



Caracterización de la venta ambulante postcovid-19 en la ciudad de Guayaquil

Characterization of postcovid-19 street vending in the city of Guayaquil

Caracterização da venda ambulante pós-covid-19 na cidade de Guayaquil

Eduardo Andrés Guzmán-Barquet ^I

eduardo.guzmanb@ug.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-8606-3579>

Janio Calvery Mendoza-Cedeño ^{II}

janio.mendozac@ug.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2003-1739>

Correspondencia: eduardo.guzmanb@ug.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales

Artículo de Investigación

***Recibido:** 20 de Noviembre de 2021 ***Aceptado:** 18 Diciembre de 2021 *** Publicado:** 08 de Enero de 2022

- I. Magister en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- II. Ingeniero en Marketing y Negociación Comercial, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Resumen

La situación actual y real de estos comerciantes, las motivaciones de los vendedores ambulantes por la cual realizan una actividad informal, las consecuencias de la crisis sanitaria en sus actividades comerciales y como este grupo de personas que se mantienen en la informalidad desarrollan sus actividades diarias. La presente investigación tuvo como finalidad conocer las características de la venta ambulante postcovid-19 al mes de noviembre del 2021, cuando se cree que las olas más fuertes de contagio y la vacunación llegaron a sus topes aceptables. Se realizó una revisión bibliográfica para conocer otros estudios afines al problema que se analizó, luego se realizó una búsqueda de tipo descriptiva, debido a que este tipo de investigación se adapta de mejor manera a la problemática de estudio. Mediante el grupo focalizado que se efectuó con los comerciantes informales, se logró tener una visión general y clara de la realidad actual de estas personas, determinando de esta manera que las actividades que realizan diariamente es la fuente de ingresos con la que pueden mantener a los miembros de sus familias, en cuanto a las encuestas que se realizaron a los consumidores o moradores del sector seleccionado para la investigación que era la Isla Trinitaria, se concluyó que la distribución de productos por parte de los vendedores ambulantes es percibida de buena manera, debido a que la adquisición de los mismos es frecuente, de igual forma se identificó que los consumidores desean que haya mayor variedad en los artículos y a su vez que los comerciantes informales tengan presencia en medios digitales.

Palabras claves: Venta ambulante; comercialización; postcovid-19; caracterización de mercados.

Abstract

The current and real situation of these merchants, the motivations of street vendors for which they carry out an informal activity, the consequences of the health crisis in their commercial activities and how this group of people who remain in informality carry out their daily activities. The purpose of this research was to know the characteristics of postcovid-19 street vending as of November 2021, when it is believed that the strongest waves of contagion and vaccination reached their acceptable limits. A bibliographic review was carried out to find out other studies related to the problem that was analyzed, then a descriptive search was carried out, because this type of research is better adapted to the study problem. Through the focused group that was carried out with the informal traders, it was possible to have a general and clear vision of the current reality of these people, determining in this way that the activities they carry out daily is the source of income with

which they can support the members of their families, in terms of the surveys conducted with consumers or residents of the sector selected for the investigation, which was Isla Trinitaria, it was concluded that the distribution of products by street vendors is perceived in a good way, due to Since the acquisition of the same is frequent, in the same way it was identified that consumers want there to be a greater variety in the articles and at the same time that informal merchants have a presence in digital media.

Keywords: Street vending; commercialization; postcovid-19; market characterization.

Resumo

A situação atual e real desses comerciantes, as motivações dos vendedores ambulantes para os quais exercem uma atividade informal, as consequências da crise sanitária em suas atividades comerciais e como esse grupo de pessoas que permanece na informalidade realiza suas atividades cotidianas. O objetivo desta pesquisa foi conhecer as características da venda ambulante pós-covid-19 a partir de novembro de 2021, quando se acredita que as ondas mais fortes de contágio e vacinação atingiram seus limites aceitáveis. Foi realizada uma revisão bibliográfica para conhecer outros estudos relacionados ao problema que foi analisado, em seguida foi realizada uma busca descritiva, pois esse tipo de pesquisa se adapta melhor ao problema do estudo. Através do grupo focado que foi realizado com os comerciantes informais, foi possível ter uma visão geral e clara da realidade atual dessas pessoas, determinando desta forma que as atividades que realizam diariamente é a fonte de renda com a qual podem apoiar os membros de suas famílias, em termos de pesquisas realizadas com consumidores ou moradores do setor selecionado para a investigação, que foi Isla Trinitaria, concluiu-se que a distribuição de produtos por vendedores ambulantes é percebida de forma positiva, devido à Como a aquisição dos mesmos é frequente, da mesma forma foi identificado que os consumidores desejam que haja uma maior variedade nos artigos e ao mesmo tempo que os comerciantes informais tenham presença nos meios digitais.

Palavras-chave: Venda ambulante; comercialização; pós-covid-19; caracterização do mercado.

Introducción

En Ecuador el desempleo ha crecido de manera desproporcionada en lo que va del presente año, siendo este uno de los efectos de la crisis del Covid-19 en el país. Según datos del INEC (2020) el

desempleo pasó de 3.8% en diciembre del año pasado, a 13.3% entre mayo y junio de 2020, esto quiere decir, que incrementó un 9.5% en casi 8 meses. Debido a que muchas personas perdieron su empleo producto de la crisis sanitaria, tuvieron que optar por pasarse al sector de la informal. De acuerdo con Diego Andrade Director del INEC (2020), indicó que el crecimiento de la tasa de la informalidad se debió a que más del 60% de los encuestados respondieron no haber alcanzado, en época de pandemia, la jornada total de 40 horas, debido a las medidas de confinamiento que se habían implementado.

El cambio a amarillo en el semáforo sanitario en la ciudad de Guayaquil, después de varios meses de confinamiento, permitió que muchos negocios volvieran a funcionar retomando sus actividades comerciales, en varios sectores del norte, centro y sur de la urbe. Parte de estos negocios que retomaron actividades se encuentran los vendedores ambulantes, en el sector, Sgto. Ángel Olvo Rivera, Isla Trinitaria también se percibe un incremento de la informalidad y esto se puede evidenciar debido a que los comerciantes informales se han tomado las calles para realizar sus labores comerciales que a su vez genera una aglomeración tanto de vendedores como de transeúntes que buscan adquirir productos.

En la actualidad, el mundo del trabajo se ve afectado por la pandemia mundial, Covid-19. Además de ser un riesgo para la salud pública, las alteraciones a nivel económico y social ponen en peligro los medios de vida a largo plazo y el bienestar de millones de personas. El mercado laboral ecuatoriano se caracteriza por tener un sector formal e informal, como muchos de los latinoamericanos. Además, a esta realidad se suma que el país no tiene un seguro de desempleo y esta crisis provocada por la pandemia destruye empleos en el sector formal.

En el país cuando disminuyen los empleos formales se incrementa el sector informal, pues las personas que pierden su trabajo migran a la informalidad, buscan una alternativa para solventar sus necesidades y gastos (Teleamazonas, 2020). En Ecuador, desde diciembre de 2017 a finales de 2018, el trabajo informal subió dos puntos porcentuales pasando del 44% a 46% del total de la población. (El Telégrafo, 2019) La incertidumbre de la situación laboral y la mayor demanda de fuentes de empleo que se evidenciaron junto con la migración son algunas razones de este incremento. Por otro lado, para el 2019, por cada 100 empleados, 46 laboraban informalmente (no tienen Registro Único de Contribuyente RUC). En 2017, 44 de cada 100 trabajaban en esas condiciones. (El Telégrafo, 2019)

Otro de los indicadores es el denominado “otro empleo no pleno” que agrupa a quienes no ganan el salario básico o que laboran, por su voluntad, menos de ocho horas diarias. En esta categoría están los vendedores ambulantes. Actualmente se estima que en la capital hay cerca de 11.000 de estos trabajadores frente a 4.700 regularizados. En Guayaquil, según datos de la Alcaldía, son más de 50.000 (El Telégrafo, 2019). Durante la pandemia del Covid-19 las ventas informales o ambulantes en la ciudad de Guayaquil se han proliferado, según el Diario El Comercio (2020) la informalidad se ha intensificado con el cambio del semáforo de rojo a amarillo y por el desempleo ligado a la crisis, muchas personas salen a vender para llevar el sustento a sus hogares. Entre las principales actividades laborales a las que se dedican los informales, se encuentran los trabajadores de servicios y vendedores (23,4%), ocupaciones elementales (21,4%) y actividades no declaradas (9,75%), según datos del INEC. Sumando estos tres sectores se tiene que alrededor del 50% se dedica a trabajos informales o que dependen del día a día para obtener sus ingresos.

