (2017) y Calazacon (2020), los niveles de instrucción secundaria en los informales son superiores siendo de 42% en la ciudad de Quito y 31% en Ibarra.

En la Tabla 10, se observa que el 7% de los vendedores formales tienen un ingreso promedio mensual que se puede equiparar con el salario básico del año 2020 es decir \$400.00 y el mayor porcentaje (58.5) tiene un ingreso menor que oscila de \$1.00 a \$151.00, se debe tener presente que son hogares con más de 4 integrantes por lo tanto los gastos serán mayores, por ejemplo el 32% tienen gastos de \$121.00 y \$230.00, en este mismo sentido ellos tienen la percepción de que sus ventas son bajas, por influencia de los vendedores informales. Todo esto genera gran dificultad para que ellos puedan acceder a la canasta básica que en el año 2020 fue de \$715.08 y en la actualidad es de \$751.04. Cabe recalcar que una práctica común en los comerciantes es hacer uso de sus productos para reducir sus egresos, por ejemplo, quienes expenden frutas, verduras y carnes.

Tabla 10*Ingresos y gastos de los comerciantes*

	Valor en dólares	Formales	Informales
Ingresos	\$1 - \$151	58.5	0
	\$152 - \$301	31.6	9.3
	\$302 - \$451	7.0	45.7
	\$452 - \$601	2.2	45.0
	\$752 - \$901	0.6	0
	Total		100%
Gastos	\$10 - \$120	19.3	
	\$121 - \$230	32.0	1.6
	\$231 - \$340	27.8	36.4
	\$341 - \$450	14.9	30.2
	\$451 - \$560	3.2	25.6
	\$561 - \$670	1.9	5.4
	\$671+	0.9	.8
	Total		100%

Nota: Encuesta aplicada a comerciantes formales e informales del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, enero - junio 2019.

La Tabla 10, también muestra los ingresos y gastos de los vendedores ambulantes, sin duda son superiores a los formales, pues el 46% tiene un ingreso entre \$302.00 y \$451.00 e incluso el 45% percibe un ingreso hasta \$601.00 y sus gastos son menores en comparación a sus ingresos, el 36% tienen un gasto de \$231.00 a \$340.00, se recuerda que el número de integrantes en el hogar es inferior al de los formales, dato a considerar en cuestión de gastos. Gran similitud guarda este resultado con la investigación de González (2011) quien indica que los comerciantes informales en Ibarra tienen mejores ingresos por ofrecer a menor precio los mismos productos.

La percepción de los comerciantes formales frente a la informalidad se describe en la Tabla 11, el 71% de los comerciantes formales mencionan que las ventas son las más afectadas por la competencia desleal de los ambulantes, también se observa que el 17% se ve perturbada por la inseguridad que genera la presencia de la informalidad, en este mismo sentido el 12% considera que proyecta una mala imagen. Estos datos tienen estrecha

similitud con la investigación de Chicaiza (2017), quien menciona que en la ciudad de Quito los informales también provocan desorden público, conflictos e inseguridad.

Tabla 11

Percepción de los comerciantes formales frente a la informalidad

Afectación	Frecuencia	Porcentaje
En las ventas	223	70.6%
Imagen del lugar	38	12.0%
Inseguridad	55	17.4%
Total	316	100.0%

Nota: Encuesta aplicada a comerciantes formales e informales del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, enero - junio 2019.

Se puede observar en la Tabla 12, que el 74% de los entrevistados no están seguros de si su actividad afecta o no a los comercios formales. En lo que respecta a la calidad de vida, el 51% considera que viven bien y el 48% considera a su hogar más o menos pobre.

Tabla 12

Percepciones generales de los comerciantes informales

Afecta la informalidad al comercio formal	Si	10%
	No	16%
	Talvez	74%
	Total	100%
Calidad de vida	Viven bien	51%
	Viven más o menos bien	47%
	Viven mal	2%
	Total	100%
Condición económica del hogar	Pobre	9%
	Más o menos pobre	48%
	No pobre	43%
	Total	100%

Nota: Encuesta aplicada a comerciantes formales e informales del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, enero - junio 2019.

