



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO DEL TRABAJO

**EL MICRO COMERCIO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO FAMILIAR DE
LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER
TRIMESTRE DEL 2019.**

AUTORAS:

LIDA JACQUELINE PONCE OLALLA

MARÍA LIZETH VILLACÍS VERDEZOTO

Guaranda, Julio, 2019



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO DEL TRABAJO

**EL MICRO COMERCIO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO FAMILIAR DE
LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER
TRIMESTRE DEL 2019.**

**Proyecto de Investigación presentado como requisito parcial para aprobar el
trabajo de titulación, para optar el Título de Ingenieras Comerciales**

AUTORAS:

LIDA JACQUELINE PONCE OLALLA

MARÍA LIZETH VILLACÍS VERDEZOTO

DIRECTOR:

ING. RAMIRO JARAMILLO VILLAFUERTE

PARES ACADÉMICOS

ING. CARLOS QUITO

ING. MÓNICA MOYANO

Guaranda, Julio, 2019



DERECHOS DE AUTOR

Nosotras **LIDA JACQUELINE PONCE OLALLA** y **MARÍA LIZETH VILLACIS VERDEZOTO**, en calidad de autoras del trabajo de investigación: **“EL MICRO COMERCIO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019”**, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen o parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autoras nos corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a nuestro favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Asimismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Ponce Olalla Lida Jacqueline
C.I. N°: 2200226856

María Lizeth Villacis Verdezoto
C.I. N°: 0202153722

20190201002P01007

DECLARACION JURAMENTADA
OTORGAN: LIDA JACQUELINE PONCE OLALLA Y OTRA
CUANTIA: INDETERMINADA
DI 2 COPIAS

En la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día jueves veinticuatro de julio de dos mil diecinueve, ante mí DOCTOR HERNÁN RAMIRO CRIOLLO ARCOS, NOTARIO SEGUNDO DE ESTE CANTÓN, comparecen las señoritas Lida Jacqueline Ponce Olalla y María Lizeth Villacis Verdezoto, por sus propios derechos. Las comparecientes son de nacionalidad ecuatorianas, mayores de edad, de estado civil solteras, domiciliadas en la parroquia Guanujo, cantón Guaranda; y, parroquia Santiago, cantón San Miguel; y de transito por este lugar, respectivamente, con celular número: cero nueve ocho cinco cuatro dos dos cero ocho y, cero nueve ocho ocho siete cuatro cinco uno seis tres, correo electrónico: jaky.li95@gmail.com y, villacismaria54@gmail.com; a quienes de conocerlas doy fe en virtud de haberme exhibido sus cédulas de ciudadanía en base a la que procedo a obtener sus certificados electrónicos de datos de identidad ciudadana, del Registro Civil, mismo que agrego a esta escritura como documentos habilitantes; bien instruidas por mí el Notario en el objeto y resultados de esta escritura de Declaración Juramentada que a celebrarla proceden, libre y voluntariamente.- En efecto juramentado que fueron en legal forma previa las advertencias de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad con claridad y exactitud, declaran lo siguiente: "Que previo a la obtención del Título de Ingenieras Comerciales de la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, otorgado por la Universidad Estatal de Bolívar, manifestamos que los criterios e ideas emitidas en el presente Proyecto de Investigación: "EL MICRO COMERCIO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019", es de nuestra exclusiva responsabilidad en calidad de autoras, es todo cuanto tenemos que decir en honor a la verdad". Hasta aquí la declaración juramentada que junto con los documentos anexos y habilitantes que se incorpora queda elevada a escritura pública con todo el valor legal, y que a las comparecientes aceptan en todas y cada una de sus partes, para la celebración de la presente escritura se observaron los preceptos y requisitos previstos en la Ley Notarial; y, leída que le fue a las comparecientes por mí el Notario, se ratifican y firman conmigo en unidad de acto quedando incorporada en el Protocolo de esta Notaría, de todo cuanto DOY FE.

Srta. Lida Jacqueline Ponce Olalla
C. C. 2200226856

Srta. María Lizeth Villacis Verdezoto
C.C. 0202153722

DR. HERNÁN RAMIRO CRIOLLO ARCOS
NOTARIO SEGUNDO DE CANTÓN GUARANDA

se otorgó ante mí y en fe de ello
confiero ésta primera copia
certificada, firmada y sellada en 3 fs.

Guaranda, 24 de Julio del 2019



**ING. RAMIRO JARAMILLO VILLAFUERTE EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA**

CERTIFICO

Que las señoritas **LIDA JACQUELINE PONCE OLALLA** y **MARÍA LIZETH VILLACIS VERDEZOTO** estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión empresarial e informática, carrera de **INGENIERIA COMERCIAL** dentro de la modalidad de titulación (Proyecto de investigación); han cumplido con el ingreso de sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su proyecto denominado **“EL MICRO COMERCIO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019”**, en tal virtud, faculto a las interesadas, seguir el trámite legal pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar, Guaranda a los 7 días del mes de Junio del 2019

Atentamente,



Ing. Ramiro Jaramillo Villafuerte

Cd. N°: 020097099-4

DIRECTOR

**ING. MÓNICA MOYANO EN CALIDAD DE PAR ACADÉMICO DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA**

CERTIFICO

Que las señoritas **LIDA JACQUELINE PONCE OLALLA** y **MARÍA LIZETH VILLACIS VERDEZOTO** estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión empresarial e informática, carrera de **INGENIERIA COMERCIAL** dentro de la modalidad de titulación (Proyecto de investigación); han cumplido con el ingreso de sugerencias y recomendaciones emitidas por la suscrita a su proyecto denominado **“EL MICRO COMERCIO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019”**, en tal virtud, faculto a las interesadas, seguir el trámite legal pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar,

Guaranda a los 24 días del mes de Julio del 2019

Atentamente,



Ing. Mónica Moyano
C.I. N° 0604123307

PAR ACADÉMICO

**ING. CARLOS QUITO EN CALIDAD DE PAR ACADÉMICO DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA**

CERTIFICO

Que las señoritas **LIDA JACQUELINE PONCE OLALLA** y **MARÍA LIZETH VILLACIS VERDEZOTO** estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión empresarial e informática, carrera de **INGENIERIA COMERCIAL** dentro de la modalidad de titulación (Proyecto de investigación); han cumplido con el ingreso de sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su proyecto denominado **“EL MICRO COMERCIO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019”**, en tal virtud, faculto a las interesadas, seguir el trámite legal pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar,

Guaranda a los 24 días del mes de Julio del 2019

Atentamente,



.....
Ing. Carlos Quito
C.I. N° 0201496106

PAR ACADÉMICO

ÍNDICE DE CONTENIDO

DERECHOS DE AUTOR	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	2
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	4
ANTECEDENTES	4
FORMULACIÓN	6
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	6
PREGUNTAS DIRECTRICES	7
OBJETIVOS	8
General.....	8
Específicos	8
JUSTIFICACIÓN	9
CAPÍTULO II.....	10
MARCO REFERENCIAL.....	11
MARCO GEOREFERENCIAL.....	11
Ubicación del cantón Guaranda	11
Características socioculturales	11
Actividades económicas.....	11
MARCO TEÓRICO.....	13
Comerciante	13
Tipo de comerciantes	13
Micro comercio.....	16
Desarrollo familiar	20
LEGAL	27
MARCO CONCEPTUAL	32

CAPÍTULO III.....	35
DISEÑO METODOLÓGICO.....	36
NIVEL DE INVESTIGACIÓN	36
Por su profundidad.....	36
Por la fuente	36
Por el propósito.....	37
Población.....	37
Técnicas e instrumentos de recolección de información	38
Hipótesis de investigación	39
Hipótesis nula.....	39
Metodología para la acción e intervención	45
CAPÍTULO IV.....	46
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	47
Resultados de la encuesta.....	47
Resultados de la acción e intervención	63
Comprobación de la hipótesis.....	64
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES.....	68
BIBLIOGRAFÍA	69
ANEXOS	70
Anexo 1. Evidencia de la aplicación de la encuesta	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de la población de Guaranda.....	12
Tabla 2. Fórmula para el cálculo de la Muestra poblaciones finitas.....	37
Tabla 3. Desarrollo de la fórmula del cálculo de la muestra	38
Tabla 4. Operacionalización de la variable independiente	40
Tabla 5. Operacionalización de la variable dependiente	43
Tabla 6. Género, estado civil y etnia de las personas encuestadas	47
Tabla 7. Edad de las personas encuestadas.....	48
Tabla 8. Área en la que se desenvuelve	49
Tabla 9. Razón por la que decidió emprender	50
Tabla 10. Edad del emprendimiento	51
Tabla 11. Tipo de recursos.....	52
Tabla 12. Frecuencia con que realiza la actividad comercial	53
Tabla 13. Inversión inicial	54
Tabla 14. Ingresos percibidos	55
Tabla 15. Economía familiar.....	56
Tabla 16. Empleados de su negocio.....	57
Tabla 17. Familiares colaboradores en su actividad	58
Tabla 18. Familiares que se benefician con esta actividad	59
Tabla 19. Contribución al desarrollo familiar.....	60
Tabla 20. Destinación de ingresos	61
Tabla 21. Satisfacción de necesidades	62
Tabla 22. Tabla cruzada.....	64
Tabla 23. Pruebas de chi-cuadrado	65
Tabla 24. Tabla cruzada.....	66
Tabla 25. Pruebas de chi-cuadrado.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i>	Género, estado civil y etnia de las personas encuestadas	47
<i>Figura 2.</i>	Edad de las personas encuestadas	48
<i>Figura 3.</i>	Área en la que se desenvuelve	49
<i>Figura 4.</i>	Razón por la que decidió emprender	50
<i>Figura 5.</i>	Edad del emprendimiento	51
<i>Figura 6.</i>	Tipo de recursos	52
<i>Figura 7.</i>	Frecuencia con que realiza la actividad comercial	53
<i>Figura 8.</i>	Inversión inicial	54
<i>Figura 9.</i>	Ingresos percibidos	55
<i>Figura 10.</i>	Economía familiar.....	56
<i>Figura 11.</i>	Empleados de su negocio.....	57
<i>Figura 12.</i>	Familiares colaboradores en su actividad	58
<i>Figura 13.</i>	Familiares que se benefician con esta actividad	59
<i>Figura 14.</i>	Contribución al desarrollo familiar.....	60
<i>Figura 15.</i>	Destinación de ingresos	61
<i>Figura 16.</i>	Satisfacción de necesidades	62

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Título del trabajo de titulación

**ANÁLISIS DEL MICRO COMERCIO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO
FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL
PRIMER TRIMESTRE DEL 2019.**

Autoras: Lida Jacqueline Ponce Olalla; María Lizeth Villacis Verdezoto

Director: Ing. Ramiro Jaramillo Villafuerte

25, julio, 2019

RESUMEN

El presente proyecto surge con la finalidad de establecer la contribución que tiene el micro comercio en el desarrollo de las familias planteándose como objetivo general: Analizar el micro comercio y su contribución al desarrollo familiar de los comerciantes del mercado 10 de Noviembre en el primer trimestre del 2019. Para lo cual se considera emplear el estudio descriptivo y de este modo determinar características demográficas de los comerciantes al igual que singularidades de la actividad como lo es inversión, generación de recursos, beneficiados, satisfacción de necesidades, por lo que las investigadoras emplearon la encuesta como la técnica de recolección de información que fue procesada empleando el software estadístico SPSS para la representación de la información en tablas y figuras, para el fácil entendimiento de la información recabada con la que se ha establecido que pese a que los ingresos que perciben estos les han permitido cubrir necesidades básicas tanto de ellos como de sus familiares, ya que con estos pueden adquirir los alimento necesarios, cubrir gastos de educación, vivienda , salud y vestimenta de los familiares que están bajo dependencia de los micro comerciantes.

Palabras clave: micro comercio, desarrollo económico familiar, mercado 10 de noviembre.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES BUSINESS AND COMPUTER
MANAGEMENT**

CAREER OF COMMERCIAL ENGINEERING

Title of the degree work

ANALYSIS OF MICRO COMMERCE AND ITS CONTRIBUTION TO THE FAMILY
DEVELOPMENT OF MARKET TRADERS NOVEMBER 10TH IN THE FIRST QUARTER
OF 2019.

Authors: Lida Jacqueline Ponce Olalla; María Lizeth Villacis Verdezoto

Director: Ing. Ramiro Jaramillo Villafuerte

25, julio, 2019

ABSTRACT

The present project arises with the purpose of establishing the contribution that micro-commerce has in the development of families, with the general objective of: Analyzing micro-commerce and its contribution to family development of market traders November 10 in the first quarter of the year 2019. For which it is considered to use the descriptive study and in this way to determine demographic characteristics of the merchants as well as singularities of the activity such as investment, generation of resources, beneficiaries, satisfaction of needs, for which the researchers used the survey as the information collection technique that was processed using the statistical software SPSS for the representation of the information in tables and figures, for the easy understanding of the information gathered with which it has been established that despite the income received these have allowed them to cover basic needs tant or of them as of their relatives, since with these they can acquire the necessary food, cover expenses of education, housing, health and clothing of the relatives who are dependent on the micro merchants.

Key words: micro commerce, family economic development, market November 10.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Muchas de las veces el inicio de un negocio se da por una sola persona la cual ha incurrido en una actividad económica muchas de las veces motivados por la necesidad de superación propia, dando origen a actividades de comercio pequeñas en donde la venta se realiza al por menor titulado a este sector como micro comercios o micro empresas.

En Guaranda es muy común encontrar personas emprendedoras quienes lideran sus propios negocios unipersonales, mayoritariamente este tipo de establecimientos se los encuentra en el mercado central nombrado 10 de Noviembre en donde la variedad de pequeñas tiendas o comercios es impresionante, alcanzando 600 emprendimientos dedicados al comercio de: frutas legumbres, verduras, cárnicos, entre otros productos muchos de estos negocios ya han alcanzado 10 años como mínimo y otros han llegado hasta los 60 años, siendo un ejemplo empresarial.

Pese a esta realidad se ha desconocido la contribución tan importante de estos negocios en la sociedad especialmente en las familias que se han dedicado a esta ardua labor, dejándolos pasar desapercibidos, por lo que hasta la actualidad no se han llevado a cabo procesos investigativos, a razón de esto se planteó la presente investigación y de este modo sacar a estos pequeños negocios del anonimato y dar a conocer a todos los guarandeños y demás país la contribución de este pequeño grupo económico, a través de la publicación de este documento en el repositorio digital.

Razón por la cual se ha diseñado el trabajo investigativo mismo que consta de los siguientes apartados:

Capítulo I: está conformado por la definición del problema en donde se exponen los antecedentes investigativos, la formulación del problema con su descripción, preguntas directrices que orientan el proceso investigativo, al igual que los objetivos que permiten establecer la ruta a seguir y pro ultimo la justificación.

Capítulo II: consta de los referentes teóricos, conceptuales, legales empleados para el entendimiento del objeto de estudio.

Capítulo III: se establece técnica y metodológicamente el desarrollo del proyecto para lo cual fu indispensable el determinar el tipo de investigación las técnicas e instrumentos a emplearse.

Capítulo IV: se presenta el procesamiento de información conjuntamente con el análisis de cada uno de los datos para a posterior poder emitir conclusiones y recomendaciones en función a los resultados obtenidos.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

ANTECEDENTES

Los antecedentes de investigación permiten dar un adecuado direccionamiento a la investigación, por lo cual se ha considerado de gran contribución proyectos que guardan relación con el presente proyecto, trabajos que son presentados a continuación:

En el repositorio de la Universidad Tecnológica “Indoamérica” se encuentra publicado el trabajo de investigación denominado: “La asociatividad de productores agropecuarios San Roque y su incidencia en la economía familiar de los socios de la comunidad de Huachi, año 2015” desarrollado por: Núñez (2016), en el cual se planteó como objetivo el: potenciar la asociatividad de Productores Agropecuarios San Roque y su incidencia en las economías familiares de los socios de la comunidad de Huachi, pudiendo con esto llegar a concluir en: la asociatividad de los socios de la asociación de productores agropecuarios San Roque produce que las ventas mejoren sus ingresos para cada uno, por ello formar parte de una asociación que se encuentra legalmente y jurídicamente establecida mejora el nivel de vida de los miembros de sus familias por la comercialización y venta de sus productos y animales en el mercado a un precio competitivo.

