



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**PROPUESTA DE UNA NUEVA ESTRUCTURA FÍSICA  
ORGANIZACIONAL PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL  
CANTÓN JIPIJAPA.**

**AUTORA:**

**LUCIO VILLACRESES GLENDA AZUCENA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de**

**INGENIERA COMERCIAL**

**TUTORA:**

**Econ. Pico Versoza Lucía Magdalena, MBA**

**Guayaquil, Ecuador**

**22 de septiembre del 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Lucio Villacreses Glenda Azucena** como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**.

**TUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Pico Versoza Lucía Magdalena, MBA**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs.**

**Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, LUCIO VILLACRESES GLENDA AZUCENA

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de una nueva estructura física organizacional para los comerciantes informales del Cantón Jipijapa** previo a la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2017**

**LA AUTORA**

f. \_\_\_\_\_  
**Lucio Villacreses Glenda Azucena**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **LUCIO VILLACRESES GLENDA AZUCENA**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de una nueva estructura física organizacional para los comerciantes informales del Cantón Jipijapa**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2017**

**LA AUTORA**

f. \_\_\_\_\_  
**Lucio Villacreses Glenda Azucena**

# Reporte Urkund

The screenshot shows the Urkund web interface. On the left, document details are listed: **Documento** [TESIS GLENDA LUCIO 30-08-2017.docx](#) (D30345025), **Presentado** 2017-09-02 12:41 (-05:00), **Presentado por** glenda.lucio@hotmail.com, **Recibido** lucia.pico.ucsg@analysis.orkund.com, and **Mensaje** TESIS FINAL GLENDA LUCIO [Mostrar el mensaje completo](#). A yellow highlight indicates that 2% of the 69 pages consist of text from 1 source.

On the right, the **Lista de fuentes** (List of sources) tab is active, displaying a table with columns for **Categoría** and **Enlace/nombre de archivo**. The sources listed are:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
>	<a href="#">TESIS GLENDA LUCIO 14-07-2017.docx</a>
	<a href="#">Comercio Informal Tesis Glenda Lucio 27-06-2017.docx</a>
	<a href="http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Jalisco/Todos%20los%20Municipios/...">http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Jalisco/Todos%20los%20Municipios/...</a>
<b>Fuentes alternativas</b>	
	<a href="#">TESIS DE MAESTRIA DE MAURA VILLACRESES Y MONSERRATE CAÑARTE.docx</a>

At the bottom of the interface, there are navigation icons and a status bar showing 0 Advertencias, Reinciar, Exportar, and Compartir options.

Econ. Lucía Pico Versoza, MBA

Glenda Lucio Villacreses

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento a Dios por haberme permitido llegar a cumplir con esta meta propuesta y demostrar ser ejemplo de superación para mis hijos Sarita y Ariel para que forjen un futuro de ideales; a mi padre quien vive en mi corazón por ser un ganador de duras batallas; a mi madre quien me corrige y me llena de amor en cada momento que la necesito junto con mis hermanos; a mi esposo Jorge por ser mi fiel compañero y apoyo diario de la formación del tesoro más importante que tenemos nuestro hogar.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico a mis hijos Sarah Ariana y Ariel Sebastián ya que son quienes me motivan a dar lo mejor de mí como ser humano ya que durante esta preparación académica Dios me los envió a mi vida para impulsar mis deseos de superación a ellos les dejo esta huella de superación para que logren sus metas, recuerden siempre que los amo con todo mi corazón y solo pido a Dios me permita seguir junto a ustedes para que se conviertan en personas de bien de nuestra sociedad.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Esther Georgina Balladares Calderon, MBA  
DIRECTORA DE CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Paola Traverso Holguin, Mgs.  
CORDINADORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Erick Paul Murillo Delgado  
OPONENTE**

Guayaquil 30 de agosto de 2017.  
Ingeniero  
**Freddy Camacho**  
COORDINADOR UTE A-2017  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
En su despacho.

De mis Consideraciones:

Economista Lucía Pico Versoza, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de la Sra. Glenda Azucena Lucio Villacreses, cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avalo** el trabajo presentado por el estudiante, titulado “PROPUESTA DE UNA NUEVA ESTRUCTURA FÍSICA ORGANIZACIONAL PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN JIJIJAPA” por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 2% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2017 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación somos la Tutora Economista Lucía Pico Versoza y la Sra. Glenda Azucena Lucio Villacreses, eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 9.5/10 Nueve punto cinco sobre Diez.

Atentamente,

**Econ. Lucía Pico Versoza, MBA**

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

**Sra. Glenda Azucena Lucio Villacreses**

AUTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

## Índice General

1	Capítulo i; introducción.....	16
1.1	Situación problemática.....	16
1.2	Antecedentes y justificación.....	17
1.3	Objetivo General.....	18
1.3.1	Objetivos específicos.....	18
1.4	Marco teórico.....	19
1.4.1	El Cantón Jipijapa.....	19
1.4.1.1	Antecedentes históricos.....	20
1.4.2	Economía.....	21
1.4.2.1	Economía social de mercado.....	22
1.4.3	El comercio.....	22
1.4.3.1	Importancia.....	24
1.4.3.2	Clasificación.....	24
1.4.3.3	La Organización Mundial de Comercio.....	25
1.4.3.4	Comercio justo.....	26
1.4.3.5	Comercio regional en Ecuador.....	27
1.4.4	El comerciante.....	28
1.4.4.1	Tipos de comerciantes.....	29
1.4.4.1.1	Comerciantes formales.....	29
1.4.4.1.2	Comerciantes informales.....	29
1.4.5	Informalidad.....	30
1.4.5.1	La informalidad en la sociedad.....	31
1.4.5.2	El comercio informal en la vía pública.....	33
1.4.5.3	Ventajas del comercio informal.....	34
1.4.5.4	Consecuencias de la informalidad.....	34
1.4.5.5	Importancia del comercio informal.....	35
1.4.5.6	Comercio formal vs comercio informal.....	36
1.4.6	Planificación urbana.....	37
1.4.7	Estructura Física Organizacional.....	39
1.5	Preguntas de Investigación.....	41
1.6	Metodología.....	41
1.6.1	Diseño de investigación.....	41
1.6.2	Tipo de investigación.....	41
1.6.3	Alcance.....	42
1.6.4	Población y muestra.....	43
1.6.5	Técnicas de recogida de datos.....	45
2	Capítulo ii; Análisis del Entorno.....	46
2.1	Descripción del mercado informal.....	46
2.2	Análisis de las encuestas.....	48
2.3	Estructura del comercio informal en Jipijapa.....	62
2.3.1	Zonificación.....	62
2.3.2	Clasificación por actividad (producto).....	66
2.4	Causas y efectos del comercio informal.....	67
2.5	Urbanidad, salubridad y medio ambiente.....	70
2.6	Ambiente socio político – económico.....	71

2.6.1	Diagnóstico del GAD municipal y sus políticas con el comercio informal	72
2.6.2	Impacto en la economía local.....	74
2.7	Problemas y oportunidades .....	75
2.8	Expectativas de cambio situacional .....	77
3	Capítulo iii; Estudio Técnico .....	78
3.1	Misión.....	78
3.2	Visión .....	78
3.3	Estructura organizacional.....	78
3.4	Análisis de las responsabilidades administrativas.....	79
3.4.1	Junta Directiva .....	79
3.4.2	Departamento administrativo .....	79
3.4.3	Departamento de áreas comerciales .....	79
3.4.4	Departamento de vigilancia y control .....	80
3.4.5	Reglamento interno.....	80
3.5	Descripción y detalle de la estructura física organizacional .....	86
3.5.1	Localización .....	87
3.5.2	Ingeniería de la estructura física organizacional .....	88
3.5.2.1	Plano de la planta baja.....	89
3.5.2.2	Plano de la segunda planta.....	93
3.6	Proceso de conformación de la estructura .....	96
3.7	Determinación de la capacidad instalada.....	97
3.7.1	Impacto socio político – económico .....	97
3.8	Costos y características de la inversión .....	98
3.8.1	Inversión .....	98
4	Capítulo IV; Propuesta de mejora continúa.....	99
4.1	Planificación de estrategias a largo plazo .....	99
4.1.1	Estrategias administrativas .....	99
4.1.2	Estrategia funcional.....	100
4.2	Liderazgo y capital humano .....	101
4.3	Mejoramiento de atención al cliente .....	102
4.4	Responsabilidad Social.....	102
5	Capítulo V; Viabilidad.....	103
5.1	Presupuesto .....	103
5.2	Financiadores principales .....	104
5.3	Evaluación Costo Beneficio.....	105
5.4	Riesgos .....	106
5.5	Resultados esperados .....	106
6	Capítulo vi; Conclusiones.....	107
7	Capítulo vii; Recomendaciones.....	108
8	Capítulo VIII; Bibliografía .....	109
9	Capítulo IX; Anexos .....	112

## Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Generos de los encuestados</i> .....	48
Tabla 2. <i>Edad</i> .....	49
Tabla 3. <i>Nivel de escolaridad</i> .....	50
Tabla 4. <i>Sector de procedencia</i> .....	51
Tabla 5. <i>Autodenominacion de comerciante informal</i> .....	52
Tabla 6. <i>Comerciante</i> .....	53
Tabla 7. <i>Tiempo de actividad en años</i> .....	54
Tabla 8. <i>Motivos de dedicarse al comercio informal</i> .....	55
Tabla 9. <i>Inconvenientes</i> .....	56
Tabla 10. <i>Razones por las que no se ha formalizado</i> .....	57
Tabla 11. <i>Incomodidad de laborar en las calles</i> .....	58
Tabla 12. <i>Deseo de contar con espacio fisico adecuado</i> .....	59
Tabla 13. <i>Percepción de buena atención al cliente</i> .....	60
Tabla 14. <i>Predisposición de capacitarse</i> .....	61
Tabla 15. <i>Clasificación del comercio por tipo de producto ofertado</i> .....	66
Tabla 16. <i>Causas y efectos del comercio informal</i> .....	68
Tabla 17. <i>Diagnostico de políticas del GAD municipal con el comercio</i> .....	73
Tabla 18. <i>Distribución de las actividades laborales en Jipijapa</i> .....	74
Tabla 19. <i>Problemas y oportunidades del comercio informal en Jipijapa</i> .....	76
Tabla 20. <i>Distribución de la estructura física organizacional</i> .....	86
Tabla 21. <i>Período de tiempo del proceso de confirmación de la estructura</i> .....	96
Tabla 22. <i>Capacidad de la estructura física organizacional</i> .....	97
Tabla 23. <i>Presupuesto de la inversión para la estructura fisica organizac</i> .....	98
Tabla 24. <i>Plan de inversión</i> .....	103
Tabla 25. <i>Sueldos</i> .....	104

## Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Género de los encuestados .....	48
<i>Figura 2.</i> Edad .....	49
<i>Figura 3.</i> Escolaridad .....	50
<i>Figura 4.</i> Sector de procedencia .....	51
<i>Figura 5.</i> Autodenominación de comerciante informal .....	52
<i>Figura 6.</i> Comerciante ambulante o fijo .....	53
<i>Figura 7.</i> Tiempo de actividad en años .....	54
<i>Figura 8.</i> Motivos de dedicarse al comercio informal .....	55
<i>Figura 9.</i> Inconvenientes.....	56
<i>Figura 10.</i> Razones por las que no se ha formalizado.....	57
<i>Figura 11.</i> Incomodidad de laborar en las calles.....	58
<i>Figura 12.</i> Deseo de contar con espacio físico adecuado .....	59
<i>Figura 13.</i> Percepción de buena atención al cliente .....	60
<i>Figura 14.</i> Predisposición de capacitarse .....	61
<i>Figura 15.</i> Ubicación de la feria libre de víveres. ....	62
<i>Figura 16.</i> Ubicación de feria de vestimenta “La Bahía”. ....	63
<i>Figura 17.</i> Calles centrales de Jipijapa. ....	63
<i>Figura 18.</i> Comerciantes informales en la entrada del cementerio. ....	64
<i>Figura 19.</i> Terminal terrestre.....	64
<i>Figura 20.</i> Universidad Estatal del Sur de Manabí.....	65
<i>Figura 21.</i> Colegios Alejo Lascano y 15 de octubre.....	65
<i>Figura 22.</i> Diagrama de Ishikawa del comercio informal .....	69
<i>Figura 23.</i> Análisis PESTEL del comercio informal.....	71
<i>Figura 24.</i> Análisis FODA .....	75
<i>Figura 25.</i> Estructura organizacional .....	78
<i>Figura 26.</i> Localizaciones propuestas para la estructura.....	87
<i>Figura 27.</i> Plano de la planta baja .....	89
<i>Figura 28.</i> Detalle de la planta baja 1 .....	90
<i>Figura 29.</i> Detalle de la planta baja 2 .....	91
<i>Figura 30.</i> Detalle de la planta baja 3 .....	92
<i>Figura 31.</i> Plano de la segunda planta .....	93
<i>Figura 32.</i> Detalle de la segunda planta 1 .....	94
<i>Figura 33.</i> Detalle de la segunda planta 2 .....	95
<i>Figura 34.</i> Cronograma del proceso de conformación de la estructura .....	96

## RESUMEN

El comercio informal es una de las actividades de mayor índole en el cantón Jipijapa, esta mueve gran porcentaje del flujo económico que hay en la región, y representa un gran aliciente económico para muchos habitantes que se dedican a estas actividades.

A pesar de lo mencionado, el comercio informal origina diversa problemática, sobre todo la que está relacionada con la desorganización urbana, el caos vehicular, la ocupación de espacios públicos y la insalubridad. Razón por la cual se presenta este trabajo de titulación, con el fin de proponer una estructura física organizacional que dé cabida a un gran sector primordial del comercio informal, brindando un espacio físico adecuado donde realizar las actividades comerciales.

El trabajo de titulación se encuentra estructurado como un modelo de negocios, se describe la etapa de introducción, donde consta el planteamiento general del proyecto, seguida de la etapa de análisis del entorno donde se describe el estado situacional del comercio informal en Jipijapa, en el estudio técnico se detallan las características técnicas que den paso a la conformación de la estructura física organizacional, se realiza también la propuesta de mejora continua donde se proponen lineamientos a fin de administrar de forma correcta las instalaciones, exponiendo además, la viabilidad de este trabajo, en donde se analiza lo factible de aplicar el proyecto, finalizando con las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo.

Se pretende facilitar un documento para que las autoridades competentes analicen las necesidades de solucionar la problemática y las soluciones propuestas en este trabajo, y se consiga conformar estructura física organizacional para los comerciantes informales del cantón.

**Palabras claves:** comercio, informal, estructura, organizacional.

## **ABSTRACT**

Informal commerce is one of the most important activities in the Jipijapa canton, which moves a large percentage of the economic flow in the region, and represents a great economic incentive for many inhabitants who are engaged in these activities.

In spite of the above, informal commerce causes diverse problems, especially those related to urban disorganization, vehicular chaos, occupation of public spaces and unhealthiness. This is why this work of titling is presented, in order to propose an organizational physical structure that accommodates a large sector of informal commerce, providing an adequate physical space where to carry out commercial activities.

The title work is structured as a business model, describes the stage of introduction, which includes the general approach of the project, followed by the stage of analysis of the environment where the situational state of informal commerce in Jipijapa is described. Technical study that details the technical characteristics that give rise to the formation of the organizational physical structure, the proposal of continuous improvement is also made where guidelines are proposed in order to properly manage the facilities, also exposing the viability of this work, where it is analyzed the feasibility of applying the project, ending with the conclusions and recommendations of the present work.

It is intended to provide a document for the competent authorities to analyze the needs to solve the problem and the solutions proposed in this work, and to establish an organizational physical structure for the informal traders in the canton.

**Keywords:** commerce, informal, structure, organizational.

## **Capítulo I; introducción**

El comercio informal es la actividad llevada a cabo por cualquier ciudadano que depende de la venta de un producto a menor escala sin tener un establecimiento específico, haciendo uso de las calles o zonas estratégicas donde considera que pueda comerciar su mercancía, también se caracteriza por no tener un control municipal ni responsabilidad tributaria y a menudo se lo relaciona con ser el causante de la congestión urbanística y vial.

La informalidad es muy común en países que están en vía de desarrollo y está muy presente a lo largo del continente sudamericano. La falta de empleo suele ser un detonante principal para incursionar en este tipo de trabajo, y muy a menudo la actividad de comercio informal es un símbolo de la pobreza y falta de oportunidades, debido a esto se ha creado una polémica laboral en la que diversos actores sociales debaten sobre el regular esta actividad asegurando el sustento al comerciante o erradicarla en bien del ornato, la urbanidad y el orden de una ciudad.

Otra característica en este ámbito es que el comerciante informal carece de amparo legal, como de seguridad social, y no existen organismos oficiales que lo representen ante las autoridades como se percibe en otros tipos de trabajos, así como la falta de facilidades para convertirlos en comercios formales que gocen de un espacio destinado a la ejecución de las actividades, garantizando seguridad, orden y mejora continua en el emprendimiento que llevan a cabo.

### **1.1 Situación problemática**

En el cantón Jipijapa no es extraño observar la problemática descrita, el fenómeno de la informalidad comercial también está presente en el área urbana, se presentan diversas barreras para brindar al comerciante de opciones dignas y viables para la organización de la actividad. Un punto importante de mencionar es la presencia de inversión de grandes cadenas de comercio nacionales que ya están establecidas y a inaugurarse prontamente,

que han restado el nivel de ventas a los comerciantes informales quienes se sienten desplazados al no contar con una estructura física comercial que les facilite promover sus negocios y con esto mejorar sus condiciones económicas.

## **1.2 Antecedentes y justificación**

La evolución del emprendimiento informal a un comercio formal es clave y trascendental para quien se dedica a esta actividad, ya que el objetivo de todo comerciante es hacer crecer su negocio y afianzarse como una entidad competente en el mercado laboral. Se puntualiza que el crecimiento económico por medio del comercio constituye una base fundamental del desarrollo de las sociedades.

En la historia comercial del cantón Jipijapa han existido varias formas en que la economía de la ciudad haya desarrollado su crecimiento, con el pasar de las décadas el boom cafetalero que caracterizó a este cantón fue disminuyendo y el comercio desplazó a la agricultura como la actividad principal de los jipijapenses.

Actualmente el comercio al ser la principal actividad laboral del cantón representa un gran porcentaje en la economía local, y la informalidad de esta actividad se manifiesta en diversos puntos estratégicos repartidos por todo el cantón, la zona central, la terminal terrestre y paraderos de buses, en las entradas de las instituciones educativas y los negocios de comida al paso presentes en los distintos barrios, son los lugares en donde fácilmente se encuentran los que emprenden el comercio informal.

Los comerciantes informales del cantón Jipijapa necesitan mejorar sus estrategias de ventas y para eso se precisa contar con un espacio físico que permita atraer a los clientes internos y externos dentro de un espacio que garantice seguridad e higiene en sus actividades comerciales generando así una cadena de trabajo que maximice la economía de esta ciudad.

Por tal motivo, surge este trabajo investigativo titulado “Propuesta de una nueva estructura física organizacional para los comerciantes informales del cantón Jipijapa” que, mediante el análisis del comercio informal, el inventariado de estos comercios por presencia zonal y el planteamiento de una estructura física organizacional, pretende aportar al desarrollo del comercio informal de manera segura, salubre, organizada y sobre todo mejorar la economía de las familias jipijapenses dedicadas a esta actividad.

### **1.3 Objetivo General**

Diseñar una propuesta de una nueva estructura física organizacional para los comerciantes informales del cantón Jipijapa que permita mejorar la calidad de atención a sus clientes.

#### **1.3.1 Objetivos específicos**

- Realizar un compendio de las bases teóricas concernientes a los comercios informales y la distribución organizacional.
- Diagnosticar el comportamiento de los comercios informales y las incidencias en la economía, urbanidad y ambiente socio político del cantón Jipijapa.
- Evaluar la factibilidad técnica de la estructura física organizacional para los comerciantes informales del cantón Jipijapa.
- Establecer estrategias para los comerciantes informales mediante la mejor continua.
- Analizar la viabilidad financiera de la estructura física organizacional para los comerciantes informales.

## 1.4 Marco teórico

### 1.4.1 El Cantón Jipijapa

**Jipijapa**, la Villa de San Lorenzo de Jipijapa, también **Xipixapa**. Es un cantón ubicado al sur de la provincia de Manabí. En la franja costera del Ecuador, la tradición cuenta que su nombre se deriva de un cacique indio del lugar *Xipixapa*, su superficie es de 1.420 Km<sup>2</sup>; El cantón **Jipijapa** cuenta con 65.976 habitantes con una población económicamente activa de 20.561 personas sus límites son Al norte: con los cantones Montecristi, Portoviejo y Santa Ana, Al sur: con el cantón Paján y la provincia del Guayas, Al este: con los cantones Veinticuatro de Mayo y Paján. Al oeste: con el Océano Pacífico y el cantón Puerto López; La Cabecera Cantonal San Lorenzo de Jipijapa cuenta con 44.870 habitantes.

