

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i3.1151>

Estudio de factores que influyen en el comercio informal y su impacto en la preferencia del consumidor

Study of factors that influence informal commerce and its impact on consumer preference

Magali Giocanda Calero Lara

mcalero@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7394-9469>
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
Quevedo – Ecuador

Laura Eugenia Tachong Alencastro

ltachong@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6131-1863>
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
Quevedo – Ecuador

Luis Antonio Vite Manzo

luisvite@itscv.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-0210-0964>
Instituto Tecnológico Ciudad de Valencia
Valencia – Ecuador

Jessenia Estefanía Bravo Verduga

<https://orcid.org/0000-0002-6920-199X>
Universidad Bolivariana del Ecuador
Durán – Ecuador

Artículo recibido: 05 de septiembre de 2023. Aceptado para publicación: 20 de septiembre de 2023.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

El artículo que se presenta a continuación es acerca del estudio de factores que influyen en el Comercio Informal y su Impacto en la preferencia del Consumidor de la ciudad de Manta. El estudio fue realizado en la parroquia Tarqui. Tiene como objetivo analizar los factores que influyen en el comercio informal y su impacto en la preferencia del Consumidor en el mercado de Tarqui en la ciudad de Manta, Para lograr el objetivo de la investigación se utilizó el método analítico y sintético; además, se realizó una encuesta a comerciantes informales. Como resultado del trabajo se concluye que el comercio informal lo constituyen todas aquellas actividades comerciales que, no están totalmente reguladas, registradas o fiscalizadas por el estado, y que se desarrollan en los mismos espacios donde otras actividades similares, si reciben control.

Palabras clave: comercio informal, administración, economía

Abstract

The article that is presented below is about the study of factors that influence Informal Commerce and its Impact on the preference of the Consumer of the city of Manta. The study was carried out in the Tarqui parish. Its objective is to analyze the factors that influence informal commerce and its impact on Consumer preference in the Tarqui market in the city of Manta. To achieve the objective of the investigation, the analytical and synthetic method was used; In addition, a survey of informal merchants was carried out. As a result of the work, it is concluded that informal commerce is made up of all those commercial activities that are not fully regulated, registered or supervised by the state, and that take place in the same spaces where other similar activities do receive control.

Keywords: informal trade, administration, economy

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Como citar: Calero Lara, M. G., Tachong Alencastro, L. E., Vite Manzo, L. A., & Bravo Verduga, J. E. (2023). Estudio de factores que influyen en el comercio informal y su impacto en la preferencia del consumidor. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(3), 1295–1314. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i3.1151>

INTRODUCCIÓN

El comercio informal lo constituyen todas aquellas actividades comerciales que no están totalmente reguladas, registradas o fiscalizadas por el estado, y que se desarrollan en los mismos espacios donde otras actividades similares, si reciben control. La economía informal, parecía ser un fenómeno exclusivo de los países en vías de desarrollo o de algunos países avanzados, pero hoy en día, la globalización de la economía ha contagiado también a diversos países en la práctica de producir riquezas y crear empleos fuera del marco legal (Esquivel et. al, 2019).

En la mayoría de países el comercio informal es todavía un problema significativo; y en algunos países latinoamericanos se incrementa el porcentaje de comercializadores informales. Para muchos el comercio informal es aquel que desarrolla sus actividades en la vía pública o en lugares no autorizados. Este problema lo tiene el Ecuador, donde se observa en todo el país mercados informales, teniendo un mayor número de comerciantes informales en la provincia del Guayas y principalmente Guayaquil, donde el desorden provocado por los informales es muy notorio, provocando problemas en el tráfico y fomentando la piratería (Esquivel et. al, 2019).

La escasez de empleo, los altos costos de los locales y la falta de espacios, trajo como consecuencia el comercio ambulatorio informal en el mercado de Tarqui de la ciudad de Manta; donde se observan comerciantes con todo tipo de mercadería, esto ocasiona desorden urbano. El problema radica en que estos comerciantes al no pagar un local, además de ciertos impuestos como el IVA y otros impuestos municipales tienen artículos a un menor costo; por ende, las personas prefieren el mismo producto a un precio de venta menor. Esta actividad también ha aumentado debido a que en la ciudad no hay las plazas de empleo suficientes para cubrir la demanda de trabajo de los habitantes. Un problema muy notorio para que exista la informalidad en la ciudad es la dificultad de acceder a créditos por parte de la banca privada para poder tener un negocio estable y que pueda ser formal.

El tema Estudio de factores que influyen en el comercio informal y su impacto en la preferencia del consumidor en el mercado de Tarqui en la ciudad de Manta muestra una realidad inminente en la sociedad de Manta, en donde sobresale el análisis de la mala organización en el mercado de Tarqui y se observa un alto grado de ineficiencia en la administración pública por parte del GAD de Manta.

Antecedentes

Los orígenes del comercio se remontan a finales del Neolítico, cuando se descubrió la agricultura. Al principio, la agricultura que se practicaba era una agricultura de subsistencia, donde las justas eran para la población dedicada a los asuntos agrícolas. Sin embargo, a medida que iban incorporándose nuevos desarrollos tecnológicos al día a día de los agricultores, como por ejemplo la fuerza animal, o el uso de diferentes herramientas, las cosechas obtenidas eran cada vez mayores. Así llegó el momento propicio para el nacimiento del comercio, favorecido por dos factores: (Gallardo, 2021).

