

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Sociología

INCIDENCIA DEL TRABAJO INFORMAL EN EL USO DE LOS ESPACIOS PUBLICOS DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE CUENCA EN EL AÑO 2022

Trabajo de titulación previo a
la obtención del título de
Sociólogo


Autores:

Gema Stephania Garcia Ceballo

Fabricio Israel Sari Cumbe

Director:

Paulo Andrés Freire Valdiviezo

ORCID:  0000-0001-5370-0033

Cuenca, Ecuador

2023-07-17

Resumen

La presente investigación resultó de la preocupación de la incidencia del comercio informal en el uso del espacio público como dinamizador de relaciones sociales y económicas. El comercio informal se constituye en una alternativa para obtener fuentes de ingreso que aporten a la sostenibilidad de las familias ante la falta de oportunidades laborales. Con base en esta premisa, se plantea como objetivo analizar la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca en el año 2022. El enfoque metodológico implementado para la investigación es de tipo cualitativo, debido a que se pretende profundizar en la incidencia del comercio informal con respecto a la ocupación del suelo y las condiciones laborales de quienes lo realizan. Para ello, se usa un diseño fenomenológico con el fin de explorar, describir y comprender las experiencias de las personas vendedoras informales. Entre los principales resultados se evidenció la feminización del comercio informal, ya que son las mujeres quienes mayoritariamente realizan esta actividad como una alternativa ante la falta de oportunidades laborales. Sin embargo, las condiciones en las que se desempeñan están marcadas por la precariedad y la inseguridad, situación que limita el ejercicio real de sus derechos. Respecto a la influencia del comercio informal en el uso del espacio público, este incide significativamente en su dimensión social. El estudio concluye evidenciando que las personas comerciantes informales de las zonas aledañas al Mercado 9 de Octubre están expuestas a condiciones desfavorables en relación con la inestabilidad en los ingresos y la exposición a riesgos sociales (violencia y discriminación).

Palabras clave: comercio informal, espacio público, problema social, mujeres comerciantes



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

This research resulted from the concern about the incidence of informal commerce in the use of public space as a dynamizer of social and economic relations. Informal commerce is an alternative to obtain sources of income that contribute to the sustainability of families in the absence of job opportunities. Based on this premise, the objective is to analyze the incidence of informal commerce in the use of public spaces in the 9 de Octubre Market in the city of Cuenca in the year 2022. The methodological approach implemented for the research is qualitative, because it is intended to deepen the incidence of informal trade with respect to land occupation and working conditions of those who perform it. For this purpose, a phenomenological design is used in order to explore, describe and understand the experiences of informal vendors. Among the main results, the feminization of informal commerce was evidenced, since it is mostly women who carry out this activity as an alternative to the lack of job opportunities. However, the conditions in which they work are marked by precariousness and insecurity, a situation that limits the real exercise of their rights. Regarding the influence of informal commerce on the use of public space, this has a significant impact on its social dimension. The study concludes by showing that informal traders in the areas surrounding Mercado 9 de Octubre are exposed to unfavorable conditions in terms of income instability and exposure to social risks (violence and discrimination).