Díaz (2016) desarrollo el proyecto investigativo titulado: “Asociatividad de las amas de casa de la Academia Oscus y su incidencia en los ingresos familiares en el año 2015”, el mismo que se localiza en el repositorio de la Universidad Tecnológica “Indoamérica”, estudio que se realizó con el objetivo de: establecer la asociatividad de las amas de casa de la academia OSCUS y su incidencia en los ingresos familiares en el año 2015, donde su autora logro establecer que: el 46% de las encuestadas se encuentran en los niveles de quintil 1 al 3 siendo un indicador aceptable tomando en cuenta que el INEC clasifica a las amas de casa como población económicamente inactivas: Ama de casa.- Persona que se dedica con exclusividad a los quehaceres domésticos, no estudia, no trabaja, no busca trabajo, ni percibe rentas o pensiones.

El proyecto cuyo tema es: “Análisis socioeconómico de los comerciantes formales y su incidencia en el desarrollo económico cantón Quevedo, periodo 2008 – 2012”, de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en donde su autor fue Campuzano (2015), con el objetivo de: analizar la incidencia del comercio formal, en el desarrollo socioeconómico de los habitantes del

Cantón Quevedo, en el periodo 2008-2012, estudio que le permitió concluir en que: permite aseverar que la actividad comercial, ha incidido significativamente en el desarrollo y crecimiento en el ámbito social, económico y empresarial de los habitantes del Cantón Quevedo y su entorno, el comercio formal, sujetado a normativas públicas, ha generado fuentes de empleo en los diversos niveles ocupacionales, desde auxiliares, ayudantes, técnicos, directores y ejecutivos que representa a la inversión privada y la misma incide en el desarrollo socioeconómico del Cantón Quevedo.

FORMULACIÓN

¿CÓMO CONTRIBUYE EL MICRO COMERCIO AL DESARROLLO FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019?

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Durante varios años se ha visto que instituciones gubernamentales o de educación se han centrado en realizar estudios sobre emprendimientos a fin de establecer su contribución al desarrollo socioeconómico de aquellos que llevan a cabo algunas actividades y poder de algún modo impulsarlas, los investigadores han dejado de lado el micro comercio, uno de los emprendimientos que mayoritariamente se encuentra en la ciudad de Guaranda y que no se ha demostrado como esto ha logrado que las familias de aquellos que lo realizan han podido salir adelante o cual es la contribución en la vida de estos, desconociendo que actualmente dentro del mercado 10 de Noviembre existen aproximadamente más de 600 comerciantes, quienes se han visto excluidos por las instituciones de educación superior a la hora de realizar un estudio investigativo, por lo que desconoce de las características: dicotómicas, continuas y politómicas de los comerciantes al igual que no existe evidencia de cuáles son las particularidades de este tipo de emprendimiento tales como: la inversión que realizan estos comerciantes, si esta actividad les ha permitido cubrir necesidades básicas, si los recursos que se generan es la única fuente de sustento económico de estos comerciantes y de las personas de su hogar, si gracias al micro comercio han podido acceder a servicios básicos y demás peculiaridades que el proyecto investigativo planteado permitirá dar a conocer.

PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Cuáles son las características dicotómicas, continuas y politómicas de las personas que se dedican al micro comercio en el mercado 10 de noviembre?

¿Qué tipo de necesidades y servicios les ha permitido cubrir esta actividad?

¿Cómo se considera a los ingresos percibidos, quienes son los beneficiarios y como es considerada la contribución al desarrollo familiar?

OBJETIVOS

General

- Analizar el micro comercio y su contribución al desarrollo familiar de los comerciantes del mercado 10 de Noviembre en el primer trimestre del 2019.

Específicos

- Determinar características demográficas de las personas que se dedican al micro comercio en el mercado 10 Noviembre
- Conocer características de los micro comerciantes (motivación para emprender, edad del emprendimiento, inversión, número de trabajadores, beneficiarios, frecuencia de comercio entre otros aspectos)
- Establecer de qué forma ha contribuido el micro comercio en las familias que llevan a cabo esta actividad.

JUSTIFICACIÓN

Una de las actividades de mayor práctica en la ciudad de Guaranda es el micro comercio prueba de ello lo más de 600 comerciantes que pertenecen al mercado 10 de Noviembre de los cuales no se ha evidenciado estudios que resalten la contribución de este tipo de actividades, viéndose necesario el desarrollo de este tipo de proyecto y por medio de ellos dar a conocer como ha contribuido durante varios años el micro comercio al desarrollo familiar, convirtiéndose los resultados que se obtengan en una fuente informativa para autoridades de turno y que tomen decisiones a favor de este segmento.

Se considera pertinente este trabajo ya que una de las búsquedas del nuevo régimen es impulsar actividades que contribuyan a la reactivación económica del país por medio de los emprendimientos.

Es viable el desarrollo del trabajo dado que la población tomada en consideración es de fácil acceso ya que se les puede encontrar concentrados mayoritariamente los días jueves y sábados, se cuenta con la asesoría de docentes especializados en el área de estudio, se tiene el acceso a recursos tecnológicos, bibliográficos y económicos.

Como principales resultados de la investigación se conocerá características de los micro comerciantes: genero, etnia, estado civil, edad; al igual que de la actividad que cada uno mantiene, como: la inversión que requirieron, el tiempo de producto que comercializa, razón que le impulso, frecuencia de la actividad, personas que se benefician, destinos de los recursos obtenidos entre otras peculiaridades de este tipo de negocios.

Los beneficiarios del proyecto son los micro comerciantes ya que se divulgará por medio de la publicación de este documento la contribución que tiene esta actividad al desarrollo social esperando que las autoridades de turno tomen medidas que les favorezca.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

MARCO GEOREFERENCIAL

Ubicación del cantón Guaranda

El desarrollo del trabajo investigativo se lo realizará en el centro de la ciudad de Guaranda la cual se encuentra ubicada en el centro del Ecuador, en la Hoya del Chimbo al noreste de la Provincia de Bolívar, dentro de las coordenadas: 1° 34' 8" Latitud sur; y, 78° 58' 1". Longitud Oeste.

LÍMITES: Al Norte, las provincias de Tungurahua y Cotopaxi; al Sur, los Cantones San José de Chimbo y San Miguel de Bolívar; al Este, la Provincia de Chimborazo y Tungurahua; y al Oeste, los cantones Las Naves, Echeandía y Caluma. Superficie: 189.209 Has. 189.2 Km². (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2011-2021)

Características socioculturales

El cantón Guaranda, según el Censo de Población y Vivienda del año 2010, contabilizó una población total de 91.877 habitantes, siendo 44.353 hombres y 47.524 mujeres. La población se identifica básicamente mestiza, en más de 49.06 % y de indígenas, en otro porcentaje alto, 46.99 %. Son pocos los que se clasifican de blancos, sólo un 2.30 %, y un 0.46 % se denominan afro-ecuatorianos. El resto se reparte en pequeñas cifras de distintos orígenes. (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2011-2021)

Actividades económicas

- Agricultura y Ganadería, Silvicultura y Pesca.
- Explotación de Minas y Canteras.
- Industrias Manufactureras.
- Suministro de Electricidad, Gas y Aire Acondicionado.
- Distribución de Agua, Alcantarillado y Gestión de Desechos.
- Construcción.
- Comercio al por Mayor y Menor.
- Transporte y Almacenamiento.
- Actividades de Alojamiento y Servicios de Comidas.
- Informe y Comunicación.

- Actividades Financieras y de Seguros.
- Actividades Inmobiliaria.
- Actividades Profesión, Científico y Técnicas.
- Actividades de Servicios Admin. y de Apoyo.
- Administración Pública y Defensa.
- Enseñanza.
- Actividad de la Atención de la Salud Humana.
- Artes, Entretenimiento y Recreación.
- Otras Actividades de Servicio.
- Actividades de los Hogares como Empleadores.
- Actividad de Organizaciones y Órganos.
- Extraterritoriales.
- No Declarados. (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2011-2021)

Tabla 1.
Distribución de la población de Guaranda

Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	829	836	1,665
De 1 a 4 años	4,254	4,211	8,465
De 5 a 9 años	5,494	5,314	10,808
De 10 a 14 años	5,267	5,002	10,269
De 15 a 19 años	4,057	4,205	8,262
De 20 a 24 años	3,006	3,549	6,555
De 25 a 29 años	2,406	2,840	5,246
De 30 a 34 años	2,180	2,514	4,694
De 35 a 39 años	1,984	2,339	4,323
De 40 a 44 años	1,762	2,138	3,900
De 45 a 49 años	1,433	1,754	3,187
De 50 a 54 años	1,441	1,559	3,000
De 55 a 59 años	1,104	1,281	2,385
De 60 a 64 años	1,139	1,240	2,379
De 65 a 69 años	906	990	1,896
De 70 a 74 años	735	877	1,612
De 75 a 79 años	562	605	1,167
De 80 a 84 años	418	409	827
De 85 a 89 años	227	250	477
De 90 a 94 años	130	126	256
De 95 y mas	128	142	270
Total	39,462	42,181	81,643

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2011-2021)

Editado por: Ponce Lida y Villacis María

MARCO TEÓRICO

Comerciante

En el estudio realizado por Mallaina (2017), supo manifestar que:

Se entiende por comerciante a aquella persona que se dedica de manera oficial a la actividad del comercio. Esto supone que compra y vende diferentes tipos de artículos o servicios con el objetivo de obtener una ganancia por actuar como intermediario entre quien produce el artículo o servicio y quien lo utiliza. El rol de comerciante es uno de los roles más importantes en la sociedad humana ya que a lo largo de la historia ha sido quien ha permitido conectar las materias primas con los usuarios, ofreciéndoles a estos muchas veces la posibilidad de conocer productos de otros ambientes o regiones.

Un comerciante puede ser mayorista o minorista, y los productos pueden venderse de cualquier fuente a cualquier otra fuente. Un comerciante es un término no específico para cualquiera que venda algo, el único factor determinante es que el producto o servicio a la venta se vende con fines de lucro.

Históricamente, un comerciante es cualquiera que esté involucrado en negocios o comercio. Los comerciantes incluían comerciantes locales como panaderos, tenderos y otros que importaban y exportaban productos a grandes distancias, y ofrecían servicios de valor agregado como crédito y finanzas.

Con los años, la reputación de los comerciantes ha variado. En la antigua Roma y Grecia, los comerciantes pueden haber sido ricos, pero se les concedió un alto estatus social. Y, en el Medio Oriente, los mercaderes disfrutaban de un alto estatus. El escenario actual ha cambiado mucho. En los tiempos modernos, un comerciante es alguien que realiza actividades únicamente con el propósito de generar ganancias, flujo de efectivo e ingresos. (pág. 20)

Tipo de comerciantes

Comerciantes Minoristas

En el trabajo de investigación realizado por Cano (2013), concluyó que:

El distribuidor minorista o detallista es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado.

El último eslabón en la cadena comercial de distribuidores, que empieza con el producto y termina con el consumidor. La cadena puede ser larga o corta, dependiendo del número de intermediarios entre el productor y el consumidor.

Las actividades de minoristas incluyen la compra de bienes para la venta, almacenaje, exhibición, marcada de precios, publicidad, venta, financiación, servicio y otras actividades necesarias para completar la venta con los compradores. El comerciante minorista ocupa el lugar en el canal de distribución que conecta con el consumidor final.

La meta de las ventas al por menor es lograr una utilidad al servir las necesidades y deseos que tienen los consumidores de productos y servicios. Entonces, la clave para lograr utilidades en las ventas al por menor reside en la habilidad del minorista para servir a grupos o consumidores.

Mediante lo leído los comerciantes minoristas son aquellos que venden de forma pequeña, es decir distribuyen directamente al consumidor. (pág. 34)

Comerciante Formal

En el estudio realizado por González (2011), manifestó que:

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.

El comercio formal es la compra-venta de productos, en base a leyes reglamentos que regulan el buen funcionamiento y desarrollo del mismo, se da en espacios y condiciones adecuadas para realizar esta actividad económica.

Ventajas y desventajas del comercio formal

El comercio formal presenta diversas ventajas y desventajas dentro de las que se pueden mencionar:

Ventajas

- Garantía en los productos que se ofertan.
- Instalaciones adecuadas.
- Diversas formas de pago.
- Está amparado por la ley.

Desventajas

- Tienen un costo elevado.
- Les resulta difícil adquirirlo para las familias de escasos recursos económicos. (pág. 81)

Comerciante informal

En el trabajo de investigación realizado por Bustamante (2013), dio a conocer que:

El fenómeno llamado comercio informal no es sencillo de definir, en él intervienen múltiples actividades ligadas todas a nuestra historia, a nuestro presente y futuro, guardando al mismo tiempo una relación estrecha con la cultura y con los momentos económicos que ha vivido el país.

Como fenómeno económico y social es además polémico, las cámaras empresariales han insistido ante las autoridades sobre el perjuicio que sufren los negocios formalmente establecidos a causa de la economía informal que, desde luego, es una competencia. Es importante este criterio porque de una u otra forma el comercio informal afecta al formal.

El comercio informal se lo realiza en la calle, ante esto, hay que destacar lo siguiente: La Calle, como un medio primario, elemental de la comunicación ciudadana. Pese a la ambigüedad del concepto, entendemos que el comercio ambulatorio cae entre las concepciones de la

informalidad, dadas las características de su organización y funcionamiento, aún al margen de los dispositivos legales vigentes.

El comercio informal está conformado por todos aquellos comercios que no están establecidos en un local específico que no están apegados a las regulaciones legales, fiscales ni laborales y que generalmente las personas que laboran en él son consideradas, por las autoridades, como comerciantes que constituyen parte de la Población Económicamente Activa (PEA), que no trabajan en el sector público y declaran no ser desempleados. (pág. 28)

Características del comercio informal

En el aporte realizado (2013), llegó a la conclusión que:

Dichas unidades funcionan con bajo nivel de organización, poca división del trabajo y capital, con mano de obra y tecnología poco calificada; los activos fijos pertenecen a los propietarios y pueden ser utilizados indistintamente por su empresa no constituida en sociedad o por el hogar, no existen garantías formales de contratación y pueden realizar transacciones y contraer pasivos sólo en nombre propio.

Incluye a los trabajadores por cuenta propia que ocasionalmente emplean asalariados y generalmente no se inscriben en registros oficiales, fiscales o de seguridad social, y parte de los dueños de los negocios informales pueden ocupar uno o más asalariados de manera continua, cumpliendo parcialmente con reglamentaciones o requisitos gubernamentales. Así dentro de la economía informal quedan incorporados, los vendedores ambulantes de mercancías y de alimentos, artesanos, transportistas, prestadores de servicios domésticos de todo tipo y de reparaciones diversas. (pág. 35)

Micro comercio

En el trabajo desarrollado por Urriola (2011), dio a conocer que:

Está comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aproximadamente. Estas iniciativas llamadas micro comercio han sido generadas por personas que han sido denominados emprendedores, quienes se han visto desempleados, o

con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que cuentan.

Quienes componen los micro comercios van desde la señora que vende empanadas en las inmediaciones de su casa, pasando por el joven, padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en su casa, y también el visionario que instala un local de venta de productos de consumo masivo al menudeo.