Al consultar a los comerciantes informales la razón que los introdujo en esta actividad el 54% indica que es la falta de fuentes de trabajo, en la Tabla 13 también se observa que 16% menciona que obtienen mayores ingresos. Estos datos son similares a los resultados de las investigaciones de González (2011), Cruz (2015) y Orellana y Guin (2019), en las que se

manifiesta que la principal causa de la informalidad en Ibarra, La Paz – Bolivia y la ciudad de Milagro es la escasa oportunidad laboral.

Tabla 13

Aspectos que conllevan a la informalidad

Falta de trabajo	54%
Mayores ingresos	16%
Tradición familiar	1%
Independencia laboral	1%
Todas las anteriores	28%
Total	100%

Nota: Encuesta aplicada a comerciantes formales e informales del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, enero - junio 2019.

En la Tabla 14, se observa que el 42% de las personas manifiesta que los trámites son muy extensos, el 32% considera que formalizarse es innecesario, el 12% menciona que no tiene los recursos para el trámite burocrático, el 9% vende sus productos el fin de semana por lo tanto no realizarán gestión alguna y el 5% desconoce el procedimiento para regularizar su actividad.

Tabla 14

Razones por las no se ha formalizado

Trámites extensos	42%
No lo considera necesario	32%
Falta de recursos económicos	12%
Vende solo los fines de semana	9%
Desconocimiento	5%
Total	100%

Nota: Encuesta aplicada a comerciantes formales e informales del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, enero - junio 2019.

Conclusiones

De acuerdo con los objetivos planteados y en base al análisis de los resultados, se derivan las siguientes conclusiones:

La incidencia de las ventas informales afecta negativamente a los adjudicatarios formales, el 71% de los comerciantes formales indica que mínimo a 100 dólares ascienden sus pérdidas por la competencia desleal al promocionar los productos en la calle, el 12% alude que las ventas ambulantes proyectan mala imagen al mercado, mientras que el 17% considera que la inseguridad es otra de las razones por las que se ve afectada su actividad comercial.

A pesar de esto el 74% de los comerciantes informales, no están conscientes si sus actividades afectan o no a la economía formal, además el 42% de vendedores informales no se regularizan por la dificultad en los trámites municipales.

En este sentido las principales causas por las que se incurre en la informalidad son: falta de fuentes de empleo, ingresos más representativos que los vendedores formales, independencia laboral y tradición familiar.

Las principales características socioeconómicas muestran que el ingreso mensual aproximado de un comerciante formal es de \$133, en su mayoría los hogares están conformados por más de 4 integrantes. Por otro lado, el ingreso de un comerciante informal es de \$220.00 a \$400.00 aproximadamente, en un núcleo familiar de 3 a 4 miembros. Los gastos mensuales del adjudicatario formal son de \$130.00 a \$248.00 y del informal son de \$73.00 a \$125.00. El 47.4% de los vendedores formales tiene vivienda propia y el 84% de los informales no posee vivienda. En cuanto al nivel de educación, el 42% de los comerciantes formales son bachilleres y el 13% posee estudios a nivel superior, por el contrario, tan solo el 22% de los informales poseen título de bachillerato, el 57% posee educación secundaria incompleta y no han realizado estudios de tercer nivel.

Recomendaciones

Con referencia a los resultados obtenidos en esta investigación se plantean las siguientes recomendaciones:

Que el Municipio de Loja planifique la construcción de nuevos mercados en diferentes puntos de la ciudad para acoger a los vendedores informales, tal como lo viene realizando con las ferias libres.

Generar sinergia entre instituciones gubernamentales y privadas para revertir el deterioro del espacio público y la seguridad de los alrededores del mercado Gran Colombia.

Realizar periódicamente un censo en el mercado Gran Colombia que permita obtener datos socioeconómicos sobre la población de los comerciantes formales, informales y el consumidor, de tal manera que el Municipio de Loja pueda intervenir ya sea en infraestructura, campañas al consumidor o capacitaciones a todos los mercaderes en referencia a manejo e higiene de alimentos y atención al cliente.