Tiene tres parroquias urbanas y siete rurales:

Urbanas

- San Lorenzo de Jipijapa
- Manuel Inocencio Parrales y Guale
- Dr. Miguel Morán Lucio

Rurales:

- La América
- El Anegado (Cab. en Eloy Alfaro)
- Julcuy
- Pedro Pablo Gómez
- Puerto Cayo
- Membrillal
- La Unión

#### **1.4.1.1 Antecedentes históricos**

Lo que actualmente es el cantón Jipijapa, estuvo poblado por los aborígenes pertenecientes a las culturas Valdivia, Machalilla, Chorrera, Manteño y Huancavilca.

El nombre de Jipijapa, para algunos investigadores, proviene de la tribu indígena Xipixapa, que significa sube y baja por tierra alta y baja. En la época colonial, fue caserío de circulación en la vía Portoviejo Daule y Guayaquil hasta el siglo XVII aproximadamente en el que se fue convirtiendo en un lugar de producción y comercialización de sombreros de paja toquilla.

En años posteriores en la época de independencia, Jipijapa fue el primer territorio de Manabí en sumarse a la proclamación de independencia de Guayaquil, el 9 de octubre de 1820. A mediados del siglo XIX, se introduce el cultivo del café, desplazando la producción de sombreros a otros lugares y poblados como Montecristi. Así pues, Jipijapa se convierte en una zona productora y exportadora de café; generando fuentes de empleo y divisas para los pobladores, productores y comerciantes.

Pero a fines de siglo, los precios internacionales caen y se pierden cafetales llegando al fin del boom cafetalero de la época.

El cantón Jipijapa surgió a la vida política con tres parroquias: Jipijapa, Julcuy y Paján dentro de la jurisdicción comunal adquirida y posesionada en el año de 1806, fundando así el sur de la provincia de Manabí.

Para el año de 1945, Jipijapa cuenta con trece parroquias, pero en ese mismo año la Asamblea Constituyente crea el cantón 24 de Mayo, lo cual pierde tres parroquias Sucre, Bellavista y Noboa. Otra pérdida fue en el año de 1950, ya que el congreso de ese año crea el cantón Paján y lo constituye las parroquias Paján, Guale, Lascano y Campuzano.

En la actualidad el cantón Jipijapa cuenta con siete parroquias rurales: El Anegado, Pedro Pablo Gómez, Julcuy, La Unión, Membrillal y Puerto Cayo. Su fecha de cantonización es el 25 de junio de 1824 y la de Independencia el 15 de Octubre de 1820 (GAD 2015).

### **1.4.2 Economía**

La economía es el estudio de cómo las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas. La vida económica es una colmena enormemente complicada de actividades, en la que la gente compra, vende, negocia, invierte y convence. Los economistas utilizan el enfoque científico para entender la vida económica. Esto implica observar las cuestiones económicas y obtener información de la estadística y de los registros históricos. Para fenómenos complejos, como los efectos del déficit presupuestal o las causas de la inflación, la investigación histórica constituye una fuente abundante de ideas (Burke 2009).

La economía está relacionada con el comportamiento de la persona en cuanto a su actividad, por lo que podemos afirmar que tiene que ver con los medios de la vida humana y no con sus fines. De este modo, por un lado, es posible delimitar el campo de la economía, que trata acerca de las actividades humanas relacionadas con los medios de la vida, del campo de la ética, que estudia la actividad humana desde el punto de vista de sus fines.

Por ejemplo, un mismo acto, como robar, puede ser eficiente desde el punto de vista económico porque aumenta la cantidad de bienes a disposición de la persona en un momento del tiempo. Sin embargo, desde el punto de vista ético, la acción debe ser descalificada porque rompe la actitud que el hombre debe tener con sus semejantes, que es la de la amistad o, al menos, la del respeto de la propiedad ajena, por lo que se distancia de uno de los fines de la vida. Se puede acotar que, si se vulnera la propiedad en general en una determinada sociedad, ésta crecerá menos económicamente que otra donde se respeta.

### **1.4.2.1 Economía social de mercado**

Según Muller-Armack, la Economía Social de Mercado es la “combinación del principio de la libertad de mercado con el principio de la equidad social”. Se basa en la organización de los mercados como mejor sistema de asignación de recursos y trata de corregir y proveer las condiciones institucionales, éticas y sociales para su operatoria eficiente y equitativa. En casos específicos, requiere compensar o corregir posibles excesos o desbalances que puede presentar el sistema económico moderno basado en mercados libres, caracterizado por una minuciosa y extensa división del trabajo y que, en determinados sectores y bajo ciertas circunstancias, puede alejarse de una competencia funcional. Descarta como sistema de organización la economía planificada centralmente (Muller-Armack 1946).

La Economía Social de Mercado se basa en la organización de mercados como mejor sistema de asignación de recursos, y trata de corregir y proveer las condiciones institucionales, éticas y sociales para su operatoria eficiente y equitativa. En los casos requeridos no se abstiene de compensar o corregir posibles excesos o des-balances que puede presentar un sistema económico moderno basado en mercados libres, caracterizado por una minuciosa y extensa división del trabajo, y que, en determinados sectores y bajo ciertas circunstancias, puede alejarse de una competencia leal y eficaz (Resico 2008).

### **1.4.3 El comercio**

Según (Rodríguez y López 2010) el comercio es la intermediación entre la oferta y la demanda de mercaderías, con el objetivo de obtener un lucro, esta actividad mercantil, se distingue de otras actividades conexas a ella:

- Se distingue de la producción y del consumo: los dos extremos del ciclo económico.

- Se distingue de la transformación (fabricación) que no implica, necesariamente, intermediación en el cambio de bienes.
- Se distingue del transporte, que tampoco supone dicha intermediación (Rodríguez y López 2010).

El lucro es un término económico que consiste en la obtención de una utilidad o ganancia por medio de la especulación.

La ganancia es el excedente que se obtiene de los ingresos sobre los egresos, es decir, las ganancias se obtienen cuando los ingresos por una actividad son mayores que los costos generados para realizarla.

La intermediación en el cambio implica que lo que se intercambia no es para uso o consumo personal pues el beneficio que se busca en las transacciones comerciales sólo es posible a través del intercambio sucesivo para aprovechar las variaciones en el precio. Como consecuencia, la intermediación en el cambio implica la interposición de un tercero entre el productor de un bien o servicio y el consumidor final para facilitar el intercambio entre estos dos.

La intermediación en el cambio no es una nota característica de los actos civiles porque al tratarse de actos que se realizan con una finalidad de uso o consumo personal, el intercambio se agota con el acto mismo pues no hay intercambios sucesivos. Esto no quiere decir que no sea posible un intercambio posterior en derecho civil como frecuentemente sucede con los bienes que no se agotan con su uso o consumo (por ejemplo, un automóvil) pero el intercambio sucesivo no es lo que motiva al acto civil.

Aparentemente, el acto de comercio es sinónimo de negocios; sin embargo, el concepto de comercio es demasiado amplio como para acotarlo exclusivamente al derecho mercantil. El comercio es un concepto económico que se puede definir como el intercambio de bienes o servicios, jurídicamente, el intercambio de bienes o servicios se puede llevar a cabo a través de un acto jurídico regulado por el derecho mercantil o por el derecho civil, de ahí el

problema que implica utilizar el concepto de comercio como sinónimo de acto de comercio (Mantilla 2011).

#### **1.4.3.1 Importancia**

El comercio permite a los países intercambiar lo que tienen por lo que necesitan. Un comercio más libre contribuye con el tiempo al crecimiento económico y al aumento de los ingresos globales y del empleo. Sin embargo, esta contribución no es automática, por lo que puede que algunos grupos no se beneficien a corto plazo. Para aumentar el bienestar colectivo, un país necesita sistemas de producción y políticas de incentivos adaptables, así como medios destinados a proteger a las personas sobre las que recaerán los costos del ajuste necesario para introducir un comercio más libre (FAO 2017).

El comercio tiene una importancia creciente en el contexto económico mundial, ya que la porción de la producción que se destina al mercado externo viene aumentando de forma sostenida. En los últimos 50 años el volumen físico de la producción global creció 8 veces mientras que el volumen de exportaciones aumentó 25 veces (en valor 150 veces). Una consecuencia de este fenómeno es la mayor interdependencia de las economías y la necesidad de incorporar la perspectiva internacional en las decisiones domésticas. De allí la importancia de destacar algunas características que presenta el comercio global (Pontoni 2006).

#### **1.4.3.2 Clasificación**

El comercio se puede clasificar según diversos criterios:

Se entiende por comercio mayorista (conocido también como "comercio al por mayor" o "comercio al mayor") la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador no es consumidor final de la mercancía. La compra con el objetivo de vendérsela a otro comerciante o a una empresa manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto. Se entiende por comercio minorista (conocido también como

"comercio al por menor", "comercio al menor"; "comercio detallista" o simplemente "al detal") la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía, es decir, quien usa o consume la mercancía (CEPAL 2009).

Otras clasificaciones son:

- *Comercio Interior*: es el que se realiza entre personas que se hallan presentes en el mismo país, sujetos a la misma jurisdicción;
- *Comercio exterior*: es el que se efectúa entre personas de un país y las que viven en otro.
- *Comercio Terrestre y Comercio Marítimo*: ambos hacen referencia al modo de transportar la mercancía y cada una es propia de una rama del derecho mercantil, que llevan el mismo nombre.
- *Comercio por cuenta propia y Comercio por comisión*: éste último es el que se realiza a cuenta de otro.

#### **1.4.3.3 La Organización Mundial de Comercio**

Establecida en 1995, la OMC administra los acuerdos comerciales negociados por sus miembros, en concreto el Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT en inglés), el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS en inglés) y el Acuerdo sobre Comercio de Propiedad Intelectual (TRIPs en inglés).

Además de esta función principal, la OMC es un foro de negociaciones comerciales multilaterales; administra los procedimientos de solución de diferencias comerciales (disputas entre países); supervisa las políticas comerciales y coopera con el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional con el objetivo de lograr una mayor coherencia entre la política económica y comercial a escala mundial.

A pesar de que teóricamente el libre comercio no figura entre sus objetivos, en la práctica, la OMC es un foro dónde los Estados miembros buscan acuerdos para la reducción de aranceles, y por tanto para la liberalización del comercio, y dónde se resuelve cualquier disputa comercial que pudiera surgir entre sus miembros con respecto a los acuerdos alcanzados (CCC 2017).

#### **1.4.3.4 Comercio justo**

Entre las características de un comercio justo se menciona:

- Garantizar para los trabajadores o trabajadoras un salario justo.
- Mejorar las condiciones de seguridad e higiene del lugar de trabajo.
- Fomentar la igualdad de oportunidades para las mujeres.
- Proteger los derechos de los niños.
- Salvaguardar las minorías étnicas y/o religiosas.
- Preservar el medio ambiente.
- Compromiso comercial a largo plazo.
- Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias y funcionan democráticamente.
- Libre iniciativa y trabajo, en rechazo a los subsidios y ayudas asistenciales.
- Se trabaja con dignidad respetando los derechos humanos.
- El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas.
- Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse.
- Se valora la calidad y la producción ecológica.

- Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores y los beneficios excesivos y especulación de estos intermediarios.
- Se informa a los consumidores acerca del origen del producto.
- El proceso debe ser voluntario, tanto la relación entre productores, distribuidores y consumidores.
- Los beneficios de los productores se dedican al desarrollo de la Comunidad (Morrow 2009).

#### **1.4.3.5 Comercio regional en Ecuador**

Ecuador concentra su comercio regional en los socios de la Comunidad Andina más importantes en términos de mercado, como Colombia (importaciones) y Perú (exportaciones), y con Chile a quien le vende mayoritariamente aceites crudos de petróleo.

Perú se mantuvo históricamente como principal socio comercial del Ecuador representando el 28% de sus exportaciones en 2013 y el 12% de sus importaciones regionales; por otro lado, Chile ha ido creciendo en importancia relativa representando el 36% de las exportaciones en 2012 y el 7% de sus importaciones a nivel regional. Colombia, por su parte, es un país que ha ido perdiendo participación en las exportaciones ecuatorianas, sin embargo, ha ido incrementando su participación en las importaciones, siendo el país que a nivel regional más le vende a el Ecuador (27% del total).

Si se excluyen a los aceites crudos de petróleo del análisis de exportaciones, la participación de Perú y Chile se reducen casi a la mitad, pasando a representar 13% y 14%, respectivamente. Colombia, en tanto, adquiere mayor relevancia representando como destino un 32% del total exportado, seguido por Venezuela (16%).

Los aceites crudos de petróleo, principal producto de exportación a nivel intrarregional y global, presenta grandes oportunidades para el desarrollo económico del Ecuador, pero al mismo tiempo, genera una alta dependencia en cuanto a la concentración de su oferta y destinos de exportación. Excluidos los aceites crudos de petróleo del análisis se observa igualmente una alta concentración en las exportaciones hacia la región en productos alimenticios tales como: los atunes, bananas y el aceite de palma en bruto (Alvarez 2013).

#### **1.4.4 El comerciante**

Comerciante es la persona que comercia, y es el sujeto de las leyes mercantiles, que interviene dentro del mercado, como productor, distribuidor e intermediario de mercancías y servicios (UNAM 2017).

El concepto relacionado es restringido, ya que se refiere únicamente a las personas naturales y cuando usamos la expresión comerciantes, debemos entender que hablamos tanto de las personas naturales como de las jurídicas (sociedades), los cuales siendo capaces de adquirir derechos y contraer obligaciones, ejercen actos de comercio que, de acuerdo a la teoría moderna, es la realización de actos en masa, y es por esta actividad que les llamamos comerciantes. Los comerciantes son los sujetos del derecho comercial, es decir, las personas (naturales o jurídicas) que ejecutan actos de comercio.

Su origen es muy remoto e imposible de determinar la fecha en que se inició la práctica comercial, pues desde el trueque como forma de intercambio de productos para satisfacer las distintas necesidades, podríamos hablar de comerciantes. Algunos autores prefieren ligar la evolución histórica de los comerciantes a los sistemas económicos que se encuentran en boga, pues consideran que estos son los que determinan el carácter, ya sea de institución de derecho público, o bien de derecho privado (UFG 2017).

El comerciante es la persona física o individual con capacidad legal, para ejercer el comercio, hace de él su ocupación ordinaria o profesional

permanentemente, normalmente es mayor de edad y en plenas facultades mentales, sin impedimentos o prohibiciones para ejercer el comercio lícito. Las sociedades o comerciantes colectivos o también llamados sociales, por autoridad de la ley ejercen el comercio lícito. Estas sociedades pueden ser nacionales y extranjeras.

#### **1.4.4.1 Tipos de comerciantes**

Existen dos tipos de comerciantes relacionados con la temática del proyecto:

##### ***1.4.4.1.1 Comerciantes formales***

El comercio Formal es el comercio que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes.

##### ***1.4.4.1.2 Comerciantes informales***

Un sector de la economía que se encuentra en notable crecimiento, en todos nuestros países, es el del comercio informal. A este tipo de comercio se les puede clasificar en dos grupos: los estacionarios y los ambulantes.

Cada día se puede ver más comerciantes callejeros, que se han estacionado con sus casuchas, en las principales calles de las grandes ciudades. En algunas de esas calles, de por sí estrechas, ya no es posible transitar. Se encuentran abarrotadas de comerciantes informales, que ofrecen toda clase de productos de toda índole; frente a negocios perfectamente establecidos. Unos y otros parecieran haber llegado a pacíficos acuerdos de convivencia.

Por otro lado, se encuentran los comerciantes ambulantes, que van vendiendo sus mercancías por las calles, o se estacionan en los cruces de grandes avenidas para ofrecer al automovilista y peatones principalmente frutas, flores y verduras. Pero, no solo ello, sino que ahora también relojes, cámaras

fotográficas, estuches de celulares, anteojos, walkman y hasta herramientas eléctrica de pequeño tamaño.

Por medio del comercio informal, sea estacionario o ambulante, se puede generar una actividad lucrativa que permita a una familia pequeña conseguir algunos ingresos mínimos para subsistir. Pero, al mismo tiempo, es una actividad que desarrollan quienes tienen ese curioso espíritu emprendedor, que quieren ser independientes, no depender de nadie (Zambrano 2006).

El comerciante informal, es un microempresario, un emprendedor, un individualista, que ejerce un capitalismo muy sui géneris en medio de las calles más transitadas de las ciudades. Pero, a la larga, capitalismo puro y simple. Este tipo de capitalismo mueve gran cantidad de dinero en las zonas urbanas, es parte del diario vivir urbano, la demanda siempre está presente, y los comerciantes informales saben que a veces la mejor estrategia es estar presente en el lugar de mayor tránsito ciudadano, que los productos estén a la mano del cliente, facilitando y minimizando la práctica comercial, pagar y llevar sin necesidad de acudir a una tienda y perder el valioso tiempo del ciudadano.

A los comerciantes informales, los gobiernos centrales no les parecen productivos, porque no ganan lo suficiente para pagar impuestos y los gobiernos locales tratan de eliminarlos, dando como razón que deslucen las ciudades.

#### **1.4.5 Informalidad**

Los negocios que se encuentran en la informalidad se refieren a todas aquellas personas o grupos de personas que deciden desarrollar una actividad económica sin el correspondiente cumplimiento de obligaciones tal como lo establecen las leyes. Se estima que el 50% de las nuevas fuentes de trabajo se crean en la informalidad. Estas organizaciones se desarrollan en todos los giros y atendiendo al carácter familiar, pueden ser negocios

familiares o no familiares. Se encuentran en la informalidad esencialmente microempresas, aunque también es posible encontrar a pequeñas y medianas (Patlán, Belausteguigoitia y Compeans 2009).

La economía informal se relaciona más con el ambulante que prolifera a pasos agigantados. Ante este escenario las medidas que se han tomado son el desalojo y la reubicación. En las grandes ciudades el comercio ambulante se confunde con la piratería ya que ambos coexisten en los mismos espacios. Sin embargo, hay muchas empresas formales que surten al comercio ambulante, así como grandes corporativos que venden productos a través del comercio informal y que no están gravados. De esta manera la economía informal está desplazando a la economía formal.

El comercio ambulante existe debido a una demanda de la población de bajos ingresos que promueve esta forma de abastecimiento, así como también de la demanda por trabajo de población desempleada, la cual busca generar ingresos de alguna manera. Se reconoce que el ejercicio de esta actividad en la vía pública impone serios límites para su crecimiento.

La mayoría de comerciantes ambulantes constituyen cinturones alrededor de mercados formalmente establecidos. Ésta situación explica los conflictos existentes entre comerciantes ambulantes y comerciantes formales, los cuales son los mayores opositores al comercio ambulante. Se supone, que existe un desequilibrio entre la oferta y la demanda en ciertos ejes zonales que causan la sobrepoblación de comerciantes formales y ambulantes y las presiones por competir (Gonzalez y Maigua 2011).

#### **1.4.5.1 La informalidad en la sociedad**

La informalidad es, ante todo, una cuestión de gobernanza. A menudo, el crecimiento de la economía informal puede deberse a: políticas macroeconómicas y sociales inadecuadas, ineficaces, equivocadas o mal aplicadas, con frecuencia elaboradas sin consultas tripartitas; la falta de

marcos jurídicos e institucionales apropiados; la falta de buena gobernanza para la aplicación correcta y eficaz de las políticas y las leyes, y la falta de confianza en las instituciones y los procedimientos administrativos. En los casos en que las políticas macroeconómicas, incluidas las políticas de ajuste estructural, reestructuración económica y privatización, no se han centrado suficientemente en el empleo, éste se ha reducido o no se han creado nuevos puestos de trabajo adecuados en la economía formal.

Por su propia naturaleza, las características de la economía informal son en gran medida negativas, ya que puede atrapar a las personas y las empresas en una espiral de baja productividad y pobreza. Una estrategia nacional coherente para facilitar la transición a la formalidad tiene que reconocer que los costos de la informalidad laboral son elevados para las empresas, los trabajadores y la comunidad.

Desde el punto de vista de los trabajadores que carecen de protección, los aspectos negativos del trabajo en la economía informal superan con creces los aspectos positivos. Los trabajadores de la economía informal no están reconocidos, registrados, reglamentados o protegidos en virtud de la legislación laboral y de protección social y, por consiguiente, no pueden disfrutar de sus derechos fundamentales, ejercerlos o defenderlos. Como generalmente no están organizados, la representación colectiva ante los empleadores o las autoridades públicas es insuficiente o inexistente (OIT 2014).

Pereira y Bridikhina en su trabajo “Espacio compartido: espacio urbano y comercio informal en la ciudad de La Paz” exponen su oposición a las tesis neoliberales que presuponen el comercio informal como callejero, para huir de los excesos reglamentarios de los gobiernos en sus políticas económicas, para mejorar sus rendimientos y ascender socialmente. Dentro de ésta beneficios y minimizar los costos, el principal problema de estos trabajadores es la cuestión de la ilegalidad. así superada esta cuestión, habría plenas condiciones de progreso para estos trabajadores en dicha actividad, pues

permitiría el acceso a los créditos bancarios. A lo largo de los últimos diez años el tema de comercio informal ha llamado atención de los investigadores jóvenes, que se preocuparon por profundizar los conceptos de diferenciación social, haciendo hincapié sobre los factores culturales (Pereira y Bridikhina 2008).

#### **1.4.5.2 El comercio informal en la vía pública**

Por su ubicación en el espacio público, la relación entre este último y el comercio en vía pública es central. El carácter público los espacios en que se desarrolla esta actividad, se asocia tanto con una concepción de lo público como aquello que es visible y accesible a todos los miembros de la sociedad, como a la concepción que hace referencia a un bien de dominio público que adquiere su uso colectivo.