En los últimos años, el micro comercio ha despertado un controvertido debate en el que se confrontan los más variados criterios, unos a favor y otros en contra, unos fundamentados y otros improvisados, unos consistentes y otros deleznable, unos apasionados y otros analíticos, unos técnicos y otros empíricos. (pág. 45)

Ventajas y desventajas de los micro comercios

En el trabajo investigativo de Tubay (2016), manifestó que:

La ventaja es que tiene reducción de costos, las inversiones no son tan grandes por que vende a sus clientes al por menor, no necesitas de mucho personal para ahorrar gastos puedes realizarlo tú mismo, se escoge el número de artículos que visualizas que venderás, así puedes considerar un aproximado de o que vendes cada mes e invertir lo mismo o aumentando. Las desventajas pueden variar, así como la competencia hay varios emprendedores que coincidan con la misma actividad económica, en el mundo del mercado la captación de clientes es limitada porque hay una gama de opciones y se debe innovar.

La ventaja es la disposición de un método de comercialización del producto, crea frecuencias de compra por la mayoría de ventas hacia sus clientes directos mediante la estrategia de venta. Las desventajas pueden ser al no disponer de un establecimiento, la lista de clientes no tendrá la comodidad de poder observar la disposición de los productos.

La ventaja es la eficaz disposición de vender un producto de calidad y así mismo abastecerse de los productos que les compran a los vendedores mayoristas.

La desventaja es que no tenga la debida relación entre el cliente y el comerciante, sin clientes potenciales no puede vender e incrementar sus compras para obtener mayor ganancia e invertir menos. (pág. 35)

Clasificación de micro comercios

Propiedad del capital

En el aporte de investigación realizado por Montero (2017), se manifestó con lo siguiente:

Propiedad del capital

- **Familiares:** Cuando el propietario del capital es el grupo familiar, que se apropia de los beneficios que genera.
- **Asociativas:** Surge de un acuerdo entre dos o más personas que aportan el capital básico para la puesta en marcha de la microempresa. Los beneficios se distribuyen entre los asociados.
- **Unipersonales:** Cuando el propietario del capital es una sola persona y, en consecuencia, es el que se apropia de los beneficios.

Actividad que desarrollan

- **Productivas:** Transforman la materia prima en productos terminados.
- **Comerciales:** Se dedican a la venta de bienes o servicios. (pág. 53)

Cantidad de funciones que desarrolla

- **De función única:** Desarrollan una sola actividad que es el centro de su accionar.
- **De dos funciones:** Generalmente, una función supera en importancia a la otra.
- **De función múltiple:** Incorporan varias funciones. Su gestión suele ser más complicada.

Tipo de población involucrada

- **Subsistencia:** Poseen un bajo nivel de productividad que solo le permite generar ingresos que posibiliten la subsistencia del micro emprendedor y su familia.
- **Acumulación simple:** Las rentas que generan solo permiten superar los costos de producción, pero no logran excedentes importantes que les faciliten realizar inversiones en bienes de capital.
- **Acumulación ampliada:** Tienen la capacidad de generar una elevada productividad que posibilita al micro emprendedor acumular excedentes, de manera que puede utilizarlos en la inversión para el crecimiento de su negocio. (pág. 54)

Características de los micro comercios

En el trabajo de investigación realizado por Sanpedro, Gallardo, Morán y Herrera (2017), supieron dar a conocer que:

- El dueño hace las veces de gerente, administrador, operario, vendedor, secretario.
- Generalmente los dueños no se fijan sueldo y toman los gastos personales de las entradas de dinero del negocio.
- Algunos micro comercios están dentro del hogar y comparten local, servicios públicos y vehículo, pero a la hora de calcular costos no suman.
- Generalmente se compra la materia prima para el día a día, generando pérdidas por descuentos y despilfarro de material sobrante.
- Padece de dificultades económicas, de liquidez, margen bajo de ganancia.
- Generalmente no lleva contabilidad ni estadística
- A la hora de calcular el costo de las referencias incluye solamente la materia prima y habla de ganarse un buen margen
- Si es un negocio familiar se ingresan los miembros al equipo de trabajo, sin ninguna selección de personal, contribuyendo a generar pérdidas.
- Por la iliquidez acude a préstamos personales con tasas que rondan y hasta sobrepasan la usura.

- Los dueños suelen tener un gran conocimiento del producto que elabora, pero muy poco conocimiento administrativo y por eso fracasa. (pág. 115)

Poder adquisitivo

En la investigación realizada por Zambrano (2013), manifestó que:

Valor de una unidad monetaria específica en término de la cantidad de bienes y servicios que se pueden adquirir con ella. El poder adquisitivo designa la relación que es posible establecer entre el ingreso y los precios el poder adquisitivo de cierta suma de dinero equivale a la cantidad de bienes que permite adquirir Es conveniente distinguir entre ingreso nominal e ingreso real el primero representa cierta cantidad de signos monetarios y el segundo traduce la eficacia de una suma de dinero más allá del acto adquisitivo.

La progresión aritmética del ingreso y la elevación del poder adquisitivo sólo pueden coincidir en un periodo de estabilidad perfecta de los precios (situación desconocida en las economías desarrolladas). Con el fin de medir el poder adquisitivo, es necesario relacionar los aumentos de salarios con la evolución del coste de vida. Estas mediciones son favorecidas por la existencia de índices que reflejan el nivel de precios de cierta cantidad de bienes correspondientes a determinadas necesidades. Pero este sistema de medición por índices se ve complicado por la interferencia de otra noción, la de nivel de vida. En realidad, el poder adquisitivo presupone, en un período dado, una estabilidad de necesidades.

El nivel de vida implica una ampliación del consumo, una extensión de la jerarquía de necesidades hacia formas más complejas. (pág. 45)

Desarrollo familiar

En el trabajo de investigación realizado por Núñez (2016), manifiesta que:

Es la profesión y el campo de estudio que trata sobre la economía y la gestión del hogar y la comunidad, según (International Federation for Home Economics (IFHE)). Es un campo de estudio formal que incluye temas como la educación del consumidor, la gestión institucional, el diseño interior, el amueblamiento del hogar, la limpieza, la artesanía, la costura, la ropa y los

tejidos, la cocina comercial, la producción de animales domésticos para el consumo, la reproducción de plantas de alimentación, la nutrición, la conservación de alimentos, la higiene, el desarrollo infantil, la gestión del dinero y las relaciones familiares.

Trata de usar lo mejor que puede los recursos que se tiene para hacer la mayor cantidad de cosas posible. Eso significa eficiencia: Hacer lo más que se pueda con los recursos que se tienen a disposición (tiempo, dinero, materiales de fabricación, entre otros.).

Es lograr administrar lo mejor posible los recursos familiares para lograr salir adelante con todos los gastos que involucra una familia promedio actual. Para lograr esto es indispensable ser responsable con el presupuesto familiar y saber cuáles son las necesidades de la familia. (pág. 47)

Características del desarrollo familiar

En el trabajo realizado por la Federación de Usuarios Consumidores Independientes (2014), expuso que:

Tiene características bastantes sencillas de entender, algunas de ellas son:

- Se lleva a cabo a nivel del hogar. La puede desarrollar el esposo, la esposa o algún hijo capacitado.
- Se logra llevando un presupuesto realista de los gastos que tiene la familia.
- Hay que realizar una lista de los ingresos que obtiene la familia en general.
- Todos en la familia tienen la responsabilidad de ayudar en la economía doméstica.
- Se debe determinar en qué cosas se pueden reducir los gastos y que cosas no son tan necesarias.
- Los ahorros son parte importante del desarrollo familiar.
- Las deudas se deben reducir, si es posible a plenitud.
- La disciplina y organización son básicas para mantener la economía en la familia.
- La educación de los hijos deben ser parte del presupuesto. (pág. 27)

Presupuesto

En su trabajo Núñez (2016), concluyó que:

Ingresos: Corresponde a la suma de todos los ingresos de la familia. Es decir, el dinero con que cuenta la familia para cubrir todos sus gastos mensuales. el ingreso hace referencia a cantidades que recibe una entidad, empresa o persona, por brindar un servicio o la venta de un producto. Las familias que tienen ordenadas sus prioridades son las que tienen la cultura del ahorro. Las familias requieren ordenarse financieramente para saber cuáles son los gastos obligatorios que deben cubrir mes a mes y cuáles pueden ser los gastos excesivos que pueden bajar para ayudarse a salir adelante con todo.

Egresos: Las familias que no tienen ordenadas sus prioridades son las que tienen los problemas financieros más graves. Para solucionar esto primero salga de sus gastos fijos y luego siga con los lujos que desee adquirir. Se basa específicamente en los gastos que la familia o un integrante de ella la realiza en beneficio de la misma, muchos son egresos innecesarios y otros indispensables. (pág. 31)

Indicadores para medir el desarrollo familiar

En la investigación realizada por Abreu (2015), manifestó que:

Los indicadores son elementales para evaluar, dar seguimiento y predecir tendencias de la situación de un país, un estado o una región en lo referente a su economía, sociedad, desarrollo humano, etc., así como para valorar el desempeño institucional encaminado a lograr las metas y objetivos fijados en cada uno de los ámbitos de acción.

La comparabilidad del desarrollo económico y social es otra de las funciones de los indicadores, ya que estamos inscritos en una cultura donde el valor asignado a los objetos, logros o situaciones sólo adquiere sentido respecto a la situación de otros contextos, personas y poblaciones, es decir, es el valor relativo de las cosas lo que les da un significado.

Podremos decir, que el crecimiento económico es el aumento de la cantidad de trabajos que hay por metro cuadrado, la renta o el valor de bienes y servicios producidos por una economía. Habitualmente se mide en porcentaje de aumento del Producto Interno Bruto real, o

PIB. El crecimiento económico así definido se ha considerado, porque guarda una cierta relación con la cantidad de bienes materiales disponibles y el resultado será, producir una cierta mejoría del nivel de vida de las personas. (pág. 3)

Características de los indicadores

En el trabajo de investigación realizado por López y Gentile (2015), manifestaron lo siguiente:

En general hay acuerdo en que un buen indicador debería reunir en principio las siguientes características:

- Ser específicos, es decir, estar vinculados con los fenómenos económicos, sociales, culturales o de otra naturaleza sobre los que se pretende actuar.
- Ser explícitos, de tal forma que su nombre sea suficiente para entender si se trata de un valor absoluto o relativo, de una tasa, una razón, un índice, etc., así como a qué grupo de población, sector económico o producto se refieren y si la información es global o está desagregada por sexo, edad, años o región geográfica.
- Estar disponibles para varios años, con el fin de que se pueda observar el comportamiento del fenómeno a través del tiempo y espacio y sujeto a una revisión continua.
- Deben ser relevantes y oportunos para la aplicación de políticas, describiendo la situación prevaleciente en los diferentes sectores, permitiendo establecer metas y convertirlas en acciones.
- Ser claro, de fácil comprensión para los miembros de la comunidad, de forma que no haya duda o confusión acerca de su significado, y debe ser aceptado, por lo general, como expresión del fenómeno a ser medido. (pág. 5)

En el mismo sentido, también debe ser sólido, es decir, válido, confiable y comparable, así como factible, en términos de que su medición tenga un costo razonable. Es importante considerar el costo-beneficio del tiempo y los recursos necesarios para su construcción, por lo que, de preferencia, debe ser medible a partir del acervo de datos disponible.

Los elementos a respetar con el fin de alcanzar la construcción de una serie de buenos indicadores, o indicadores pertinentes, son los siguientes:

- Relevancia: Capacidad de expresar lo que se pretende medir.
- Mensurabilidad: Capacidad de medir o sistematizar lo que se pretende conocer.
- Análisis: Capacidad de captar aspectos cualitativos o cuantitativos de las realidades que pretende medir o sistematizar. (pág. 6)

Indicadores

En la investigación realizada por Ferrerueta, Twal, Sauras y Platero (2015), los cuales expusieron lo siguiente:

Bloque de dimensiones de carácter económico:

- **Indicador parcial 1 economía familiar y condiciones de vida materiales:** Que pretende recoger el componente de renta y el de vivienda y el componente de condiciones de vida materiales. Algunas de las variables que forman parte en las mencionadas referencias son la población en riesgo de pobreza y la población con carencias materiales severas, dado que están ya muy consolidadas como representativas de esta dimensión. Otras variables habituales son la renta per cápita o la dificultad para llegar a finales de mes.
- **Indicador parcial 2 actividad productiva y empleo:** que pretende recoger los componentes de empleo y trabajo. Algunas de las variables habituales que se recogen en este apartado son las tasas de actividad y de empleo, la tasa de trabajo temporal, diferentes medidas de la siniestralidad laboral, la satisfacción con el trabajo o la ratio de empleo entre mujeres y hombres. Esta dimensión, a diferencia de las otras, plantea la reflexión de que solo una parte de la población se ve afectada por ella. Ni a los menores ni a las personas mayores se les puede asociar una medida de calidad de vida en la dimensión trabajo. No obstante, tal y como se indica el trabajo remunerado contribuye a la calidad de vida en sentido positivo, en tanto que proporciona ingresos, posición social, autoestima y relaciones sociales, pero también riesgos, estrés o dificultad de conciliación con la vida personal. Es, por tanto, un elemento absolutamente influyente en la calidad de vida de quienes trabajan. (pág. 12)

Bloque de dimensiones de salud y educación:

- **Indicador parcial 3 salud:** reflejando las dimensiones al respecto en las referencias mencionadas. No cabe discusión en torno a considerar la salud como uno de las dimensiones determinantes de la calidad de vida. Una de las variables habitualmente incluidas es la esperanza de vida al nacer, dado que existe una estrecha correlación entre una vida prolongada y una nutrición adecuada, buena salud, educación y otros logros valiosos. Por lo tanto, la esperanza de vida es una medida sustituta para muchas otras variables del desarrollo humano. Otras variables habituales son las tasas de mortalidad por diferentes causas, la percepción de la salud por parte del individuo o el número de camas u otros recursos hospitalarios.
- **Indicador parcial 4 educación:** No obstante, aunque parece indiscutible la incorporación de la dimensión Educación en cualquier análisis de la calidad de vida, no resulta tan inmediata la elección de variables vinculadas a este concepto. Entre las variables habitualmente incluidas se encuentran la tasa de analfabetismo, el porcentaje de población que ha superado la educación secundaria, la confianza en el sistema educativo, el gasto público en educación o la ratio profesor - alumno. En general, las variables más frecuentemente incluidas suelen ser aquellas que reflejan la asignación de recursos financieros, humanos, y físicos que una sociedad destina a la educación. Asimismo, puede ser también interesante considerar la educación desde una perspectiva más amplia, que englobe también el aprendizaje permanente, las aptitudes y la capacidad de comprender y de interactuar con el mundo que nos rodea. Un indicador que cubre en parte estos aspectos es, por ejemplo, el uso de Internet. (pág. 13)

Bloque de dimensiones del Entorno

- **Indicador parcial 5 entorno medioambiental:** el entorno medioambiental, a pesar de ser una dimensión relativamente novedosa, tiene la importancia suficiente como para justificar su inclusión como dimensión independiente. La importancia de condiciones ambientales muy primarias como la calidad del agua, la existencia de sustancias peligrosas o los niveles de ruido que pueden resultar especialmente ilustrativas en países menos desarrollados. En este sentido, y teniendo en cuenta que existe un vínculo

importante de este ámbito con el nivel de renta, en países o entornos más desarrollados se suele trabajar con variables como el acceso a zonas verdes, problemas de ruido, la producción de basura, las emisiones de CO2 o la satisfacción con la vivienda.

- **Indicador parcial 6 familia y relaciones sociales:** En esta dimensión, la cantidad de datos disponibles es más reducida que en las anteriores. Demuestran que el matrimonio es uno de los mayores predictores del bienestar subjetivo y de la calidad de vida. Entre las variables habitualmente incluidas en esta dimensión se encuentran la ratio de matrimonio, la tasa de fertilidad, la ratio de divorcio, la satisfacción con la familia o la importancia de compartir tareas domésticas.
- **Indicador parcial 7 política:** son variables frecuentemente incluidas en esta dimensión el porcentaje de individuos que participan en partidos políticos, los porcentajes de participación en diferentes procesos electorales o la valoración del sistema político.
- **Indicador parcial 8 cultura:** Habitualmente esta dimensión incluye variables relacionadas con el consumo en actividades recreativas y culturales. (pág. 14)

LEGAL

Según el Código de Comercio Publicado en el Registro Oficial Suplemento 1202 del 20-Aug-1960 actualizado el 12 de septiembre del 2014.