Las cosechas obtenidas eran mayores que la necesaria para la subsistencia de la comunidad.

Ya no era necesario que toda la comunidad se dedicara a la agricultura por tanto parte de la población empezó a especializarse en otros asuntos, como la alfarería o la siderurgia.

Por lo tanto, los excedentes de las cosechas empezaron a intercambiarse con otros objetos en los que otras comunidades estaban especializadas. Normalmente estos objetos eran elementos para la defensa de la comunidad (armas), depósitos para poder transportar o almacenar los

excedentes alimentarios (ánforas, etc.), nuevos utensilios agrícolas (azadas de metal...), o incluso más adelante objetos de lujo (espejos, pendientes, etc.) (Gallardo, 2021).

Este comercio primitivo, no solo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones científicas y tecnológicas, entre otros, el trabajo en hierro, en bronce, la rueda, el torno, la navegación, la escritura y nuevas formas de urbanismo (Gallardo, 2021).

En la Península Ibérica este periodo se conoce como el Orientalizante, por las continuas influencias recibidas de Oriente. En este momento es cuando surge la cultura Ibérica.

Además del intercambio de innovaciones, el comercio también propició un paulatino cambio de las sociedades. Ahora la riqueza podía almacenarse e intercambiarse. Empezaron a aparecer las primeras sociedades capitalistas tal como las conocemos hoy en día, y también las primeras estratificaciones sociales. En un inicio las clases sociales eran simplemente la gente del poblado y la familia del dirigente. Más adelante aparecieron otras clases sociales más sofisticadas como los guerreros, los artesanos, los comerciantes, etc. (Gallardo, 2021).

Rutas comerciales

Entre las rutas comerciales más conocidas nos encontramos, por ejemplo, con la de la seda que unía China con Europa; la Ruta de la Nueva España que ejercía como vínculo entre Asia y América con Europa; o la famosa ruta de las especias que unía al viejo continente con lugares de Oceanía, China e India (UNESCO, 1984).

Itinerarios todos ellos que en muchas ocasiones fueron los “culpables” de que se llevará a cabo el descubrimiento de nuevos lugares y rincones del mundo y de que se impulsará la creación y la innovación en áreas como la científica o la tecnológica. Algunos de los personajes históricos que han sido fundamentales en el desarrollo de dichas rutas son Marco Polo o Vasco de Gama (Castro et. al, 2019).

Comerciante es aquella persona, ya sea jurídica o física, que vive del comercio. Por lo tanto, la actividad comercial constituye su sustento de vida (Castro et. al, 2019).

Clasificación del comercio

Existen distintas clases de comercio según sus características. El comercio minorista (también conocido como comercio al por menor) se lleva a cabo entre el vendedor y el consumidor final (la persona que adquiere el producto para utilizarlo o consumirlo) (Godás, 2007).

En el comercio mayorista (o comercio al por mayor), en cambio, el comprador no es quien consume o usa el producto adquirido. Su intención es poder concretar una venta posterior del mismo producto, a un precio más alto del pagado.

El comercio es una fuente de recursos tanto para el empresario como para el país en el que esté constituido, entre más empresas vendan el mismo producto o brinden el mismo servicio se abaratan los servicios.

Se entiende por comercio mayorista a la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador no es el consumidor final de la mercadería. La compra con el objetivo de venderla a otro comerciante o a una empresa manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto (Godás, 2007).

Se entiende por comercio minorista a la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía, es decir, quien usa o consume la mercancía (Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, 2021).

Comercio interior, es el que se realiza entre las personas que se hallan presentes en el mismo país, sujetos a la misma jurisdicción (Apolinario et. al, 2021).

Comercio exterior, es el que se efectúa entre las personas de un país y las que viven en otro.

Comercio terrestre, marítimo, aéreo y fluvial, todos hacen referencia al modo de transportar la mercancía y cada una es propia de una rama del derecho mercantil, que lleva el mismo nombre.

Comercio por cuenta propia, el que se realiza para sí mismo (Silveira-Pérez et. al , 2022).

Comercio por comisión, es el que se realiza a cuenta de otro.

Comercio Informal.

Prevalecen en este comercio las familias, que trabajan con poco capital y manejan pequeñas cantidades de mercancías. Este tipo de comercio, paradójicamente constituye a menudo un ejemplo de competencia monopolística. Así, los factores de localización, captación de clientelas o especialización de las tiendas motivan que mercancías físicamente idénticas puedan venderse a precios diferentes, lo que sería imposible en la competencia perfecta, y demuestra que existe un elemento de monopolio (Quispe et. al , 2020).

El resultado de esta competencia monopolística no es que los beneficios sean grandes, sino que el número de tiendas es mayor que si existiera competencia perfecta, siendo el consumidor el que paga en forma de precios más altos el derroche de este mercado imperfecto (Quispe et. al , 2020).

Ventajas del Comercio Informal

Dentro de las ventajas que ofrece el comercio informal se puede citar las siguientes: (Gallardo, 2021).