El comercio en la vía pública, es otro de los fenómenos que nos habla de los conflictos por el orden urbano caracterizados por la permanente impugnación de los límites entre lo público y lo privado que caracterizan las ciudades (Silva 2006).

Entre los ejemplos más visibles de la presencia del comercio en la vía pública, se cuentan: inconvenientes con el tránsito urbano, planificación urbana, infraestructura urbana, además de inconformidad por parte de los comercios establecidos y los habitantes de las zonas donde desarrollan las actividades informales, amenazas de salud pública por la insalubridad. Ante esto (Pradilla-Cobos 2003) menciona:

"La contaminación ambiental debida a la ausencia de servicios sanitarios y de sistemas de evacuación...el uso de combustibles...la acumulación de desechos orgánicos, las precarias condiciones de higiene de los productos alimentarios; los riesgos para vendedores y compradores debido al uso de materias inflamables y deficientes instalaciones

eléctricas...y la mala imagen para los turistas y clientes de otras actividades"

#### **1.4.5.3 Ventajas del comercio informal**

La opción del trabajo informal es muchas veces la única alternativa para aquellos que no pudieron ser absorbidos por la demanda laboral formal, y que de otra manera no podrían subsistir sin recibir ingresos. En las zonas urbanas, la baja razón de capital por trabajador que requiere la actividad informal permite reducir costos y absorber una gran parte de la creciente oferta laboral. Es decir, se brinda solución a grupos generalmente conformados por ancianos, niños, inmigrantes y mujeres, los cuales son más propensos a situaciones que le frenan la incorporación al desarrollo, y el acceso a mejores condiciones de bienestar (E. Jiménez 2008).

Entre otras ventajas que ofrece el comercio informal se mencionan las siguientes:

- Precios más bajos que en el comercio formal.
- Posibilidad 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.
- Genera trabajo informal para cualquier persona.
- Da oportunidad de trabajo a personas sin preparación académica.

#### **1.4.5.4 Consecuencias de la informalidad**

Los altos costos de formalización explican en gran parte porqué en el Ecuador existen tantas empresas informales. Muchas veces se asumen que los agentes económicos prefieren mantenerse de manera informal para competir en forma desleal con los negocios que si pagan impuestos. Sin embargo, esta es una visión simple del problema.

La actividad informal no está exonerada de costos, por el contrario. Los sobornos a las autoridades y otras coimas para no ser detectados son una suerte de impuesto que tienen que pagar los negocios informales.

De otro lado, los negocios informales no gozan de las ventajas que otorgan la ley, como la responsabilidad limitada, la facilidad para dividir los activos, la sucesión ilimitada, el acceso a crédito formal a tasas inferiores que las usualmente observadas en los mercados informales, etc.

A veces los costos no son tan evidentes, pero, por ejemplo, muchos productores informales además tienen que movilizar su mercadería en pequeños grupos para reducir el riesgo de ser detectados. Obviamente, es más caro transportar mercadería en pequeños paquetes que de manera agregada (Guachilema y Tavis 2010).

#### **1.4.5.5 Importancia del comercio informal**

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante.

El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. También se utiliza la palabra comercio para referirse a un establecimiento comercial o tienda.

El comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y/o servicios en la sociedad (esto es lo que le da la "formalidad" al comercio). En general se aplica al comercio ambulante, o sea las personas que ves en las veredas vendiendo cosas sin boleta o factura participan del comercio informal.

El comercio informal en la vida de una comunidad, se piensa que causa caos en el ordenamiento de las ciudades, pero lejos de eso que hay detrás de los comerciantes informales, cuales son las causas que los orillan a realizar una actividad que para muchos puede ser informal y hasta ilegal, son en realidad estos comerciantes la causa del problema o son simplemente víctimas de las malas administraciones, el desempleo y los altos impuestos (Lopez 2011).

Aunque el comercio ilegal sigue siendo una opción para el desempleo, también es un recurso para la evasión de obligaciones fiscales y empresariales, lo que debilita las finanzas públicas.

Comúnmente se piensa que el comercio informal está integrado por los puestos ambulantes o semifijos. Sin embargo, quienes se encuentran en la ilegalidad están en todos los sectores: desde el comercio hasta los servicios profesionales.

#### **1.4.5.6 Comercio formal vs comercio informal**

El comercio informal requiere de reglas más claras y más justas para desarrollar su actividad. Los comerciantes formales suelen argumentar que la baja del comercio se debe, en lo absoluto, a la competencia desleal del comercio informal, esto es debido a la relativa facilidad con que se consigue un producto en la calle que en un negocio formal.

La ocupación del espacio comercial suele ser de frecuente disputa entre el comercio formal en informal, pues a menudo los informales ocupan las afueras de los negocios formales, en una abierta competencia sobre quien acapara más clientela e incrementa el flujo de ventas.

La opinión general de los comercios formales es que el informal perjudica en gran manera el desarrollo de sus negocios, provocando alta competencia, saturación de las calles, insalubridad y baja en las ventas que deberían ser para los negocios formales, debidamente adecuados y acorde con las leyes tributarias.

El comercio informal representa tres fallas del sistema de vida moderno. Sin embargo, se aclara que la mayoría de las personas que son parte del comercio informal son gente trabajadora y que requieren más ayuda y menos persecución.

- La primera es de tipo económico. Los comerciantes informales son la respuesta inmediata ante una economía que le ha fallado por ello, deben volver a ser encausados a la legalidad y al reordenamiento. No se trata de prohibirles realicen una actividad comercial, sino que lo hagan en lugares adecuados, paguen impuestos y sean sujetos de los beneficios que otorga el Estado.
- La segunda tiene que ver con la baja eficiencia gubernamental. Los gobiernos de los estados y municipios no pueden seguir haciendo cálculos políticos para resolver este problema bajo la premisa equivocada de que la ilegalidad está relacionada con la delincuencia o actividades ilícitas. Muy por el contrario, deben minimizar las trabas burocráticas y cambiar la mentalidad acotada sobre el simple logro de mayores ingresos por la vía de los impuestos, lo importante es también lograr que los comerciantes tengan acceso a los beneficios sociales de salud, educación, vivienda, entre otros.
- La tercera es de una deficiencia cultural. Muchos comerciantes informales, no lo son por razones de desempleo o pobreza, sino por decisión consciente en base al razonamiento de que es más rentable poner 20 puestos en la vía pública que un local que pague impuestos. Existen personas ricas o con dinero suficiente que mueven millones de dólares en el comercio informal y que ahí se asientan cómodamente (M. Jiménez 2012).

#### **1.4.6 Planificación urbana**

El planeamiento urbanístico es un instrumento, y de los más importantes, del que dispone un ayuntamiento en su gestión municipal, con el objetivo de

diseñar y planificar los crecimientos urbanos futuros, tanto territoriales como demográficos. El planeamiento urbanístico general integra planes directores, planes de ordenación municipal y normas de planeamiento complementados por los programas de actuación municipal. Por ley, se establece un criterio de jerarquía normativa, y los planes urbanísticos tienen que ser coherentes con las determinaciones del Plan territorial general y de los planes territoriales parciales y sectoriales, y facilitar su cumplimiento (Gateau 2006).

La Planificación puede ser considerada como un proceso que se lleva a cabo dentro de los límites previstos por la política y la administración, a través del cual se hacen más racionales las decisiones referentes a los fines y métodos de las grandes organizaciones, en otras palabras, puede decirse que es el proceso que conduce hacia la definición y esclarecimiento de las metas de una organización para luego reducirlas a programas y métodos específicos de acción. Desde el punto de vista ideológico, la planificación puede considerarse como un medio para el logro de cierta medida de auto dirección en la evolución del sistema social; esto es, que se trata de un instrumento para obtener un importante grado de dominio sobre el destino del hombre.

Es preciso destacar que la característica que hace singular al planeamiento urbano deriva de la especial complejidad del hecho urbano. Esta complejidad es inherente a la actividad humana de la sociedad que vive y se desarrolla en un lugar y en unas circunstancias internas y externas determinadas y, por su propia naturaleza, se encuentra siempre en situación de cambio.

Ofrece así, el hecho urbano unas dimensiones no sólo espaciales sino también temporales, lo cual resulta diferencial respecto de otras iniciativas que tienen por objeto proyectar una nueva realidad construida. Además, no sólo el conjunto urbano sino también los elementos que lo integran presentan esa complejidad espacial y temporal, siendo difíciles de detectar y analizar los factores que inciden en su génesis y evolución. Por añadidura, el análisis sufre de la incertidumbre del sistema de valores y de la incertidumbre acerca de las intenciones que rodean el hecho urbano (Peralta 2015).

Una de las preocupaciones más fundamentales de la planificación urbana ha sido la preocupación sobre la sustentabilidad urbana específicamente de los hábitats residenciales populares en los países en desarrollo, esta preocupación ha abordado diversos aspectos, fundamentalmente relacionadas con el desarrollo local o la solución de las carencias urbanas producto de una desigual distribución de los recursos.

Otro aspecto a menudo estudiado en el estudio del hábitat es el fenómeno de la informalidad, aunque a menudo este tema es nuevamente visto desde el punto de vista de las carencias urbanas o la precariedad de los mercados de trabajo.

#### **1.4.7 Estructura Física Organizacional**

La estructura es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad. La estructura de la organización es un mecanismo proyectado para coadyuvar el logro de los objetivos y tratar de alcanzar las metas en una empresa o institución.

Por pequeña que sea una organización, por muy limitados que sean sus recursos, éstas deben ser utilizadas eficazmente si la administración de la organización quiere sobrevivir y prosperar, esta perspectiva requiere de la definición de objetivos y la asignación de responsabilidades en el trabajo. En esta medida, la asignación de responsabilidades es importante, aun cuando la organización está compuesta de una sola persona, porque él es quien debe manejar el tiempo eficientemente (USFX 2017).

Las estructuras se crean para satisfacer alguna necesidad humana. Para cumplir con su misión, las estructuras deben poseer varios atributos: funcionalidad, seguridad, durabilidad, satisfacción estética y factibilidad económica. El diseño de una estructura es un proceso eminentemente creativo cuya finalidad es el llegar a definir sus características de forma tal

que, durante su vida útil previsto, sea capaz de cumplir con su misión en forma óptima o, dicho en otras palabras, producir estructuras que den el mejor rendimiento (Treviño 2008).

## **1.5 Preguntas de Investigación**

¿Existe un compendio de las bases teóricas concernientes a los comercios informales y la distribución organizacional?

¿Cuál es el comportamiento de los comercios informales y como incide en la economía, urbanidad y ambiente socio político del cantón Jipijapa?

¿Qué condiciones técnicas debe reunir una estructura física organizacional que satisfaga las necesidades de los comerciantes informales?

¿Qué atributos debe reunir la estructura física organizacional para ser factible tanto para los comerciantes como para el municipio?

## **1.6 Metodología**

### **1.6.1 Diseño de investigación**

El diseño metodológico comprende la definición de la población, muestra y métodos científicos. En este trabajo de investigación se va a utilizar la investigación no experimental ya que se observa al fenómeno tal como se da en su contexto natural, para luego analizarlo; en este caso se lo hará mediante el estudio del comportamiento del comercio informal del cantón Jipijapa.

### **1.6.2 Tipo de investigación**

La metodología que se utiliza de acuerdo a la investigación científica para este proyecto de investigación será de carácter inductivo, y analítico (Ávila 2006).

- **Método inductivo**

Es el método de conocimiento, que permite obtener por generalización un enunciado general que describen casos particulares. La base de la inducción es la observación de los hechos reales y particulares, de la observación y

comparación de varios casos, se descubre lo que hay de común a los demás (Hernandez 2014).

Este método se lo va a utilizar mediante la observación directa de las características de los comercios informales estableciéndose como consecuencia definiciones claras que sirvan para la conformación de la estructura física organizacional.

- **Método analítico**

El término deriva del griego “analysis” que quiere decir descomposición o separación de un todo en las diversas partes o elementos que la constituyen, para estudiarlas en forma individual (análisis). Este método de investigación consiste en la separación de un todo, en sus partes o elementos para observar las causas, naturalezas, efectos, fenómenos (Hernandez 2014).

El método está considerado para obtener la interpretación de las encuestas a los comerciantes informales y realizar el análisis y síntesis en el momento de realizar la tabulación de resultados de las encuestas y las fichas del diagnóstico del GAD municipal.

### **1.6.3 Alcance**

- El estudio se enfocará al sector comercial informal de la ciudad Jipijapa.
- Estará orientado a la descripción de la necesidad de contar con un espacio físico proponiendo un diseño organizacional.
- Se analizarán las actividades, responsabilidades y actitudes de los comerciantes para conocer cómo se encuentran sus actividades comerciales
- Se analizará el entorno situacional del comercio informal, sus causas y consecuencias sociales, económicas y políticas en el cantón

- Se diagnosticará cuáles son las políticas del GAD municipal con respecto a los comerciantes informales
- Se destacará la importancia de contar con una estructura física organizacional bien definida que permita un mayor flujo económico.
- Se analizará la ingeniería técnica de la estructura física organizacional.
- Se formularán estrategias viables para la organización del comercio informal.
- Se estudiará la viabilidad de la estructura física organizacional.

#### **1.6.4 Población y muestra**

La población y la muestra se determinan de la siguiente manera:

- **Población**

La población no es más que el conjunto de cosas, situaciones, fenómenos, etc., que poseen similares características, por lo que pueden ser analizados en su conjunto. Para el presente proyecto se tomará como población a 3.439 que es la cantidad de personas dedicadas al comercio en el cantón Jipijapa según el censo del INEC 2010.

- **Muestra**

La muestra corresponde a una parte representativa de la población que se ha tomado como base. Se tomará una muestra de la Población equivalente a 3.439, con un nivel de confianza **del 95% que corresponde a 1.96, con un error de muestreo del 5%.**

**FORMULA:**

**n**=Tamaño de la muestra

**Z**= Nivel de confiabilidad 95% 1.96

**P**= Probabilidad de ocurrencia 0.5

**Q**= Probabilidad de no ocurrencia 0.5

**N**= Población

**E**= Error 5%

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{3.8416(0.5)(0.5)(3439)}{3.8416(0.5)(0.5) + 3439(0.0025)} =$$

$$n = \frac{3.8416(0.5)(0.5)(3439)}{0.9604 + 8.5975} = \frac{3302.8156}{9.5579} = 346 \text{ comerciantes}$$

Por lo tanto, la muestra para la realización de encuestas será de 346 comerciantes informales.

### **1.6.5 Técnicas de recogida de datos**

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de implementar los métodos de investigación, que da la facilidad de recoger información de manera inmediata (Hernandez 2014).

Las que se utilizarán en esta investigación serán la encuesta y las fichas de registro.

- **Encuesta**

Es una técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un formulario, se obtienen respuestas que reflejan los conocimientos, opiniones, intereses, necesidades, actitudes o intenciones de un grupo de personas (Hernandez 2014).

Se aplicará a los comerciantes informales y será de tipo personal con la finalidad de obtener los datos más fidedignos y directos de los comerciantes informales.

- **Fichas de trabajo para investigación de campo**

Esta ficha se utiliza para describir el lugar, persona u objeto que se estudia. También puede emplearse para relacionar los hechos previamente observados con otros fenómenos, lo cual es ya una aportación nuestra. Será utilizada en el diagnóstico del GAD municipal y sus políticas para el comercio informal.

## **Capítulo II; Análisis del Entorno**

En este análisis se consideran diversos factores, variables e indicadores que aporten a la construcción de la propuesta. Se realiza la descripción situacional del comercio informal en el cantón Jipijapa, la estructura, los fenómenos de causa y efecto, las implicaciones urbanísticas, medioambientales, socioeconómicas y políticas, los problemas que atraviesa la actividad comercial informal y las oportunidades de mejoramiento, así como las expectativas a futuro de un cambio de la situación actual.

### **2.1 Descripción del mercado informal**

El cantón Jipijapa es una pequeña ciudad con gran legado histórico comercial, junto a la agricultura, con quien se mantiene como las dos principales actividades de la región, que representan el sustento de las familias locales. Es conocido como “La Sultana del café”, debido al boom cafetalero que hace algunas décadas atrás, representó la bonanza y desarrollo para sus habitantes, ahora, a razón diversos factores socio económicos presentes en los últimos tiempos, la actividad de cultivo de café ha decaído, dando paso a diversos fenómenos, como la migración a grandes ciudades del país y la búsqueda de nuevas actividades laborales para el sustento del hogar.

Una de esas actividades es el comercio informal, el dinamismo del ciudadano jipijapense en encontrar ocupación laboral que sustente sus necesidades básicas lo ha hecho parte de este movimiento social informal. En Jipijapa el comercio informal se encuentra claramente definido por los productos que se comercializan, así los pobladores locales, por costumbre, ya conocen donde pueden adquirir los productos que ofertan los informales.

Los bienes más comercializados son los artículos de primera necesidad, de esta forma se encuentra conformada la feria libre de víveres que ocupa el espacio de varias calles céntricas del cantón. El siguiente producto más comercializado es el de la vestimenta, cuya ubicación céntrica, elegida por los

comerciantes dedicados a este tipo de comercio, es fácilmente localizable, y constituyen varias calles principales del casco urbano.

Los vendedores ambulantes ocupan diversos sectores y comercian diversos productos comestibles, como alimentos típicos del cantón y comida rápida o al paso, acotando que este tipo de servicios también se encuentra distribuido en toda la zona urbana, como en el área del terminal terrestre, en los ingresos de las entidades educativas y en los diversos barrios donde el emprendedor considera que pueda tener un buen nivel de ventas.

Este fenómeno comercial también encamina a consecuencias que son fácilmente perceptibles en la ciudad, la congestión vehicular y directamente el cierre de calles, la insalubridad y la contaminación ocasionada por un mal manejo de desechos provenientes de las actividades comerciales informales, y la desorganización del casco urbano son algunas de los efectos negativos causados por la actividad comercial informal.

Poco o nada se ha demostrado por parte de las autoridades municipales en cambiar esta situación a través de los años, la necesidad de áreas adecuadas para organizar esta actividad y brindar un mejor servicio al cliente es primordial en el cantón, con esto se lograría aportar al desarrollo de la zona, al mejoramiento del ornato urbano y a agilizar la economía, ya que crearía un interés por visitar zonas comerciales adecuadas y ordenadas por parte de la ciudadanía.

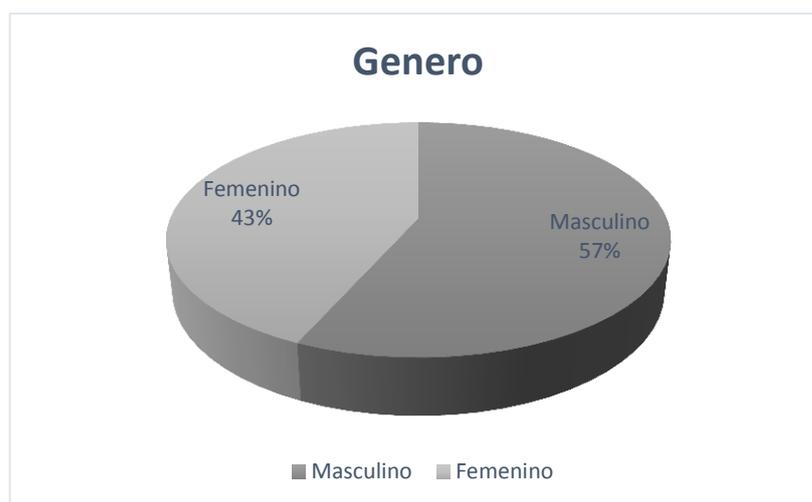
## 2.2 Análisis de las encuestas

### Género:

Tabla 1.

*Género de los Encuestados*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	196	57 %
Femenino	150	43 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



*Figura 1. Género de los encuestados*

La mayor cantidad de encuestados es de género masculino con el 57%, mientras que el género femenino está presente con 43%.

Se percibe un ligero equilibrio en la dedicación al comercio informal en la población de Jipijapa.

## Edad:

Tabla 2.

Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 18	25	7 %
18 – 30	149	43 %
31 – 45	128	37 %
46 – 60	42	12 %
Mayor que 60	2	1 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>

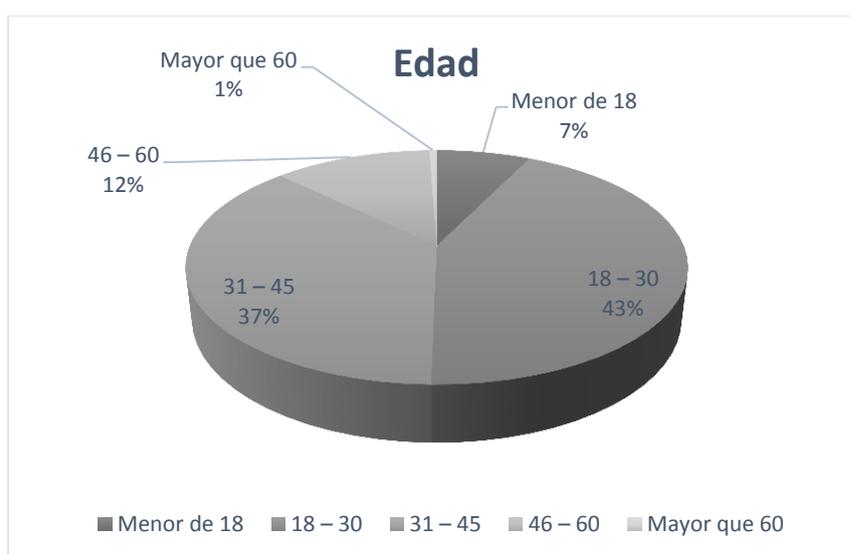


Figura 2. Edad

Se encuestó a 25 menores de edad dedicados al comercio informal que representa el 7%, los jóvenes de 18 - 30 años el 43%, adultos de 31 – 45 con 37%, adultos de 46 – 60 obtienen el 12% y el 1% representa a mayores de 60 años.