Se ha obtenido todos aquellos artículos referentes a los comerciantes mismos que se citan a continuación:

Art. 2.- Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual. (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador , 2014)

TITULO I

DE LOS COMERCIANTES

Sección I

De las personas capaces para ejercer el comercio

Art. 6.- Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

Art. 8.- Las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes.

Art. 7.- Sin embargo, de lo dispuesto en el artículo anterior, no pueden comerciar:

1.- Las corporaciones eclesiásticas, los religiosos y los clérigos;

2.- Los funcionarios públicos a quienes está prohibido ejercer el comercio por el Art. 242 del Código Penal, salvo las excepciones establecidas en el mismo artículo; y, 3.- Los quebrados que no hayan obtenido rehabilitación.

Art. 8.- Las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes.

Art. 9.- El menor emancipado, de uno u otro sexo, puede ejercer el comercio, y ejecutar eventualmente actos de comercio, siempre que para ello fuere autorizado por su curador, bien interviniendo personalmente en el acto, o por escritura pública, que se registrará previamente en la oficina de inscripciones del domicilio del menor y se publicará por la imprenta. Se presume que el menor tiene esta autorización cuando ejerce públicamente el comercio, aunque no se hubiere otorgado escritura, mientras no haya reclamación o protesta de su curador, puesta de antemano en conocimiento del público o del que contratare con el menor.

Art. 10.- Los menores autorizados para comerciar se reputan mayores en el uso que hagan de esta autorización, y pueden comparecer en juicio por si e hipotecar sus bienes inmuebles por los negocios de su comercio. Pueden también venderlos en los casos y con las solemnidades que prescriben los Arts. 436 y 437 del Código Civil.

Art. 11.- Cuando los hijos de familia y los menores que administran su peculio profesional, en virtud de la autorización que les confieren los Arts. 305 y 478 del Código Civil, ejecutaren algún acto de comercio, quedarán obligados hasta concurrencia de su peculio, y sometidos a las leyes de comercio.

Art. 12.- La mujer casada puede ejercer el comercio, o ejecutar eventualmente actos de comercio, con autorización de su marido, otorgada en escritura pública. Se presume que la mujer tiene autorización de su marido cuando, no estando en el caso de separación conyugal judicialmente autorizada, ni en el de separación total de bienes, ni el de exclusión de bienes, respecto de los bienes excluidos, ejerciere públicamente el comercio, aunque no se haya otorgado escritura pública, mientras no intervenga reclamación o protesta de su marido, notificada de antemano al público o especialmente al que contrate con la mujer. Nota: Suspendido el efecto de este Artículo. Dado por Resolución del Tribunal de Garantías Constitucionales, publicado en Registro Oficial No. 224 de 3 de Julio de 1989.

Art. 12-A.- En el caso de la intervención conjunta de marido y mujer en una letra de cambio o pagaré a la orden, por mayoría de catorce votos contra tres, que en tal caso la mujer casada compromete no solo los bienes de su marido y de la sociedad conyugal, sino también sus bienes propios, sin necesidad de que se justifique que la obligación contraída ha cedido en

beneficio personal de ella. Nota: Dado por Resolución Corte Suprema de Justicia No. 000, publicado en Registro Oficial 70 de 31 de enero de 1962.

Art. 12-B.- En el caso de intervención conjunta de marido y mujer en una letra de cambio o pagaré a la orden, la mujer casada compromete no solo los bienes de su marido y de la sociedad conyugal, sino también sus bienes propios, sin necesidad de que se justifique que la obligación contraída ha cedido en beneficio personal de ella. Nota: Ver resolución de Corte Suprema, Registro Oficial No. 70 de 03/02/63.

Art. 13.- La mujer casada no será considerada como comerciante si no hace un comercio separado del de su marido.

Art. 14.- Si el marido es de menor edad, o tiene prohibida la administración de sus bienes, o está ausente, la mujer, para comerciar, necesita la autorización del Juez de lo Civil de su domicilio, el que la concederá en la forma y con los efectos establecidos en el Código Civil. Nota: Por Resolución No. 00, del Pleno de la Corte Suprema de Justicia, publicada en Registro Oficial 70 de 31 de enero de 1962, se interpreta la intervención conjunta de marido y mujer en una letra de cambio o pagaré a la orden. Nota: Suspendido el efecto de este Artículo. Dado por Resolución del Tribunal de Garantías Constitucionales, publicado en Registro Oficial No. 224 de 3 de Julio de 1989.

Art. 15.- La mujer casada que ejerce el comercio o ejecuta actos de comercio, con autorización expresa o tácita de su marido, obliga a la responsabilidad de sus actos los bienes de su marido, los de la sociedad conyugal y los suyos propios, de cualquiera naturaleza que sean. El marido podrá limitar la responsabilidad, excluyendo de ella sus bienes y los de la sociedad, en todo o en parte; pero deberá hacerlo por escritura pública que hará registrar y publicar por la imprenta, sin lo cual no produce efecto la limitación. También puede la mujer casada, autorizada, comparecer en juicio o dar poder con el mismo fin, por asuntos de su comercio, sin necesidad de autorización especial. Nota: Suspendido el efecto de este Artículo. Dado por Resolución del Tribunal de Garantías Constitucionales, publicado en Registro Oficial No. 224 de 3 de Julio de 1989.

Art. 16.- Cuanto a la enajenación o hipoteca de los inmuebles que el marido esté o pueda estar obligado a restituir en especie a la mujer comerciante, se observará lo prescrito por el Art. 1806 del Código Civil. Nota: Suspendido el efecto de este Artículo. Dado por Resolución del Tribunal de Garantías Constitucionales, publicado en Registro Oficial No. 224 de 3 de Julio de 1989.

Art. 17.- La mujer casada, comerciante, podrá también hipotecar los bienes inmuebles, propios del marido, y los de la sociedad conyugal, si en la escritura de autorización se le diere expresamente esta facultad.

Art. 18.- La mujer separada de bienes; la que haya obtenido separación conyugal judicialmente autorizada, y, respecto de la administración de los comprendidos en la exclusión de bienes, la que ha conseguido ésta, pueden comerciar sin ninguna autorización si son mayores de edad. La sentencia ejecutoriada de separación conyugal, la de separación de bienes y toda escritura pública de exclusión de bienes se registrarán, y se publicarán por la imprenta.

Art. 19.- Si la mujer casada fuere menor de edad, deberá ser autorizada por el juez en la forma prescrita por el Art. 14. Nota: Suspendido el efecto de las palabras "EN LA FORMA PRESCRITA POR EL ART. 14" de este Artículo. Dado por Resolución del Tribunal de Garantías Constitucionales, publicado en Registro Oficial No. 224 de 3 de Julio de 1989.

Art. 20.- La autorización dada a la mujer casada y al menor para comerciar, puede revocarse con aprobación del Juez de lo Civil de su domicilio, con audiencia de la mujer o del menor. La revocación se hará por escritura pública que el marido o el curador hará registrar y publicar por la imprenta. La revocación no perjudica los derechos adquiridos por terceros antes de la publicación. Nota: Suspendido el efecto de las palabras "A LA MUJER CASADA Y"; "DE LA MUJER O"; y, "Y EL MARIDO O" de este Artículo. Dado por Resolución del Tribunal de Garantías Constitucionales, publicado en Registro Oficial No. 224 de 3 de Julio de 1989. (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador , 2014)

Sección II

De las obligaciones de los comerciantes

Parágrafo 1o.

De la matrícula de comercio

Art. 21.- La matrícula de comercio se llevará en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón, en un libro forrado, foliado y cuyas hojas se rubricarán por el Jefe Político del Cantón. Los asientos serán numerados según la fecha en que ocurran, y suscritos por el Registrador Mercantil. Nota: Ver Art. 133 de la Ley Orgánica de la Función Jurisdiccional que crea los Registradores Mercantiles. CONCORD * LEY DE COMPAÑIAS: Arts. 19.

Art. 22.- Toda persona que quiera ejercer el comercio con un capital mayor de mil sucres, se hará inscribir en la matrícula del cantón. Al efecto, se dirigirá por escrito a uno de los jueces de lo Civil, haciéndole conocer el giro que va a emprender, el lugar donde va a establecerse, el nombre o razón con la que ha de girar, el modelo de la firma que usará, y si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil, el capital que destina a ese comercio. Si fuere una sociedad la que va a establecerse, se expresará en la matrícula el nombre de todos los socios solidarios; y si varios de ellos tuvieren derecho a usar de la firma social, se acompañará el modelo de la firma de cada uno de ellos. Si fuere un sólo individuo, la firma que usará en sus actos de comercio. Si el establecimiento estuviere administrado por un factor, deberá expresarse el nombre de éste, y acompañarse el modelo de su firma. (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador , 2014)

MARCO CONCEPTUAL

Actividad del comercio: Consiste en el intercambio de mercancías o de bienes simbólicos. El dinero es el medio de cambio habitual: una persona adquiere ciertos productos entregando dinero, y a su vez obtiene dinero al ofrecer el fruto de su trabajo.

Actividad económica: Se llama actividad económica a cualquier actividad laboral donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las poblaciones.

Ambigüedad: Comportamiento, hecho, palabra o expresión que puede entenderse o interpretarse de diversas maneras.

Artículos: Es cualquier producto o servicio al que se le puede asignar un precio, para el que se puede emitir un pedido o del que se puede realizar una factura en cualquier punto de la cadena de suministro.

Cadena comercial: Se denomina cadena comercial, a los negocios o tiendas que comparten una misma marca y una gestión centralizada, y por lo general posee a un sistema de métodos y prácticas comerciales estandarizados.

Comercio: Se denomina comercio a la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes o servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación.

Comercio ambulatorio: Es la actividad comercial que tiene lugar en las calles. Está asociado a la economía informal ya que en muchos casos se trata de empresas que no están inscritas en ningún tipo de registro, no pagan impuestos y no ofrecen garantías sobre sus productos.

Consumidor: Es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios.

Distribuidor: Un distribuidor es la persona u organización que se encarga de vender un producto o servicio. Como norma general, el distribuidor actúa como intermediario entre el productor y el consumidor.

Economía informal: Se denomina economía informal a la actividad económica oculta solo por razones de elusión fiscal o de controles administrativos.

Emprendedores: Es una persona que diseña, lanza y pone en funcionamiento un negocio. El emprendimiento es la capacidad y el deseo de desarrollar, organizar y manejar un negocio junto con sus respectivos riesgos, y con el fin de obtener una ganancia.

Eslabón: Elemento que sirve de enlace y relación en una serie de cosas.

Estatus social: Describe la posición social que un individuo ocupa dentro de una sociedad o en un grupo social de personas. El estatus social es el respeto relativo, la competencia y la deferencia otorgada a las personas, grupos y organizaciones en una sociedad.

Fines de lucro: Se conoce como lucro al ingreso, ganancia, beneficio o provecho que se consigue a partir de una determinada cosa o actividad. Para aclarar esta idea, se puede decir que las firmas comerciales tienen como fin principal el lucro, es decir, el beneficio de tipo económico.

Flujo de efectivo: Se define como la variación de las entradas y salidas de dinero en un período determinado, y su información mide la salud financiera de una empresa.

Formas de pago: Es el atributo que precisa la forma en la que se realizará el pago de una operación representada por un CFDI.

Ganancia: Beneficio económico es un término utilizado para designar las ganancias que se obtienen de un proceso o actividad económica. Es más bien impreciso, dado que incluye el resultado positivo de esas actividades medido tanto en forma material o real como monetaria o nominal.

Garantía: Es un contrato o compromiso exigible mediante el cual, alguna de las partes de una relación comercial o jurídica, se compromete a que en el caso de que no se cumpla con lo

pactado o surja algún inconveniente, se protegerán los derechos del afectado intentando reducir al máximo cualquier perjuicio.

Ingresos: El término ingreso tiene básicamente dos acepciones: las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios, y el conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos.

Intermediario: Que media entre dos o más partes para que lleguen a un acuerdo en un negocio o problema.

Mercado: Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

Minorista: Es un vendedor de artículos en pequeñas cantidades, circunstancia implica un comercio hacia un consumidor final. El minorista compra productos en cantidad, circunstancia que suele implicar un precio menor, y los vende en pequeñas cantidades para lucrar con la diferencia.

Negocios: Es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores.

Productos: Es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

Servicios: Es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente.

Variado: Que está formado por elementos de características diferentes.

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Por su profundidad

Descriptiva – explicativo

La investigación planteada se considera de acuerdo a su profundidad de nivel descriptiva, debido a que la misma busca dar a conocer el objeto de estudio tanto de forma general como particular exponiendo todas aquellas características tanto de los comerciantes como de la actividad y explicativa ya que permitirá dar a conocer la contribución que ha tenido al desarrollo familiar explicando en que forma y como ha sido posible que el micro comercio ha aportado en las que se dedican a esta actividad.

Descriptivo – prospectivo

Es de este tipo debido a que la obtención de información específicamente de los comerciantes se realiza en un tiempo o espacio determinado para su posterior análisis.

Por la fuente

Debido a que los datos que se pretenden reflejar dentro del proyecto de investigación se obtienen de diversas fuentes, el proyecto se considera como un estudio:

Bibliográfico

Gran parte de la información que se refleja dentro del proyecto de investigación es obtenida de fuentes documentales tales como: proyectos, artículos, revistas, leyes esto con la finalidad de conocer a profundidad el objeto de estudio tanto de forma particular y general, con el propósito de que las investigadoras tengan una base para poder discernir sobre el adecuado enfoque y alcance que le den a la investigación.

De campo

Debido a que la información más representativa o los resultados más significativos son los que se obtengan de las personas que se dedican al micro comercio, se considera como una investigación de campo ya que a través de esta se conoce la situación real de este tipo de actividad y la contribución que ha generado a cada persona que se dedica a esta actividad e incluso a sus familiares.

Por el propósito

Cuali – cuantitativa

La investigación es de tipo cualitativa ya que el propósito de la misma es dar a conocer características combinada con la presentación o valoración de las mismas constituyéndose esto último en la parte cuantitativa de la investigación que se verá representado en la parte del procesamiento de información.

Población

De acuerdo a las aproximaciones preliminares que se mantuvo con algunos miembros de la asociación del mercado 10 de noviembre estos expresaron existir en el mismo un aproximado de 600 comerciantes, convirtiéndose en la población para el estudio, de los cuales se sacara una muestra, por medio de la aplicación de una formula.

Tabla 2.
Fórmula para el cálculo de la Muestra poblaciones finitas

Formula	Símbolo	Descripción	Valores
$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$	n	Tamaño de la muestra	?
	N	Tamaño de la población	600
	E	Margen de error	1-5%

Editado por: Ponce Lida y Villacis María

Tabla 3.
Desarrollo de la fórmula del cálculo de la muestra

1	$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$	4	$n = \frac{600}{1,4975 + 1}$
2	$n = \frac{600}{(0.05)^2(600 - 1) + 1}$	5	$n = \frac{600}{2,4975}$
3	$n = \frac{600}{(0,0025) * (599) + 1}$	6	$n = 240$

Editado por: Ponce Lida y Villacis María

Luego de aplicada la fórmula de la muestra se ha determinado que el grupo de personas con el cual se debe de trabajar asciende a 240.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

Encuesta

Para la obtención de información por parte de los comerciantes se ha considerado aplicar una encuesta estructurada técnica que requiere de un cuestionario de preguntas el cual se desarrollara con interrogantes de tipo cerradas por su fácil aplicación y procesamiento de información.

Hipótesis de investigación

EL MICRO COMERCIO CONTRIBUYE AL DESARROLLO FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019.