Referencias

- Bustamante, M. J. (2013). Comerciantes informales del centro de la ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de Mayo del año 2013.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/4591>
- Calazacon, R. R. (2020). El comercio informal ambulante y su incidencia en la economía de Santo Domingo. . Universidad Regional Autónoma de los Andes:
<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/11368/1/PIUSDADM046-2020.pdf>
- Carlos, C. Z. (2015). Incidencia en el mercado laboral de Ecuador de la aplicación de la normativa tributaria sobre deducciones por incremento neto de empleo, período 2014. Instituto de Altos Estudios Nacionales, Guayaquil:
<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/3746/1/Tesis%20Zaida%20Carlos%20final%20entregar.pdf>
- Chemes, J. M., & Etchevarría, M. B. (Octubre de 2018). ECONOMIA y COMERCIO INFORMAL: algunos conceptos previos.
<https://fce.unl.edu.ar/jornadasdeinvestigacion/trabajos/uploads/trabajos/94.pdf>
- Chen, A. M. (2012). WIEGO Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando. La economía informal: definiciones, teorías y políticas.:
<http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/Chen-Informal-Economy-Definitions-WIEGO-WP1-Espanol.pdf>
- Chicaiza, C. E. (2017). Análisis del comercio informal y su incidencia a los comerciantes regularizados en la parroquia de Cotocollao, cantón Quito en el año 2015. Universidad Central del Ecuador, Titulación Economía:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/9931>

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]; Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (Mayo de 2020). Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe. El trabajo en tiempos de pandemia: desafíos frente a la enfermedad por coronavirus (COVID-19). https://www.cepal.org/es:Https://Repositorio.Cepal.Org/Bitstream/Handle/11362/45557/4/S2000307_es.Pdf.
<https://repositorio.cepal.org/han>
- Cruz, C. M. (2015). Causas del crecimiento del comercio informal y semi formal en la ciudad de La Paz y su incidencia en la creación de empleos directos e indirectos. Universidad Mayor de San Andrés, Facultad Ciencias Económicas y Financieras: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6137/T-2087.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- De Jesús Mora, J. E., Salcido Vega, T., Tordecillas, F. G., Zamorano, A., & Dulce de Jesús. (Mayo de 2008). Análisis de la oferta y la demanda del servicio de internet por cable empresarial de 1024 kbps. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46140215>
- Figueroa, A. (1993). La Naturaleza del Mercado Laboral. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima: <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD113.pdf>
- Gómez Garcia , M. S., & Sequeira Narváez, , M. (Abril de 2015). Estudio de comportamiento del consumidor : Tendencias de consumo y factores determinantes del comportamiento del consumidor -. Repositorio Institucional UNAN-Managua.: <https://repositorio.unan.edu.ni/3924/>
- González, P. N. (2011). El Comercio Informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra. Universidad Técnica del Norte, Ing. en Economía Mención Finanzas: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2168>
- Hart, K. (1973). Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana on JSTOR. <https://www.jstor.org/stable/159873>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2021). Proyecciones y estudios demográficos. Proyecciones a nivel cantonal por sexo y grupos de edad: <https://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>

Korinfeld, S., & Neffa, J. C. (2006). Los intermediarios del mercado de trabajo. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Argentina: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/ar/ar-053/index/assoc/D8017.dir/doc41.pdf>

Mankiw, N. (2012). Principios de economía, Sexta edición. CENGAGE Learning, México, 2012: <http://www.jaimedv.com/eco/1c1-micro/mankiw-principios-eco-ed6.pdf>

Ministerio de Educación. (s.f.). Estadísticas educativas . Estadísticas educativas-Datos Abiertos: <https://educacion.gob.ec/datos-abiertos>

Municipio de Loja. (Noviembre de 2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

Municipio de Loja. (06 de Marzo de 2018). Productos sanos y frescos en ferias libres. <https://www.loja.gob.ec/noticia/2018-03/productos-sanos-y-frescos-en-ferias-libres>

Municipio de Loja. (2019). Estudio Socioeconómico y Demanda para Remodelación del Mercado Gran Colombia.