- Precios más bajos que en el comercio formal.
- Posibilidades de regatear el precio.
- Calidad aceptable en los productos.
- Lugar accesible para realizar las compras.
- Se beneficia la población que tiene menos recursos económicos por el costo mínimo de los productos.
- General trabajo informal para cualquier persona.
- Desventajas del Comercio Informal.
- Algunas desventajas en el comercio informal son:
- Falta de garantía en los productos y servicios.
- Se pueden encontrar productos robados o piratas.
- Instalaciones inadecuadas.
- Única forma de pago: en efectivo.
- El Estado no recibe ingresos por impuestos.
- La población viola las leyes.
- Crea desorden público.
- Genera inseguridad ciudadana (Gallardo, 2021).
- Crítica al comercio informal.

La economía ilegal es un fenómeno que se presenta prácticamente en todos los países y sus repercusiones se evidencia no sólo en la economía de los empresarios directamente afectados, sino en el bienestar social, la seguridad pública y el propio Desarrollo Nacional (Vinueza & Vallejo , 2019).

Las prácticas ilegales como la piratería, el contrabando y, en general, el comercio ilegal está rebasando el Estado, por lo que sólo con acciones conjuntas y contundentes entre sociedad, autoridades y legisladores se podrá combatir este fenómeno que ha ido avanzando a pasos vertiginosos (Vinueza & Vallejo , 2019).

El comercio ilegal comprende las transacciones de compra-venta que se llevan a cabo fuera del marco legal, donde los productos que se comercializan provienen del contrabando, piratería e incluso pueden ser robados. Usualmente, este tipo de transacciones se realizan en vía públicas por el ambulante o en puestos semifijos (Vinueza & Vallejo , 2019).

La introducción ilegal de mercancías representa una práctica fraudulenta al evitar los controles de calidad y seguridad que se han establecido para productos y servicios.

En esta lucha interna por ganar terreno, este fenómeno social atenta contra la planta productiva y laboral del país (Vinueza & Vallejo , 2019).

El Comercio Informal en el Ecuador

Ecuador tiene una informalidad del 43%. La medición del sector informal considera recomendaciones de la Decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), donde se define al sector informal como “las muy pequeñas unidades de producción y distribución de bienes y servicios situadas en las zonas urbanas de los países en desarrollo; dichas unidades pertenecen casi siempre a productores independientes y trabajadores independientes que a veces emplean a miembros de la familia o a algunos asalariados o aprendices. Estas unidades disponen de muy poco o de ningún capital; utilizan técnicas rudimentarias y mano de obra escasamente calificada, por lo que su productividad es reducida; quienes trabajan en ellas suelen obtener ingresos muy bajos y regulares y su empleo es sumamente inestable” (Trelles , 2020).

El comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y las leyes relativas a las transacciones de bienes o servicios en la sociedad; esto es lo que le da la “formalidad” al comercio. En general, el término “comercio informal”, se aplica al comercio ambulante, es decir, las personas que venden sus productos en las calles sin emitir facturas o sin cumplir con las normativas del comercio legal.

Este es un tema de debate puesto que es bastante injusto para los que tienen que pagar arriendos, y otros costos derivados de la formalidad y legalidad de un negocio, que deban competir con quienes no tienen esos costos, y se llevan toda la utilidad; por otro lado, las personas involucradas en el negocio informal, son personas de escasos recursos quienes muchas veces no tiene otra opción para generar ingresos. Es por eso que este es un tema importante al que hay que prestarle la atención que se merece para poder encontrar las soluciones más adecuadas (Trelles , 2020).

Según un informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) difundido que, más de la mitad de los empleos en los países en desarrollo están en el sector informal, lo que significa ausencia de protección social para los trabajadores y una barrera para la competitividad.

El comercio informal es una de las actividades más notables de la economía informal en el Ecuador. Se lleva a cabo fundamentalmente a través del comercio callejero, los llamados vendedores ambulantes que existen en todas las ciudades del país (Cámara de Industrias y Producción, 2023).

El incremento de la informalidad laboral puede deberse a varios factores, como la falta de empleo formal, la falta de regulación del mercado laboral y las condiciones de trabajo deficientes en los sectores formales (Llerena, 2023).

Gráfico 1

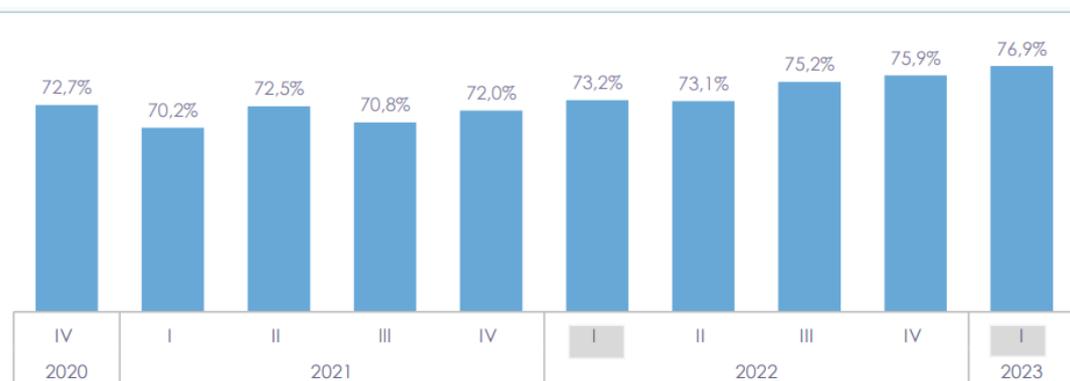
Población del área urbana ocupada en el sector informal



Fuente: (INEC, 2023).