Hipótesis nula

EL MICRO COMERCIO NO CONTRIBUYE AL DESARROLLO FAMILIAR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 10 DE NOVIEMBRE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019

Variable independiente

Micro comercio

Variable dependiente

Desarrollo familiar

Tabla 4. <i>Operacionalización de la variable independiente</i>				
Variable	Concepto	Dimensiones	Ítem	Instrumento
Micro comercio	Se entiende como aquella actividad en la que una persona se dedican a la venta al por menor de productos.	Características de los comerciantes (dicotómicas, politómicas)	¿Cuál es el sexo del micro comerciante? Masculino Femenino ¿Cuántos años tiene a la actualidad? ¿Cuál es su estado civil? Soltero/s Unión libre Casado/a Divorciado/a Viudo/a ¿Usted se considera? Indígena Afro americano Mestizo Blanco Montubio	
		Características de la actividad económica	¿Usted decido emprender por? Necesidad Oportunidad Ambos ¿Cuántos años tiene su emprendimiento? ¿Usted emprendió con recursos? Propios	

			<p>Financiados</p> <p>Ambos</p> <p>¿Cuánto invirtió para dar inicio a su emprendimiento?</p> <p>¿Qué porcentaje de los recursos fueron propios?</p> <p>¿Usted cada que tiempo invierte?</p> <p>Diario</p> <p>Semanal</p> <p>Quincenal</p> <p>Mensual</p> <p>Semestral</p> <p>¿La actividad comercial usted la realiza?</p> <p>Diario</p> <p>Semanal</p> <p>Quincenal</p> <p>Mensual</p> <p>Semestral</p> <p>¿De acuerdo al tiempo de inversión cuánto dinero necesita?</p> <p>¿Cuánto le ingresa diariamente?</p> <p>¿Los ingresos que percibe por esta actividad son?</p> <p>Suficientes para vivir y ahorrar</p> <p>Suficientes para vivir</p> <p>No son suficiente</p>	
--	--	--	---	--

			¿Los ingresos que percibe de esta actividad mejora su economía familiar Siempre A veces Nunca ¿Cuánto empleados mantiene en su negocio?	
Editado por: Ponce Lida y Villacis María				

Tabla 5. <i>Operacionalización de la variable dependiente</i>				
Variable	Concepto	Dimensiones	Ítem	Instrumento
Desarrollo familiar	Se entiende al mejoramiento de las condiciones de vida que tienen los hogares	Personas beneficiadas	¿Qué personas de su familia colaboran en esta actividad? Conyugue Hijos Padres Hermanos Otros ¿Cuántas personas de su familia se benefician de esta actividad?	
		Contribución	¿Considera usted que el micro comercio ha contribuido al desarrollo familiar? Totalmente Parcialmente Nada ¿Usted gracias a esta actividad puede cubrir necesidades tales como? Alimentación Salud Vivienda Servicios Básicos Vestuario Educación Diversión Otro especifique ¿Cree usted que esta actividad le ha permitido acceder a los servicios básicos? Totalmente	

			Parcialmente Nada ¿La actividad económica que lleva a cabo le ha permitido satisfacer las necesidades de su familia? Totalmente Parcialmente Ninguna	
Editado por: Ponce Lida y Villacis María				

Metodología para la acción e intervención

- Se fundamenta teórica como metodológica la investigación.
- Se definieron objetivos.
- Se determinó el tipo de investigación.
- Se diseña el cuestionario para la aplicación de la encuesta.
- Se aplica la encuesta.
- Se realiza el procesamiento de la información empleando el software SPSS.
- Se realiza el análisis de información.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Resultados de la encuesta

Tabla cruzada ¿Qué género es usted? *¿Cuál es su estado civil? *¿Usted se considera?

Tabla 6.
Género, estado civil y etnia de las personas encuestadas

¿Qué género es usted?	¿Usted se considera?	¿Cuál es su estado civil?	¿Usted se considera?				
			Soltero/a	Unión	Casado/a	Divorciado/a	Viuda
Masculino	Indígena	0	0	4	1	2	
		Mestizo	8	7	24	2	3
		Blanco			3	1	
		Montubio			2		
	Femenino	Indígena	23	3	76	3	4
		Mestizo	16	7	40	4	2
		Blanco			3	0	
		Montubio			2		

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

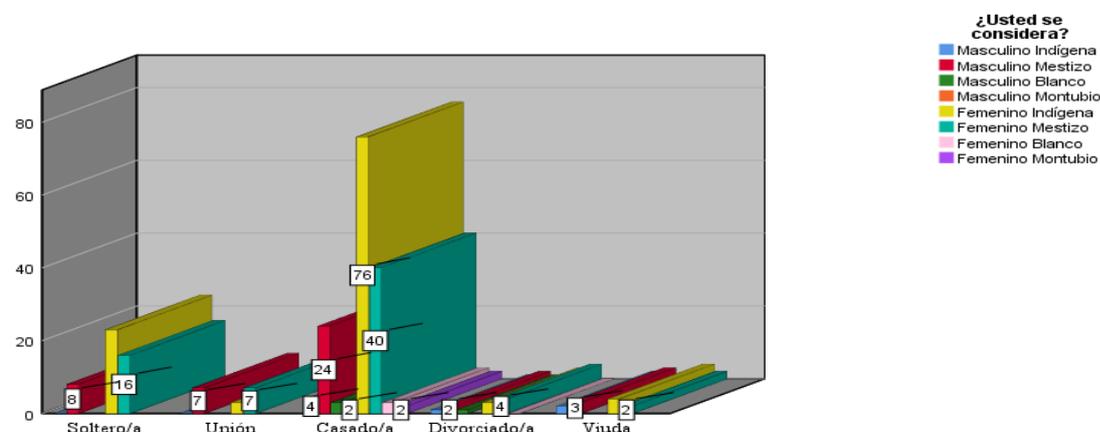


Figura 1. Género, estado civil y etnia de las personas encuestadas

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Se ha podido caracterizar a las personas que realiza micro comercio en el mercado 10 noviembre pudiendo definirse que de los 240 encuestados 57 son del sexo masculino de los cuales 7 se auto identifican como indígenas, 44 mestizos, 4 blancos, 2 montubios quienes 8 son solteros, 7 unión libre, 33 casados, 4 divorciados, 5 viudos mientras que de las 183 mujeres 109 son indígenas, 69 mestizas, 3 blancas, 2 montubias, quienes 39 son solteras, 10 son unión libre, 121 casadas, 7 divorciadas y 6 viudas.

¿Qué edad tiene?

Tabla 7.
Edad de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-20	3	1,3	1,3	1,3
	21-40	91	37,9	37,9	39,2
	41-60	120	50,0	50,0	89,2
	61-80	26	10,8	10,8	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

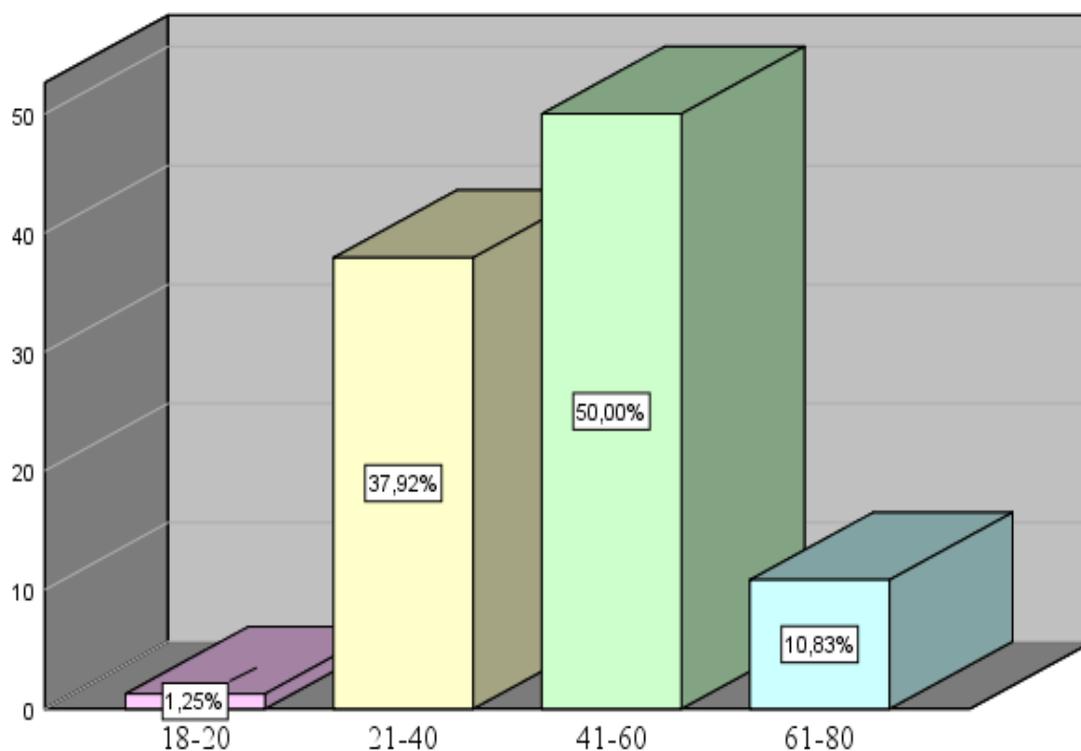


Figura 2. Edad de las personas encuestadas

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Sobre las edades de los micro comerciantes se ha definido que estas oscilan entre los 18 a los 80 años quienes mayoritariamente presentan edades de 35 años, y la edad promedio de estos es de 45,32.

¿En qué área de productos se desenvuelve?

Tabla 8.
Área en la que se desenvuelve

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Verduras y legumbres	45	18,8	18,8	18,8
	Cárnicos	37	15,4	15,4	34,2
	Papas y similares	11	4,6	4,6	38,8
	Quesos	26	10,8	10,8	49,6
	Pescado y mariscos	13	5,4	5,4	55,0
	Frutas	17	7,1	7,1	62,1
	Abarrotes	23	9,6	9,6	71,7
	Huevos	3	1,3	1,3	72,9
	Comidas	14	5,8	5,8	78,8
	Jugos	10	4,2	4,2	82,9
	Otros	41	17,1	17,1	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

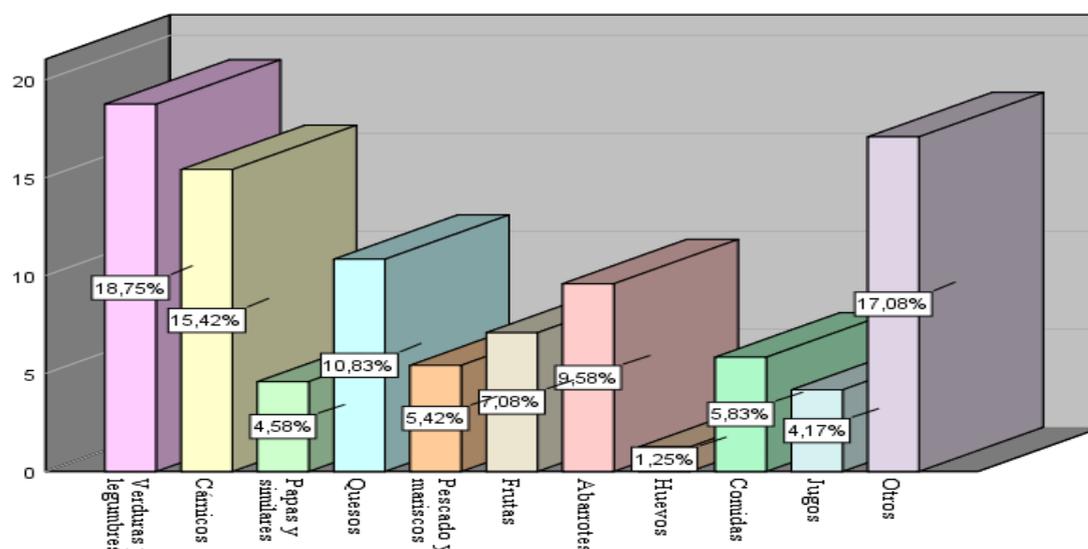


Figura 3. Área en la que se desenvuelve

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

De los comerciantes encuestados se logró identificar que la actividad económica a la que mayoritariamente se dedican es a la venta de verduras y legumbres esto los sostiene el (18,75%) de los comerciantes del Mercado 10 de noviembre, mientras que la actividad menos rentable se ve reflejada por el (1,25%).

¿Usted decidió emprender por?

Tabla 9.
Razón por la que decidió emprender

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Necesidad	150	62,5	62,5	62,5
	Oportunidad	10	4,2	4,2	66,7
	Ambos	80	33,3	33,3	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

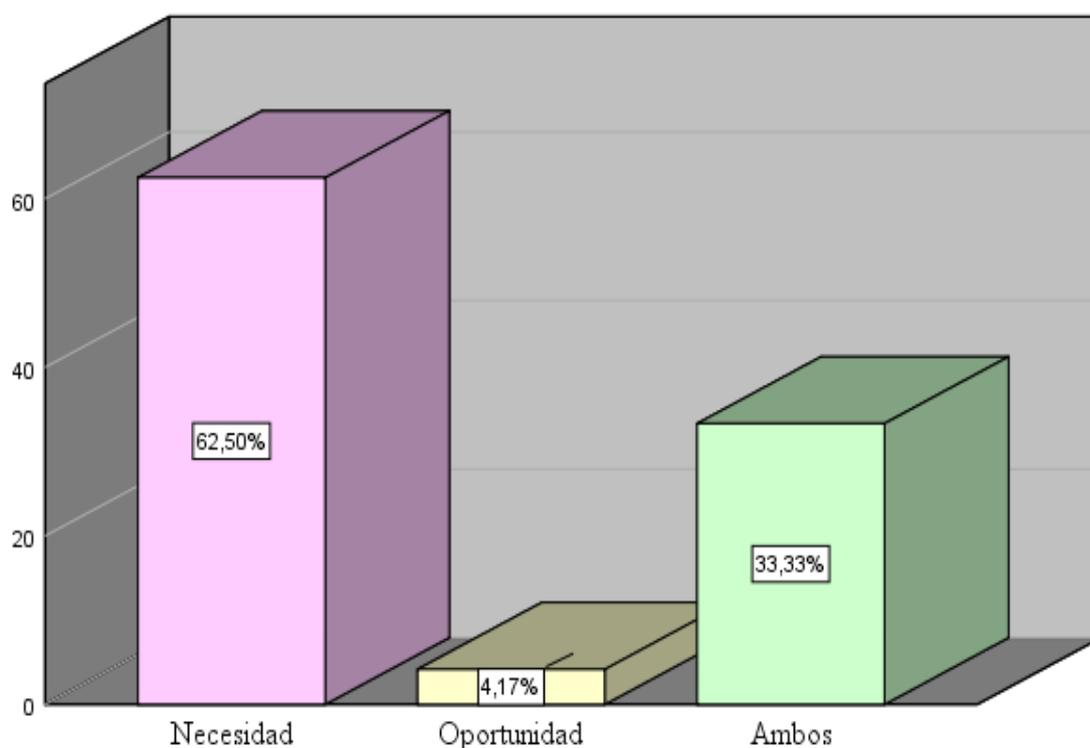


Figura 4. Razón por la que decidió emprender

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

La principal motivación por la cual los comerciantes del mercado 10 de Noviembre decidieron emprender fue por la necesidad expresado así por el (62,5%), %, mientras que el (4,17%) de los comerciantes encuestados expresan que decidieron emprender por oportunidad.

¿Cuántos años tiene su emprendimiento?