Municipio de Loja. (03 de Agosto de 2020). Espacios de comercialización y feria agroecológicas con aceptación ciudadana. <https://www.loja.gob.ec/noticia/2020-08/espacios-de-comercializacion-y-feria-agroecologicas-con-aceptacion-ciudadana>

Municipio de Loja. (Mayo de 2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Loja. https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/2020/plan_de_desarrollo_y_ordenamiento_territorial_del_canton_loja_-_sociabilizacion_del_documento.pdf

Nordhaus, W. D., & Samuelson, P. A. (2006). *Economía*. México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Orellana, S. S., & Guin, H. J. (Octubre de 2019). El comercio informal y su incidencia en la economía del cantón Milagro Provincia Guayas. Universidad Estatal de Milagro: <file:///E:/referencias%20bibliograficas/referencias%20bibliograficas/2.%20EL%20COMERCIO%20INFORMAL%202019.pdf>

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2013). *La Economía Informal y el Trabajo Decente*: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229429.pdf

Parkin, M. (2006). *Microeconomía*. Séptima edición. Pearson Educación.

Placencia, E. E. (2010). *Plan de Marketing para mejorar las ventas de la empresa confecciones Jhino's en la provincia de Imbabura*. Universidad Técnica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1207>

Quispe Fernández, G. M., Ayaviri Nina, D., Villa Villa, M. V., & Velarde Flores, R. (Febrero de 2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(3). <https://doi.org/Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 3.0 Internacional>.

Resico, M. F. (2010). *Introducción a la Economía Social de Mercado*. Konrad Adenauer Stiftung, Buenos Aires: https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=e7260dca-274a-1eaa-5a15-406b0bd5dc10&groupId=252038

Sánchez, M. K., & Vargas, A. P. (2012). El comercio informal y sus efectos en el desarrollo de actividades formales de emprendimiento en la parroquia Virgen de Fátima-km-26. Universidad Estatal de Milagro: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/832>

Sandoval, B. G. (Enero de 2014). Ciencia La Salle. La Informalidad laboral causas generales:
<https://ciencia.lasalle.edu.co/eq/vol1/iss22/2/>

Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación [SENESCYT].
(DICIEMBRE de 2018). Educación Superior, Ciencia, Tecnología, Innovación y
saberes ancestrales en cifras: https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/11_Loja_Educacion_Superior_en_Cifras_Diciembre_2018.pdf

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). Fundamentos del Marketing, Decimocuarta
edición. McGraw-Hil Interamericana, México, 2007:
<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Apéndice

Tabla A1

Encuesta aplicada a los comerciantes formales

No.	Datos generales									Ingresos		Gastos			
	Sector	Tipo de giro	No Puesto	Local externo	1. Sexo	2. Edad (Años)	3. Estado Civil	4. ¿Cuántas personas residen en su hogar?	5. Otro tipo de Ocupación	6. ¿Cuánto es el valor de sus ingresos familiares por mes?	6.1. ¿Cuánto por ventas en el negocio? (líquido fuera del costo de productos)	7. ¿Cuánto es el valor de sus gastos familiares por mes? (Incluye alimentación, servicios básicos, arriendo, salud, educación, vestimenta, transporte)	7.1. ¿Cuánto por arriendo del local?	7.2. ¿Tiene otro gasto adicional por funcionamiento del local?	7.3. Otro Gasto - cuánto
				1. Si 2. No	1. Ma 2. Fe	1. De 20 a 24 2. 25 a 29 3. De 30 a 34 4. De 35 a 39 5. De 40 a 44 6. De 45 a 49 7. De 50 a 54 8. De 55 a 59 9. Mayor a 60	1. Casado/a 2. Unido/a 3. Separado/a 4. Divorciado/a 5. Viudo/a 6. Soltero/a	1. 1 a 2 2. Entre 3 y 4 3. Más de 4	1. Si 2. No	1. De \$0 a \$48 2. De \$49 a \$ 85 3. De \$86 a \$ 386 4. De \$387 a \$600 5. De \$601 a \$ 800 6. De \$801 a \$1000 7. Más de \$ 1000				1, si 2. No	