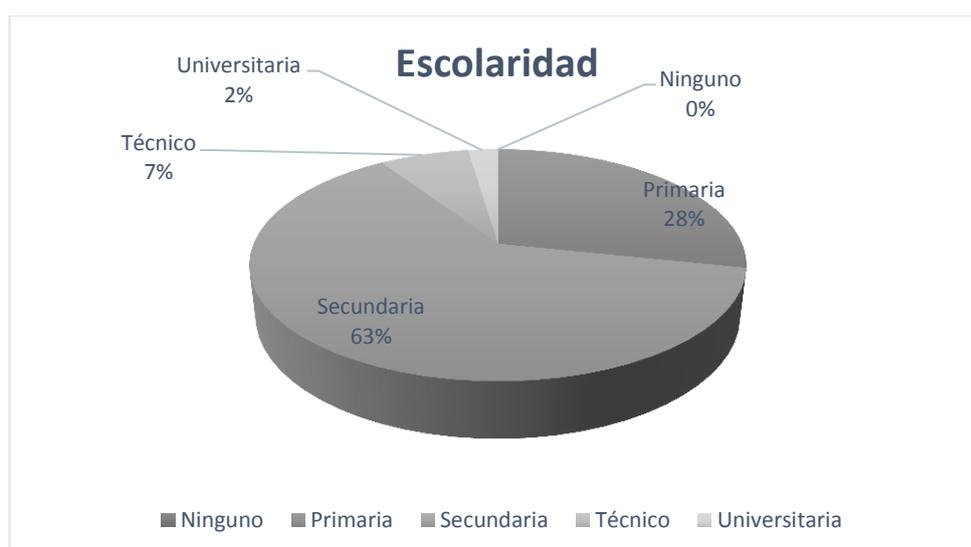
El sector comercial informal lo componen en su mayoría adultos, entre juventud y madurez son la gran parte demográfica dedicada a la informalidad en el comercio.

### Nivel de escolaridad:

Tabla 3.

*Nivel de Escolaridad*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Ninguno	0	0 %
Primaria	98	28 %
Secundaria	216	63 %
Técnico	24	7 %
Universitaria	8	2 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



*Figura 3. Escolaridad*

El 28% de los encuestados tienen escolaridad primaria, el 63% tienen estudios secundarios, el 7% posee un título técnico, y el 2% posee educación universitaria.

Es notable remarcar que no existen índices de analfabetismo entre los comerciantes informales, y que todos los encuestados tienen algún nivel educativo, siendo el de mayor rango los que han obtenido el bachillerato.

## 1. ¿De qué sector proviene?

Tabla 4.

*Sector de Procedencia*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Urbano	298	86
Rural	48	14
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>

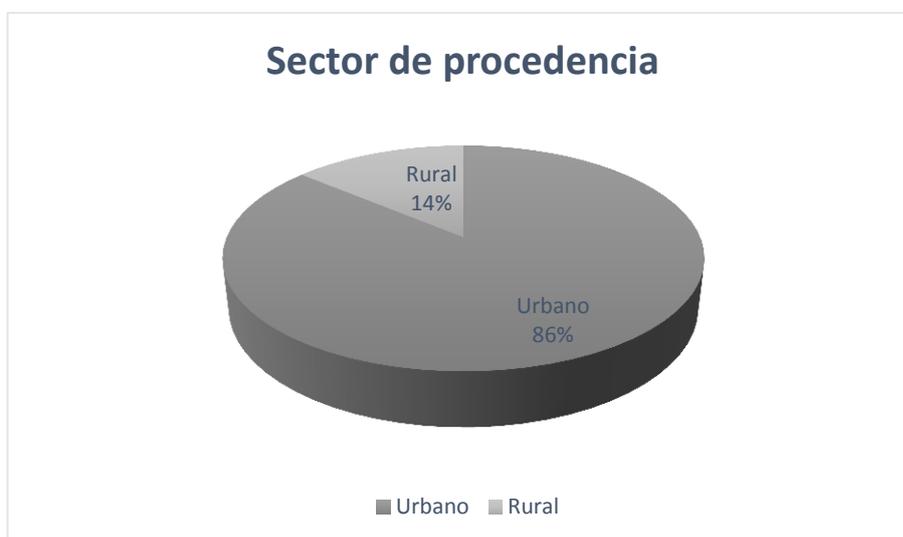


Figura 4. Sector de procedencia

El 85% de los comerciantes respondieron que pertenecen a la zona urbana, mientras que el 14% menciona que pertenecen al sector rural.

La presencia de habitantes del área urbana es mayoritaria que la rural, lo que indica que la informalidad representa un flujo grande en la economía local.

## 2. ¿Se considera Ud. un comerciante informal?

Tabla 5.

*Autodenominación de Comerciante Informal*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	311	90 %
No	35	10 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>

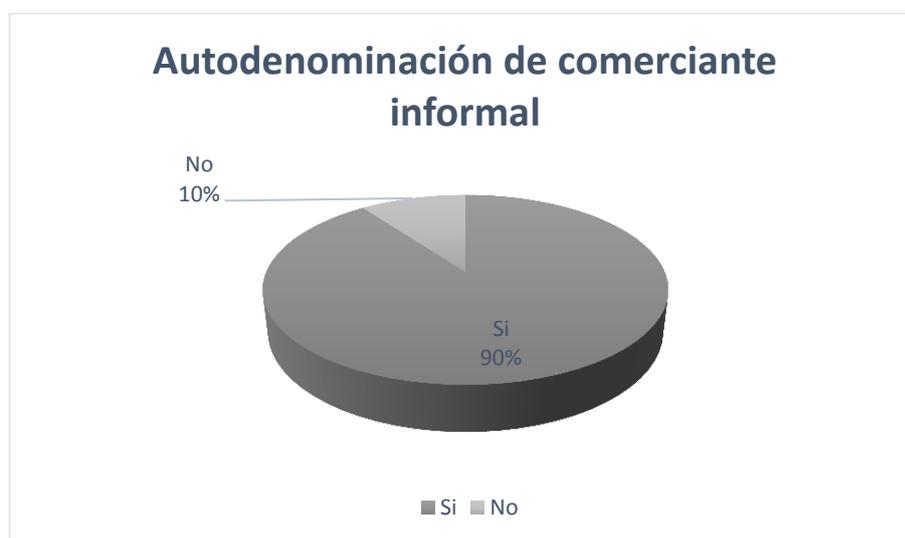


Figura 5. Autodenominación de comerciante informal

El 90% de los encuestados se reconocen como comerciantes informales, el 10% dice no pertenecer a este sector comercial.

Se concluye que el comerciante informal tiene plena conciencia de su estatus laboral y lo que representa en la sociedad local. Dos características determinan identificarse como comerciantes informales, no tienen actividad tributaria y no tienen local adecuado de trabajo, es decir, realizan el comercio en las calles del cantón.

### 3. ¿Es Ud. un comerciante ambulante o tiene un lugar fijo donde vende sus productos?

Tabla 6.

Comerciante Ambulante o Fijo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ambulante	86	25 %
Fijo	260	75 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>

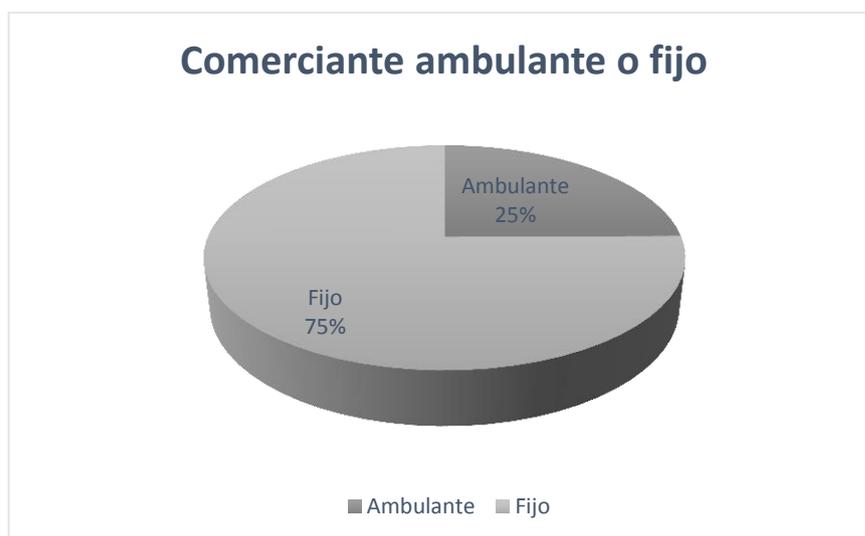


Figura 6. Comerciante ambulante o fijo

Un 25% de encuestados reconoce ser ambulante en sus actividades, mientras que el 75% expone que posee un lugar fijo para ofertar sus productos.

Se enfatiza en la zonificación empírica de los comerciantes informales, siendo esta una situación constante en el movimiento comercial de Jipijapa, además se menciona que los comerciantes informales que tiene lugar fijo es debido a los puestos y lugar ocupado en las calles del cantón.

#### 4. ¿Cuánto tiempo tiene realizando esta actividad?

Tabla 7.

*Tiempo de Actividad en Años*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 1 año	43	13 %
Entre 1 y 3 años	59	17 %
Entre 4 y 9 años	112	32 %
Más de 10 años	132	38 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



Figura 7. Tiempo de actividad en años

De los encuestados el 13% asegura tener menos de un año de actividad comercial informal, el 17% tiene entre 1 y 3 años, el 32% entre 4 y 9 años y el 38% afirma tener más de 10 años en el comercio informal.

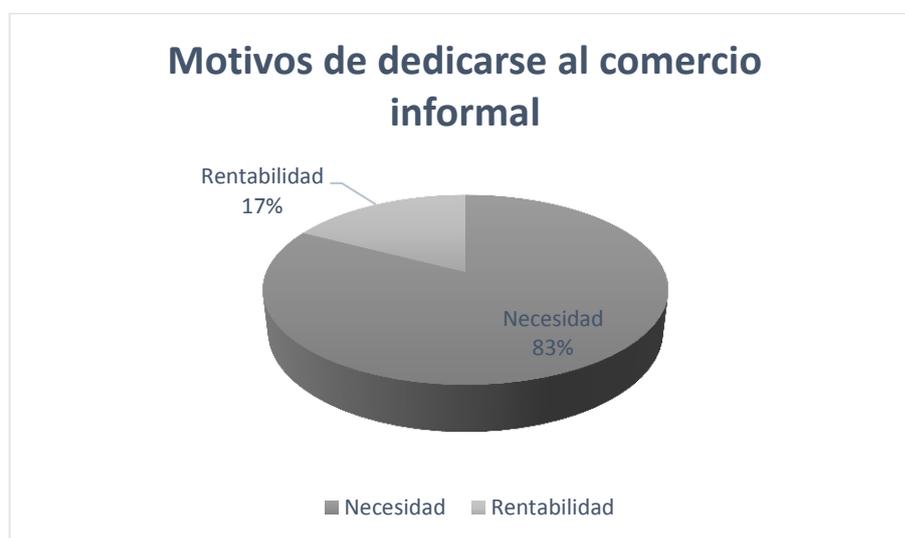
Se percibe la perenne actividad de los comerciantes, haciendo de esta actividad el modo perdurable de subsistir, y no una dedicación laboral transitoria determinando de esta manera un gran porcentaje de conformidad por la situación en la que se encuentra el comerciante informal.

## 5. ¿Se dedica a esta actividad por necesidad o por rentabilidad?

Tabla 8.

*Motivos de Dedicarse al Comercio Informal*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Necesidad	286	83 %
Rentabilidad	60	17 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



*Figura 8. Motivos de dedicarse al comercio informal*

El 83% de encuestados declara ser comerciante informal por necesidad, el 17% reconoce que el negocio le es rentable.

La necesidad primordial es el sustento de la familia según declararon los encuestados.

## 6. ¿Usted ha tenido inconvenientes con las autoridades o con los comerciantes formales?

Tabla 9.

*Inconvenientes*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	28 %
No	248	72 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>

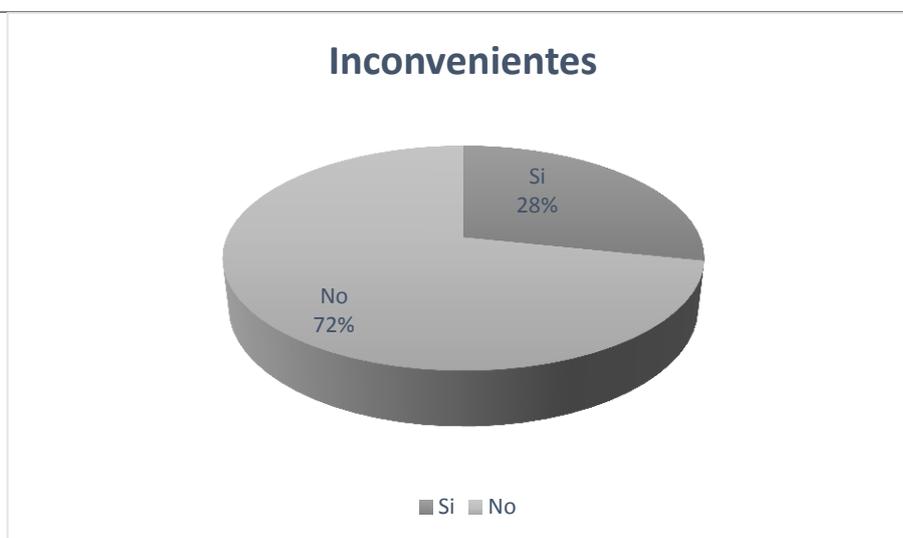


Figura 9. Inconvenientes

¿Cuál? \_\_\_\_\_

El 28% de los comerciantes informales menciona que ha tenido inconvenientes en el desarrollo de las actividades y el 72% afirma no haberlos tenido.

Entre los inconvenientes mencionados: Diferencias con otros comerciantes por un puesto fijo o por salubridad de los puestos de trabajo y algunos mencionaron inconvenientes con las autoridades como el comisario municipal en temporadas festivas por la ocupación de calles centrales, añadiendo la problemática del desconocimiento de las leyes y obligaciones tributarias aplicadas a toda persona económicamente activa.

## 7. ¿Cuál es la razón por la que no se ha establecido como comerciante formal?

Tabla 10.

*Razones por las que no se ha formalizado*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Falta de inversión	97	28 %
Falta de requisitos para los trámites	56	16 %
Decisión propia	121	35 %
Desconocimiento de cómo hacerlo	63	18 %
Otro	9	3 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



Figura 10. Razones por las que no se ha formalizado

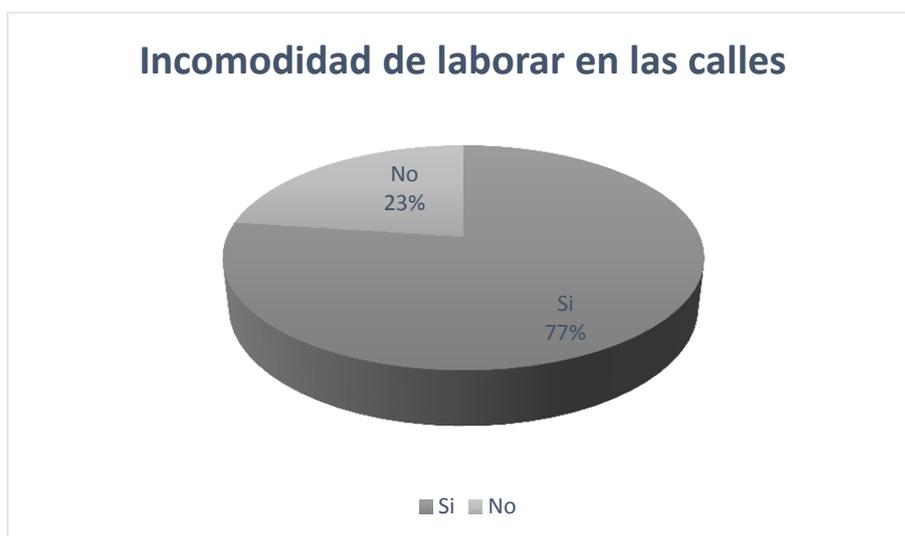
De los encuestados el 28% afirma que no se formaliza por falta de inversión, el 16% por falta de requisitos para los tramites, el 35% responde que, por decisión propia, el 18% señala el desconocimiento de como formalizarse y un 3% menciona otras razones.

## 8. ¿Es molestia o inconveniente para Ud. desarrollar su negocio en las calles?

Tabla 11.

*Incomodidad de Laborar en las Calles*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	267	77 %
No	79	23 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



*Figura 11. Incomodidad de laborar en las calles*

El 77% afirma que, si se siente incómodo de realizar las actividades laborales en las calles, mientras que el 23% menciona que no siente incomodidad alguna.

Se comprueba el malestar de los propios comerciantes por no contar con un espacio físico adecuado para el desarrollo de las actividades comerciales.

## 9. ¿Le gustaría contar con un espacio físico adecuado donde pueda realizar su actividad comercial?

Tabla 12.

*Deseo de Contar con Espacio Físico Adecuado*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	343	99 %
No	3	1 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



Figura 12. Deseo de contar con espacio físico adecuado

El 99% declara estar de acuerdo con que se cuente con un espacio físico adecuado para ofertar sus productos, el 1% afirma que no está de acuerdo.

La gran mayoría está de acuerdo con lo propuesto con el presente proyecto, por lo que existe una mayoritaria aceptación de que se establezca la estructura física organizacional para el comercio informal.

## 10. ¿Considera Ud. que les ofrece una buena atención a sus clientes?

Tabla 13.

*Percepción de Buena Atención al Cliente*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	298	86 %
No	48	14 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



*Figura 13.* Percepción de buena atención al cliente

El 86% afirma que les brindan una buena atención a sus clientes, el 14% reconoce que la atención que brindan no es buena.

Los encuestados que declararon no brindar una buena atención al cliente señalan también que la atención que brindan puede mejorar con el aprendizaje adecuado.

## 11. ¿Le gustaría capacitarse para mejorar el servicio de atención a su clientela?

Tabla 14.

*Predisposición de Capacitarse*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	321	93 %
No	25	7 %
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100 %</b>



Figura 14. Predisposición de capacitarse

El 93% de los comerciantes encuestados menciona estar de acuerdo con capacitarse para mejorar la atención de sus clientes, el 7% afirma no estar de acuerdo.

La predisposición de mejorar el servicio de atención al cliente es notable entre los comerciantes informales del cantón Jipijapa.

## 2.3 Estructura del comercio informal en Jipijapa

El comercio informal en el cantón Jipijapa más allá de ser una fuente de ingresos preferida por un gran porcentaje de la población local, es un fenómeno que impacta diversas maneras en la cotidianidad de los habitantes.

La distribución del comercio informal en el cantón es una respuesta empírica a las necesidades de incrementar las ventas de una forma simple gracias a la costumbre de la localización de los negocios. Así se describen diversas zonas fácilmente identificables donde se concentra la actividad comercial informal. De la misma forma se clasifica por actividad o tipo de producto a fin de tener datos característicos del comportamiento del comercio informal en el cantón.

### 2.3.1 Zonificación

El comercio informal en el cantón Jipijapa se distribuye en las siguientes zonas:

#### **Feria libre de víveres**

Ubicada en las calles Montalvo, Colón, Santisteban, y entre las intersecciones de las calles 10 de agosto, Parrales y Guale. Se desarrolla a escasas cuadras del parque central del cantón. Su mayor actividad se da los fines de semana ocasionando el cierre de las vías mencionadas en un 80%.



Figura 15. Ubicación de la feria libre de víveres.  
Tomado de: *Google Earth*

### **Feria libre de vestimenta “La Bahía”**

Ubicada en la calle Sucre entre Colón y parte de la calle Santisteban. Su presencia es diaria en la zona, donde se ubican la Unidad Educativa “Francisca Vera Robles” y negocios formales de bazares y artículos en general.



*Figura 16.* Ubicación de feria de vestimenta “La Bahía”.  
Tomado de: *Google Earth*

### **Calles centrales**

La zona céntrica del cantón donde se encuentra ubicado el parque central, además de Municipio del GAD, Cuerpo de Bomberos, Iglesia “San Lorenzo”, la Unidad Educativa “García Moreno”, el comercial Tía, además de la edificación de un obsoleto mercado municipal, y otros negocios representativos del cantón. Las principales calles las comprenden: Bolívar, Sucre, 9 de octubre, Colón, Montalvo.