Tabla 10.
Edad del emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-10	71	29,6	29,6	29,6
	11-20	78	32,5	32,5	62,1
	21-30	64	26,7	26,7	88,8
	31-40	22	9,2	9,2	97,9
	41-50	4	1,7	1,7	99,6
	51-60	1	,4	,4	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

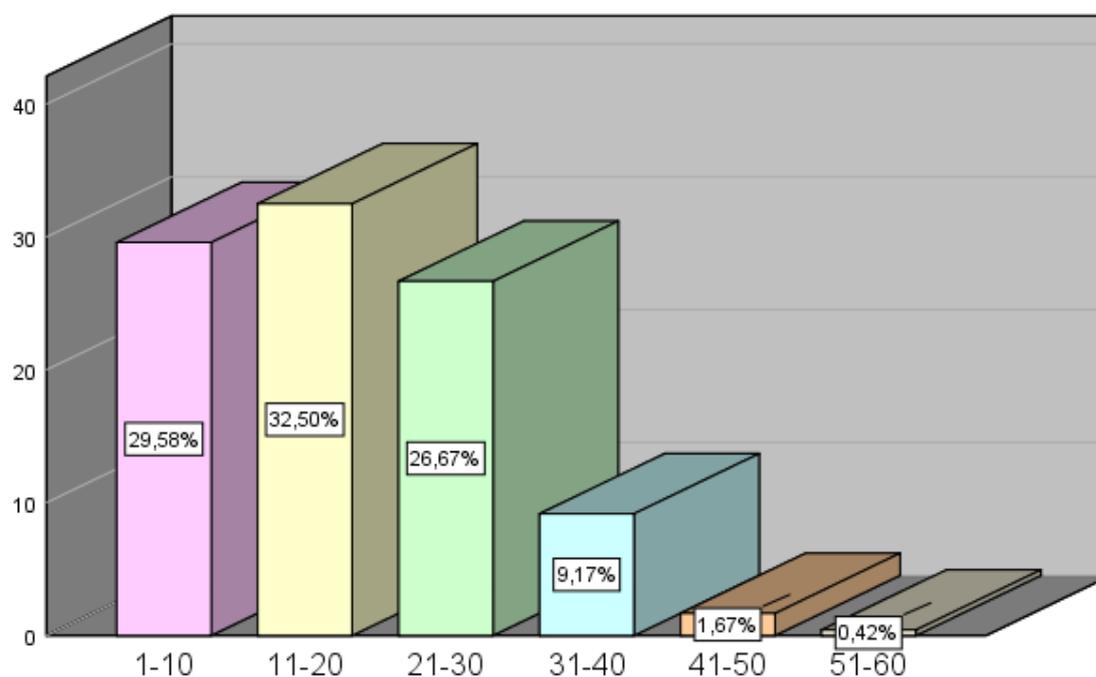


Figura 5. Edad del emprendimiento

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

En función a los resultados arrojados del procesamiento de información obtenidos a través encuestas aplicadas estos han permitido conocer que existen emprendimientos con una edad mínima de un mes y un máximo de 60, donde la mayoría de negocios ha iniciado hace 20 años con un promedio de 18,54 años de existencia de los emprendimientos.

¿Usted emprendió con recursos?

Tabla 11.

Tipo de recursos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Propios	139	57,9	57,9	57,9
	Financiados	62	25,8	25,8	83,8
	Ambos	39	16,3	16,3	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

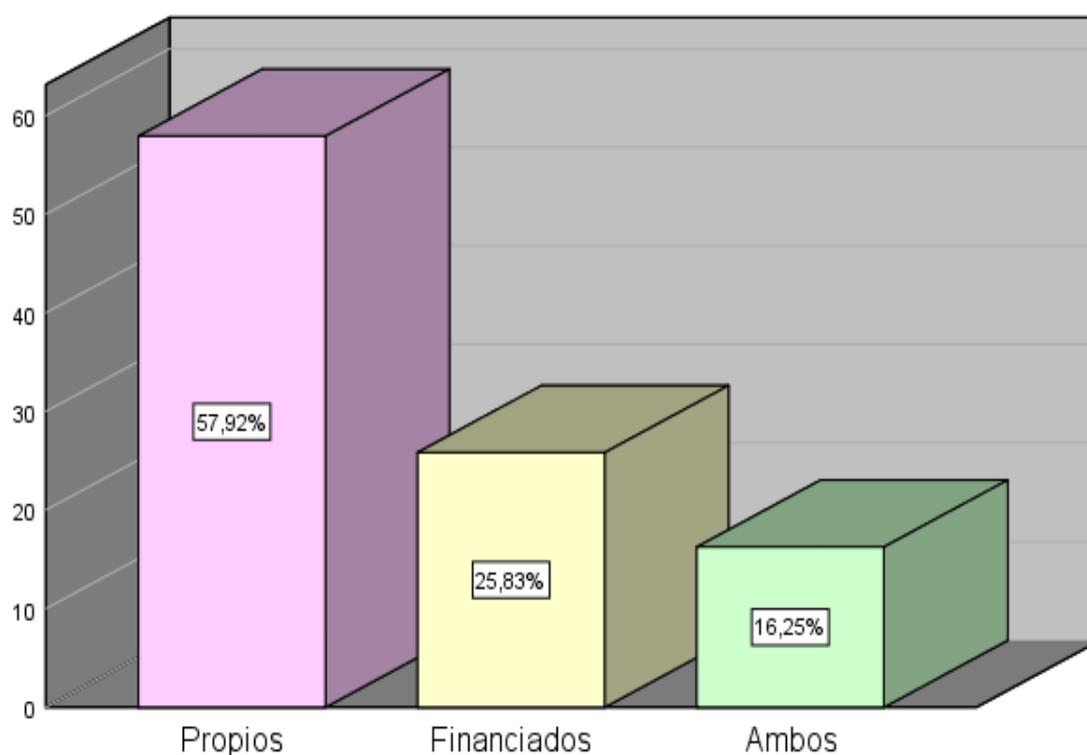


Figura 6. Tipo de recursos

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Manifiestan los micro comerciantes a ver iniciado su emprendimiento con recursos propios lo sostiene la mayor parte (57.92%) de los emprendedores, un grupo inferior (25,83%) establecen que los recursos con los que se inició el negocio fueron financiados mientras la menor parte de los comerciantes (16,25%) expresaron haber iniciado con recursos propios y financiados.

¿La actividad comercial usted la realiza?

Tabla 12.
Frecuencia con que realiza la actividad comercial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diariamente	159	66,3	66,3	66,3
	Semanalmente	71	29,6	29,6	95,8
	Quincenalmente	8	3,3	3,3	99,2
	Mensualmente	2	,8	,8	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

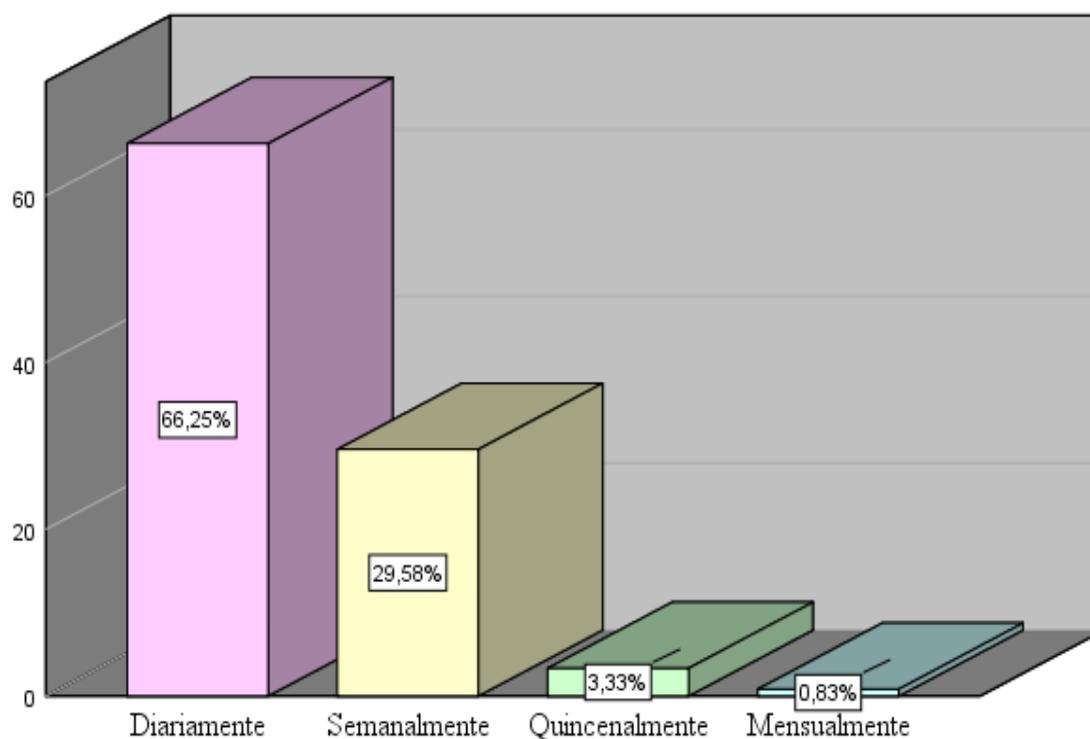


Figura 7. Frecuencia con que realiza la actividad comercial

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Los resultados que despuntan sobre la periodicidad con la que realizan actividades de micro comercio en el mercado 10 de Noviembre, permiten conocer que gran parte de los micro comerciantes (66,25%) la realizan diariamente mientras que un grupo menor (29,58%) semanalmente, siendo estos dos resultados los predominantes.

¿Cuánto invirtió para dar inicio a su emprendimiento?

Tabla 13.
Inversión inicial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre \$100 y \$500	203	84,6	84,6	84,6
	Entre \$501 y \$1.000	35	14,6	14,6	99,2
	Entre \$1.001 y \$1.500	2	,8	,8	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

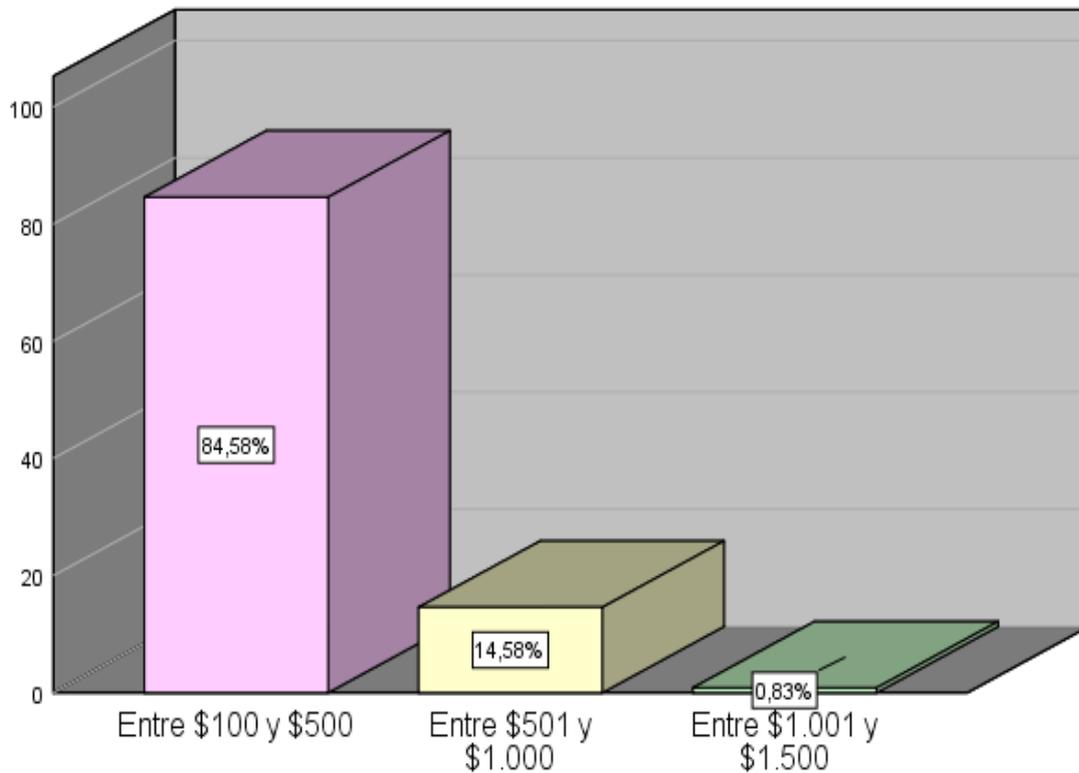


Figura 8. Inversión inicial

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

En función a los resultados arrojados se logra identificar que los micro comerciantes en su mayoría invirtieron entre \$100 y \$500 para dar inicio a su emprendimiento resultado que lo sustenta el (84,58%), seguido de un (14,58%) que iniciaron su negocio con una inversión aproximada entre \$501 y \$1.000.

¿Los ingresos que percibe por esta actividad son?

Tabla 14.
Ingresos percibidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Altos 551-700	13	5,4	5,4	5,4
	Medianos 401-550	185	77,1	77,1	82,5
	Bajos 250-400	42	17,5	17,5	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

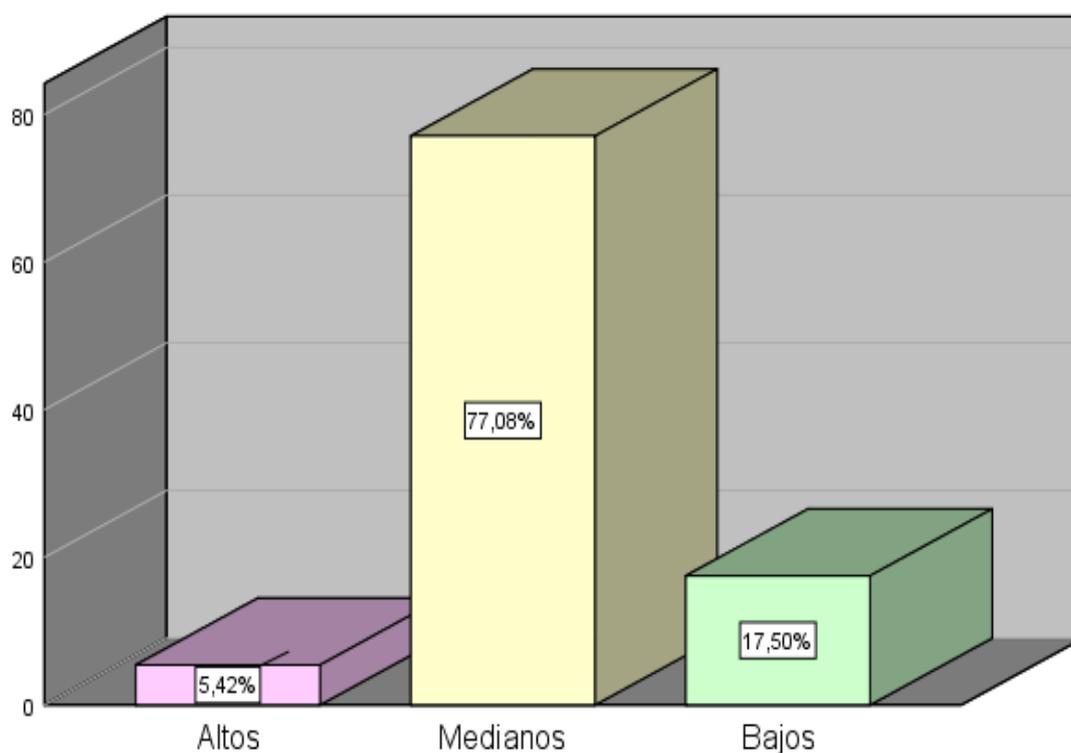


Figura 9. Ingresos percibidos

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Los comerciantes del mercado 10 de Noviembre supieron manifestar que los ingresos que perciben por su actividad son medianos sustentados con un (77,08%) mientras que el (17,50%) revelan que sus ingresos son bajos.

Donde los ingresos bajos su promedio sería de 325, medios de 477,5 y altos de 625,5 dólares, valores que multiplicados por el número de personas nos da como resultado que de entre el total de micro comerciantes estos generan 110.119,00 dólares mensuales.

¿Los ingresos que percibe de esta actividad han mejorado su economía familiar?