Nota. Encuesta aplicada a los comerciantes formales año 2019

Vivienda		Educación	Salud	Local				Informales			
8. Tiene vivienda propia?	8.1. Tipo de vivienda	9. ¿Cuál es el nivel de educación del jefe del hogar?	10. Nivel de salud (persona encuestada)	11. Tiempo de propietario en el local	12. ¿Cuál es la dimensión del local?	13. ¿Cómo califica el dinamismo de las ventas del local?	14. ¿Cómo califica el valor actual del costo de arriendo?	15. ¿Existe presencia de ambulantes que afectan a su giro de venta?	16. ¿En qué aspectos considera afecta la presencia de ambulantes?	17. ¿Cuantifique el valor disminuido en las ventas por la presencia de ambulantes (diario, semanal, mensual)	18. ¿Qué alternativa recomendaría para dar solución al problema de los ambulantes?
1, si 2. No	1. Casa 2. Departamento en casa 3. Departamento en edif. 4. Mediagua 5. Chozas 6. Cerramiento 7. Lote	1. Primaria completa 2. Secundaria completa 3. Educación superior 4. Post Grado 5. Ninguno 6. Otro	1. Bueno 2. Malo 3. Regular	1. Entre 1 y 2 años 2. Entre 2 y 3 años 3. Mayor a 3 años		1. Alto 2. Medio 3. Bajo	1. Alto 2. Medio 3. Bajo	1. Si 2. No	1. En las ventas 2. Imagen del lugar 3. Otros		

Nota. Encuesta aplicada a los comerciantes formales año 2019

Tabla A2

Encuesta aplicada a los comerciantes informales

SECCIÓN 1: REGISTRO DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR

PARA TODAS LAS PERSONAS						PARA PERSONAS DE 5 AÑOS Y MÁS			
MIEMBROS DEL HOGAR	SEXO	EDAD	PARENTESCO	SEGURO	ESTADO CIVIL				
Núm. de integrantes	Hombre...1 Mujer.....2	¿Cuántos años cumplidos tiene? Si tiene menos de un año, registre 00 Años	¿Qué relación de parentesco tiene ...con el entrevistado? jefe.....1 Cónyuge2 Hijo o hija.....3 Yerno o nuera.....4 Nieto o nieta.....5 Padres o suegros.6 Otros parientes...7 Empleado(a) Domestico(a)...8 Otros no parientes...9	¿...Está afiliado o cubierto por: IESS, Seguro general?.....1 IESS, Seguro voluntario?.....2 Seguro campesino?.....3 Seguro del ISSFA O ISSPOL?.....4 Seguro de salud privado con hospitalización?.....5 Seguro de Salud privado sin hospitalización?.....6 AUS?.....7 Seguros Municipales y de consejos provinciales?.....8 Seguro MSP?.....9 Ninguno.....10	¿Cuál es su estado civil o conyugal actual? Para personas de 12 años o más Casado (a)?.....1 Separado (a)?.....2 Divorciado (a)?...3 Viudo (a)?.....4 Unión libre?...5 Soltero(a)?.....6	¿Asiste actualmente a clases? SI.....1 NO.....2 Si contesta SI pase a la pregunta 9	¿Cuál es la razón principal para que ...no asista actualmente a la escuela, colegio o universidad? Edad.....1 Terminó estudios.....2 Falta de recursos económicos.....3 Por fracaso escolar.....4 Por trabajo.....5 Por asistir a nivelación SENESCYT.....6 Por enfermedad o discapacidad.....7 Por ayudar en quehaceres del hogar...8 La familia no le permite estudiar.....9 No hay establecimientos educa.....10 No está interesado en estudiar.....11 Por embarazo.....12 Por falta de cupo.....13 Por temor a los compañeros.....14 Por cuidado de los hijos.....15 Otra, cuál? especifique.....16	¿Cuál es el nivel de instrucción y año más alto que aprobó...? Ninguno.....1 Centro de alfabetización.....2 Jardín de infantes.....3 Primaria.....4 Educación básica.....5 Secundaria.....6 Educación media/Bachillerato...7 PASE A LA 12 → Superior no Universitario.....8 Superior Universitario.....9 Post-grado.....10 PASE A LA 11 → Nivel Año aprobado	
COD PER	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1									
2									