Dentro de las ocupaciones elementales, que son más del 20% de su población, se encuentran actividades como limpiadores, asistentes domésticos, vendedores ambulantes, entre otros, que conforman el grupo que suele ser el más vulnerado en sus derechos laborales o no cuentan con beneficio alguno (Plan V, 2020). Por otro lado, las actividades no declaradas representan el 9.75%, en esta categoría se encuentran aquellas personas de las cuales no se cuenta con información sobre el RUC (Registro Único de Contribuyente) de la empresa en la que trabajan.

En Guayaquil existen sectores donde la acumulación de vendedores ambulantes es alta, pese al control de uniformados. Entre los sectores se encuentran:

- Las Orquídeas.
- Vergeles.
- La entrada de la 8 o avenida Casuarina.
- La entrada a Flor de Bastión.
- Zonas de Sauces 3 y 6.
- La avenida principal de la Alborada, en el norte.
- Colón y Pedro Moncayo.
- Sucre y Lorenzo de Garaycoa, en el centro.
- La 30 y Cuenca.
- La Octava y Cuenca.

- La Av. De la San Vicente Paul, en el suburbio.
- El Guasmo.
- Isla Trinitaria.

Y otras zonas en el sur presentan el mismo aspecto (El Universo, 2020). En el sector de la Isla Trinitaria, durante la pandemia, las ventas ambulantes se han incrementado considerablemente y eso puede verse reflejado por la cantidad de personas que ofertan sus productos desde las aceras o también los que van puerta a puerta ofreciéndolos. Uno de los problemas que se genera en los comerciantes informales es la inadecuada organización en la comercialización de sus productos debido a que la logística y la distribución empleada por ellos no es la ideal, presentando así problemas en sus actividades. Es por ello que se desea desarrollar una propuesta de mejoramiento en la logística de los vendedores y la distribución de sus productos.

Según datos del INEC, un total de 115.782 personas perdieron un trabajo formal en el Ecuador para diciembre de 2019. Esa situación se reflejó en una caída de la tasa de empleo adecuado, que pasó de 40,6% a 38,8% en el último año. Parte de esa población ingresó al subempleo, que es un mercado informal donde se gana menos del salario básico, no existe afiliación a la seguridad social y se labora menos de las horas regulares (Silva & Tapia, 2020).

La necesidad de generar ingresos en medio de la crisis ha provocado que muchas más personas salgan a las calles a ofrecer diversos productos para mantener a sus familias y consecuencia de esto hay un incremento desmesurado de vendedores ambulantes en la ciudad de Guayaquil que corren el riesgo de ser afectados por el virus Covid-19. La importancia de este proyecto es determinar la situación económica real de las personas que se dedican a actividades comerciales informales en tiempos de pandemia en el sector, Sgto. Ángel Olvo Rivera, de la Isla Trinitaria y desarrollar una propuesta de mejoramiento en la logística de estos comerciantes informales y la distribución de sus productos en dicho sector. Esta información será útil para que las instituciones encargadas de brindar apoyo a este grupo de personas, ayuden a mejorar el estado en el que realizan sus actividades, resolver problemas regulatorios y de tipo económico.

Los principales beneficiarios de esta investigación serán los vendedores ambulantes del sector, Sgto. Ángel Olvo Rivera, de la Isla Trinitaria. Con la información que se recabe se espera conocer las actividades diarias de estas personas, el impacto de la pandemia, covid-19, en sus actividades comerciales, las causas por la cual estos comerciantes optan esta forma de trabajo informal y lo que esperan por parte de las autoridades municipales para mejorar su situación. Por otro lado,

también se espera aportar con recomendaciones y conclusiones que ayuden a las autoridades competentes a la formalización de las actividades comerciales de los vendedores ambulantes, que sean ubicados en sitios adecuados, que se definan rutas que puedan usar y condiciones óptimas en las que puedan trabajar con la finalidad de mantener el orden en la ciudad en medio de la crisis sanitaria.

Como apoyo al concept referencial del presente trabajo, se hablará sobre algunos de estos estudios. Un trabajo de investigación desarrollado por sellan (2015) de la Universidad de Guayaquil, a través de su tesis “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”, menciona factores que están implícitos en el desarrollo del comercio informal, el crecimiento de la informalidad en el país, las desventajas que mantienen los vendedores ambulantes y las posibles soluciones para con los mismos. Este estudio tiene como objetivo brindar formalidad a los vendedores ambulantes para que puedan gozar de los beneficios aplicados por la ley. Por otro lado, la síntesis contempla una investigación descriptiva, donde se obtiene información general del tema para su posterior análisis.

Como se puede observar en el trabajo de investigación de Sellan, los comerciantes ambulantes gran parte de su vida se han dedicado a comercios informales, en algunos casos han estado laborando en el sector formal pero debido al desempleo han migrado al sector informal para llevar el sustento a sus hogares. Además, en el estudio se puede evidenciar que muchos de los vendedores son conscientes de que la informalidad no es una buena manera de realizar sus actividades comerciales, debido al abuso que reciben por parte de las autoridades municipales, lo que desean es que les brinden otras formas de laborar de manera segura y tranquila.

Por otra parte, desconocen de temas tributarios tales como: declaraciones de impuestos, registros contables, etc. Sin embargo, mantienen un control de sus ingresos y gastos. El estudio concluye, que las actividades comerciales del sector informal se pueden realizar de manera segura haciendo uso de un manual municipal con el que se puede identificar a la persona, reconocer que está respaldado por la entidad municipal, mantener un control de las personas y el tipo de actividad comercial que desarrolla.

Un segundo trabajo corresponde a Maldonado (2017), de la Universidad Nacional de Loja, mediante su artículo científico “Las ventas ambulantes desde una perspectiva holística”, detallan diversos elementos causales que han desarrollado un incremento de los vendedores ambulantes en

la sociedad moderna, las falencias por parte de entidades gubernamentales y municipales en temas de reglamentación y la intolerancia y abuso por parte de personas y autoridades. Este estudio tiene como finalidad explicar de manera integrada la actividad comercial informal y la percepción que tienen las diferentes disciplinas de la sociedad moderna con respecto a este fenómeno. El resumen presenta una revisión epistemológica de la actividad de la venta ambulante, en donde las disciplinas que rigen la sociedad actual no la perciben como una actividad comercial dentro del marco legal. Este estudio demuestra que con frecuencia la venta ambulante se considera una actividad poco deseable para realizar y que quienes se dedican a ella son transgresores. Pero por lo general, los vendedores ambulantes no son tolerados, sufren abusos, trabajan en condiciones precarias, tienen poco acceso a la infraestructura y carecen de leyes que los respalden. Esta investigación concluye que la actividad comercial informal se aparta de las formalidades del marco legal y se cuestiona la legitimidad de dicha actividad por parte del Estado, pero por su contraparte es una actividad que ayuda a mejorar la situación económica de estos individuos.