*Figura 17.* Calles centrales de Jipijapa.  
Tomado de: *Google Earth*

## Cementerio

La mayor actividad perceptible en este sector es en el mes de noviembre, fecha en la que se conmemora los “fieles difuntos”, por la afluencia de la población para visitar las tumbas de familiares, se genera una pequeña feria informal al ingreso del cementerio, y diariamente se encuentran comerciantes ambulantes debido a las actividades sepulcrales propias del lugar.



Figura 18. Comerciantes informales en la entrada del cementerio.  
Tomado de: *Google Earth*

## Terminal Terrestre

Ubicada en la vía que conecta las provincias de Guayas y Manabí en el sur oeste de la ciudad, concentra negocios informales de comida al paso y bocados típicos del cantón (tortillas de maíz, corviches, empanadas de plátano, pan de yuca, etc.)



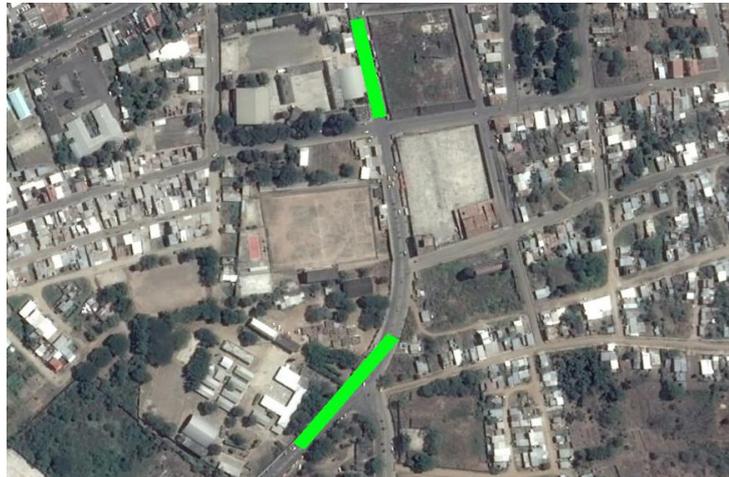
Figura 19. Terminal terrestre.  
Tomado de: *Google Earth*

## **Instituciones educativas (ingresos)**

Ubicados en los ingresos de las diversas instituciones educativas del cantón, como la Universidad Estatal del Sur de Manabí, los colegios Alejo Lascano, 15 de octubre y demás. Estos comerciantes informales ofertan productos de bocados típicos, bebidas, golosinas, que son del interés de los educandos.



*Figura 20. Universidad Estatal del Sur de Manabí.  
Tomado de: Google Earth*



*Figura 21. Colegios Alejo Lascano y 15 de octubre.  
Tomado de: Google Earth*

## Barrios y canchas deportivas

Ubicados en todos los barrios y puntos donde los habitantes realizan actividades recreacionales y deportivas, los productos más comerciados son los de bocados típicos, bebidas, dulces, y comida rápida.

## Ambulantes

No es totalmente correcto tomar una zonificación de este tipo de comercio informal, ya que la característica principal es el movimiento de comerciante por toda el área urbana, buscando con esto acaparar más mercado y subir el nivel de ventas.

### 2.3.2 Clasificación por actividad (producto)

El comercio informal en el cantón Jipijapa se clasifica por la venta de diferenciados productos en las zonas comerciales:

Tabla 15.

*Clasificación del comercio por tipo de producto ofertado*

Zona de comercio informal	Productos
<b>Feria libre de víveres</b>	Legumbres Hortalizas Verduras Cárnicos Avícolas Embutidos Lácteos Frutas Aliños Mariscos
<b>Feria libre de vestimenta “La Bahía”</b>	Prendas de vestir Ropa interior Calzado Uniformes Artículos de aseo Bisutería

continuación...

Tabla 15.

*Clasificación del comercio por tipo de producto ofertado*

<b>Calles centrales</b>	Comida rápida Cigarrillos Caramelos Golosinas Bebidas Lotería Artículos navideños(temporada) Artículos carnavalesos (temporada) Adornos florales (temporada) Frutas
<b>Cementerio</b>	Bocados típicos Bebidas Adornos florales (temporada) Comida rápida (temporada) Dulces (temporada)
<b>Terminal Terrestre</b>	Comida Bocados típicos Bebidas Golosinas Frutas
<b>Instituciones educativas (ingresos)</b>	Bocados Bebidas Bocados típicos
<b>Barrios y canchas deportivas</b>	Bebidas Bocados típicos
<b>Ambulantes</b>	Muebles Vestimenta Artículos del hogar Dulces Frutas Productos varios

## 2.4 Causas y efectos del comercio informal

Para entender el movimiento social del comercio informal en Jipijapa se analizan cuáles son las variables responsables en su formación (causas), y lo que el accionar de estas desencadena (efectos).

Tabla 16.

*Causas y efectos del comercio informal*

<b>Causas</b>	<b>Efectos</b>
<p><b>Ocupación de calles</b>                      Esto es debido a no contar con espacios físicos definidos fuera de las calles céntricas para la actividad comercial.</p>	<p><b>Congestión vehicular</b>                      Al ocuparse las calles céntricas el tráfico vehicular se vuelve caótico causando malestar en los ciudadanos.</p>
<p><b>Falta de políticas reguladoras</b>                      No existen ordenanzas ni regulaciones municipales que administren y reglamenten la actividad comercial informal en el GAD de Jipijapa.</p>	<p><b>Desorganización ocupacional</b>                      A falta de leyes el comerciante informal es libre de ocupar el lugar que crea conveniente sin importarle el orden ni las consecuencias de su actividad comercial.</p>
<p><b>Inaplicación de normas de higiene</b>                      Los alimentos mal cocinados, sin refrigeración adecuada, el desaseo personal y del negocio, el incorrecto lavado de productos y demás, son características frecuentes en un negocio informal.</p>	<p><b>Insalubridad</b>                      La falta de higiene en el comercio informal ocasiona el advenimiento de insectos, roedores y bacterias que provocan serios problemas en la salud.</p>
<p><b>Mal manejo de desechos de las ventas</b>                      Similar al punto anterior, los desechos de las ventas generadas muchas veces no se depositan de forma correcta, ya sea por desidia del vendedor o del cliente.</p>	<p><b>Contaminación</b>                      Los desechos de los productos ofertados, causan un impacto negativo en la ciudad, la acumulación de basura en las calles taponan las alcantarillas y ocasiona inundaciones en etapa lluviosa.</p>
<p><b>Ocupación de espacios públicos</b>                      La presencia de vendedores informales en parques, canchas, zonas de esparcimiento, cementerios, es común en el cantón.</p>	<p><b>Desmejoramiento del ornato de la ciudad</b>                      El desorden ocasionado por la actividad informal crea el desgaste y perjuicio del aspecto patrimonial de la zona urbana del cantón                      Jipijapa.</p>

La información descrita en la Figura 22 se sintetiza mediante el diagrama de Ishikawa:

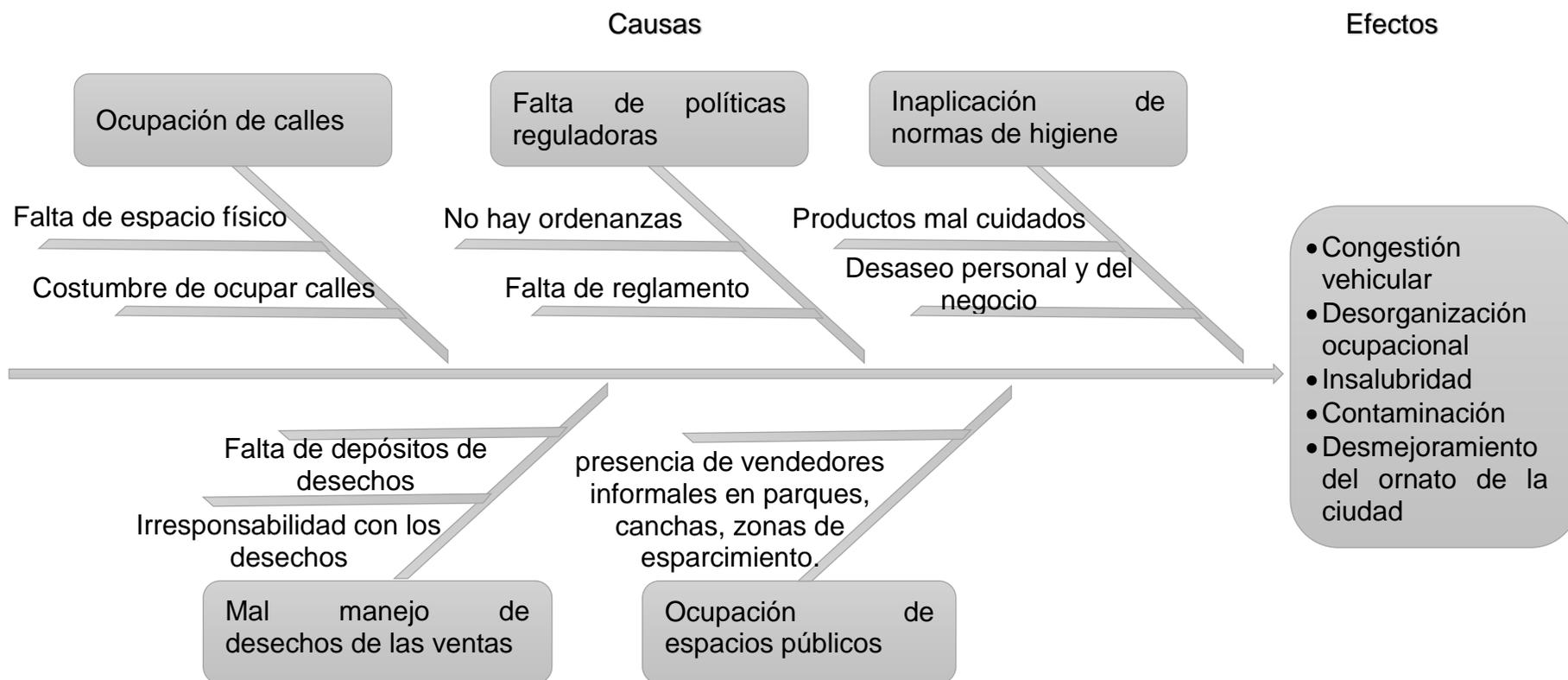


Figura 22. Diagrama de Ishikawa del comercio informal

## **2.5 Urbanidad, salubridad y medio ambiente**

El ejercer la actividad comercial de manera informal es una de los principales causantes de la producción de desechos en las calles del cantón Jipijapa. Esta problemática es alarmante ya que a pesar de que se realice la recolección de desechos de forma periódica, es perceptible el deterioro de la calzada y lugares públicos donde se recolecta la misma, esto es debido al proceso de descomposición permanente hasta que se realice la recolección y traslado al basurero municipal.

El comercio informal, principalmente aquel que oferta productos perecibles y en envoltorios o envases desechables, genera desechos que ocasionan directamente el taponamiento de alcantarillas ocasionando la problemática de calles inundadas en temporada lluviosa.

Esta responsabilidad necesariamente tiene que ser compartida de forma conjunta entre comerciantes informales y los clientes, ya que, si bien es cierto, el comerciante tiene su bolsa de desechos, el cliente muchas veces no realiza el depósito de la basura en el lugar correspondiente al mismo.

El mal manejo de desechos provenientes del comercio informal acarrea consecuencias negativas tanto para el ornato de la ciudad, para la salud de los habitantes del cantón y para el medio ambiente. Se señala la necesidad de crear estrategias que mitiguen estos impactos socio ambientales en bien de una correcta administración del comercio informal.

## 2.6 Ambiente socio político – económico

El comercio informal, al ser una de las mayores actividades de la población jipijapense, influye de forma importante en el desarrollo político, social y económico del cantón. Se analizan cuáles son los lineamientos del GAD municipal en el tema, lo que se ha hecho o intentado por el mejoramiento u organización y los planes a futuro si los hubiera. En la Figura 23 se presenta el análisis PESTEL del comercio informal en Jipijapa.

<b>Políticos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• En las funciones del GAD municipal se indican directrices para el comercio informal.</li><li>• No hay proyectos en el plan de desarrollo de la actual administración sobre comercio informal</li></ul>	<b>Económicos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• El comercio es la segunda actividad económica de los habitantes de Jipijapa con el 15.4% de participación.</li></ul>	<b>Socio culturales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• En el comercio informal participan aquellos que no tienen la posibilidad de desarrollarse en otro ámbito formal.</li><li>• Representa una costumbre de la población el tener a los comerciantes informales ocupando espacios públicos.</li></ul>
<b>Tecnológicos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• No existen influencias tecnológicas en el desarrollo del comercio informal</li></ul>	<b>Ecológicos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• La ley de gestión ambiental del Ecuador es el documento que regula las actividades que afecten al medio ambiente.</li><li>• El comercio informal genera insalubridad debido al mal manejo de sus desechos</li></ul>	<b>Legales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Código de Comercio del Ecuador.</li></ul>

Figura 23. Análisis PESTEL del comercio informal

### **2.6.1 Diagnóstico del GAD municipal y sus políticas con el comercio informal**

En el “Reglamento de la estructura orgánica funcional del gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Jipijapa” artículo 13 correspondiente a las “Funciones y competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal”, se encuentran los siguientes literales:

- c) Establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico, para lo cual determinará las condiciones de urbanización, parcelación, lotización, división o cualquier otra forma de fraccionamiento de conformidad con la planificación cantonal, asegurando porcentajes para zonas verdes y áreas comunales;
- l) Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faena miento, plazas de mercado y cementerios;
- m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización;
- p) Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelarse los derechos de la colectividad

En el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del GAD Jipijapa 2015, apartado de priorización de problemas por sector, no está contemplado en comercio informal como problema prioritario a solucionar, por lo tanto, no existen planes ni proyectos que viabilicen la mejora y organización del comercio informal.

En administraciones anteriores hubo planificaciones para el reordenamiento de comerciantes de la feria municipal, la remodelación o reubicación de la estructura del mercado municipal que está ubicada al costado del parque central, y la creación de módulos de venta en el sector de “La Bahía” en la calle Sucre, sin embargo, ninguna de estas iniciativas se ejecutó y la problemática del comercio informal persiste en la actual administración.

Tabla 17.  
*Diagnóstico de políticas del GAD municipal con el comercio informal*



**Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jipijapa**

<b>Diagnóstico de políticas del GAD municipal referentes al comercio informal</b>	
<b>Políticas, planes, proyectos</b>	<b>Cumplimiento</b>
Funciones y competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal.	No hay acciones que justifiquen su cumplimiento.
En la priorización de problemas no existe problemática de comercial informal como prioridad.	No existen proyectos al no priorizar la problemática.
Iniciativas de administraciones anteriores.	No se ejecutaron.

## 2.6.2 Impacto en la economía local

Según datos de la actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Jipijapa del año 2015, el comercio informal y el trabajo bajo dependencia gubernamental ocupan el porcentaje más alto de la población económicamente activa dentro del cantón. Por actividad específica el comercio en general (formal e informal) es la segunda actividad más ejercida con 3.854 personas los cuales dinamizan la economía local con la compra y venta de diferentes artículos.

Tabla 18.  
*Distribución de las actividades laborales en Jipijapa*

Ramas de actividad	Total	Porcentaje	Sector
Agricultura, Ganadería, Pesca, Caza, Silvicultura	7.861	31.4 %	Primario
Manufactura	1.193	4.8 %	Secundario
Construcción	1.322	5.3 %	Terciario
Comercio	3.854	15.4 %	Terciario
Enseñanza	1.528	6.1 %	Terciario
Otras actividades: servicios públicos, actividades financieras, transporte, recreación, empleados domésticos	9.311	37.1 %	Terciario
<b>TOTAL</b>	<b>25.069</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Jipijapa 2015.

## 2.7 Problemas y oportunidades

La informalidad en el comercio presenta diversos problemas en su aplicación, de igual manera se describe las oportunidades existentes para mejorar las dificultades encontradas, en la Tabla 19 se describe lo mencionado. Se complementa con análisis FODA de la Figura 24.



Figura 24. Análisis FODA

Tabla 19.

*Problemas y oportunidades del comercio informal en Jipijapa*

<b>Problemas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p><b>Falta de registro en el SRI</b> La informalidad en el comercio se caracteriza por no pagar impuestos necesarios para el desarrollo cantonal.</p>	<p><b>Facilidades para inscribirse en el RISE</b> El régimen impositivo simplificado RISE reemplaza y facilita el pago de IVA e impuesto a la renta mediante una aportación referencial de acuerdo a la actividad comercial.</p>
<p><b>Ausencia de organización directiva</b> Al no existir directiva no se puede conformar estrategias y planes para el mejoramiento de la actividad.</p>	<p><b>Socialización de la ejecución del proyecto.</b> La ejecución del proyecto contempla la socialización con los comerciantes informales, lo que se podría aprovechar para conformar directiva interna.</p>
<p><b>Falta de propuestas por parte de autoridades</b> No se han realizado planes para el control y ordenamiento del comercio informal por parte de las autoridades del GAD municipal.</p>	<p><b>Proyecto actual</b> Este proyecto pretende ser una herramienta que brinde soluciones específicas para mejorar y ordenar el comercio informal en Jipijapa.</p>
<p><b>Competencia desorganizada</b> Es caos que se percibe en las zonas comerciales dificulta el desarrollo y se desaprovecha el ingreso por ventas.</p>	<p><b>Organización mediante ordenanzas y reglamentos</b> Es necesario el accionar del GAD municipal para que promulgue ordenanzas para regular la actividad comercial informal.</p>

## **2.8 Expectativas de cambio situacional**

Los comerciantes informales de Jipijapa, así como la ciudadanía, esperan durante mucho tiempo que en el cantón se dé un cambio en la organización urbana comercial. Es notable el accionar de diversas personas y movimientos sociales que han intentado fomentar la distribución del comercio informal de manera organizada, descentralizando la ubicación actual para un mejor aprovechamiento del espacio físico, sin embargo, no se ha tenido resultados esperados.

El presente proyecto pretende ser una propuesta que canalice los esfuerzos de estos actores sociales y que, mediante la ejecución de lo planteado se cuente con una mejor organización del comercio informal, brindando una estructura física adecuada para el desarrollo de las actividades comerciales.

Se reconoce que una estructura física organizacional no contendría el total de los comerciantes informales del cantón, para esto es necesario priorizar que tipo de comercio informal necesita ser reubicado, y que tipo de comercio informal necesita ser regulado, y con esto realizar proyecciones a futuro sobre cuáles son las mejores estrategias para administrar y regularizar el comercio informal en el cantón. En el estudio técnico y la propuesta de mejora continua se realiza una descripción de los planteamientos de lo mencionado.

## Capítulo III; Estudio Técnico

### 3.1 Misión

La estructura física organizacional tiene la misión de responder a las necesidades de un comercio distribuido de forma ordenada, brindando un espacio adecuado, higiénico, seguro y funcional para los comerciantes informales del cantón Jipijapa, y ofreciendo un excelente servicio al consumidor, dinamizando de esta forma, la economía y desarrollo del cantón.

### 3.2 Visión

Para el año 2025 la estructura física organizacional constituirá la principal zona comercial del cantón, contando con todos los servicios y facilidades necesarias para las actividades del comercio, y se habrán disminuido los índices de informalidad comercial en el cantón, siendo reconocido esto como estrategia ejemplar para la provincia y el país.

### 3.3 Estructura organizacional

Se propone la siguiente distribución para la estructura organizacional:

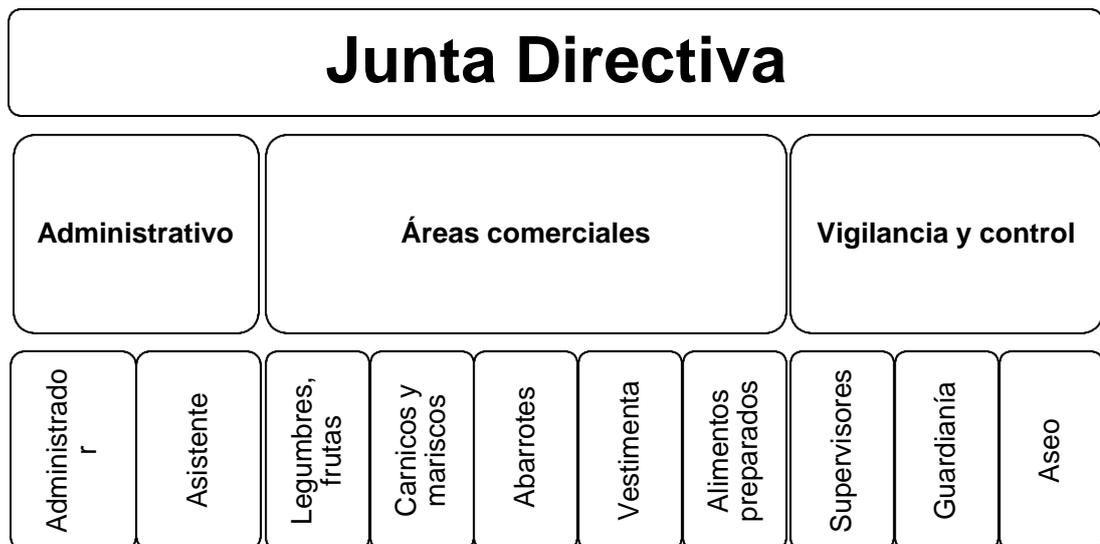


Figura 25. Estructura organizacional

### **3.4 Análisis de las responsabilidades administrativas**

Se realiza una descripción de las funciones departamentales que tendrá la estructura física organizacional, está compuesta por:

#### **3.4.1 Junta Directiva**

Representantes principales de la dirección de la estructura física organizacional, se propone un representante del GAD municipal, un administrador, un representante de las áreas comerciales y un representante del departamento de vigilancia y control.