Nota. Encuesta aplicada a los comerciantes informales año 2019

SECCIÓN 1: INFORMACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR

PARA PERSONAS DE 5 AÑOS Y MÁS				LUGAR DE NACIMIENTO PARA TODAS LAS PERSONAS	MIGRACIÓN PARA PERSONAS DE 5 AÑOS Y MÁS				MIGRACIÓN PARA PERSONAS DE 5 AÑOS Y MÁS
¿Sabe leer y escribir? SI.....1 NO.....2 Pase a 12	¿Por los estudios realizados obtuvo algún título superior? SI.....1 NO.....2 ↓ Pase a 12	¿Qué idioma o lengua habla...? lengua indígena1 Lengua indígena y castellano.....2 Solo castellano.....3 Castellano e idioma extranjero.....4 Lengua indígena e idioma extranjero.....5 Idioma extranjero.....6 No habla.....7	¿Cómo se identifica según su cultura y costumbres? Indígena1 Afro ecuatoriano/a Afrodescendiente.....2 Negro.....3 Mulato/a4 Montubio/a.....5 Mestizo/a.....6 Blanco/a.....7 Otro, Especifique8	¿Dónde nació? Registre: País, provincia, cantón y parroquia PAIS PROVINCIA CANTÓN PARROQUIA	¿Siempre vivió en esta ciudad Loja? SI.....1 Pase a la preg. 18 NO.....2 ↓ ¿Cuántos años vive en esta ciudad? COD	¿Dónde vivió...antes de venir a este lugar? PAIS PPROVINCIA CANTÓN PARROQUIA	¿Cuál es la razón principal por la que vino...a esta ciudad? Por trabajo1 Para mejorar sus ingresos.....2 Matrimonio.....3 Estudio.....4 Salud/enfermedad.....5 Compró o le dieron casa o terreno.....6 Se vino con la familia...7 Otro, cuál, especifique.....8		
	COD	10	11	12	13	14	15	16	17
1									
2									

Nota. Encuesta aplicada a los comerciantes informales año 2019

SECCIÓN 2: CARÁCTERÍSTICAS OCUPACIONALES				SECCIÓN 2: BUSQUEDA DE TRABAJO			SECCIÓN 2: SATISFACCIÓN EN EL TRABAJO			
¿Cuánto tiempo lleva laborando en este mercado?	¿Qué días labora en el mercado? Lunes.....1 Martes.....2 Miércoles...3 Jueves.....4 Viernes.....5 Fin de semana.....6 Toda la semana.....7	¿En promedio cuántas horas trabaja al día, en esta actividad?	Tomando en cuenta el número de horas que trabaja a la semana. ¿Desearíatrabajar Más horas en su trabajo actual 1 Más horas en un trabajo adicional.....2 Cambiar el (los) trabajo(s) por otro con más horas.....3 No desea trabajar más horas.....4	En las últimas cuatro semanashizo alguna gestión para buscar trabajo tal como: Acudir a sitios de contratación temporal.....1 Hablar con amigos o parientes.....2 Buscar en la prensa o radio.....3 Acudir a agencias de empleo.....4 Tratar de establecer su propio negocio.....5 Asistir a entrevistas.....6 Buscar por internet.....7 Presentar hojas de vida.....8 Otra gestión. Especifique.....9 No realizo ninguna gestión10 → PASE A LA 24	¿Hace cuánto tiempo busca trabajo...? Nro. Semanas	¿Por qué razón no buscó trabajo? Tiene un trabajo esporádico u ocasional.....1 Espera cosecha o temporada de trabajo.....2 Piensa que no le darán trabajo o se cansó de esperar.....3 No cree poder encontrar.....4 No tiene necesidad o deseos de trabajar.....5 No tiene tiempo.....6 Su cónyuge o familia no le permiten.....7 Está enfermo/incapacitado.....8 No está en edad de trabajar.....9 Espera respuesta para empleo.....10 Espera respuesta para negocio propio.....11	¿Cómo se siente...en su trabajo? Contento.....1 Pase a la preg 27 Poco contento.....2 Descontento pero conforme.....3 Totalmente descontento.....4 Pase a la pregunta 26→	¿El motivo del descontento es : Ingresos bajos1 Muchas horas de trabajo ...2 Trabajar en la calle...3 Inseguridad social...4 Altercados con, policía nacional y municipal....5 Incautación de su mercadería6 Alteraciones en la salud por exposición a factores de riesgo ambientales ...7		
									18	19
								1		
								2		