El sector, Sgto. Ángel Olvo Rivera, Isla Trinitaria, es uno de los sectores más populares que existen en la ciudad de Guayaquil. El sector se encuentra ubicado en el sur oeste de la urbe, está formado por 61 cooperativas y pre-cooperativas en viviendas, donde habitan alrededor de 93.594 personas, es decir, unas 21.074 familias. Esta población se dedica a actividades de servicios, especialmente al comercio ambulante, también existen industrias, tales como: construcción, transporte, manufacturas, restaurantes, pesca, servicio doméstico, entre otros. El comercio ambulante ha sido una forma de trabajo que ha permitido ser el sustento de muchas personas en este sector que gracias a la actual crisis sanitaria ha provocado que muchas más personas salgan a las calles a tratar de generar ingresos para cubrir sus necesidades. Mediante el desarrollo de esta investigación se espera conocer el número de vendedores ambulantes que ofertan productos de todo tipo, desde alimentos hasta productos como mascarillas, guantes y alcohol, que estos últimos han sido artículos mayormente demandados en los últimos meses (Torres & Vernimmen, 2015).

- **Metodología**

La investigación fue no experimental y pretende conocer la situación real de los comerciantes informales, que debido a la necesidad de obtener ingresos de alguna u otra manera han tenido que salir a las calles a ofertar diversos productos, pese a las medidas tomadas por el confinamiento obligatorio. Según un informe presentado por el Centro de Investigaciones Económicas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) menciona que “alrededor de 508 mil personas

podrían perder su empleo y otras 233 mil pasarían a la informalidad”. (Paredes, Barriga, & Compoverde, 2020)

Este enfoque mixto permitió socializar de manera más cómoda y directa con el objeto de estudio en el contexto actual donde desarrollan sus actividades y de manera paralela realizar un análisis descriptivo que ayude a identificar las necesidades que tienen los vendedores ambulantes en la comercialización de sus productos, los problemas que presentan al realizar sus labores y las posibles soluciones que aporten mejoras en las actividades comerciales de estos mercaderes del sector, Sgto. Ángel Olvo Rivera, Isla Trinitaria (Mendoza Cedeño, 2020).

El estudio fue aplicado de forma descriptiva ya que se buscaba especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

En el presente estudio se usaron cuestionarios como instrumentos a fin de obtener datos necesarios para la investigación. Para recabar la información cualitativa se han desarrollado preguntas dirigidas a los vendedores ambulantes con las que se espera identificar sus motivaciones, necesidades, problemas y de igual forma como desean que mejore su situación comercial. Por otro lado, para la información cuantitativa se desarrollaron preguntas dirigidas a los consumidores, con las que se desea analizar sus percepciones frente a los vendedores ambulantes y además sobre los productos que estos ofertan.

Por lo tanto, para la población del trabajo de investigación que se pretende estudiar, se ha considerado a los vendedores ambulantes como población desconocida, debido a que no se conoce el número exacto de estos comerciantes que están ubicados en el sector de la Isla Trinitaria de la ciudad de Guayaquil. Además, debido a la crisis sanitaria, Covid-19, se ha percibido un incremento exagerado de este grupo de personas que se dedican a la venta informal.

Por otra parte, según Torres y Vernimme (2015) en su estudio “Proceso de gestión para la convivencia ciudadana: Análisis comparativo de los sectores "Isla Trinitaria" y "Bastión Popular" de la ciudad de Guayaquil” indican que en el sector de la Isla Trinitaria habitan 93.594 personas, por ello se ha considerado a los consumidores que son moradores del sector mencionado anteriormente como población finita para la investigación. Se ha seleccionado este sector debido a que es transitado por muchas personas, tanto por moradores como los mismos comerciantes

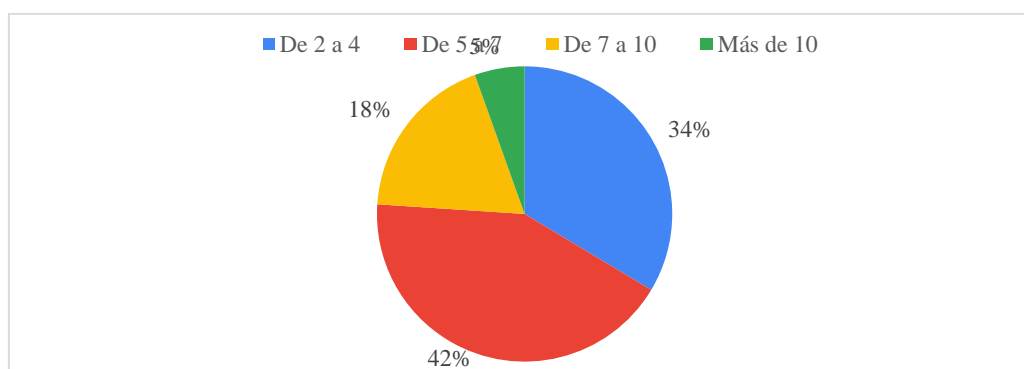
informales. Según Otzen y Manterola (2017) las técnicas de muestreo probabilísticas para la encuesta, permiten conocer la probabilidad que cada individuo a estudio tiene de ser incluido en la muestra a través de una selección al azar y en este caso se las hizo a 383 moradores.

Resultados y discusión

Tabla 1. Cantidad de vendedores ambulantes que transitan por el domicilio

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 2 a 4	129	34%	34%
De 5 a 7	163	42%	76%
De 7 a 10	71	18%	95%
Más de 10	21	5%	100%
Total	384	100%	

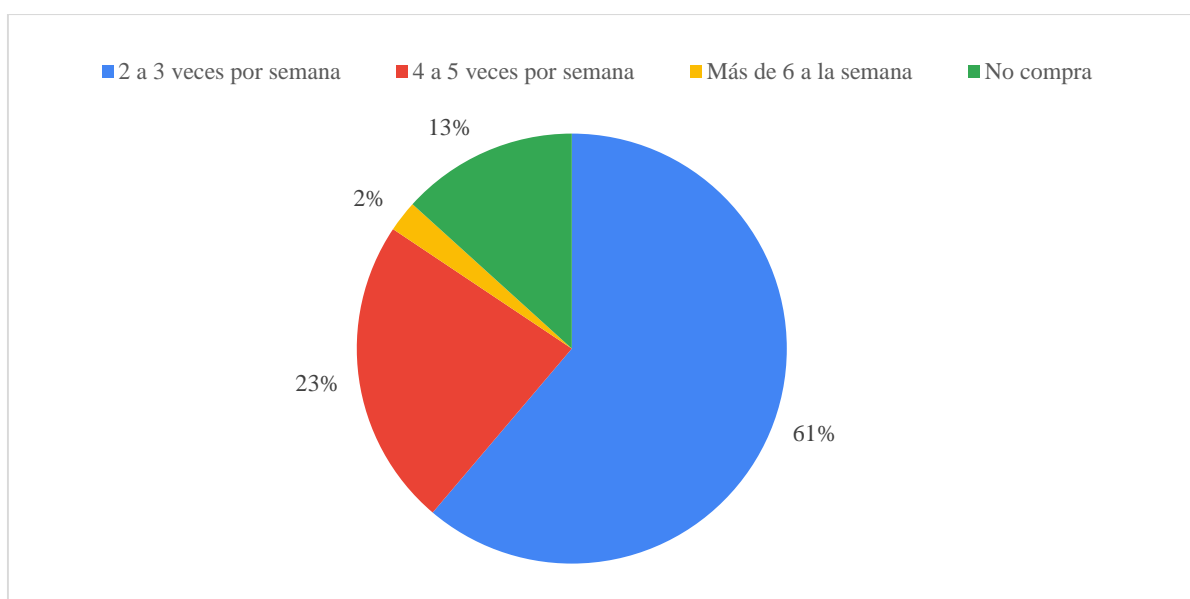
Figura 1. Cantidad de vendedores ambulantes que transitan por el domicilio



De acuerdo con los resultados, un 42% de los encuestados indicaron que la cantidad de vendedores ambulantes que transitan por sus barrios varían entre 5 a 7 comerciantes en comparación con el 5% que manifestaron que más de 10 vendedores transitan por su domicilio. Por otra parte, gran parte de los participantes expresaron que de 2 a 4 mercaderes ofertan productos por sus hogares, teniendo un 34% del total de las personas encuestadas y con 18% de 7 a 10 informales que caminan por los barrios del sector, Sgto. Ángel Olvo Rivera.