Keywords: informal trade, public space, social problem, women traders



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de Contenido

| | |
|--|----|
| Resumen | 2 |
| Abstract | 3 |
| Dedicatoria | 10 |
| Capítulo I | 19 |
| El comercio informal como fenómeno social | 19 |
| 1.1 El comercio informal: conceptualización | 19 |
| 1.2 Principales características del comercio informal | 21 |
| 1.3 Enfoque del comercio informal | 22 |
| 1.4 Tipos de comercio informal | 23 |
| 1.5 Factores determinantes del comercio informal | 24 |
| 1.5.1 Factores socioeconómicos | 24 |
| 1.5.2 Factores motivacionales | 27 |
| 1.6 Comercio informal en Latinoamérica | 27 |
| 1.7 El comercio informal en el Ecuador | 30 |
| Capítulo II | 32 |
| El espacio público como un derecho fundamental | 32 |
| 2.1. Conceptualización y características del espacio público | 32 |
| 2.2. Dimensiones del espacio público | 34 |
| 2.3. El espacio público como un derecho fundamental..... | 36 |
| 2.4. Derecho a la Ciudad: conceptualizaciones..... | 37 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.5. | Conflictos sociales por ocupación del suelo. | 38 |
| 2.5.1 | Gentrificación..... | 39 |
| 2.6. | Comercio informal como conflicto de ocupación de suelo. | 40 |
| | Capítulo III | 42 |
| | Marco metodológico de la investigación..... | 42 |
| 3.1. | Fundamentación metodológica | 42 |
| 3.2. | Método: estudio de caso | 43 |
| 3.3. | Diseño metodológico..... | 44 |
| | Población y muestra | 45 |
| | Procesamiento y análisis de datos..... | 47 |
| | Consideraciones éticas de la investigación..... | 47 |
| | Capítulo IV..... | 49 |
| 4. | Presentación y análisis de los principales resultados..... | 49 |
| 4.1. | Situación socioeconómica de los vendedores informales del Mercado 9 de Octubre..... | 49 |
| 4.2. | Condiciones del uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre | 60 |
| 4.3. | Analizar la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre..... | 70 |
| | Capítulo V..... | 74 |
| | Discusión de resultados, conclusiones y futuras líneas de investigación | 74 |
| 5.1 | Discusión de resultados | 74 |
| 5.2 | Conclusiones y reflexiones finales..... | 78 |
| 5.3 | Futuras líneas de investigación | 80 |

Referencias bibliográficas..... 81

Anexos 88

Índice de Figuras

| Contenido | Página |
|---|---------------|
| Figura 1 Distribución de personas que realizan comercio informal, según sexo..... | 50 |
| Figura 2 Años y horas al día dedicados a la actividad comercial informal | 55 |
| Figura 3 Motivación para realizar comercio informal | 56 |
| Figura 4 Trabajos que podrían desempeñar las personas comerciantes informales ... | 57 |
| Figura 5 Representación gráfica de la influencia del comercio informal | 73 |

Índice de Tablas

| Contenido | Página |
|---|---------------|
| Tabla 1 Factores socioeconómicos determinantes del comercio informal | 25 |
| Tabla 2 Listado de actores claves participantes de la investigación..... | 46 |
| Tabla 3 resumen del proceso metodológico de la investigación..... | 48 |
| Tabla 4 Estado civil según sexo y promedio de integrantes de la familia | 51 |
| Tabla 5 Procedencia de las personas comerciantes informales, según zona geográfica | 52 |
| Tabla 6 nivel de educación según sexo | 53 |
| Tabla 7 Acceso y uso a fuentes de comunicación e información | 53 |
| Tabla 8 Actividad comercial, inversión y utilidad | 54 |
| Tabla 9 Condiciones en las cuales se realiza el comercio informal..... | 58 |

Índice de Anexos

| Contenido | Página |
|---|---------------|
| Anexo A Matriz de operativización de las variables de investigación | 88 |
| Anexo B Guía de entrevista | 91 |
| Anexo C Consentimiento informado..... | 95 |
| Anexo D Ficha de observación | 97 |
| Anexo E Validación del instrumento de levantamiento de información..... | 98 |

Dedicatoria

Dedico esta tesis a:

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza, su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy.

A mis padres Wallington y Daisy, y a toda mi familia que me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moralmente, fueron mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto de tesis, este logro es también suyo.

A mis amigos por la ayuda que siempre me han brindado, día a día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria.

Finalmente, quiero dedicar esta tesis a todos aquellos que han sido una parte integral de mi camino académico y personal.

¡Gracias!

Gema Stephanía García Ceballo

Agradecimiento

Mis más sinceros agradecimientos a la Universidad de Cuenca y a cada una de las personas que fueron partícipes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, gracias a todos ustedes por sus aportes que hoy se refleja en la culminación de mi paso por la Universidad.