Nota. Encuesta aplicada a los comerciantes informales año 2019

Sección 3. INGRESOS					Sección 4. VIVIENDA				
BONO DE DESARROLLO HUMANO		BONO POR DISCAPACIDAD		¿Cuánto es el ingreso diario, por la venta de sus productos? \$5 a \$10.....1 \$10 a \$20.....2 \$20 y más.....3	Recibe: Transferencias.....1 Giros.....2 Bonos del exterior.....3 Pensión alimenticia.....4		¿Tiene vivienda propia? SI.....1 NO.....2	Tipo de vivienda Casa o villa.....1 Departamento.....2 Cuartos en casa de inquilinato.....3 Mediagua.....4 Choza.....5	Cuenta con todos los servicios básicos: Agua potable Servicio eléctrico Red de alcantarillado Servicio de recolección de basura Servicio telefónico convencional Servicio de internet Teléfono celular SI.....1 NO.....2 ¿Cuál no posee?
Recibe el BONO DE DESARROLLO HUMANO? SI.....1 NO.....2 Cuánto		¿Recibe el Bono por CUIDADO BRINDADO A UNA PERSONA DISCAPACITADA DEL HOGAR? SI.....1 NO.....2 Cuánto			Si.....1 No.....2	Frecuencia			
27		28		29	30		31	32	33

Nota. Encuesta aplicada a los comerciantes informales año 2019

Sección 5. SALUD		Sección 6. GASTOS en Dólares							Sección 7. PERCEPCIÓN DEL NIVEL DE VIDA			
Nivel de salud (persona encuestada) Bueno.....1 Malo.....2 Regular.....3	A donde acude, cuando presenta problemas en su salud? Hospital MSP.....1 Centro de salud MSP.....2 Sub centro de salud MSP.....3 Hospital/Clínica IESS.....4 Hospital FFAA/Policia.....5 Hospital/Clínica Privada.....6 Consejo provincial/ Unidad Municipal de salud.....7 Fundación/ONG.....8 Farmacia.....9 Consultorio médico.....10 Centro Naturista.....11 Curandero/Sobador.....12	Alimentación	Salud	Vivienda *Arriendo *Servicios Básicos *Préstamos hipotecarios	Transporte	Educación	Ahorro	Con los ingresos que el hogar recibe, Usted Estima que: Viven bien?.....1 Viven más o menos bien?.....2 Viven mal?.....3	En cuanto estima Usted el monto mínimo mensual que requiere su hogar para vivir bien? Monto en dólares	De acuerdo a su condición económica Usted considera que su hogar es: Muy pobre?.....1 Pobre?.....2 Más o menos pobre?.....3 No pobre?.....4		
											34	35
		1										
		2										

Nota. Encuesta aplicada a los comerciantes informales año 2019

Sección 8. ASPECTOS GENERALES DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

	¿Cómo califica el dinamismo de las ventas del local? Alto.....1 Medio.....2 Bajo.....3	Considera que su trabajo afecta a los comerciantes formales SI.....1 NO.....2 TALVEZ...3	¿Qué causas considera usted que conllevan a la informalidad? Falta de trabajo.....1 Quiere ser independiente2 Mayores ingresos ...3 Por tradición familiar.....4 Todas las anteriores.....5	¿Tiene usted, algún familiar, que tenga un local dentro de éste u otro mercado de la ciudad? Si....1 Especifique el mercado Cuál es su relación con éste Familiar No....2	¿Ha tratado usted de obtener los permisos para formalizarse? SI.....1 NO.....2 Pase a la 53→	¿Porque Usted no ha tratado de formalizar su actividad económica? Trámites muy extensos.....1 Desconocimiento.....2 Falta de recursos económicos.....3 No lo considera necesario.....4 Vende Fin de semana.....5 Otros.....6 Especifique	¿Qué clase de productos comercializa? Frutas.....1 Verduras.....2 Ropa.....3 Bisutería.....4 Otros.....5 Especifique	Le agradecería tener un negocio formal SI.....1 NO.....2 TALVEZ.....3
COD	45	46	47	48	49	50	51	52
1								
2								