Tabla 15.
Economía familiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	136	56,7	56,7	56,7
	No	10	4,2	4,2	60,8
	En parte	94	39,2	39,2	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

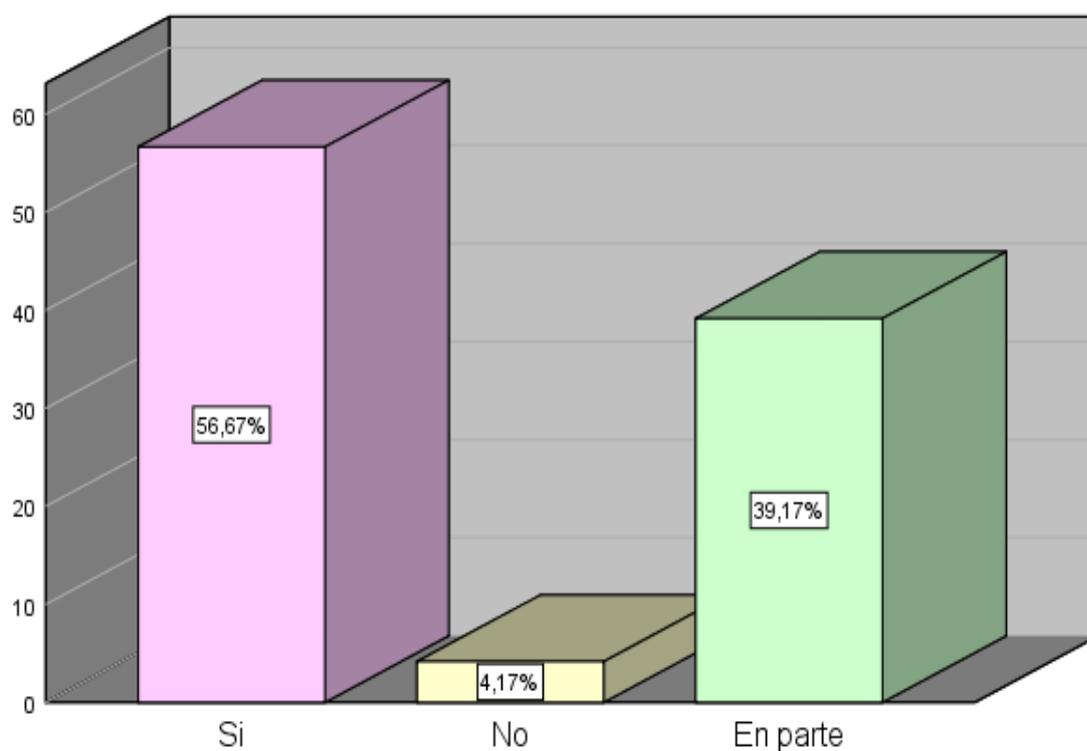


Figura 10. Economía familiar

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

A través de la información obtenida con la aplicación de la encuesta se logra identificar una mejoría en la economía familiar de los micro comerciantes expresado así por el (56.7%), mientras que el (4,17%) de los comerciantes encuestados manifiesta que a través de su emprendimiento no ha mejorado su economía familiar.

¿Cuántos empleados mantienen en su negocio?

Tabla 16.
Empleados de su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	216	90,0	90,4	90,4
	1	20	8,3	8,4	98,7
	2	3	1,3	1,3	100,0
	Total	239	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
Total		240	100,0		

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

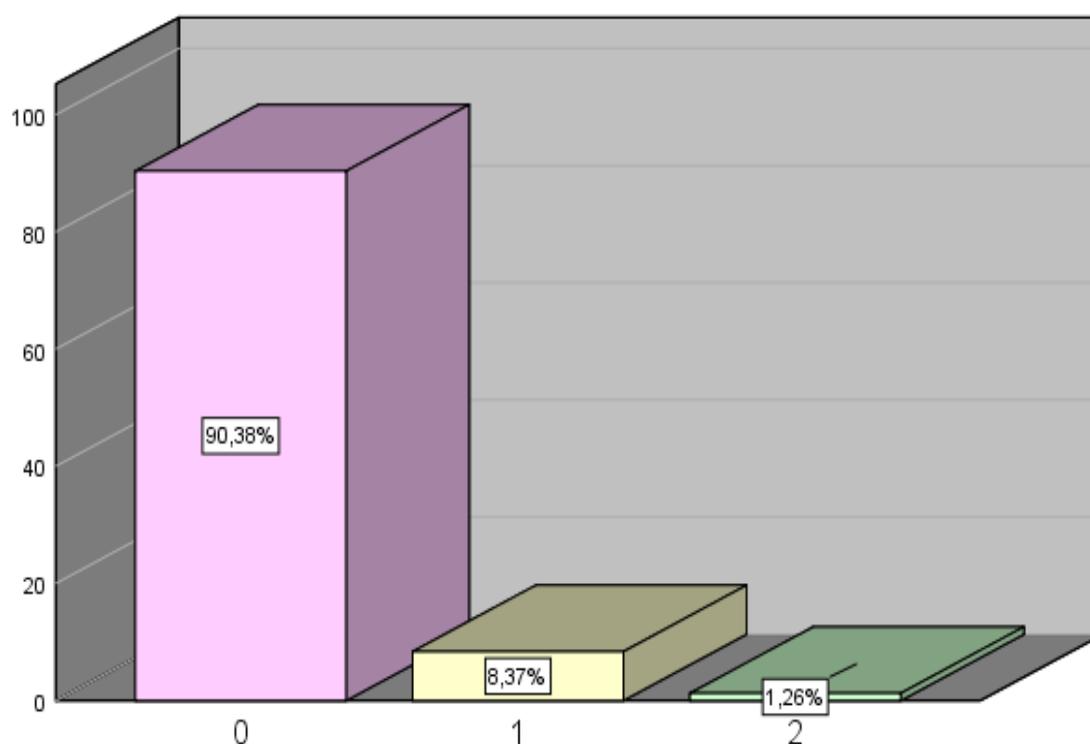


Figura 11. Empleados de su negocio
Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Los encuestados supieron manifestar que no cuentan con empleados en sus negocios expresado así con un (90,38%), mientras que el (9,63%) de los micro comerciantes indicaron que mantienen entre 1 y 2 empleados.

¿Qué personas de su familia colaboran en esta actividad?

Tabla 17.
Familiares colaboradores en su actividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cónyuge	35	14,6	14,6	14,6
	Hijos	98	40,8	40,8	55,4
	Padres	6	2,5	2,5	57,9
	Hermanos	17	7,1	7,1	65,0
	Otros	1	,4	,4	65,4
	Ninguno	83	34,6	34,6	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

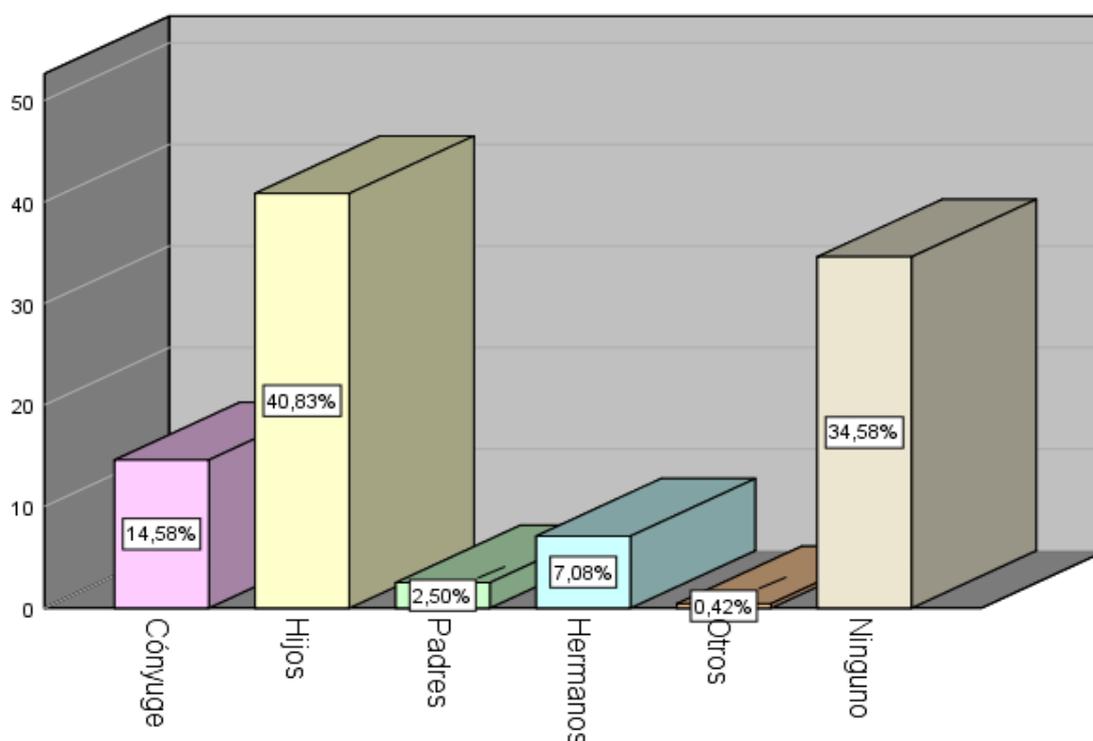


Figura 12. Familiares colaboradores en su actividad

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

La mayor parte de micro comerciantes (40,83%) reciben la colaboración de sus propios familiares directos (hijos), mientras que otro grupo representativo (34,58%) manifiesta llevar a cabo esta labor sin ningún tipo de apoyo, mientras que en muy pocos casos (14,58%) los conyugues son quienes les colaboran.

¿Cuántas personas de su familia se benefician de esta actividad?

Tabla 18.
Familiares que se benefician con esta actividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	23	9,6	9,6	9,6
	2	37	15,4	15,4	25,0
	3	54	22,5	22,5	47,5
	4	48	20,0	20,0	67,5
	5	39	16,3	16,3	83,8
	6	20	8,3	8,3	92,1
	7	15	6,3	6,3	98,3
	8	4	1,7	1,7	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

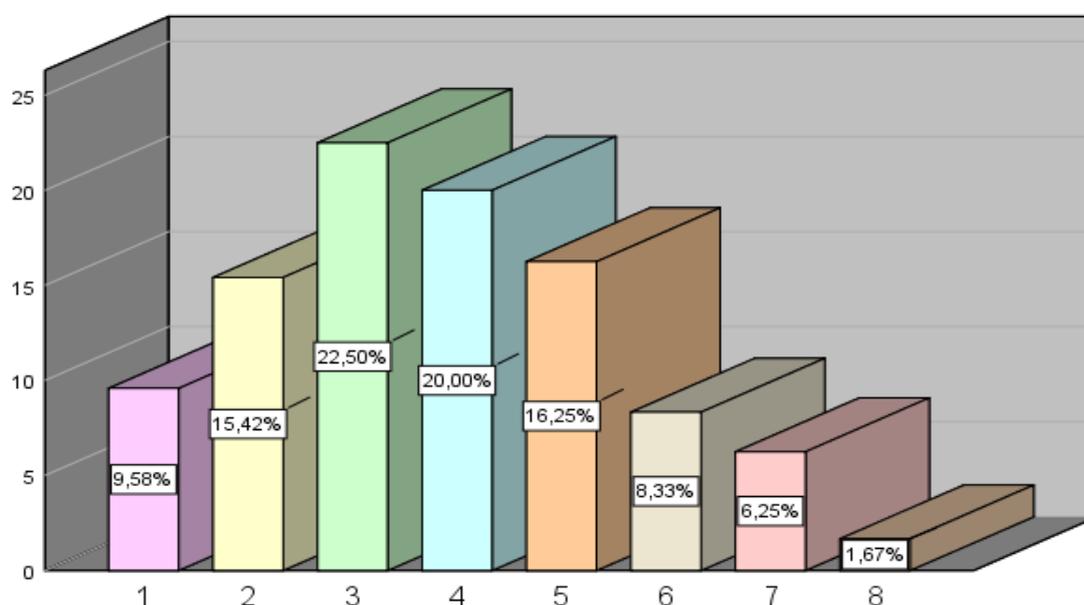


Figura 13. Familiares que se benefician con esta actividad

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

De las encuestas aplicadas se logra obtener la siguiente información que existe un mínimo de 1 persona beneficiada por cada emprendimiento y un máximo de 8 personas beneficiadas, mientras que el promedio de personas beneficiadas es de 3,76 personas por negocio. Obteniendo así un total de 903 personas beneficiadas a través de los emprendimientos de los comerciantes del Mercado 10 de Noviembre.

¿Considera usted que el micro comercio ha contribuido al desarrollo familiar?

Tabla 19.
Contribución al desarrollo familiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	20	8,3	8,3	8,3
	Medianamente	194	80,8	80,8	89,2
	Poco	26	10,8	10,8	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

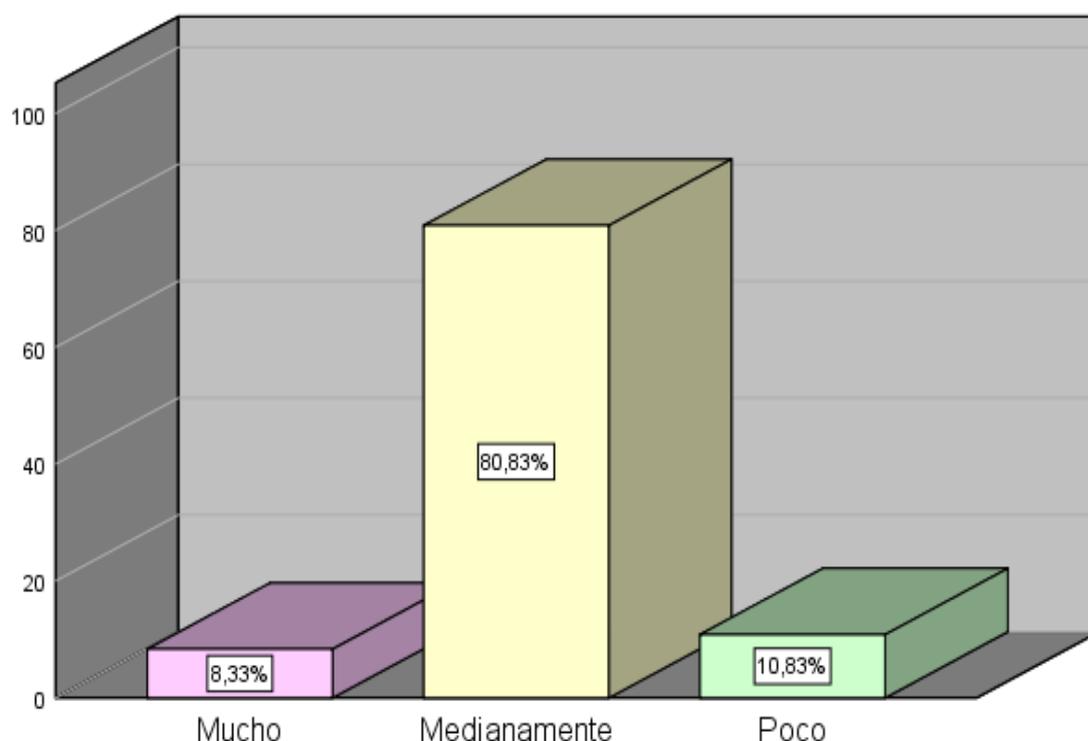


Figura 14. Contribución al desarrollo familiar
Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Los diferentes tipos de micro comerciantes han expresado que la contribución de la actividad económica que llevan a cabo tiende a contribuir al desarrollo familiar medianamente esto lo sostienen gran parte de la población (80,83%), mientras que un grupo menor (10,83%) manifiestan que es poca la contribución, pero un grupo pequeño (8,33%) mantienen que es mucha la contribución ya que esta es la fuente principal de recursos para sus hogares.

¿Los ingresos producto de su actividad los destina fundamentalmente a?