#### **3.4.2 Departamento administrativo**

El encargado de la dirección interna de la estructura física organizacional. Constituido por:

- Administrador

Sera el responsable de coordinar las estrategias y acciones de todos los departamentos, así como de velar por el cumplimiento del reglamento interno para cumplir con las funciones y objetivos de la estructura física organizacional.

- Asistente

Responsable de las tareas oficinistas, encargado de las comunicaciones, preparación y archivo de documentos, gestión de agenda del administrador y demás actividades secretariales.

#### **3.4.3 Departamento de áreas comerciales**

Cada una de las áreas comerciales tendrá un representante elegido por los comerciantes, quien será el portavoz en las reuniones que se realicen con la

junta directiva. También tendrá la función de custodiar y solucionar cualquier suceso en su área comercial.

#### **3.4.4 Departamento de vigilancia y control**

El departamento de vigilancia y control será el encargado de la seguridad de la estructura física organizacional, además tendrá funciones de supervisión en el cumplimiento de las normas impuestas en el reglamento interno. Consta de:

- Supervisores

Encargados del cuidado y cumplimiento de las normas de la estructura física organizacional,

- Guardianía

Responsables de la seguridad dentro de las instalaciones de la estructura física organizacional.

- Aseo

Personal dedicado a mantener la higiene de la estructura física organizacional.

#### **3.4.5 Reglamento interno**

El reglamento interno para la estructura física organizacional contempla los siguientes artículos:

##### **DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento, son de orden público, de observancia obligatoria y general para los comerciantes y usuarios de la estructura física organizacional del comercio informal de Jipijapa.

Artículo 2. Las autoridades competentes para la vigilancia y aplicación del presente reglamento son:

- 1 representante del GAD municipal de Jipijapa
- 1 administrador
- 1 representante de las áreas comerciales
- 1 representante del departamento de vigilancia y control.

Artículo 3. El presente reglamento tiene por objeto establecer normas administrativas, las cuales se ejercerán en la estructura física organizacional del comercio informal de Jipijapa, bajo las actividades que realizan los involucrados en la mencionada estructura.

#### DE LA ADMINISTRACION

Artículo 4. La Junta directiva con apoyo del comisario municipal y policía nacional, es el ente encargado de interpretar, aplicar y vigilar la aplicación de este reglamento.

Artículo 5. La Junta directiva tiene las siguientes facultades:

- I. Asignar los lugares para los comerciantes.
- II. Dirigir, organizar e inspeccionar el funcionamiento de la estructura física organizacional.
- III. Disponer los horarios.
- IV. Determinar las decisiones que considere necesarios para otorgar un servicio adecuado a las necesidades colectivas.
- V. Designar al personal necesario para el funcionamiento de la estructura física.
- VI. Designar al departamento administrativo, constituido por un administrador y un/una asistente mediante votación con los comerciantes informales. Estos tendrán funciones por dos años con posibilidad a una reelección.

Artículo 6. Los comerciantes están sujetos a las siguientes condiciones:

- I. Estar debidamente registrado en el Servicio de Rentas Internas SRI del Ecuador según la actividad que realice, sea RISE o RUC.
- II. Estar al corriente en sus pagos por impuestos ante el SRI.
- III. Respetar su espacio que le será designado por los representantes administrativos.
- IV. Es obligación de cada comerciante mantener limpio y en perfecto estado sus espacios de trabajos y de las instalaciones que se ocupa.
- V. El comerciante deberá de brindar las facilidades a los representantes administrativos para el mantenimiento de la estructura física organizacional.

#### DE LA LIMPIEZA

Artículo 7. Los comerciantes, quedan obligados a cuidar de la limpieza del mismo o de la instalación que ocupa, así como a depositar los desperdicios en los recipientes señalados por la administración de la estructura física organizacional, para facilitar su recolección dentro del horario fijado en las instalaciones.

Artículo 8. Se prohíbe ocupar los pasillos con mercancía, empaques o cualquier otro producto, así como tirar cualquier tipo de animal muerto o vísceras de los mismos.

Artículo 9. Los comerciantes quedan obligados a mantener en perfecto estado sanitario su puesto asignado. Además, tienen la obligación de mantener las superficies comunes y los pasillos limpios de restos de los productos o mercancías comercializadas y de los envases o embalajes de las mismas.

## DEL CALENDARIO Y HORARIOS

Artículo 10. La estructura física organizacional estará abierta todos los días de la semana, con excepción de los días que se determine por la Junta Directiva, desde las 05:00 hasta las 20:00.

## DE LOS SERVICIOS

Artículo 11. Los servicios estarán a cargo del administrador de la estructura física organizacional. La administración del alumbrado común, limpieza, agua, y el mantenimiento del inmueble, cuidando que estos servicios estén en perfecto estado de limpieza y conservación.

Artículo 12. Los comerciantes pagarán los servicios privados que demanden para su exclusivo fin, entre otros los de luz, teléfono y agua.

## DE LA VIGILANCIA Y EL CONTROL

Artículo 13. Son obligaciones de los guardias:

- I. Mantener una constante vigilancia en las instalaciones, durante el tiempo que permanezcan cerrados, pudiéndose retirar una vez que el supervisor constate que durante su horario de vigilancia no se suscitó ninguna irregularidad.
- II. Cuidar que las instalaciones a su cargo no resulten afectadas y cuando se sorprenda a alguna persona cometiendo abuso o atropellos, ponerla de inmediato a disposición de la autoridad correspondiente, notificando al superior inmediato o al departamento administrativo.
- III. Informar al administrador de los acontecimientos de importancia que se susciten durante su horario de labores.

Artículo 14. Son obligaciones de los supervisores:

- I. Vigilar el cumplimiento de los artículos plasmados en este reglamento interno.
- II. Reportar al administrador las fallas que observen o que les sean señaladas por los actores involucrados en la estructura física organizacional.

Artículo 15. Son obligaciones del personal de aseo:

- I. Mantener limpias las instalaciones de la estructura física organizacional.
- II. Reportar a los superiores incumplimiento en las normas de aseo.
- III. Realizar la disposición correcta de los desechos sólidos para la debida recolección.

## DE LAS PROHIBICIONES

Artículo 16. Está prohibido que los comerciantes y usuarios ingresen a las instalaciones con mascotas.

Artículo 17. La colocación de publicidad deberá contar con previa autorización de la Junta directiva, acatando las disposiciones que se dicten, quedando prohibido ubicar propaganda política.

Artículo 18. Queda prohibida la publicidad por medio de aparatos de sonido, debiéndose cuidar que el volumen de los mismos a fin de no molestar a los usuarios o público en general.

Artículo 19. El comerciante tiene la obligación de denunciar cualquier ilícito, falta administrativa o anomalía que se presente dentro de las instalaciones, primeramente, a la junta directiva y enseguida a la autoridad respectiva.

Artículo 20. Queda prohibido almacenar y/o comercializar productos explosivos, inflamables, tóxicos o juegos pirotécnicos y similares.

Artículo 21. Es obligación de los comerciantes introducir y transportar sus productos en recipientes adecuados que eviten derrames o residuos en pasillos y áreas de uso común.

## DE LAS FALTAS

Artículo 22. Se consideran como faltas las siguientes:

- I. El comportamiento, contrario de las normas de convivencia, a la moral y a las buenas costumbres.
- II. La falta de aseo o limpieza de las personas o los locales.
- III. El incumplir las normas sobre entrada, circulación y estacionamiento de vehículos.
- IV. El comercializar productos distintos a los autorizados.
- V. Los altercados o discusiones que produzcan escándalo o con resultado de daños y lesiones.
- VI. El causar negligentemente daños a las instalaciones.
- VII. Dividir, subdividir o modificar el diseño original de los puestos o locales.
- VIII. El suspender sus operaciones por más de treinta días sin previo permiso de la autoridad.
- IX. El arrendar o subarrendar los locales o puestos.
- X. El colocar fuera de sus establecimientos cualquier objeto o estructura que entorpezca el tránsito de persona y vehículos.
- XI. El expender bebidas alcohólicas.
- XII. La venta de productos explosivos o inflamables y juegos pirotécnicos.

## DE LAS SANCIONES

Artículo 23. Las sanciones serán:

- I. Amonestación y advertencia.
- II. Multa de 1 a 10 salarios mínimos vigente en el estado ecuatoriano.

- III. Prohibición de ejercer la actividad comercial en el local o puesto.
- IV. Cancelación de los derechos de la concesión del local.

Artículo 24. La cuantía de las multas se fijará teniendo en cuenta las circunstancias del caso y los antecedentes del infractor.

### 3.5 Descripción y detalle de la estructura física organizacional

La estructura física organizacional es una instalación para la reubicación de los comerciantes informales, está compuesta de dos plantas en las cuales contendría las siguientes áreas:

Tabla 20.

*Distribución de la estructura física organizacional*

<b>Distribución de la estructura física organizacional</b>	
<b>En la primera planta</b>	
<b>Área comercial</b>	<b>Área administrativa</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legumbres</li> <li>• Frutas</li> <li>• Abarrotes</li> <li>• Lácteos</li> <li>• Cárnicos</li> <li>• Avícolas</li> <li>• Mariscos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bodega</li> <li>• 2 Zonas de descargue</li> <li>• Generador</li> <li>• Cámara del transformador</li> <li>• Bomba de Agua</li> <li>• Cisterna</li> <li>• Contenedores de desechos</li> </ul>
<b>En la segunda planta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patio de comidas</li> <li>• Heladerías y jugos</li> <li>• Venta de ropa</li> <li>• Plásticos</li> <li>• Panaderías</li> </ul>	
<b>En la zona exterior</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estacionamiento</li> <li>• Áreas ornamentales</li> </ul>	

### 3.5.1 Localización

La localización de la estructura física organizacional debe ser un terreno que tenga una extensión de 9.380 m<sup>2</sup> libres, que equivaldría a casi una hectárea, se sugiere estudiar diversos terrenos municipales o privados a fin de elegir el más adecuado, este debe ser amplio, que cuente con accesos desde los diversos perímetros, que no esté cerca de la zona central ni tan alejado de la ciudad. Hay diversas áreas libres donde podría ubicarse la estructura, elegidas por su área de extensión y en respuesta a descentralizar el comercio del casco urbano de Jipijapa. Entre estas se menciona:

- Ingreso Norte de la ciudad por la vía a Manta, cercano al monumento al cholo
- Ingreso Sur de la ciudad por la vía a Guayaquil, en donde existen terrenos y patios baldíos, donde actualmente se alquila para ubicar la feria y juegos electrónicos en el mes festivo de agosto.
- Ingreso Este por la vía a Noboa, cercano a la Universidad Estatal del Sur de Manabí
- Ingreso Oeste por la vía a Puerto López, cercano al centro de faenado de reses municipal.

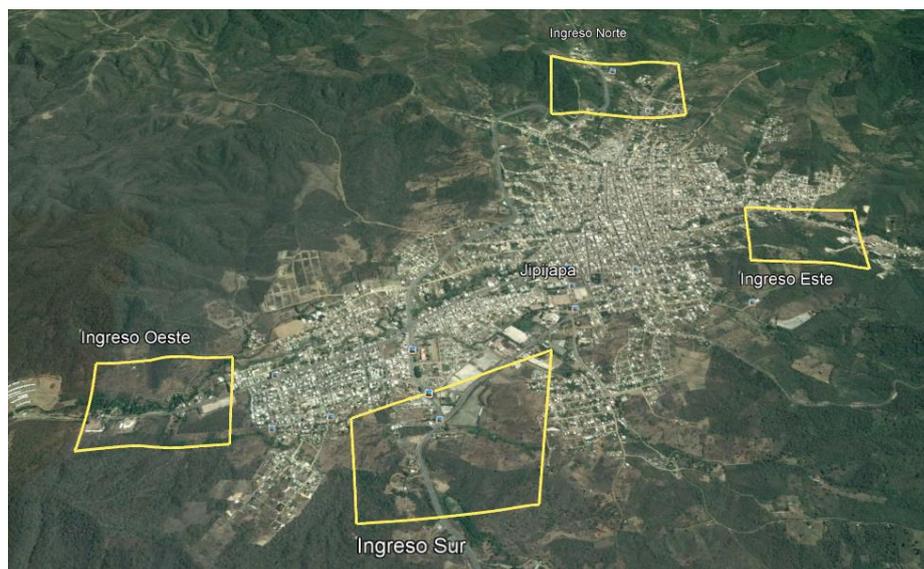


Figura 26. Localizaciones propuestas para la estructura

### **3.5.2 Ingeniería de la estructura física organizacional**

La estructura física organizacional presenta las siguientes medidas:

- El total del área de construcción es de 9,380 m<sup>2</sup>
- El ancho total de la estructura es de 70,88 m<sup>2</sup>, y el largo es de 127.42 m<sup>2</sup>
- El área de parqueo más el de áreas verdes es de 3.849 m<sup>2</sup>
- La planta baja interna tiene un área de 5.182 m<sup>2</sup>
- La planta alta tiene un área de 3.172 m<sup>2</sup>

El diseño estructural considera vigas y columnas de acero inoxidable, pisos de concreto revestido con cerámica decorativa, la mampostería es de bloque de hormigón con enlucido, empastado y pintado. Baños y mesones recubiertos con cerámica, persianas de acero en diversos puestos para los comerciantes. Accesos, baños y escaleras cuentan con las respectivas facilidades para personas con discapacidad.

El detalle de los planos es el siguiente:

### 3.5.2.1 Plano de la planta baja

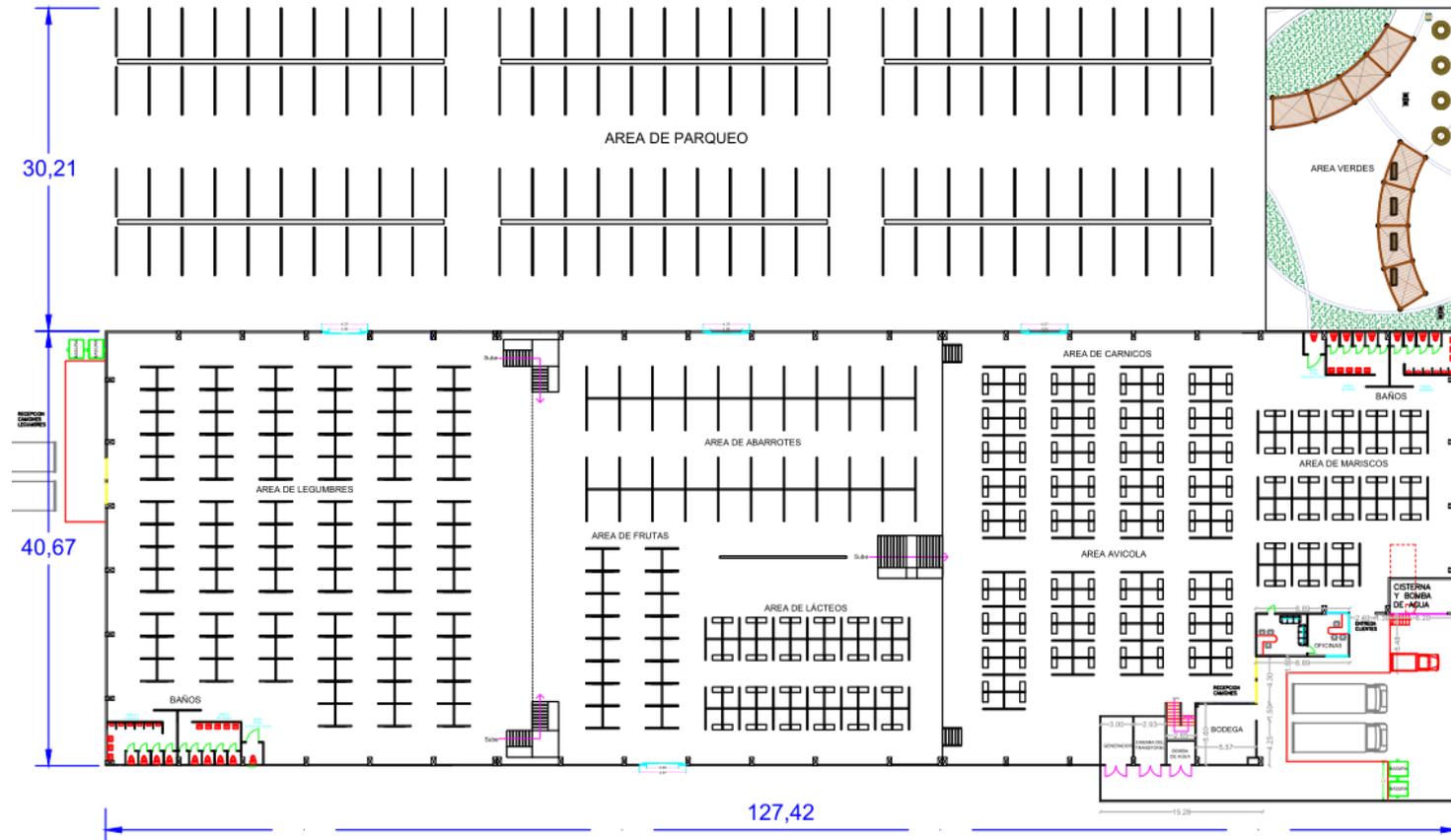


Figura 27. Plano de la planta baja

Detalle de la planta baja 1

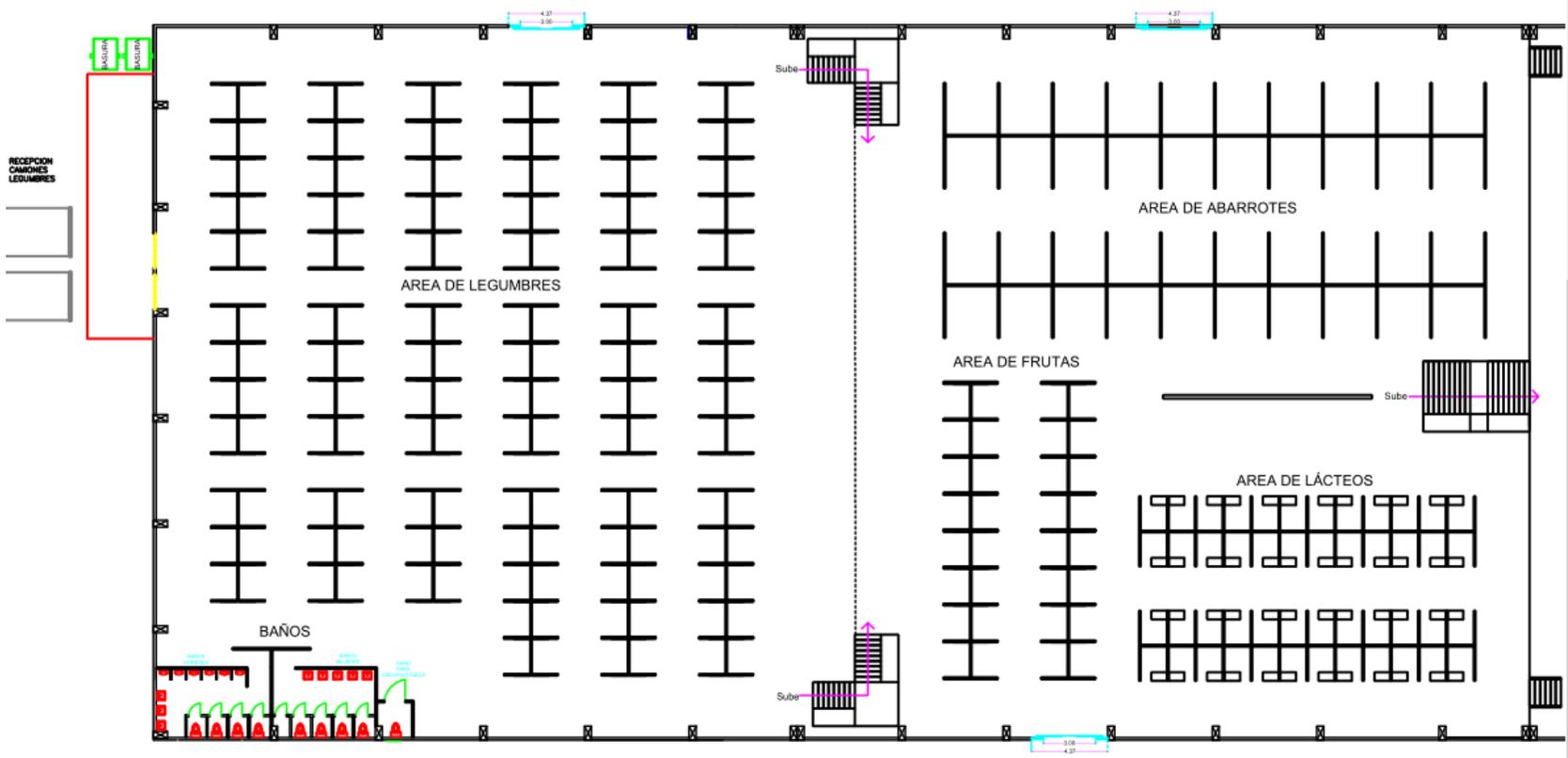


Figura 28. Detalle de la planta baja 1

Detalle de la planta baja 2

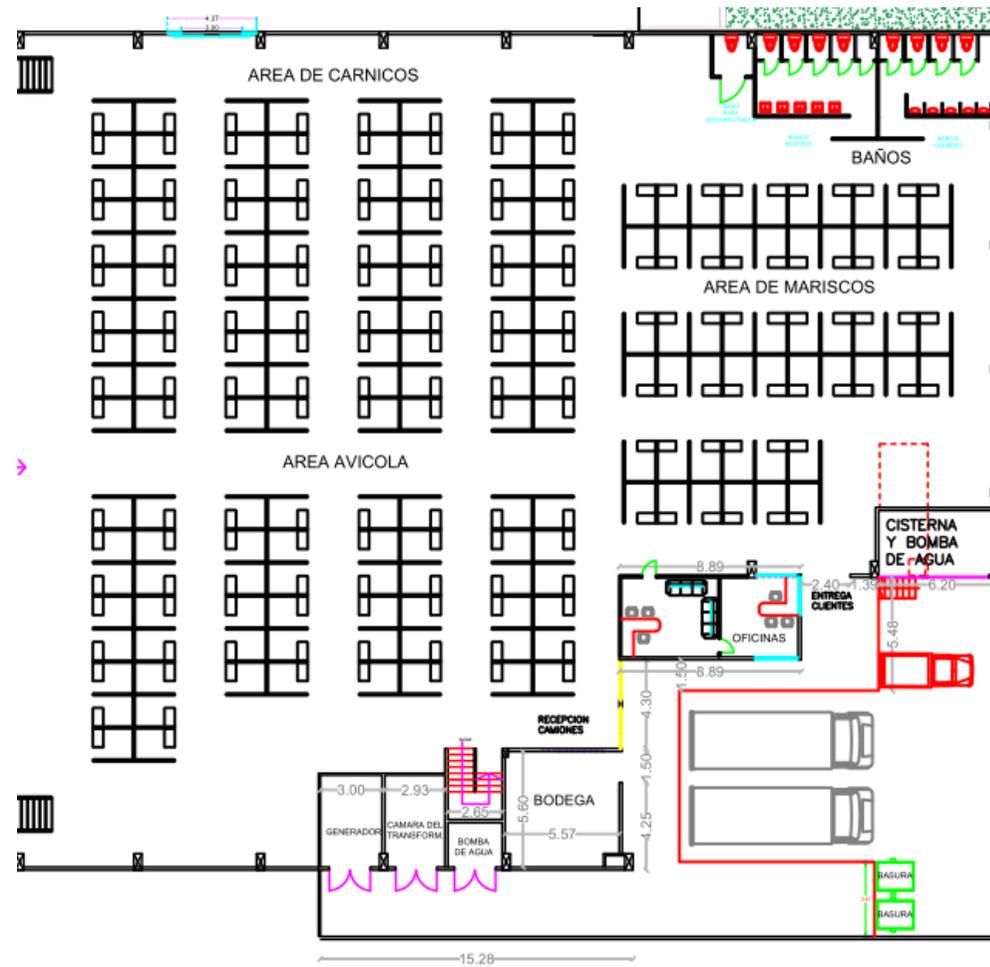


Figura 29. Detalle de la planta baja 2

Detalle de la planta baja 3

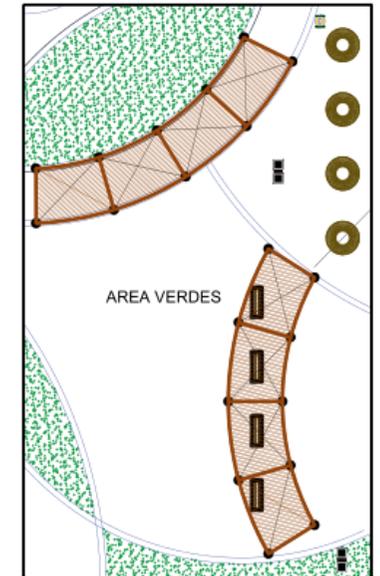
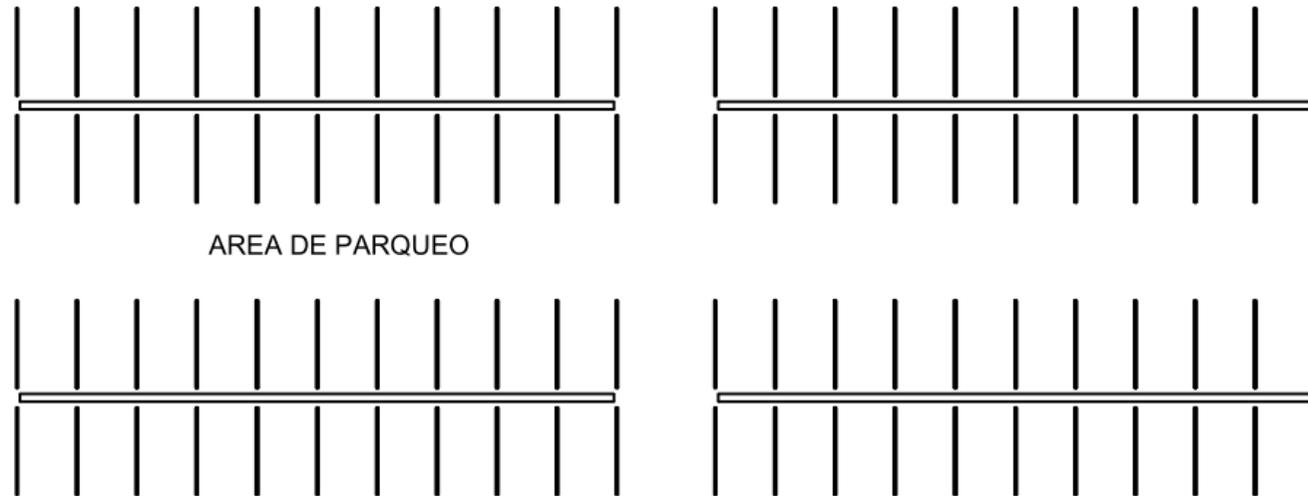
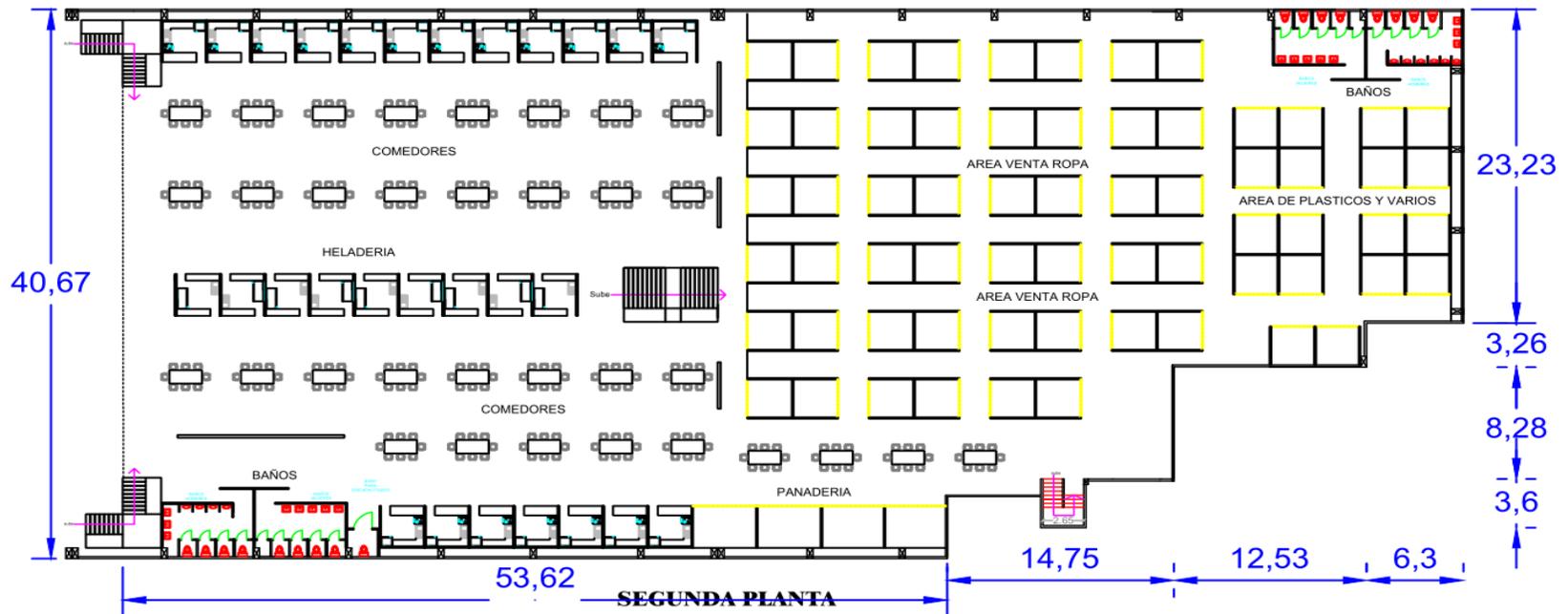


Figura 300. Detalle de la planta baja 3

### 3.5.2.2 Plano de la segunda planta




**PLANTA ARQUITECTONICA**  
 ESCALA 1 : 200

Figura 31. Plano de la segunda planta

Detalle de la segunda planta 1

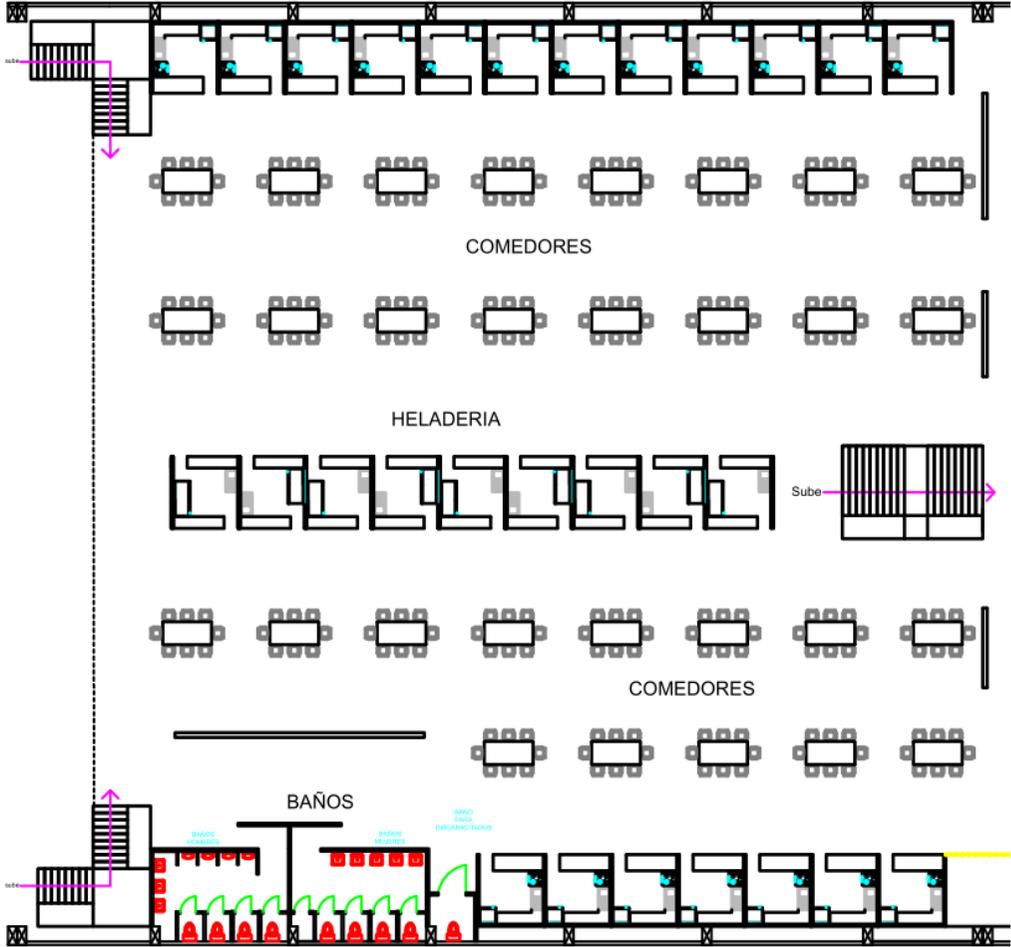


Figura 32. Detalle de la segunda planta 1

Detalle de la segunda planta 2

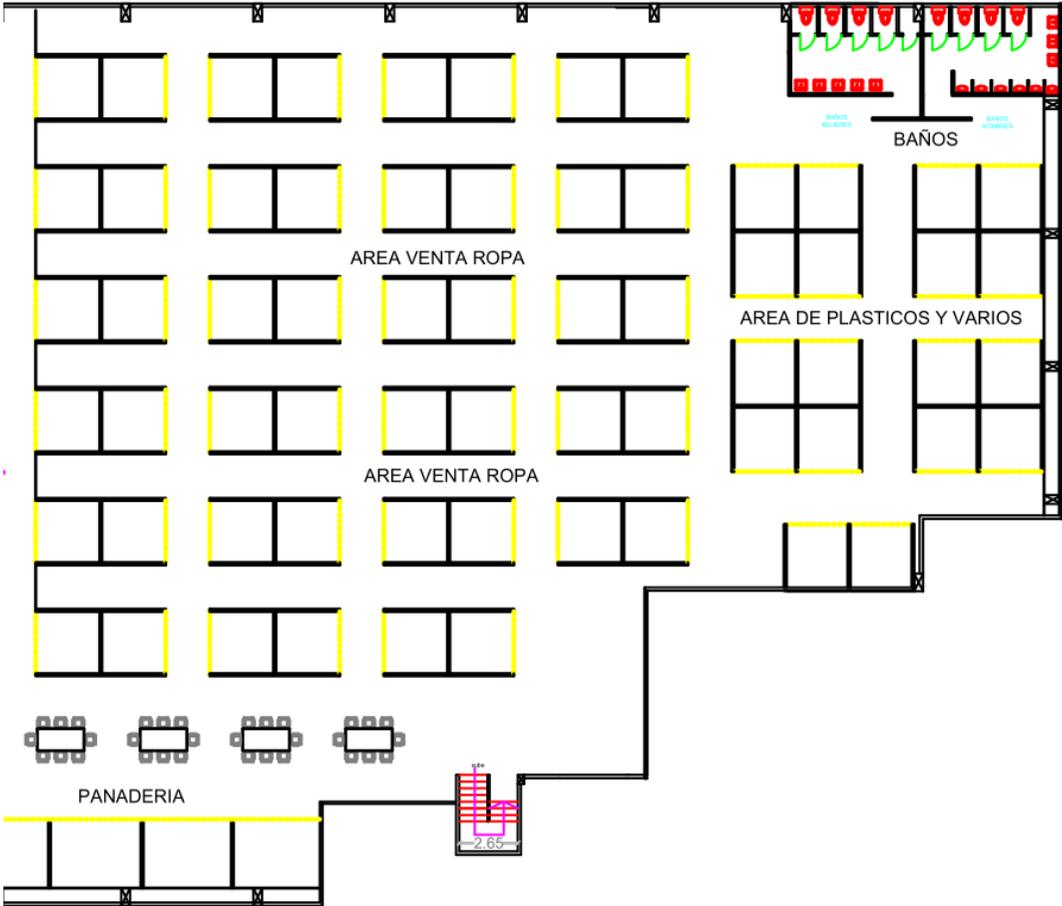


Figura 33. Detalle de la segunda planta 2

### 3.6 Proceso de conformación de la estructura

El proceso para la conformación de la estructura y el periodo de tiempo en que se llevaría a cabo es el siguiente:

Tabla 21.

*Periodo de tiempo del proceso de conformación de la estructura*

Nombre de tarea	Duración
Socialización de la propuesta	30 días
Revisión Técnica	60 días
Aprobación y desembolso del financiamiento	20 días
Contratación de compañía constructora que edifique la estructura	20 días
Construcción de la estructura	240 días
Concursos de méritos para elección del personal administrativo y funcional	60 días
Asignación de locales	20 días
Reubicación de los comerciantes	30 días
Inauguración de la estructura física organizacional	1 día

Tomando en cuenta una fecha de inicio de octubre del 2017 con la socialización del proyecto con los diferentes actores vinculados, la estructura física organizacional tendría una fecha referente de inauguración de agosto del 2019.

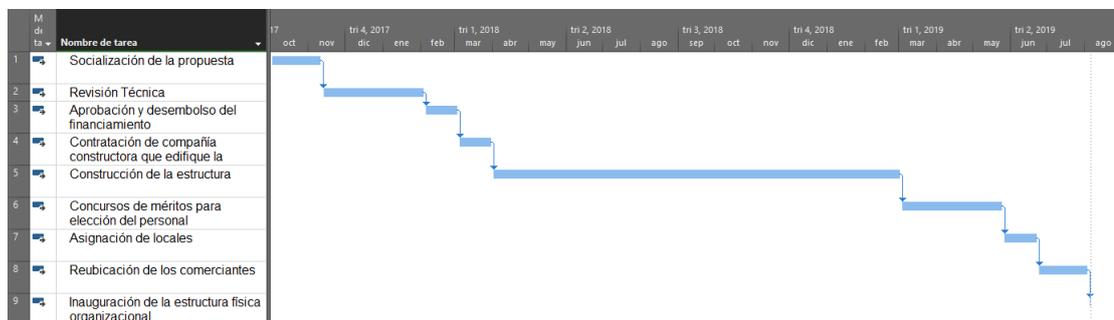


Figura 34. Cronograma del proceso de conformación de la estructura

### 3.7 Determinación de la capacidad instalada

La capacidad de la estructura física organizacional por áreas será la siguiente:

Tabla 22.

*Capacidad de la estructura física organizacional*

<b>Capacidad de la estructura física organizacional</b>			
<b>En la primera planta</b>			
<b>Área comercial</b>		<b>Área administrativa</b>	
Legumbres	156	Bodega	1
Frutas	32	2 Zonas de descargue	2
Abarrotes	40	Generador	1
Lácteos	48	Cámara del transformador	1
Cárnicos	80	Bomba de Agua	1
Avícolas	52	Cisterna	1
Mariscos	52	Contenedores de desechos	4
<b>En la segunda planta</b>			
Patio de comidas (locales)	19		
Heladerías y jugos	9		
Venta de ropa	46		
Plásticos	18		
Panaderías	4		
<b>En la zona exterior</b>			
Estacionamiento	120		
Áreas ornamentales	1		

En total son 556 locales con los que constarán las instalaciones.

#### 3.7.1 Impacto socio político – económico

Con la implementación de la estructura física organizacional se estaría dando cumplimiento a las funciones del GAD municipal con respecto al comercio informal en la zona. La economía del sector se dinamiza ya que se crea un espacio específico donde se pueda adquirir diversos productos, además de convertirse en un atractivo lo cual da un motivo de visita a la ciudadanía local y foránea.

### 3.8 Costos y características de la inversión

Se detalla el presupuesto referencial para la construcción de la estructura física organizacional.

Tabla 23.

*Presupuesto de la inversión para la estructura física organizacional*

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Excavación y relleno	m <sup>3</sup>	3200	4,15	13.280,00
Cimentación	m <sup>3</sup>	120	368,00	44.160,00
Piso	m <sup>3</sup>	750	509,00	381.750,00
Cisterna	m <sup>3</sup>	70	23,00	1.610,00
Estructura de hierro columnas y vigas	m	2053	36,00	73.908,00
Losa	m <sup>3</sup>	635	350,00	222.250,00
Cubierta metálica	m <sup>2</sup>	9031	60,00	541.860,00
Mampostería exterior	m <sup>2</sup>	2959	23,87	70.631,33
Mampostería interior	m <sup>2</sup>	2400	22,30	53.520,00
Sistema AAPP y AASS	G	1	15.000,00	15.000,00
Sistema eléctrico	G	1	30.000,00	30.000,00
Mesones	U	166	45,00	7.470,00
Escaleras	m <sup>3</sup>	12	577,00	6.924,00
Enlucido	m <sup>2</sup>	10718	9,00	96.462,00
Cerámica	m <sup>2</sup>	9018	25,00	225.450,00
Empaste y pintura	m <sup>2</sup>	5359	9,50	50.910,50
Puertas y ventanales	G	1	6.230,00	6.230,00
Jardinería	G	1	3.200,00	3.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.844.615,83</b>

#### 3.8.1 Inversión

La inversión para la construcción de la estructura física organizacional es de un millón ochocientos cuarenta y cuatro mil seiscientos quince dólares americanos con ochenta y tres centavos (\$ 1.844.615,83).

## **Capítulo IV; Propuesta de mejora continúa**

### **4.1 Planificación de estrategias a largo plazo**

Es muy importante considerar diversas estrategias a largo plazo para la consolidación del proyecto, a fin de lograr que la actividad comercial sea organizada en el cantón Jipijapa.