Nota. Encuesta aplicada a los comerciantes informales año 2019

Tabla A3*Percepción del dinamismo en las ventas*

		Formal	Informal
Dinamismo de ventas	Alto	6%	30.20%
	Medio	19.60%	65.10%
	Bajo	79.70%	4.70%

Nota. Las ventas de los formales son bajas y la de los informales son nivel medio

Tabla A4*Etnia*

	Frecuencia	Porcentaje
Mestizo	126	97.7
Indígena	3	2.3
Total	129	100.0

Nota. El 97% de los informales son mestizos

Tabla A5*País de nacimiento*

	Frecuencia	Porcentaje
Perú	2	.8
Venezuela	6	4.7
Ecuador	121	94.5
Total	129	100.0

Nota. El 95% de los informales son ecuatorianos

Tabla A6*Años comercializando en el mercado Gran Colombia.*

Años	Frecuencia	Porcentaje
17 - 20	4	3.1
13 - 16	2	1.6
10 - 12	23	17.8
6 - 9	44	34.1
2 - 5	38	29.5
<= 1	18	14.0
Total	129	100.0

Nota. El 34% comercializa por un aproximado de 6 a 9 años

Tabla A7*Días laborables para el comerciante informal*

Días	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a domingo	104	80.6
Fin de semana	23	17.8
Martes	1	.8
Lunes	1	.8
Total	129	100.0

Nota. El 81% trabaja de lunes a domingo**Tabla A8***Horas laborables diarias*

Horas	Frecuencia	Porcentaje
10	12	9.3
9	12	9.3
8	52	40.3
7	14	10.9
6	18	14.0
5	11	8.5
4	9	7.0
3	1	.8
Total	129	100.0

Nota. El 40% trabaja 8 horas al día**Tabla A9***Seguro Médico*

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	115	89.1
MSP	4	3.1
Seguro de Salud privado sin hospitalización	1	.8
Seguro campesino	4	3.1

IESS Seguro voluntario	5	3.9
Total	129	100.0

Nota. El 89% no tiene un seguro de salud.

Tabla A10

Lugar al que acude por problemas médicos

	Frecuencia	Porcentaje
Consultorio médico	2	1.6
Farmacia	14	10.9
Hospital/Clínica Privada	12	9.3
Hospital IESS	2	1.6
Subcentro de salud MSP	2	1.6
Centro de salud MSP	7	5.4
Hospital MSP	90	69.8
Total	129	100.0

Nota. El 70% asiste al Hospital General.

Tabla A11

Satisfacción en el trabajo

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente descontento	1	.8
Descontento, pero conforme	8	6.2
Poco contento	30	23.3
Contento	90	69.8
Total	129	100.0

Nota. El 70% se encuentra contento con su labor

Tabla A12*Aspectos negativos de la informalidad*

	Frecuencia	Porcentaje
Altercados con, policía nacional y municipal	2	4.9
Inseguridad social	1	2.4
Trabajar en la calle	16	39.0
Ingresos bajos	22	53.7
Total	41	100.0

Nota. El 54% menciona a los bajos ingresos

Tabla A13*Estimación en dólares para vivir bien*

\$	Frecuencia	Porcentaje
900	2	1.6
850	3	2.3
800	11	8.5
780	1	.8
750	4	3.1
700	12	9.3
650	5	3.9
600	12	9.3
550	10	7.8
520	1	.8
500	31	24.0
480	2	1.6
450	16	12.4
400	15	11.6
350	1	.8
300	1	.8
No responde	2	1.6
Total	129	100.0

Nota. El 24% considera que necesita \$500 para una mejor vida