Tabla 2. Cada cuánto compra productos a vendedores ambulantes

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
2 a 3 veces por semana	235	61%	61%
4 a 5 veces por semana	89	23%	84%
Más de 6 a la semana	9	2%	87%
No compra	51	13%	100%
Total	384	100%	

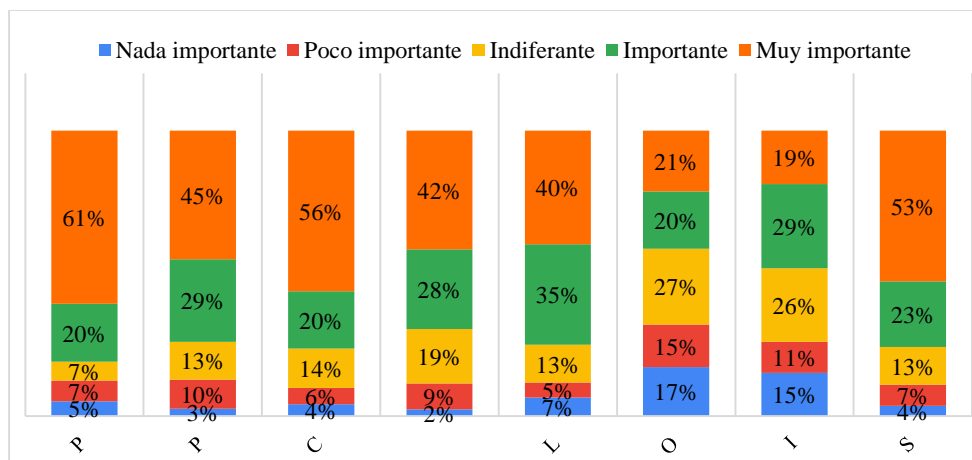
Figura 2. Cada cuánto compra productos

En el presente gráfico se puede evidenciar que el 61% de los participantes tiene una frecuencia de compra de 2 a 3 veces por semana en productos ofertados por los vendedores ambulantes, seguido del 23% de los encuestados que indicaron que de 4 a 5 veces realizan compras a los comerciantes informales versus a una minoría que manifiesta comprar más de 6 veces a la semana con un 2% respectivamente. Por otro lado, un 13% expresaron no adquirir productos de mercaderes ambulantes, se puede suponer que esta parte de los moradores realizan compras en los supermercados cercanos a este sector.

Tabla 3. Factores de compras

	Nada importante	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante	Total
	%	%	%	%	%	%
Precio	5%	7%	7%	20%	61%	100%
Presentación de productos	3%	10%	13%	29%	45%	100%
Cantidad de productos	4%	6%	14%	20%	56%	100%
Variedad de productos	2%	9%	19%	28%	42%	100%
Llega al domicilio	7%	5%	13%	35%	40%	100%
Opinión de familia o amigos	17%	15%	27%	20%	21%	100%
Información de productos	15%	11%	26%	29%	19%	100%
Seguridad y confianza en el vendedor	4%	7%	13%	23%	53%	100%

Figura 3. Factores de compra



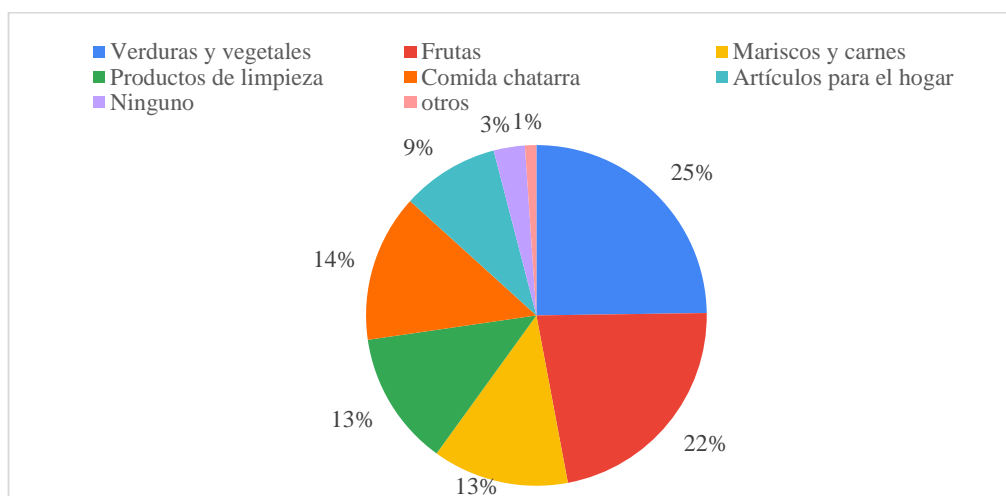
Los encuestados indicaron que las categorías del precio con un 61%, la presentación del producto con un 45%, cantidad de producto con un 56%, la variedad de productos con un 42%, la llaga a domicilio con un 40% y la Seguridad y confianza en el vendedor con un 53% son muy importante para ellos. Por otro lado, para la categoría de opinión de familia o amigos, los encuestados manifestaron que es indiferente siendo este el 27% el valor porcentual dentro de esta categoría y

finalmente la información de productos la consideran importante con un 29% e indiferente con un 26%, siendo estos valores semejantes.

Tabla 4. Tipo de productos

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Verduras y vegetales	276	25%	25%
Frutas	248	22%	47%
Mariscos y carnes	144	13%	60%
Productos de limpieza	142	13%	73%
Comida chatarra	156	14%	87%
Artículos para el hogar	103	9%	96%
Ninguno	33	3%	99%
otros	12	1%	100%

Figura 4. Tipo de productos



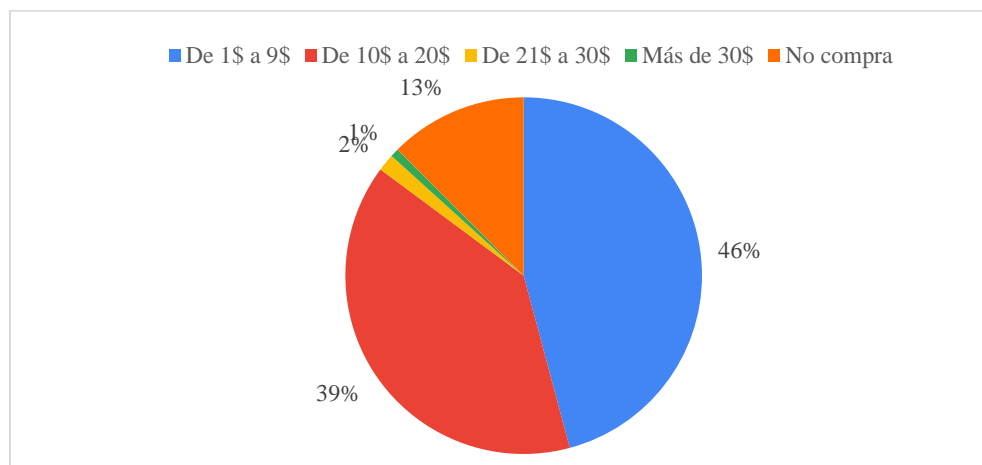
Según los datos obtenidos, las categorías de productos que con mayor frecuencia adquirieren los encuestados se encuentran las verduras y vegetales con un 25%, seguido de la categoría de frutas con un 22%, se puede evidenciar que los productos alimenticios son los que cuentan con mayor preferencia por parte de los consumidores ya que comprende casi la mitad de los resultados. Por otra parte, las categorías de productos de limpieza, mariscos y carnes y comida chatarra tienen un valor porcentual semejante, con un 13%, 13% y 14% respectivamente. Finalmente, los artículos

para el hogar cuentan con un 9% en el consumo de los encuestados y una mínima parte que indican comprar otros tipos de productos, tales como: accesorios para el cabello y bisutería en general que corresponde a 1%.