Se entiende que la estructura física organizacional contendrá a los comerciantes que actualmente ocupan la feria libre de víveres, la feria de ropa “La Bahía” y un patio de comidas, por lo que el resto de comerciantes informales, como los ambulantes, los que están en los barrios y en las afueras de las instituciones educativas no dispondrían del espacio físico adecuado para el desarrollo de sus actividades.

Por lo tanto, se describen las siguientes estrategias a modo de complementar la organización del comercio en Jipijapa haciéndolo de forma integral para a largo plazo erradicar la problemática que ocasiona el comercio informal.

#### **4.1.1 Estrategias administrativas**

Se propone la conformación de una Junta directiva paralela a la ya existente en la estructura física organizacional, la cual tendrá la responsabilidad de coordinar y controlar el desarrollo del comercio informal en el cantón, teniendo toda la facultad de la toma de decisiones para lograr los objetivos propuestos con el comercio informal. Estará conformado por:

- Comisario municipal
- Representante de la cámara de comercio núcleo Jipijapa
- 2 representantes de los comerciantes informales
- Administrador y Supervisor General
- Secretaria

#### **4.1.2 Estrategia funcional**

La necesidad de lograr que la actividad comercial informal en el cantón Jipijapa se realice de forma ordenada, coordinada y obedeciendo a las normas de higiene, aseo, atención al cliente y legalidad es imperante en la sociedad jipijapense.

Por ello se propone una serie de lineamientos que conjuntamente aplicados conllevaran a que el comercio se realice con los mayores estándares de calidad posible.

Esta propuesta de estrategias funcionales consta de diversas fases a fin de mitigar y solucionar la problemática que causa el comercio informal. Se busca que los comerciantes informales cumplan con:

- Legalidad ante el SRI, inscribiéndose en el sistema RISE, que simplifica los deberes tributarios de toda persona económicamente activa.
- Cumplir con los espacios abiertos destinados a su actividad, no invadiendo los lugares públicos como parques y plazas u obstaculizando el tránsito vehicular o cualquier propiedad privada.
- Contar con uniforme e identificación adecuados, manteniendo la pulcritud de la presentación personal del comerciante, con esto se logra un comercio más atractivo y prolijo.
- Contar con equipos y vehículos apropiados y en buen estado con los cuales realizan sus actividades (puestos, carretillas, motos, maquinarias refrigerantes, etc.) No se permitirán equipos ni instalaciones deterioradas y en mal estado.
- Contar con métodos adecuados de higiene y aseo: recipientes para los desechos, recogedores y escobilla, guantes y malla para el cabello en el caso de los comerciantes de alimentos.
- Cancelar las tasas municipales y tributarias que impongan las respectivas autoridades.

Para garantizar el control y cumplimiento de los lineamientos expuestos, es necesario contar con un equipo de supervisores, destinados a la inspección e intervención de los comerciantes informales en la zona urbana del cantón. Estos serán seleccionados entre la población por lo que fomentaría plazas de trabajo, y serán debidamente capacitados y evaluados a fin de que cumplan con sus obligaciones de forma correcta y adecuada. El número de supervisores será de 20, repartidos zonalmente:

- 4 en las calles centrales de Jipijapa
- 2 en el terminal terrestre
- 11 en las afueras de las instituciones educativas
- 3 en las parroquias urbanas (3) del cantón (será necesaria la movilización ciclística)

Los turnos serán de 8 horas diarias, en formato rotativo tanto en horario como en la zona asignada.

#### **4.2 Liderazgo y capital humano**

La participación de la junta directiva debe ser responsable, capaz e integral para lograr los fines propuestos, es por aquello que se propone la conformación de una asociación de los comerciantes informales del cantón para que sean los principales veedores en el cumplimiento de las funciones administrativas de los entes directivos.

Se insta a elegir democráticamente y en base a méritos los que conformarán la junta directiva, así como los elementos que serán participes en la supervisión y control, realizando una constante vigilia del cumplimiento de las obligaciones encomendadas a los nombrados, para que, en caso de no satisfacer los estándares de talento humano, se tome las debidas medidas de cambio.

### **4.3 Mejoramiento de atención al cliente**

Es sustancial fomentar una cultura de buena atención al cliente, obteniendo una mejora en el servicio brindado por el comerciante e incrementar la satisfacción del usuario.

En respuesta a esto, se propone realizar jornadas de capacitaciones continuas en temáticas de atención al cliente, para que los comerciantes adquieran destrezas que les permita mejorar la prestación comercial en sus actividades

### **4.4 Responsabilidad Social**

El proyecto plantea la coordinada ejecución de estas estrategias para alcanzar las metas propuestas, hacer del comercio informal en el cantón una actividad general organizada, segura y con las mejores condiciones laborales y sanitarias posibles. Con esto se da un mejoramiento en el desarrollo de la sociedad civil, agilizando la economía en bien de los comerciantes y procurando buscar la excelencia comercial.

La responsabilidad recae en cada uno de los actores involucrados en el proyecto, desde el comerciante informal hasta los directivos, que tienen la valiosa labor de encaminar esta propuesta a su éxito y asegurar a que sea perennemente sostenible.

## Capítulo V; Viabilidad

### 5.1 Presupuesto

En el presupuesto general se considera todo lo necesario para la constitución del proyecto, desde la compra del terreno, la construcción de la estructura, la ejecución de la mejora continua, gastos de constitución como permisos, y los gastos de servicios y administración como pago de sueldos y material de oficina por el periodo de 3 meses.

Tabla 24.

*Plan de inversión*

<b>PRESUPUESTO GENERAL DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>INVERSION FIJA</b>	<b>APORTE</b>	<b>TOTAL</b>
Terrenos	500.000,00	500.000,00
Equipos auxiliares	420,00	420,00
Muebles y equipos de oficina	3.260,00	3.260,00
Gastos de Construcción	1.844.615,83	1.844.615,83
Gastos de Constitución	1.135,00	1.135,00
<b>TOTAL</b>		<b>2.349.430,83</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Gastos de servicios básicos para 3 meses	2.465,82	2.465,82
Gastos de administración para 3 meses	54.156,99	54.156,99
<b>TOTAL</b>	<b>56.622,81</b>	<b>56.622,81</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL=</b>		<b>2.406.053,64</b>
<b>INV.FIJA.+CAP.TRABAJO</b>		
	<b>INVERSIÓN FIJA</b>	98%
	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	2%
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Por lo tanto, la inversión final para la ejecución del proyecto es de dos millones cuatrocientos seis mil cincuenta y tres dólares con sesenta y cuatro centavos (\$ 2.406.053,64).

## 5.2 Financiadores principales

Para alcanzar los objetivos propuestos con el presente proyecto el paso decisivo es encontrar el suficiente financiamiento para que se lleve a cabo la estructura física funcional.

Al ser un proyecto encaminado netamente al servicio ciudadano y no representa ganancias monetarias se descarta la participación de la empresa privada, por lo tanto, se buscará enteramente en el sector público el presupuesto necesario para la ejecución del proyecto.

En consecuencia, se tendrá que presentar esta propuesta a la Corporación Financiera Nacional, El Gobierno Nacional ecuatoriano, el Consejo Provincial de Manabí, el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jipijapa y demás entidades públicas, que pueden ser los principales financistas de la estructura física organizacional.

Al ser este una estructura de servicio a la población, no se contará con ingresos necesarios para la cancelación de sueldos y servicios básicos, por lo que se tendrá que crear una partida presupuestaria para la ejecución integral del proyecto. Se detallan los valores necesarios para los sueldos

Tabla 25.

*Sueldos*

<b>SUELDOS PARA EL PERSONAL DE LA ESTRUCTURA FISICA ORGANIZACIONAL</b>				
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Administrador	1	600,00	600,00	7.200,00
Atención al cliente	1	450,00	450,00	5.400,00
Supervisores	30	400,00	12.000,00	144.000,00
Guardianía	5	400,00	2.000,00	24.000,00
Aseo	5	400,00	2.000,00	24.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>		<b>17.050,00</b>	<b>204.600,00</b>

### 5.3 Evaluación Costo Beneficio

Debido a que el supuesto ingreso de la estructura física por concepto de alquileres, no alcanzaría para pagar los servicios básicos ni los sueldos de los funcionarios que trabajarían en la misma, se realiza una evaluación Costo – Beneficio para determinar la viabilidad del proyecto, ya que el beneficio sería social y no económico.

Tomando en cuenta como variables el costo total del proyecto el cual es de \$ 2.406.053,64 y la población jipijapense de 71.083 habitantes, según el último censo del INEC del 2010, estos últimos son los beneficiarios de la estructura física organizacional, la tercera variable es la tasa de crecimiento poblacional anual del 0,86%, haciendo un cálculo de proyección por 25 años, se tendría que para el año 2017 la población es de 75.317, mientras que para el año 2042 existiría una población de 92.606 habitantes.

Por lo tanto, la relación costo beneficio del año 2017 es de:

$$\text{Relación costo beneficio} = \frac{2.406.053,64}{75.317} = 31.94$$

La relación costo beneficio del año 2042 es de:

$$\text{Relación costo beneficio} = \frac{2.406.053,64}{92.606} = 25.98$$

Costo beneficio \$25,98 por una frecuencia de 5 visitas del comprador tendremos un beneficio para el año 2042 de \$129,90.

Esto significa que se habrá invertido \$ 2.406.053,64 para 71.083 habitantes durante 25 años, a una relación de \$129,90 por habitante.

## **5.4 Riesgos**

Entre los principales riesgos para la ejecución de lo planteado se menciona:

- No conseguir el financiamiento necesario
- No apoyo por parte de las autoridades en la ejecución del plan
- Renuencia de los comerciantes informales a los procesos de cambio en sus actividades.
- Desinterés de los involucrados en la administración y mejora continua de la propuesta.

## **5.5 Resultados esperados**

Con la implementación de la estructura física organizacional se espera cambiar la situación actual del desorden, caos vehicular, anti higiene e insalubridad que impera entre la actividad comercial informal de Jipijapa.

Se espera que se dé un cambio de percepción en los habitantes en cuanto a realizar el comercio en espacios adecuados y de forma organizada, dejando libres las calles del cantón para el tránsito de vehículos y peatones.

El mejoramiento del ornato del cantón se verá reflejado en la organización de los comerciantes, en quienes se tiene la expectativa de participación en las directrices de este proyecto, y que se dé cumplimiento a las estrategias propuestas, desarrollando la actividad del comercio con todos los reglamentos expuestos para impulsar el desarrollo de la localidad.

## **Capítulo VI; Conclusiones**

Finalizado el proyecto y en base a los resultados se concluye que:

El comercio informal en el cantón Jipijapa presenta los problemas típicos de la desorganización y falta de control en su desarrollo, existe una clara zonificación donde los comerciantes informales realizan su actividad, creando caos urbano mediante la ocupación de calles centrales y espacios ciudadanos, No existe un planeamiento para solucionar esta problemática por parte de las autoridades del cantón.

El diseño técnico propuesto cuenta con todas las soluciones necesarias para que se dé un cambio en la actividad comercial en Jipijapa, siendo necesario contar con todos los recursos disponibles para el fin propuesto.

El planeamiento de la mejora continua abarca el resto de los comerciantes informales que no cabrían en el espacio físico organizacional, y las soluciones propuestas corresponden a mejorar, controlar y organizar las actividades de este sector comercial, y ofrecer un mejor servicio a la población.

La viabilidad depende de conseguir que las entidades públicas realicen un trabajo conjunto y financien el proyecto para mejorar el comercio en Jipijapa. El presupuesto referencial refleja la inversión aproximada para que se lleve a ejecución de la estructura física organizacional para el comercio informal en Jipijapa.

## **Capítulo VII; Recomendaciones**

Presentadas las conclusiones se recomienda:

Socializar con las autoridades del GAD municipal, los comerciantes informales y demás involucrados en el planteamiento de este proyecto para que se ejecute en pro de la mejora del comercio informal en el cantón Jipijapa.

Consultar con diferentes profesionales de ramas civiles, arquitectónicas, comerciales, ambientales, económicas para que aporten al diseño final de la estructura física organizacional y que está cuenta con todos los estándares que exigen estas profesiones.

Promover reuniones con autoridades y comerciantes informales para que la propuesta de mejora continua se establezca con el cumplimiento de todas las decisiones estratégicas propuestas.

Exhortar a las diferentes entidades públicas de la primordial necesidad de contar con la estructura física organizacional para el comercio informal en Jipijapa y que se consiga el financiamiento total del proyecto.

Comprometer a las autoridades a que se realice una auditoria anual de la administración de la estructura física organizacional, para que se corrijan errores y se toman decisiones en bien de la buena dirección de la infraestructura.

## Capítulo VIII; Bibliografía

Alvarez, Carlos. *Comercio Intraregional de Ecuador*. Quito: ALADI, 2013.

Ávila, Hector. *Introducción a la metodología de la investigación*. España: Eumed, 2006.

Burke, Edmund. *Los Fundamentos de la Economía*. España: ASSETS, 2009.

CCC, Comercio. «Emagister.» 2017.  
[http://www.emagister.com/uploads\\_courses/Comunidad\\_Emagister\\_59601\\_59601.pdf](http://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_59601_59601.pdf).

CEPAL. *Clasificación del Comercio según uso o destino económico*. México: ECN, 2009.

FAO. 2017. <http://www.fao.org/docrep/003/w2612s/w2612sMap17-s.pdf>.

GAD, Jipijapa. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Jipijapa*. Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015.

Gateau, Elizabeth. «Planeamiento urbano para un crecimiento ordenado y sostenible.» *Revista de la Diputación de Barcelona*, 2006: 5.

Gonzalez, Nelly, y Kenia Maigua. *El Comercio Informal y su Incidencia en el Nivel de Ingresos de los Comerciantes Formales de la Ciudad de Ibarra*. Ibarra - Ecuador: Universidad Técnica del Norte, 2011.

Guachilema, María, y Ana Taris. *El comercio informal y su legalización en el MIES del cantón Guaranda*. Ecuador: Universidad Estatal de Bolívar, 2010.

Hernandez, Roberto. *Metodología de la Investigación*. 6ª Edición. México: McGraw - Hill, 2014.

- Jiménez, Esaú. *Determinantes de la participación femenina en el empleo informal del municipio de San Andrés Cholula*. México: Universidad de las Américas, 2008.
- Jiménez, Marcela. «Comercio formal vs comercio informal.» *Puebla online*, 30 de Mayo de 2012.
- Lopez, Salvador. *Generalidades del Comercio Informal*. México: Universidad de León, 2011.
- Mantilla, Roberto. *Acto de Comercio*. México: UNAM, 2011.
- Morrow, Jason. *El Comercio Justo*. Mexico: Maristas, 2009.
- Muller-Armack, Alfred. *Dirección Económica y Economía de Mercado*. Alemania: Kastell, 1946.
- OIT. *La transición de la economía informal a la economía formal*. Ginebra: Conferencia Internacional de Trabajo, 2014.
- Patlán, Juana, Imanol Belausteguigoitia, y Guadalupe Compeans. *Creación y marcha de negocios en la economía formal e informal en México*. México: ITAM, 2009.
- Peralta, Carolina. *Urbanismo*. España: Universidad Nacional de La Rioja, 2015.
- Pereira, René, y Evgenia Bridikhina. *Espacio compartido: Espacio urbano y comercio informal*. Bolivia: PIEB, 2008.
- Pontoni, Alberto. *Características del Comercio Mundial*. Argentina: Ecolink, 2006.
- Pradilla-Cobos, Emilio. *El comercio en la vía pública en la ciudad de México*. México: UAM, 2003.

- Resico, Marcelo. *La economía social de mercado, Una opción de organización económica para Latinoamérica*. Argentina: Pontificia Universidad Católica, 2008.
- Rodriguez, Nuri, y Carlos López. *Comercio y Derecho comercial*. DECOM: Derecho Comercial, 2010.
- Silva, Diana. *Espacio urbano y comercio en vía pública*. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2006.
- Treviño, Ernesto. *Patología de las estructuras*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León, 2008.
- UFG. «Universidad Francisco Gavidia.» 2017.  
<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7592/2/341.582-V152e-CAPITULOS.pdf>.
- UNAM. «Fca en línea.» 2017.  
<http://fcaenlinea1.unam.mx/2006/1234/docs/unidad2.pdf>.
- USFX. «Universidad San Francisco Xavier.» 2017.  
[http://usfx.info/contaduria/carrera\\_16/libros/texto\\_guia.pdf](http://usfx.info/contaduria/carrera_16/libros/texto_guia.pdf).
- Zambrano, Diana. *Estudio de Factibilidad de creación de patio de comida de comerciantes informales en el barrio Carcelén*. Quito - Ecuador: Escuela Politécnica Nacional, 2006.

## Capítulo IX; Anexos

### FORMULARIO DE ENCUESTAS



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

### CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Favor responder la presente encuesta que servirá para la recolección de datos en la conformación de la tesis previa a la obtención del grado de Ingeniero Comercial de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil titulada “Propuesta de una nueva estructura física organizacional para los comerciantes informales del cantón Jipijapa”. De la fidelidad de sus respuestas se obtendrá datos acertados que ayudarán al desarrollo de la tesis.

Género:

Masculino	
Femenino	

Edad:

Menor de 18	
18 – 30	
31 – 45	
46 – 60	
Mayor que 60	

Nivel de escolaridad:

Ninguno	
Primaria	
Secundaria	
Técnico	
Universitaria	

1. ¿De qué sector proviene?

Urbano	
Rural	

2. ¿Se considera Ud. un comerciante informal?

Si	
No	

3. ¿Es Ud. un comerciante ambulante o tiene un lugar fijo donde vende sus productos?

Ambulante	
Fijo	

4. ¿Cuánto tiempo tiene realizando esta actividad?

Menos de 1 año	
Entre 1 y 3 años	
Entre 4 y 9 años	
Más de 10 años	

5. ¿Se dedica a esta actividad por necesidad o por rentabilidad?

Necesidad	
Rentabilidad	

6. ¿Usted ha tenido inconvenientes con las autoridades o con los comerciantes formales?

Si	
No	

¿Cuál?

---

---

---

7. ¿Cuál es la razón por la que no se ha establecido como comerciante formal?

Falta de inversión	
Falta de requisitos para los trámites	
Decisión propia	
Desconocimiento de cómo hacerlo	
Otro	

8. ¿Es molestia o inconveniente para Ud. desarrollar su negocio en las calles?

Si	
No	

9. ¿Le gustaría contar con un espacio físico adecuado donde pueda realizar su actividad comercial?

Si	
No	

10. ¿Considera Ud. que les ofrece una buena atención a sus clientes?

Si	
No	

11. ¿Le gustaría capacitarse para mejorar el servicio de atención a su clientela?

Si	
No	

## EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DE LA INVESTIGACIÓN







## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **LUCIO VILLACRESES GLENDA AZUCENA**, con C.C: # 130623962-3 autor/a del trabajo de titulación: **PROPUESTA DE UNA NUEVA ESTRUCTURA FÍSICA ORGANIZACIONAL PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN JIPIJAPA** previo a la obtención del título de **INGENIERA COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 22 de septiembre del 2017

f. \_\_\_\_\_

**LUCIO VILLACRESES GLENDA AZUCENA**

**C.C: 130623962-3**



## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	<b>PROPUESTA DE UNA NUEVA ESTRUCTURA FÍSICA ORGANIZACIONAL PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN JIPIJAPA</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>LUCIO VILLACRESES GLENDA AZUCENA</b>		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Ing. Erick Paul Murillo Delgado / Econ. Pico Versoza Lucía</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	<b>Universidad Católica de Santiago de Guayaquil</b>		
<b>FACULTAD:</b>	<b>Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas</b>		
<b>CARRERA:</b>	<b>Administración de Empresas</b>		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	<b>Ingeniera Comercial</b>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>22 de septiembre del 2017</b>	<b>No. PÁGINAS:</b>	<b>DE 118</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Administración, emprendimiento</b>		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	<b>Comercio, informal, estructura, organizacional.</b>		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (200 palabras)</b> El comercio informal mueve gran porcentaje del flujo económico que hay en el cantón Jipijapa representando un gran aliciente económico para muchos habitantes que se dedican a estas actividades. El comercio informal origina diversa problemática, sobre todo la que está relacionada con la desorganización urbana, el caos vehicular, la ocupación de espacios públicos y la insalubridad. Razón por la cual se presenta este trabajo de titulación, con el fin de proponer una estructura física organizacional que dé cabida a un gran sector primordial del comercio informal, brindando un espacio físico adecuado para los comerciantes.			
El trabajo se encuentra estructurado como un modelo de negocios, se describe la etapa de introducción, donde consta el planteamiento general del proyecto, seguida de la etapa de análisis del entorno donde se describe el estado situacional del comercio informal en Jipijapa, en el estudio técnico se detallan las características técnicas que den paso a la conformación de la estructura física organizacional, se realiza también la propuesta de mejora continua donde se proponen lineamientos a fin de administrar de forma correcta las instalaciones, exponiendo además, la viabilidad de este trabajo, en donde se analiza lo factible de aplicar el proyecto, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0998072196	<b>E-mail:</b> glenda.lucio@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre: Freddy Ronalde Camacho Villagómez</b>		
	<b>Teléfono: +593-4-987209949</b>		
	<b>E-mail: freddy.camacho.villagomez@gmail.com</b>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			