Agradezco a mis padres, Wallington García y Daisy Ceballo por haberme brindado la oportunidad de estudiar, mis promotores durante todo este proceso, gracias por confiar y creer en mí y en mis expectativas, gracias por desear y anhelar lo mejor para mi vida. A todos mis seres queridos y amigos, gracias por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento brindándome su apoyo.

Los amo mucho.

Gema Stephanía García Ceballo

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios por todas las bendiciones recibidas. A mis padres, Romelia y Jaime por el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi camino académico hasta verme convertir en un profesional cumpliendo así una meta importante en la vida. A mis hermanos y familia que siempre estuvieron apoyándome y alentándome a continuar.

Fabricio Israel Sari Cumbe

Agradecimiento

Mi más profundo agradecimiento a todas las autoridades, docentes y personal de la Universidad de Cuenca, por brindarme su apoyo a lo largo de mi proceso de formación.

Agradezco de manera especial al Magister Paulo Freire quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

Agradezco a mis compañeros y compañeras por apoyarme cuando más los necesite, por extender su mano para juntos avanzar en este proceso educativo.

Fabricio Israel Sari Cumbe

Introducción

Los estragos económicos del coronavirus se ven reflejados en la economía del Ecuador, afectando principalmente en las oportunidades laborales, necesarias para solventar los gastos de las familias (Ochoa Escobar et al., 2021). Esta realidad ha provocado que pequeños proveedores de diferentes sectores económicos tengan que buscar nuevas estrategias para mantener sus negocios, optando por el comercio informal como una forma para obtener sustento económico diario (BID, 2020). Es decir, frente a la necesidad para obtener fuentes de ingreso que permitan la sostenibilidad de servicios básicos, la población recurre a soluciones de baja productividad o de bajos ingresos mediante la venta de productos minoristas por diferentes puntos de las urbes (Quispe Fernández et al., 2018).

Esta actividad se enmarca en el comercio informal, que, en palabras de López Gutiérrez, es definido como el intercambio económico que sucede de forma irregular, ya que no sigue los procesos normados, ni los permisos requeridos por autoridades para ejercer esta actividad (Vega Quisbert, 2020). Esta actividad económica se realiza desde diferentes medios, puede ser por medio de redes sociales, establecimientos comerciales tradicionales, en un mercado o en espacios públicos de centros urbanos, al trabajar en este último espacio el vendedor deambula por diferentes puntos buscando la afluencia de público para lograr sus ventas (Navarro, 2017).

Este tipo de actividad comercial tiene un impacto directo sobre la economía local, según el INEC (2015) el sector informal aporta de manera significativa en la generación de empleo e ingresos económicos, además es un factor de desarrollo económico y social. En el “Ecuador el comercio informal representa un 32% de la actividad económica,

siendo las mujeres quienes ejecutan esta actividad en su mayoría con un 42.4% frente a los hombres que representan un 25%" (Fernández et al., 2020, p.210).

Los factores que conllevan al comercio informal son, entre otros, la escasa formación académica, las pocas oportunidades de desarrollo económico, el costo que involucra la implementación de un negocio formal, los requerimientos y la documentación necesaria para legalizar el negocio y, la alta tasa de desempleo (Miranda Loor, 2021). Por su parte, Villacrés y Geenen (2021) afirman que entre los principales factores que dan paso al crecimiento de la informalidad están la industrialización, el crecimiento demográfico y la migración del sector rural al urbano.

Según Torres Galárraga (2010) el sector informal nace como el resultado de la presión en el mercado por el excedente de ofertas de mano de obra junto con la baja existencia de puestos de empleo. Es una actividad con una gran participación económica, donde las personas vendedoras informales tienden a ubicarse en zonas periféricas de la ciudad, generando un conflicto entre vendedores formales y autoridades municipales, pues implica la ocupación de espacios públicos (Torres Galárraga, 2010).