Tabla 5. Gasto semanal en productos de vendedores ambulantes

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 1\$ a 9\$	176	46%	46%
De 10\$ a 20\$	151	39%	85%
De 21\$ a 30\$	6	2%	87%
Más de 30\$	3	1%	88%
No compra	48	13%	100%
Total	384	100%	

Figura 5. Gasto semanal en productos de vendedores ambulantes

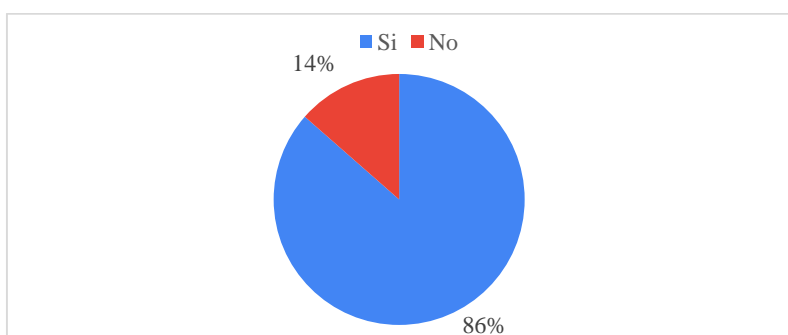


Como se puede observar en la gráfica el dinero que destinan los encuestados para adquirir productos ofertados por vendedores ambulantes se encuentra en un rango entre 1 a 20 dólares, siendo específicos un 46% corresponde al rango de 1 a 9 dólares y un 39% que hace referencia entre 10 a 20 dólares. Finalmente, una parte que no realiza ningún tipo de compra que equivale al 13%.

Tabla 6. Importancia de tener ventas a domicilio

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
-------	------------	------------	----------------------

Si	332	86%	86%
No	52	14%	100%
Total	384	100%	

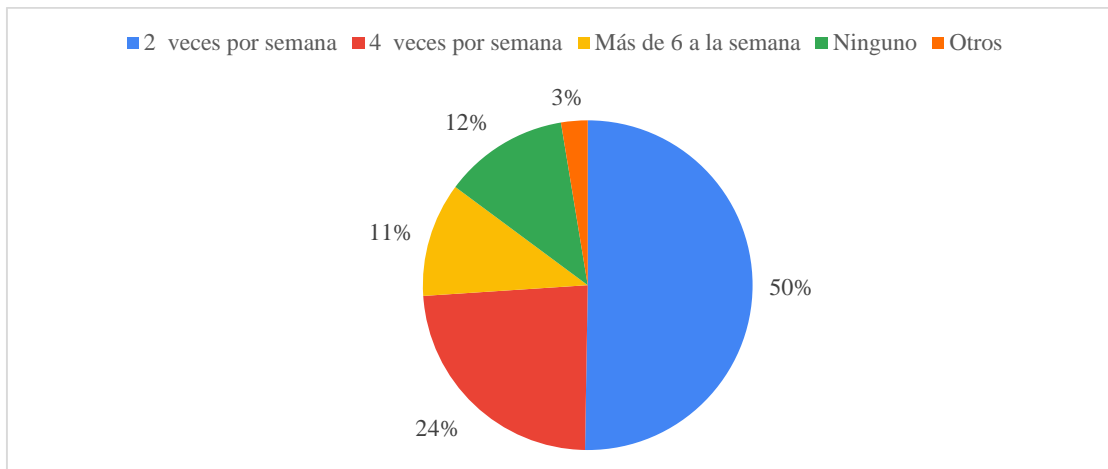
Figura 6. Importancia de tener ventas a domicilio

De acuerdo con la presente información, los participantes manifestaron que consideran relevante que los vendedores ambulantes oferten sus productos a domicilio, siendo un 86% de las personas que están de acuerdo con las ventas informales versus a un 14% que no está de acuerdo y que podemos suponer que pertenecen al grupo de personas que no compran productos a estos comerciantes.

Tabla 7. Frecuencia de recibir productos en su hogar

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
2 veces por semana	193	50%	50%
4 veces por semana	91	24%	74%
Más de 6 a la semana	43	11%	85%
Ninguno	47	12%	97%
Otros	10	3%	100%
Total	384	100%	

Figura 7. Frecuencia de recibir productos en su hogar

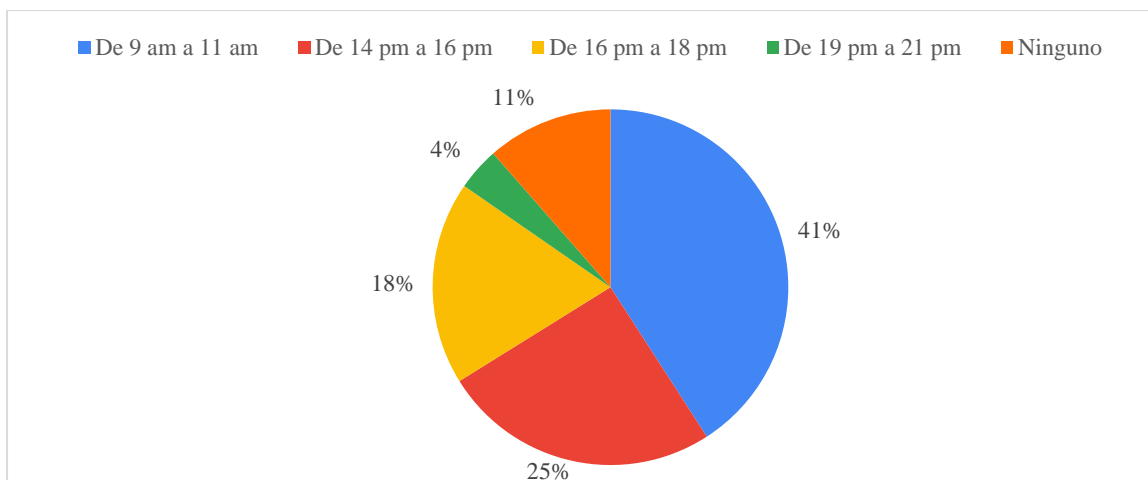


En base a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 50% de los encuestados desea recibir productos en su hogar 2 veces a la semana, seguido del 24% que desea que la frecuencia sea de 4 veces a la semana y esto se relaciona con la frecuencia de compra que mantienen los participantes que es de 2 a 5 veces por semana. Un 12% indicó que no están interesados en recibir ningún producto y el 11% mencionó que más de 6 veces a la semana prefieren recibir productos por parte de los vendedores ambulantes y una minoría del 3% que manifiestan que mejor sería recibir productos unas pocas veces al mes.

Tabla 8. Horario para los vendedores ambulantes

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 9 am a 11 am	157	41%	41%
De 14 pm a 16 pm	97	25%	66%
De 16 pm a 18 pm	71	18%	85%
De 19 pm a 21 pm	15	4%	89%
Ninguno	44	11%	100%
Total	384	100%	