Gráfico 2

Población del área rural ocupada en el sector informal



Fuente: (INEC, 2023)

Mucha gente dada en la situación en que se encuentra, tiene que dedicarse a comercializar para sí generar una actividad empresarial que le permita una subsistencia mínima y poder sobrevivir.

La visita de los consumidores a lugares comerciales informales, van con la necesidad de comprar productos a precios más reducidos. El comercio informal es una enfermedad crónica social que se incrementa en época de crisis y que no retrocede finalmente (Cámara de Industrias y Producción, 2023).

El Comercio Informal en el Mercado de Tarqui de la ciudad de Manta

Tarqui es una parroquia urbana del cantón Manta, fue inaugurado el 9 de octubre de 1929, siete años después de la creación de Manta en 1922 (Zambrano , 2023).

La desorganización en el sector del Mercado de Tarqui tiene un nombre: el desempleo. Esto es lo que genera la informalidad en el comercio que ofrece esta parroquia.

Funcionarios municipales realizaron un censo en el año 2007 en el Mercado de Tarqui y sus alrededores (Cusme et. al, 2018).

Está comprendido desde las calles 101 hasta 104 y desde la avenida 4 de noviembre hasta la avenida 105 y estimaron que, había aproximadamente 1000 comerciantes informales.

El presidente de la Asociación de Comerciantes Minoristas de Tarqui, Floresmiло Mendoza, dijo que era imposible poner en forma definitiva el orden y mano dura a los vendedores formales e informales porque no hay un espacio acorde al desarrollo que enfrenta Tarqui. Lo que se necesitaría es un macro mercado (Cusme et. al, 2018).

El control, con la presencia de guardias privados y policías, no era suficiente, los comerciantes informales cuando se apoderan de un lugar no quieren salir.

Asociaciones en el Mercado de Tarqui

En el sector comercial de Tarqui existen varias Asociaciones, todas ellas pertenecen a la Unión de Asociaciones de Comerciantes Minoristas, Mayoristas, General y Servicios "FLORESMILO MENDOZA CATAGUA" la cual fue fundada el 14 de agosto de 1997 (Cusme et. al, 2018).

Estas asociaciones son:

- Asociación de Abastecedores del M.T.
- Asociación de La Bahía de Tarqui.
- Asociación "15 de Noviembre".
- Asociación de Plataneros.
- Asociación "23 de Diciembre".
- Asociación de Vendedores de Tarqui.
- Asociación "12 de Octubre".
- Asociación "22 de Julio".
- Asociación "Primero de Agosto".
- Asociación "17 de septiembre".
- Asociación "El madrugador".
- Asociación "28 de noviembre".
- Asociación "San Antonio".
- Asociación "Juntos por un Cambio".
- Asociación "Nuevo Tarqui".
- Asociación de Trabajadores Turísticos de la Playa de Tarqui.
- Asociación "31 de Agosto".
- Asociación de Trabajadores en el expendio de productos Varios.

Los afiliados que utilizan los espacios municipales dan una tarifa diaria de 0,35 centavos de dólar a la asociación y 5,00 dólares mensuales. Pero también existen quienes tienen local propio y no están afiliados a ninguna Asociación (Cusme et. al, 2018).

Nos enfocamos principalmente en la Asociación de Comerciantes Minoristas de la Bahía de Tarqui, esta fue fundada el 21 de septiembre de 1992, su presidente es Ramón Arguello.

A esta pertenecen comerciantes de prendas de vestir, artículos tecnológicos, farmacéuticos, que en total llegan a ser 173 asociados quienes dan una colaboración mensual para servicios mortuorios de los afiliados y es la única asociación que tiene su sede en el sector de Tarqui (Cusme et. al, 2018).

METODOLOGÍA

Para el presente trabajo se utilizó el método analítico, que es un método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolos en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular, es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. También se utilizó el método sintético, la misma implica una superación respecto de la operación analítica, implica llegar a comprender la esencia del mismo, conocer sus aspectos y relaciones básicas en una perspectiva de totalidad. Además, se realizó una encuesta a 20 personas relacionadas con el comercio informal de la ciudad de Manta, del sector comercial Tarqui (Hernández, et al; (2018).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Mediante la aplicación de la encuesta por medio de la herramienta el cuestionario se obtuvieron los siguientes resultados:

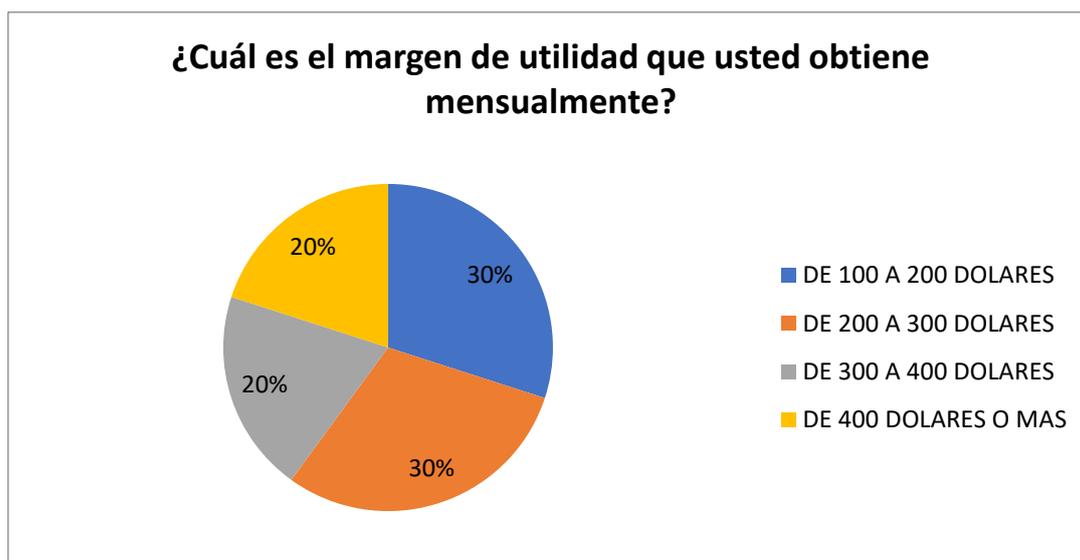
Tabla 1

¿Cuál es el margen de utilidad que usted obtiene mensualmente?

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| De 100 a 200 dólares | 6 | 30% |
| De 200 a 300 dólares | 6 | 30% |
| De 300 a 400 dólares | 4 | 20% |
| De 400 dólares o más | 4 | 20% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 3

¿Cuál es el margen de utilidad que usted obtiene mensualmente?



El gráfico muestra que el 30% de las personas encuestadas respondieron que tienen un margen de utilidad entre \$100 y \$200, el otro 30% manifestaron tener una utilidad entre \$200 y \$300, el

20% afirmaron haber alcanzado una utilidad que varía entre \$300 y \$400 y el 20% restante dijeron tener una utilidad que supera los \$400.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas poseen un margen de utilidad que varía entre los \$100 y \$300.

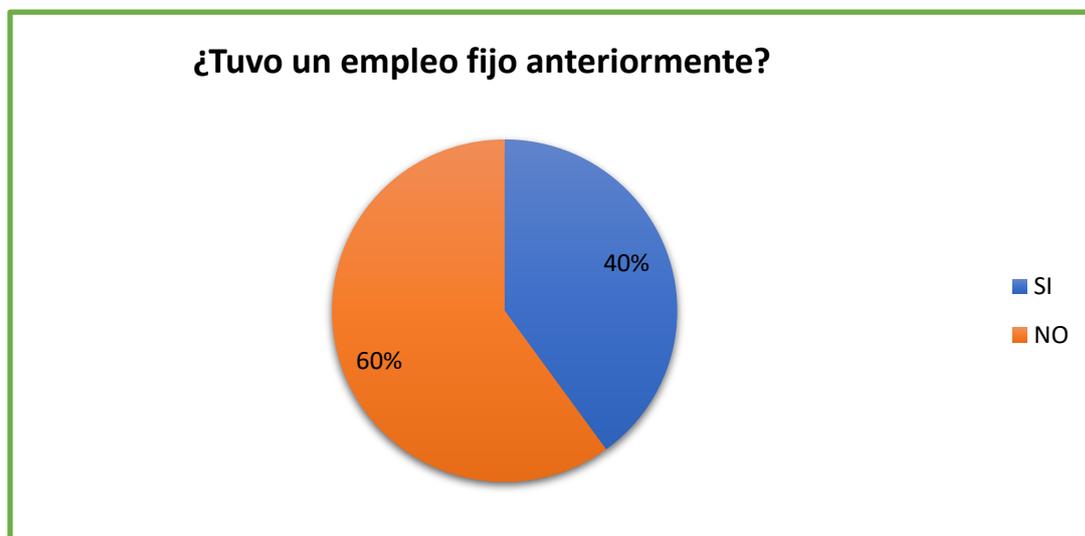
Tabla 2

¿Tuvo un empleo fijo anteriormente?

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 8 | 40% |
| No | 12 | 60% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 4

¿Tuvo un empleo fijo anteriormente?



El gráfico muestra que el 60% de las personas encuestadas respondieron que no tuvieron un empleo fijo anteriormente mientras que el 40% manifestaron si haber tenido un empleo fijo antes.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas no tuvieron un empleo fijo anterior al que desempeñan actualmente.

Tabla 3

¿Qué tiempo tiene en este negocio?

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| DE 0 - 5 AÑOS | 9 | 45% |
| DE 5 - 10 AÑOS | 3 | 15% |
| DE 10 - 15 AÑOS | 3 | 15% |
| MAS DE 15 AÑOS | 5 | 25% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 5

¿Qué tiempo tiene en este negocio?



El gráfico muestra que el 45% de las personas encuestadas respondieron que llevan de 0 a 5 años en el negocio, el 15% manifestaron que llevan de 5 a 10 años, el otro 15% llevan de 10 a 15 años y el 25% llevan más de 15 años en el negocio.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas llevan de 0 a 5 años trabajando en estos negocios.

Tabla 4

¿Qué razones tiene para trabajar en este negocio?

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|-------------|
| Falta de empleo | 6 | 30% |
| Situación económica baja | 6 | 30% |
| Por la edad | 0 | 0% |
| Otras razones | 8 | 40% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 6

¿Qué razones tiene para trabajar en este negocio?