Tabla 20.
Destinación de ingresos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alimentación	50	20,8	20,8	20,8
	Salud	47	19,6	19,6	40,4
	Vivienda	17	7,1	7,1	47,5
	Servicios Básicos	47	19,6	19,6	67,1
	Vestuario	36	15,0	15,0	82,1
	Educación	40	16,7	16,7	98,8
	Diversión	3	1,3	1,3	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

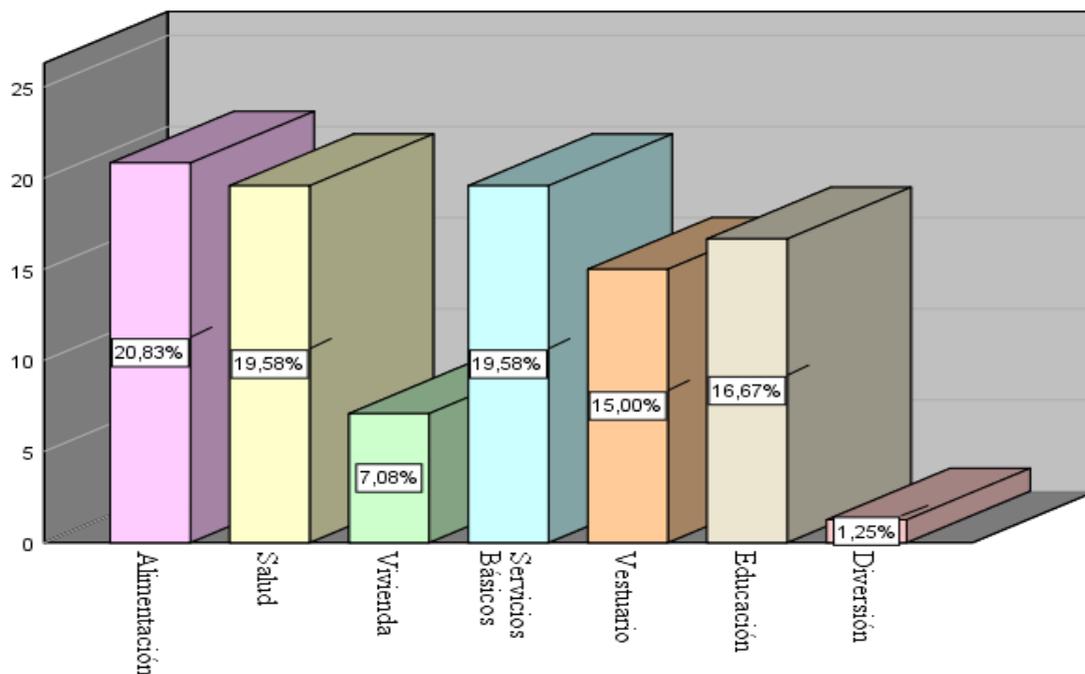


Figura 15. Destinación de ingresos

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Los ingresos que perciben los micro comerciantes al realizar su actividad los destina principalmente a Alimentación expresado con un (20,83%), seguido por Salud y Servicios básicos resultado que los sostiene el (19,58%) sin dejar de lado educación con un (16,67%).

¿La actividad económica que lleva a cabo le ha permitido satisfacer las necesidades de su familia?

Tabla 21.
Satisfacción de necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente	16	6,7	6,7	6,7
	Medianamente	193	80,4	80,4	87,1
	Mínimamente	31	12,9	12,9	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

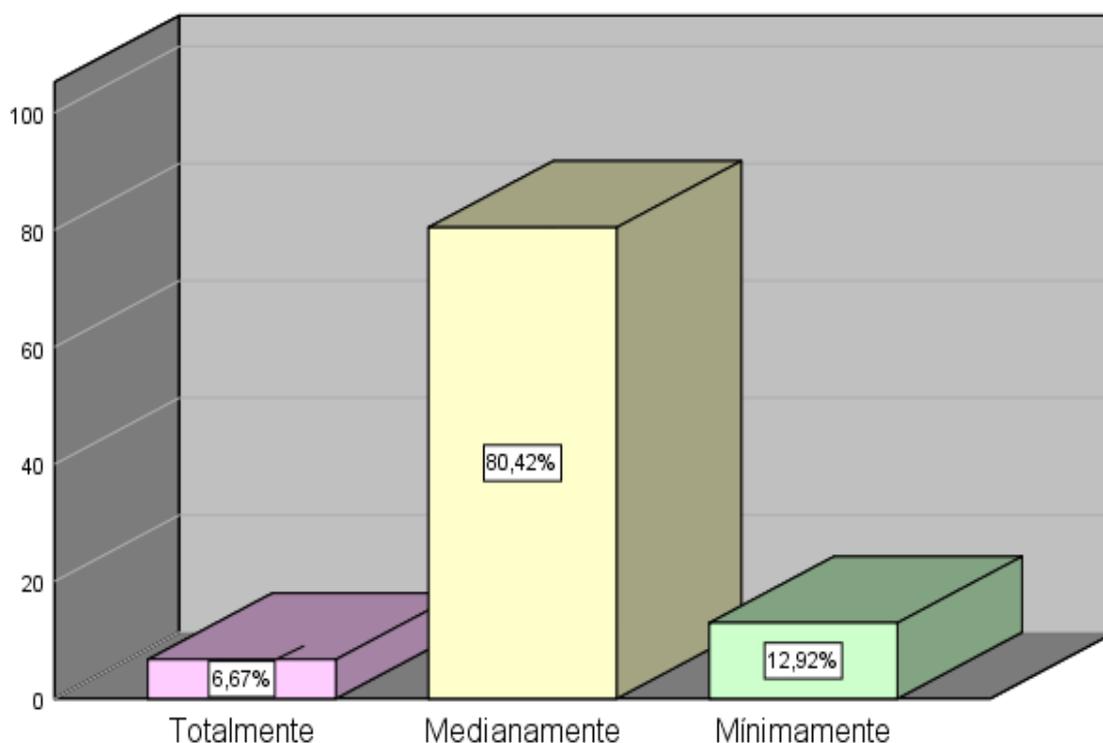


Figura 16. Satisfacción de necesidades
Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Análisis

Los comerciantes consideran que la actividad económica que ellos realizan les ha permitido satisfacer medianamente las necesidades de sus familias sostenido así por un (80,42%), mientras que el (6,67%) consideran que a través de su negocio logran cubrir totalmente sus necesidades.

Resultados de la acción e intervención

¿Cuáles son las características dicotómicas, continuas y politómicas de las personas que se dedican al micro comercio en el mercado 10 de noviembre?

De los 240 micro comerciantes encuestados existen 57 personas del sexo masculino y 183 del sexo femenino, quienes a través de la actividad comercial que llevan a cabo perciben unos ingresos medianos sustentados así por el (77,1%) mientras que el otro parte representado por el (17,5%) revelan que sus ingresos son bajos.

¿Qué tipo de necesidades y servicios les ha permitido cubrir esta actividad?

Los comerciantes del Mercado 10 de Noviembre consideran que el micro comercio ha contribuido medianamente al desarrollo familiar ya que les ha permitido satisfacer las necesidades de su familia en una parte considerable, siendo así que los ingresos que ellos perciben por su actividad económica los destinan prioritariamente a alimentación, salud, vivienda, servicios básicos, educación entre otros.

¿Cómo se considera a los ingresos percibidos, quienes son los beneficiarios y como es considerado la contribución al desarrollo familiar?

La mayor parte de los micro comerciantes han considerado que las diferentes actividades que realizan les permiten obtener recursos medios, que contribuyen al desarrollo familia, beneficiándoles directamente a los hijos y conyugues entre otros familiares más o menos de los 240 micro comerciantes se benefician 903 personas dejando demostrado que el desarrollo familiar se puede propiciar gracias al micro comercio.

Comprobación de la hipótesis

Para la comprobación se decidió emplear la prueba estadística Chi Cuadrado esto con la finalidad de determinar si el micro comercio les ha permitidos a las personas tener un desarrollo social y cubrir las necesidades básicas que presentan.

Para lo cual se ha cruzado algunas preguntas obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 22.
Tabla cruzada

¿En qué área de productos se desenvuelve? *¿Considera usted que el micro comercio ha contribuido al desarrollo familiar?

			¿Considera usted que el micro comercio ha contribuido al desarrollo familiar?			Total
			Mucho	Medianamente	Poco	
¿En qué área de productos se desenvuelve?	Verduras y legumbres	Recuento	5	24	16	45
		Recuento esperado	3,8	36,4	4,9	45,0
	Cárnicos	Recuento	7	29	1	37
		Recuento esperado	3,1	29,9	4,0	37,0
	Papas similares	Recuento	0	11	0	11
		Recuento esperado	,9	8,9	1,2	11,0
	Quesos	Recuento	0	24	2	26
		Recuento esperado	2,2	21,0	2,8	26,0
	Pescado mariscos	Recuento	0	13	0	13
		Recuento esperado	1,1	10,5	1,4	13,0
	Frutas	Recuento	1	15	1	17
		Recuento esperado	1,4	13,7	1,8	17,0
	Abarrotes	Recuento	2	18	3	23
		Recuento esperado	1,9	18,6	2,5	23,0
	Huevos	Recuento	0	3	0	3
		Recuento esperado	,3	2,4	,3	3,0
	Comidas	Recuento	2	12	0	14
		Recuento esperado	1,2	11,3	1,5	14,0
	Jugos	Recuento	1	9	0	10

		Recuento esperado	,8	8,1	1,1	10,0
	Otros	Recuento	2	36	3	41
		Recuento esperado	3,4	33,1	4,4	41,0
Total		Recuento	20	194	26	240
		Recuento esperado	20,0	194,0	26,0	240,0
Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís						
Fuente: Encuesta						

Tabla 23.
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	51,928a	20	,000
Razón de verosimilitud	52,505	20	,000
Asociación lineal por lineal	2,023	1	,155
N de casos válidos	240		

a. 23 casillas (69,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,25.

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís

Fuente: Encuesta

En análisis del resultado del chi cuadrado se lo puede hacer empleando la siguiente regla donde: donde el **X^2 calculado es $>$ X^2 crítico** se descarta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis la hipótesis de investigación en este caso **X^2 calculado es $51,928 > X^2$ crítico $31,4$** por lo cual se puede decir que existe la suficiente evidencia estadística para decir que los negocios de micro comercio indistintamente de su denominación o área generan desarrollo familiar o dicho de otra forma el desarrollo familiar depende de esta actividad.

Con la finalidad de corroborar si este resultado se puede evidenciar con otras preguntas se realizó el siguiente cálculo.

Tabla 24.
Tabla cruzada

¿Considera usted que el micro comercio ha contribuido al desarrollo familiar? *¿La actividad económica que lleva a cabo le ha permitido satisfacer las necesidades de su familia?

			¿La actividad económica que lleva a cabo le ha permitido satisfacer las necesidades de su familia?			Total
			Totalmente	Medianamente	Mínimamente	
¿Considera usted que el micro comercio ha contribuido al desarrollo familiar?	Mucho	Recuento	8	8	4	20
		Recuento esperado	1,3	16,1	2,6	20,0
	Medianamente	Recuento	6	171	17	194
		Recuento esperado	12,9	156,0	25,1	194,0
	Poco	Recuento	2	14	10	26
		Recuento esperado	1,7	20,9	3,4	26,0
Total		Recuento	16	193	31	240
		Recuento esperado	16,0	193,0	31,0	240,0

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís
Fuente: Encuesta

Tabla 25.
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	61,380a	4	,000
Razón de verosimilitud	41,129	4	,000
Asociación lineal por lineal	15,293	1	,000
N de casos válidos	240		

a. 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,33.

Elaborado por: Lida Ponce y María Villacís
Fuente: Encuesta

Al realizar el cruce de información entre el desarrollo familiar y la satisfacción de necesidades se ha podido definir que existe dependencia debido a que si existe micro comercio hay desarrollo y al haber desarrollo se pueden satisfacer las necesidades familiares por lo cual se acepta la hipótesis de investigación planteada ya que el X^2 calculado es **61,380**

> X^2 crítico 9,49 por lo que hay suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la información obtenida se ha concluido en que la mayor parte de micro comerciantes son personas del sexo femenino quienes tienen edades entre 18 y 80 años las cuales en su mayoría son casadas, mismas que han expresado que durante muchos años no han sido consideradas ni por las autoridades u otro tipo de institución, siendo un sector abandonado, manifestando que este tipo de trabajos son muy necesarios y que deberían de ejecutarse seguidamente.

Los micro emprendimientos iniciaron por la necesidad de tener una fuente de ingresos, estos emprendimientos los llevaron a cabo gracias a que contaban con recursos propios, la principal actividad económica que predomina es la venta de verduras y legumbres, los micro comerciantes realizaron una inversión inicial aproximada entre \$100 y \$500, la mayor parte de estas personas llevan a cabo su actividad económicamente diariamente, generando recursos económicos medios, permitiéndoles cubrir medianamente sus necesidades.

Según las opiniones vertidas por los micro comerciantes contribuye mucho al desarrollo familiar ya que les permite cubrir necesidades básicas como alimentación, vivienda incluso tener el acceso a servicios básicos de igual forma dar educación a sus hijos, esta contribución no solamente se ve beneficiada directamente a la persona que realiza la actividad comercial sino también a un grupo de su familia como son cónyuge hijos, hermanos, padres entre otros.

RECOMENDACIONES

A las autoridades encargadas de los procesos de vinculación y titulación se recomienda tomar en cuenta sectores vulnerables ya que estos son los que realmente necesitan del apoyo de las instituciones de educación superior ya que requieren dar solución a múltiples problemas, a diferencia de instituciones financieras o empresas grandes donde cuentan con personal con mas experiencia, que poca o nada importancia prestan a los proyectos de titulación presentados por los estudiantes.

Una de la búsqueda de estas personas es mejorar sus ingresos, por lo cual se recomienda realizar estudios sobre demanda de productos, análisis de costos y control de inventarios procesos que beneficiaran a este tipo de negocios permitiéndoles mejorar la economía de aquellos que los llevan a cabo.

Debido a que el micro comercio contribuye al desarrollo familiar se sugiere a las autoridades de turno realizar capacitaciones continuas sobre: atención al cliente, normas sobre el manejo de alimentos y productos de consumo humano entre otros temas para que de esta forma el mercado y sus comerciantes puedan ofrecer un mejor servicio a la ciudadanía, y con ello poder satisfacer sus necesidades en forma total.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador . (2014). *Código de Comercio* . Quito : ANCE.
- Avila, L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: EUMED.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson.
- Caballero, A. (2014). *Metodología integral para planes y tesis*. México: Cengage Learning.
- Campuzano, V. (2015). *Análisis socioeconómico de los comerciantes formales y su incidencia en el desarrollo económico cantón Quevedo, periodo 2008 – 2012*. Quevedo: UTEQ.
- Díaz, R. d. (2016). *Asociatividad de las amas de casa de la Academia Oscus y su incidencia en los ingresos familiares en el año 2015*. Ambato : UTI.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (2011-2021). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL CANTÓN GUARANDA*. Guaranda: GADMG.
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red Tercer Milenio.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA.
- Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Pearson.
- Niño, V. (2011). *Metología de la investigación diseño y ejecución*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Núñez, A. (2016). *La asociatividad de productores agropecuarios San Roque y su incidencia en la economía familiar de los socios de la comunidad de Huachi, año 2015*. Ambato : UTI.

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa, cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.

ANEXOS

Anexo 1. Evidencia de la aplicación de la encuesta



Urkund Analysis Result

Analysed Document: LIDA Y MARIA MICROCOMERCIO.pdf (D53929261)
Submitted: 6/17/2019 7:56:00 PM
Submitted By: villacismaria54@gmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

Gavilabez Richar y Miranda Karina Comidas Rápidas Proyecto.pdf (D48352771)
Gavilabez Richar y Miranda Karina Comidas Rápidas Informe.pdf (D50206755)
TESIS final-Ronny Pita.docx (D47804281)

Instances where selected sources appear:

4