Figura 8. Horario para los vendedores ambulantes

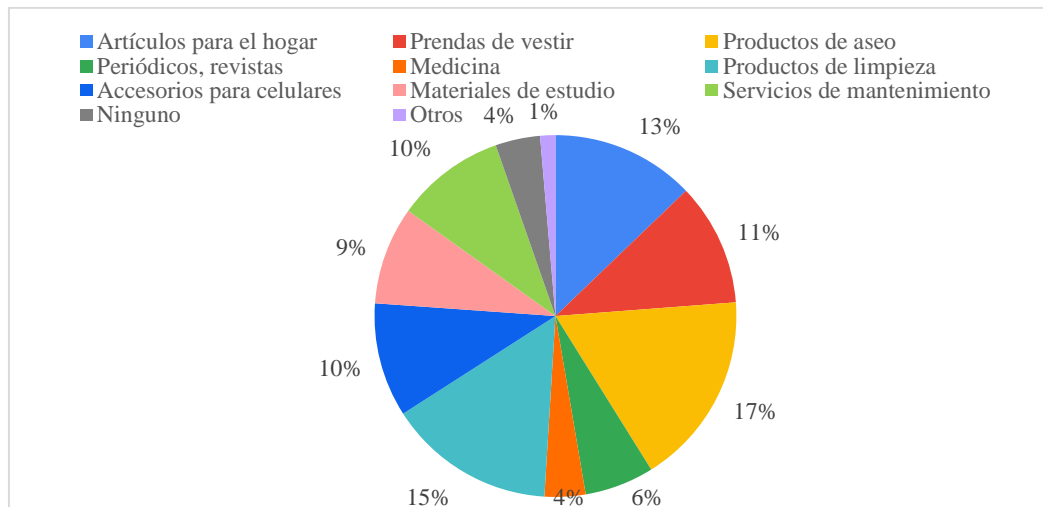


En el presente gráfico se puede evidenciar que el 41% de los encuestados prefieren que los vendedores ambulantes transiten entre las 09h00 a las 11h00 am siendo la franja horaria con mayor peso dentro de este análisis. Por otro lado, la jornada vespertina se divide en un 25% de personas que prefieren la franja horaria de 14h00 a 16h00 pm y un 18% de personas que desean el horario de entre 16h00 a 18h00 pm. Finalmente, una minoría que representa el 4% que prefiere que sea en una jornada nocturna de 19h00 a 21h00 pm y el 11% de personas que no consideran ninguno tipo de horario.

Tabla 9. Productos que le gustaría recibir

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Artículos para el hogar	151	13%	13%
Prendas de vestir	129	11%	24%
Productos de aseo	204	17%	41%
Periódicos, revistas	73	6%	47%
Medicina	43	4%	51%
Productos de limpieza	176	15%	66%
Accesorios para celulares	120	10%	76%
Materiales de estudio	103	9%	85%
Servicios de mantenimiento	115	10%	95%
Ninguno	47	4%	99%
Otros	16	1%	100%

Figura 9. Productos que le gustaría recibir

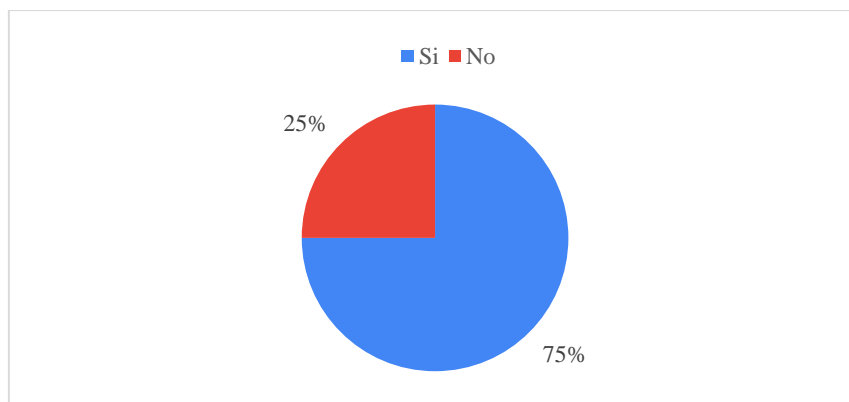


De acuerdo con la gráfica, se puede constatar que los productos de aseo y limpieza son los que mayor relevancia tiene por parte de los participantes con un 17% y un 15% respectivamente, mientras que un 13% de ellos prefieren los artículos para el hogar, seguido de las prendas de vestir con un 11% y otras categorías con valores semejantes como lo son accesorios para celulares y servicios de mantenimiento que poseen un 10%. Por otra parte, la medicina tan solo cuenta con un 4% de preferencia, se puede suponer que al ser productos delicados no tienen una buena percepción de que se distribuya mediante la informalidad y finalmente en otros productos que desean los encuestados se encuentran, comida para mascotas, accesorios varios y también herramientas de construcción, esto está representado por el 1%.

Tabla 10. Usa internet para obtener información sobre productos

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	288	75%	75%
No	96	25%	100%
Total	384	100%	

Figura 10. Usa internet para obtener información sobre productos

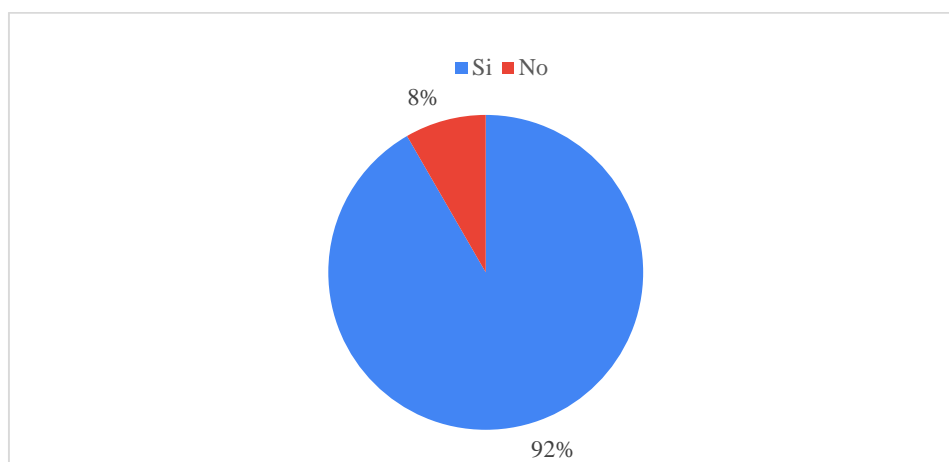


De acuerdo con los encuestados, el 75% de los participantes usan internet para buscar información de productos que les gustaría adquirir, se puede suponer que esto se debe a que la mayoría de los encuestados se encuentran en un rango de edad más joven y a su vez están acostumbrados a usar dispositivos electrónicos versus el 25% de las personas que indican no hacerlo.

Tabla 11. Presencia de vendedores ambulantes en medios digitales

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	352	92%	92%
No	32	8%	100%
Total	384	100%	

Figura 11. Presencia de vendedores ambulantes en medios digitales

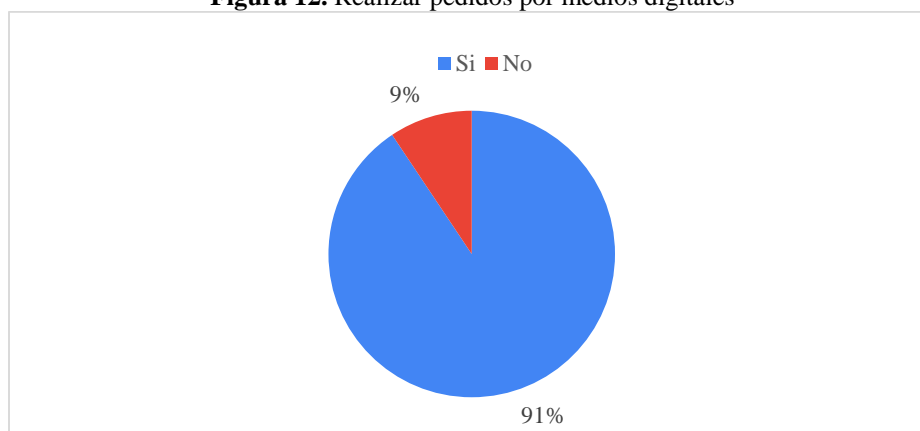


Como se puede observar en la gráfica la mayoría de los participantes consideran relevante que los vendedores ambulantes deban estar en medios digitales, siendo un 92% de las personas que si lo desean, al contrario del 8% de las personas que no consideran importante que estos comerciantes estén en medios digitales.