El gráfico muestra que el 30% de las personas encuestadas respondieron que trabajan en estos negocios por tener una situación económica baja, el 30% manifestaron que es por la falta de empleo que trabajan en el comercio informal y el 40% aseguraron trabajar en este tipo de negocios por otras razones.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas trabajan en estos negocios por razones ajenas a las opciones de respuesta.

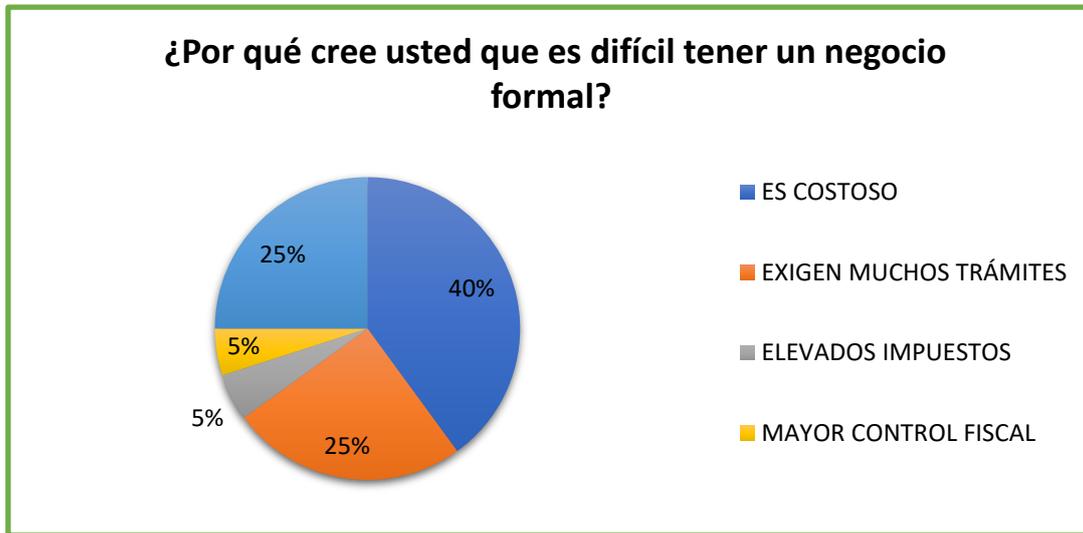
Tabla 5

¿Por qué cree usted que es difícil tener un negocio formal?

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Es costoso | 8 | 40% |
| Exigen muchos trámites | 5 | 25% |
| Elevados impuestos | 1 | 5% |
| Mayor control fiscal | 1 | 5% |
| Dificultad de acceso a créditos bancarios | 5 | 25% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 7

¿Por qué cree usted que es difícil tener un negocio formal?



El gráfico muestra que el 40% de las personas encuestadas respondieron que es costoso tener un negocio formal, el 25% cree que es difícil tener un negocio formal porque exigen muchos trámites, el otro 25% aseguraron que se debe a la dificultad de obtener o acceder a créditos bancarios, el 5% respondieron que es difícil por los elevados impuestos y el otro 5% contestaron que es por el mayor control fiscal.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas creen que es difícil tener un negocio formal porque es costoso.

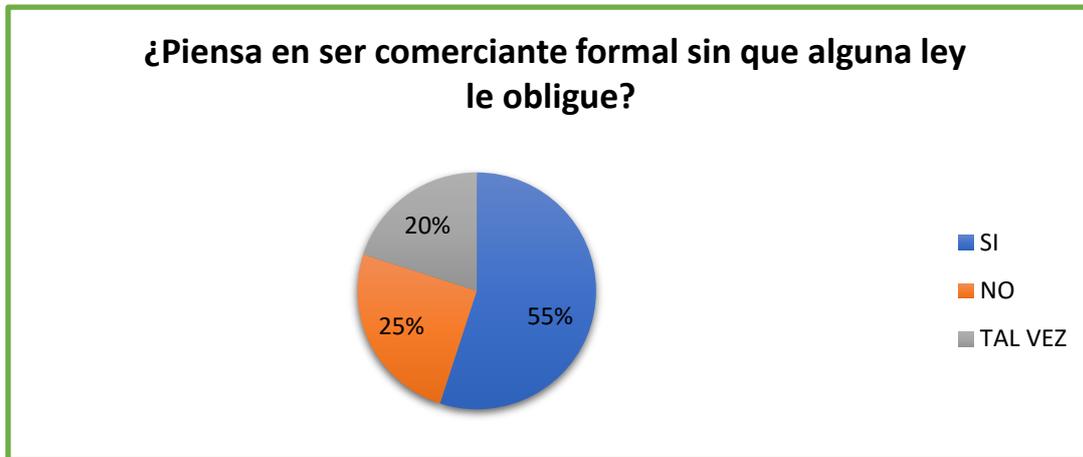
Tabla 6

¿Piensa en ser comerciante formal sin que alguna ley le obligue?

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| Si | 11 | 55% |
| No | 5 | 25% |
| Tal vez | 4 | 20% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 8

¿Piensa en ser comerciante formal sin que alguna ley le obligue?



El gráfico muestra que el 55% de las personas encuestadas respondieron que si piensan ser comerciantes formales sin que alguna ley les obligue, el 25% manifestaron que no piensan ser comerciantes formales y el 20% contestaron que tal vez pueden serlo.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas piensan ser comerciantes formales sin que alguna ley les obligue.

Tabla 7

¿Cuál es el destino que usted le da a la mayor parte de las utilidades que le deja su negocio?

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Pago de deudas | 8 | 40% |
| Alimentación | 6 | 30% |
| Educación | 0 | 0% |
| Reinvertir en el negocio | 4 | 20% |
| Salud | 2 | 10% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 9

¿Cuál es el destino que usted le da a la mayor parte de las utilidades que le deja su negocio?



El gráfico muestra que el 40% de las personas encuestadas respondieron que invierten la mayor parte de utilidad que le deja el negocio en el pago de deudas, el 30% manifestaron que lo invierten en alimentación, el 20% lo reinvierten en el negocio y el 10% en salud.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas invierten la mayor parte de la utilidad que le deja su negocio en el pago de deudas.

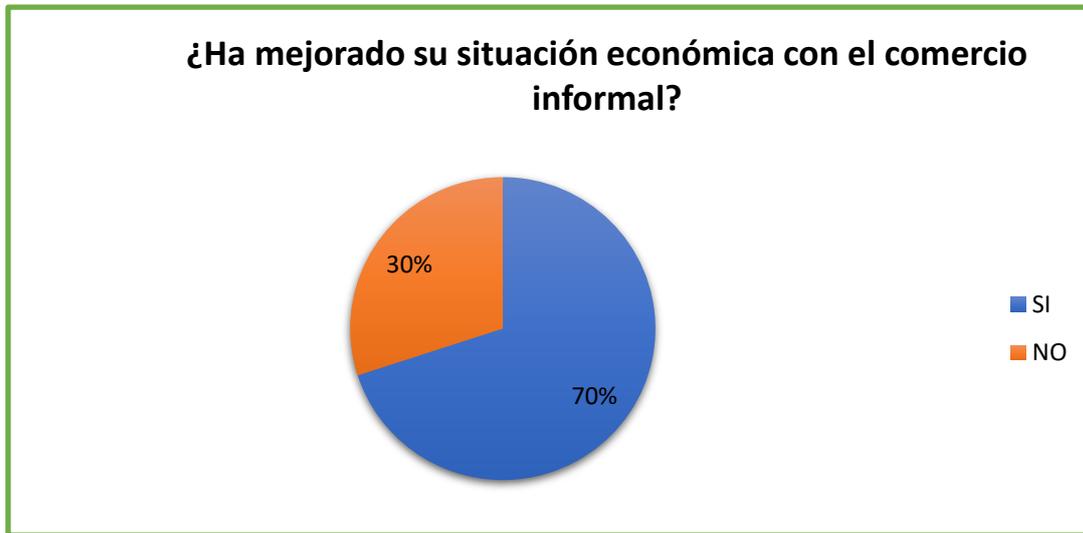
Tabla 8

¿Ha mejorado su situación económica con el comercio informal?

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si | 14 | 70% |
| No | 6 | 30% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 10

¿Ha mejorado su situación económica con el comercio informal?



El gráfico muestra que el 70% de las personas encuestadas respondieron que, sí ha mejorado su situación económica con el comercio informal, el 30% manifestaron que no ha mejorado su situación económica.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas han mejorado su situación económica gracias al comercio informal.

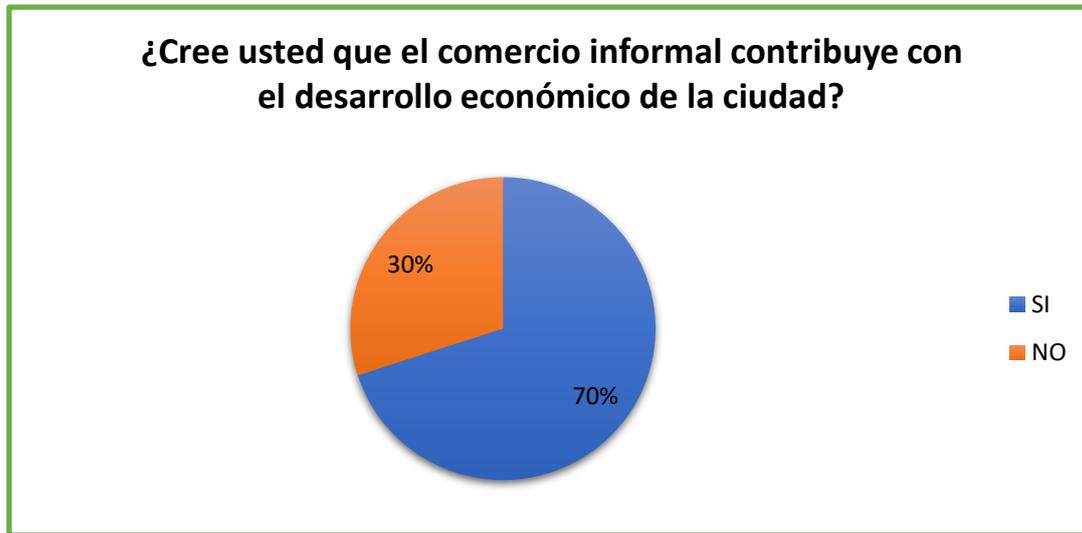
Tabla 9

¿Cree usted que el comercio informal contribuye con el desarrollo económico de la ciudad?

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si | 14 | 70% |
| No | 6 | 0,3 |
| Total | 20 | 100% |

Gráfico 11

¿Cree usted que el comercio informal contribuye con el desarrollo económico de la ciudad?