Tabla 12. Realizar pedidos por medios digitales

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	348	91%	91%
No	36	9%	100%
Total	384	100%	

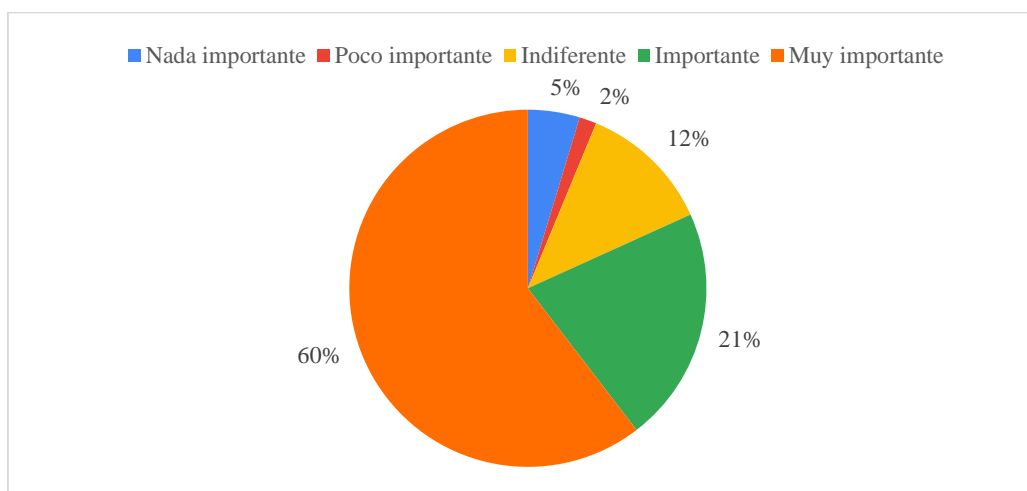
Figura 12. Realizar pedidos por medios digitales



Mediante los resultados obtenidos se puede constatar que el 91% de los encuestados está dispuesto a realizar pedidos a vendedores ambulantes en medios digitales. Por otro lado, el 9% no está dispuesto a realizar ningún pedido, se puede deducir que este valor corresponde a las personas que no desean que los comerciantes informales estén en medios digitales.

Tabla 13. Lista digital de productos con sus precios

	Nada importante	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante	Total
Porcentaje	5%	2%	12%	21%	60%	100%
Frecuencia	18	6	46	82	232	384

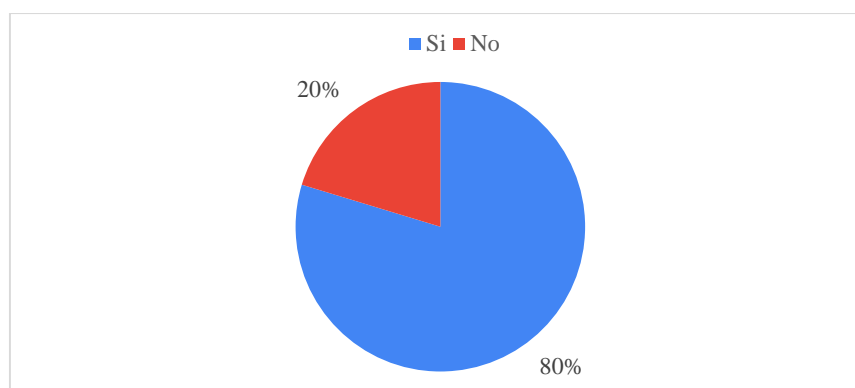
Figura 13. Lista digital de productos con sus precios

En base a los resultados obtenidos, el 60% de los participantes indica que es muy importante tener una lista de precios de manera digital, seguido del 21% que considera que es importante tener la lista mencionada anteriormente. Por otro lado, el 12% considera que esto es indiferente y finalmente el 5% indica que no es nada importante y el 2% que es poco importante, se puede inferir que estos últimos valores se deben a las personas que buscan información de productos que desean en medios digitales.

Tabla 14. Conocer productos nuevos en medios digitales

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	306	80%	80%
No	78	20%	100%
Total	384	100%	

Figura 14. Conocer productos nuevos en medios digitales

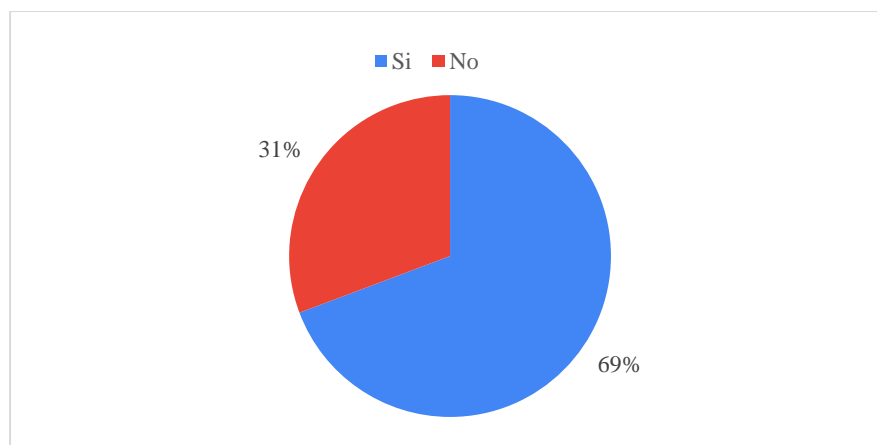


Como se puede evidenciar en la gráfica la mayor parte de los encuestados desean conocer de manera digital sobre los nuevos productos que ofertan los comerciantes informales, con un 80% respectivamente, en comparación con el 20% que no desea usar medios digitales para este fin.

Tabla 15. Conocer sobre horarios y productos en medios digitales

Ítems	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	266	69%	69%
No	118	31%	100%
Total	384	100%	

Figura 15. Conocer sobre horarios y productos en medios digitales



De acuerdo con los resultados de las encuestas, el 69% considera que los vendedores ambulantes deben informar de manera digital sobre sus horarios y productos antes de circular por los barrios. Por otro lado, el 31% no considera idóneo que realicen esta actividad.

Relacionando las encuestas con el grupo focal realizado a vendedores ambulantes del sector, Sgto. Ángel Olvo Rivera, se encontró que el principal motivo por el cual desarrollan una actividad informal se debe a que no logran conseguir un empleo formal y sumado a esto el desempleo causado por la crisis sanitaria ha generado que deban participar en la informalidad para mantener a sus familias. Por otro lado, también mencionaron que la actividad informal, les permite tener mayor tiempo para estar en sus hogares y cuidar de sus familias.

La mitad de los participantes mencionaron que tienen otra forma de generar ingresos debido a que mantenerse con una sola actividad no permite ser suficiente para solventar sus necesidades y las de sus familias. La otra mitad de los participantes indicaron que se dedican a una sola actividad comercial y debido a esto les es difícil llegar al final de mes.

En cuanto a la inversión realizada para la actividad comercial que ejerce, las respuestas fueron variadas con inversiones que van desde los 50 hasta los 200 dólares. Una parte de los participantes mencionaron que tienen años realizando actividades comerciales de manera informal y la otra parte mencionó que desde la pandemia, Covid-19, empezaron a desarrollar actividades informales para mantener a sus familias.

En cuanto a las funciones que realizan los comerciantes en sus trabajos, varían, desde contactarse con los proveedores para realizar pedidos, comprar insumos para la preparación de ciertos productos, contactarse con clientes para receptar pedidos hasta la crianza de animales para luego vender su carne. Por otra parte, mencionaron que al momento de tener los productos listos para su venta se dedican a distribuirlos por el sector.

La mayoría de los participantes manifestaron que distribuyen sus productos por los diferentes barrios, debido a que cuentan con clientes que ya conocen sus productos y que están distribuidos en diversas partes del sector y una pequeña parte de los comerciantes indicó que realiza ambas formas de comercialización, por las mañanas tienen un lugar fijo para la venta de sus productos y en las tardes distribuyen por los barrios.

La mayoría de los comerciantes mencionaron que no tienen rutas definidas para la distribución de sus productos y una pequeña parte menciona que tiene rutas definidas tanto en el sector sur como norte de la ciudad. Por otro lado, los comerciantes informaron que si poseen horarios para la venta

de sus productos la mitad de ellos mencionaron que desarrollan sus actividades en horas de la mañana, alrededor de las 8 am hasta las 12 pm más o menos y la parte restante menciona que laboran todo el día desde las 8 am hasta las 6 pm aproximadamente.

La mitad de los participantes indicaron que tienen ingresos semanales de entre 120 a 150 dólares y la otra parte restante menciona tener ingresos semanales de entre 80 a 100 dólares debido a que no realizan de manera diaria sus actividades. Los (Mendoza Cedeño, 2020) comerciantes manifestaron que se han visto afectados por el tema de la pandemia, Covid-19, debido a que no podían abastecerse de productos para su posterior venta, las restricciones de confinamiento por parte de las autoridades y además el desempleo ligado a esta crisis sanitaria.

Aproximadamente la mitad de los comerciantes indican que, si se encontraban realizando actividades informales antes de la pandemia, Covid-19, debido a que esta actividad es el sustento de sus hogares. Por otro lado, la parte restante menciona que antes de la crisis sanitaria se encontraba laborando de manera formal. Los participantes indican que actualmente perciben más vendedores informales en las calles. Una parte de estos mencionan que fueron despedidos de sus trabajos por la crisis sanitaria y ahora tienen que laborar en el sector informal.

La mitad de los comerciantes manifestaron que, si quieren estar en el sector formal, debido a que los beneficios que brinda este sector son mayores al informal, tales como: un sueldo fijo y la seguridad social. Por otra parte, el resto de los participantes indicaron que prefieren estar en el sector informal, debido a que no tienen que regirse a un horario de trabajo y a su vez tener mayor tiempo para cuidar a sus familias. Los participantes mencionaron que contar con un lugar fijo para desarrollar sus actividades comerciales, es lo ideal para los vendedores ambulantes. Por otro lado, también manifestaron que están interesados en recibir algún tipo de préstamo para hacer crecer sus negocios.

Una parte de los comerciantes indicaron que tuvieron problemas con el abastecimiento de los productos cuando se aplicaron las medidas restrictivas por parte de las autoridades, mientras que la otra parte menciona que no ha tenido ningún tipo de problema debido a que antes de la distribución de sus productos, organizan las tareas a realizar para tener un mayor control.

Conclusiones

La informalidad es uno de los problemas más frecuentes que enfrentado el país durante muchos años. Sin embargo, esta actividad comercial es la fuente de ingresos de muchas personas en la

ciudad de Guayaquil, que a falta de empleo en el sector formal y a la creciente necesidad de obtener un trabajo, hacen de la informalidad una ocupación necesaria para sostener y cubrir las necesidades de los miembros de una familia.

La actividad informal ha incrementado en los últimos meses en varias ciudades del país, debido a la pandemia covid-19, la cual ha causado el cese de las actividades comerciales de diversos negocios afectando directamente a muchas personas que trabajan en relación de dependencia, debido a esto tienen que optar por una forma de trabajo informal para obtener ingresos.

En el sector, Sgto. Ángel Olvo Rivera, Isla Trinitaria, también se percibe un incremento excesivo de vendedores ambulantes. Hay quienes lo hacen de manera estacionaria, esto quiere decir, que tienen un espacio físico en particular para realizar sus actividades comerciales y otros que distribuyen sus productos por los diferentes barrios de este sector, estas labores por parte de los comerciantes informales se realizan de modo de subsistencia ante la falta de oportunidades laborales.

Como ayuda, se puede realizar una comunicación efectiva en medios digitales sobre los programas de capacitación que mantiene la Municipalidad de Guayaquil a través de la Empresa Pública Municipal para la Gestión de la Innovación y Competitividad de Guayaquil “Épico”, a fin de que los vendedores informales puedan acceder a esta información y ser partícipes de estos programas para mejorar sus competencias.

Se deberían brindar políticas que respalden a los vendedores ambulantes y ayuden a la regularización del trabajo informal, con la finalidad de que mejoren su situación socioeconómica y que gocen de beneficios laborales, tributarios y bancarios.

Referencias

1. Angulo, S. (8 de Agosto de 2020). *Expreso*. Obtenido de Más de 1 millón de ecuatorianos están desempleados, según el INEC: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/desempleo-ecuador-llega-cifra-alta-ultimos-13-anos-87582.html>
2. El Comercio. (23 de Mayo de 2020). *El Comercio*. Obtenido de La informalidad copa las zonas populares de Guayaquil: <https://www.elcomercio.com/actualidad/informalidad-zonas-populares-guayaquil-coronavirus.html>

3. El Telégrafo. (10 de Marzo de 2019). *El telégrafo*. Obtenido de El trabajo informal emplea al 46% de la población en el Ecuador: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/empleo-informal-poblacion-ecuador>
4. El Universo. (22 de Abril de 2020). *El universo*. Obtenido de Hay al menos veinte zonas de Guayaquil donde cientos se exponen al virus: <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/04/22/nota/7819821/hay-menos-veinte-zonas-donde-cientos-se-exponen-virus>
5. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). Ciudad de México, México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
6. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (8 de Agosto de 2020). *INEC*. Obtenido de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo Telefónica: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU_telefonica/Principales_Resultados_Mercado_Laboral.pdf
7. Maldonado, J., Aguirre, J., Valdivieso, A., Cuenca, W., Reyes, B., Carrión, C., . . . Rengel, P. (2017). Las ventas ambulantes desde una perspectiva holística. *Cedamaz*, 26-38.
8. Mendoza Cedeño, J. (2020). Implicaciones de la venta ambulante post covid-19 y propuesta de mejoramiento en la logística y distribución de los vendedores ambulantes en el sector Sgto. Ángel Olvo Rivera, Isla Trinitaria de la ciudad de Guayaquil (*Tesis de Grado*) Universidad de Guayaquil. Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/53304/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20FINAL%20-%20JANIO%20MENDOZA.pdf>
9. Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, XXXV(1), 227-232. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037
10. Paredes, M., Barriga, H., & Compoverde, R. (2020). *Impacto del covid 19 en el empleo. El efecto de las condiciones de trabajo durante la emergencia sanitaria del covid 19 en el agotamiento laboral y el conflicto trabajo - hogar*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil. Obtenido de http://www.ciec.espol.edu.ec/sites/default/files/Informe_de_Coyuntura_Motivacion_Laboral_.pdf

11. Plan V. (6 de Abril de 2020). *Plan V*. Obtenido de Guayas batalla con la informalidad, la pobreza y el coronavirus: <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/guayas-batalla-con-la-informalidad-la-pobreza-y-el-coronavirus>
12. Sellan, J. (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. (*Tesis de licenciatura*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil.
13. Silva, M., & Tapia, E. (17 de Enero de 2020). *El Comercio*. Obtenido de El mercado formal se deterioró el 2019; la informalidad aumentó: <https://www.elcomercio.com/actualidad/cifras-inec-informalidad-economia.html>
14. Teleamazonas. (8 de Mayo de 2020). *Teleamazonas*. Obtenido de Economía para Todos: proyecciones sobre la posible pérdida de empleo formal: <http://www.teleamazonas.com/2020/05/proyecciones-sobre-la-posible-perdida-de-empleo-formal/>
15. Torres, L., & Vernimmen, R. (2015). Proceso de gestión para la convivencia ciudadana: Análisis comparativo de los sectores "Isla Trinitaria" y "Bastión Popular" de la ciudad de Guayaquil. (*Tesis de Maestría*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11436/TESIS%20TORRES%20-%20VERNIMMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
16. Torres, L., & Vernimmen, R. (2015). Proceso de gestión para la convivencia ciudadana: Análisis comparativo de los sectores "Isla Trinitaria" y "Bastión Popular" de la ciudad de Guayaquil. (*Tesis de Maestría*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11436/TESIS%20TORRES%20-%20VERNIMMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>