El gráfico muestra que el 70% de las personas encuestadas respondieron que el comercio informal contribuye con el desarrollo económico de la ciudad mientras que el 30% manifestaron que no contribuye.

Se demuestra que la mayoría de las personas encuestadas creen que el comercio formal si contribuye con el desarrollo económico de la ciudad.

El comercio informal en el Mercado de Tarqui de la ciudad de Manta es un problema socio económico y cultural, porque la mayoría de compradores y sobre todo los comerciantes informales poseen bajos niveles de instrucción educativa y esta actividad provoca desorden en la vía pública; además, los comerciantes informales tienen poco acceso a créditos por medio de la banca privada, por motivos como no tener un RUC y por ende no poseer una evidencia de ingresos, también tienen una organización empírica en el momento de registrar sus movimientos financieros, y la mayor parte de las ganancias son destinadas a cubrir las necesidades básicas y pago de deuda; lo que conlleva a que el comerciante no tenga ingresos suficientes para formalizar su negocio y el comprador pueda adquirir productos de calidad y garantía.

CONCLUSIÓN

Se concluye que el término “comercio informal” se aplica al comercio ambulante, es decir, las personas que venden sus productos en las calles sin emitir facturas o sin cumplir con las normativas del comercio legal.

Las principales ventajas que ofrece el comercio informal son: poder encontrar los productos más baratos y las opciones de rebajas. La desventaja destacada, es la falta de garantía en los productos o servicios; por ende, se pueden encontrar productos robados o piratas.

También se concluye que es muy importante realizar un análisis económico y administrativo para determinar la situación actual del comercio informal en el Mercado de Tarqui, ya que esta actividad contribuye con el desarrollo económico de la ciudad de Manta.

En lo que respecta al factor social, económico y cultural, se concluye que los vendedores acuden al comercio informal por no contar con un trabajo estable debido a su nivel de instrucción

(primaria y secundaria), ya que las empresas requieren personas con nivel de instrucción superior y otras razones; sin embargo, es muy bueno porque colaboran con la ciudad y por ende con el país empleando en los negocios a otros familiares, reduciendo de esta manera los altos índices de desempleo. Los compradores, por otra parte, no poseen muchos ingresos y acuden a los puestos informales porque encuentran productos a menor precio y obtienen rebajas.

REFERENCIAS

- Apolinario, R., Rodríguez, M., Briones, V., Molina, W., & Bedor, J. (2021). Introducción al Comercio Exterior. Live working. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dRlxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=que+es+el+comercio+EXTERIOR&ots=PZcodCrPZJ&sig=DRjbKIFQOidTiLte5bm9HlyCfos>
- Cámara de Industrias y Producción. (2 de Mayo de 2023). Obtenido de <https://www.cip.org.ec/2023/05/02/el-trabajo-informal-alcanza-su-cifra-mas-alta-desde-el-iv-trimestre-de-2020/>
- Castro, J., Torres, E., & Garcés, L. (2019). El Comercio Informal como oportunidad de ingreso económico en la ciudad de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29962>
- Cusme, N., Molina, C., & Ponce, J. (Septiembre de 2018). El comercio informal, ventajas y desventajas en la ciudad de Manta provincia de Manabí. Observatorio de la Economía Latinoamericana. Obtenido de https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/comercio-informal-ecuador.html#google_vignette
- Esquivel, R., Bello, B., & Ormaza, M. (2019). El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí. ECA Sinergia, X(3), 7-13. doi:https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1487
- Gallardo, M. (2021). Comercio informal y su incidencia en el desarrollo económico del país. Obtenido de https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/23766/1/Mayda%20Jaqueline_Gallardo%20Avenda%C3%B1o%20%282%29.pdf
- Godás, L. (2007). La distribución: comercio mayorista y minorista. ELSEVIER, XXVI(3), 110-114. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-la-distribucion-comercio-mayorista-minorista-13101022>
- INEC. (2023). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Trimestre_I/2023_I_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf
- Llerena, A. (28 de Abril de 2023). Cámar de Comercio de Quito. Obtenido de <https://ccq.ec/2023/04/>
- Quispe, G., Ayaviri, V., Villa, M., & Velarde, R. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador. Revista de ciencias sociales, XXVI(3), 207-230. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565477>
- Silveira-Pérez, Y., Sanabria-Navarro, J., & Barrios, E. (2022). Modelo de marketing internacional desde las funciones de la economía política para el comercio exterior. Revista de ciencias sociales, XVIII(4), 137-156. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8703836>
- Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial. (2021). Comercio minorista recuperación, transformación y resiliencia. (3132), 3-21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7784752>
- Trelles, V. (2020). El comercio informal y sus factores influyentes en la degradación del espacio público del distrito del porvenir. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/44790>

UNESCO. (Junio de 1984). Grandes rutas comerciales del mundo. El Correo de la UNESCO: una ventana abierta sobre el mundo, XXXVII(6), págs. 4-34. Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000074681_spa/PDF/074681spao.pdf.multi

Vinueza, A., & Vallejo, G. (19 de Diciembre de 2019). Comercio formal e informal en el sector de la media luna y su influencia en el desarrollo socio-económico. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6286>

Zambrano, L. (22 de Junio de 2023). expreso. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/ecuador-hay-personas-sector-informal-164598.html>