Según Vélez Muñoz (2018) la ocupación del suelo por parte de ciudadanos tiene que ver con el derecho a la igualdad de uso y la búsqueda del bien común. Por lo tanto, el espacio público debe de ser visto como un espacio inclusivo y accesible para toda la ciudadanía y sectores de la sociedad, este planteamiento ha sido un tema de debate desde varias disciplinas y actores sociales, por lo que analizar desde esta concepción el rol que cumplen los trabajadores informales permite materializar la idea de un espacio accesible para todos, considerando que la ocupación del territorio es un valor democrático por excelencia (Vélez Muñoz, 2018, p.19).

No obstante, Torres Galárraga (2010) menciona que en los centros de comercio como mercados las relaciones laborales se encuentran segmentadas entre lo formal e informal, situación que genera contradicciones debido a que el Estado no garantiza el ejercicio de la actividad comercial informal en estos espacios, por tal razón, quienes trabajan en la informalidad tiene que afrontar ingresos mínimos en ventas, ningún tipo de prestación y, carencia en la cobertura de seguridad social. En otras palabras, las personas que trabajan desde la informalidad, no tienen un respaldo legal para ejercer su actividad económica, ni las condiciones productivas o laborales óptimas, manteniéndose dentro de la informalidad constantemente, situación que perpetúa el subempleo.

En Latinoamérica ha sido común la creación de proyectos para generar que los centros urbanos de las ciudades sean modificados únicamente a conveniencia de los sectores económicos dominantes, segregando a los vendedores informales a espacios periféricos en mercados o pequeñas plazas con el fin de no dañar la imagen de la ciudad, ya que las personas que realizan comercio informal son estigmatizadas desde aspectos negativos, situación que genera un sesgo hacia quienes tienen el derecho de ocupar el espacio público y quienes no (Vélez Muñoz, 2018).

Así también, tras el interés de mantener una imagen ordenada de las urbes, las autoridades locales optan por plantear o sugerir medidas legales o coercitivas para controlar la ocupación del suelo, segregando a quienes hacen comercio informal, situación que genera enfrentamientos entre vigilantes municipales que buscan mantener la ciudad ordenada y limpia y quienes buscan su sustento diario (Vélez Muñoz, 2018).

En definitiva, las personas que realizan comercio informal se enfrentan a constante peligros callejeros, sumado a esto, tienen que enfrentar condiciones de insalubridad y

diferentes condiciones climáticas (lluvia, sol, viento, etc.), ya que, al no tener un espacio para la comercialización, las personas que realizan comercio informal deben deambular por las calles.

Frente a esta situación surgen varias interrogantes como ¿cuál es la condición socioeconómica de las personas que realizan comercio informal?, ¿cuáles son las condiciones del uso de los espacios públicos donde se realiza esta actividad económica?, ¿qué influencia tiene el comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos?

Para dar respuesta a estas interrogantes, la presente investigación busca identificar la incidencia del comercio informal en la utilización del espacio público, a fin de generar información que permita conocer de manera objetiva las condiciones del comercio informal y el uso del espacio público, a fin de acercarse al conocimiento de las razones de esta informalidad, así también se busca identificar los derechos laborales vulnerados y, cómo esta situación se refleja en sus condiciones sociales.

Con los antecedentes expuestos, la presente investigación plantea como objetivo general analizar la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca en el año 2022. Para ello, se plantea como objetivos específicos:

1. Describir la situación socioeconómica de las personas comerciantes informales del Mercado 9 de Octubre.
2. Determinar las condiciones del uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre.

3. Analizar la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre.

El enfoque metodológico implementado para la investigación es de tipo cualitativo, debido a que se pretende profundizar en la incidencia del comercio informal con respecto a la ocupación del suelo y las condiciones laborales de quienes lo realizan. Para ello, se usa un diseño fenomenológico con el fin explorar, describir y comprender las experiencias de las personas vendedoras informales (Hernández Sampieri et al., 2014). La unidad de análisis son las personas trabajadoras informales que se ubican en el sector del Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca.

Para facilitar la lectura y comprensión del presente estudio se lo estructura en cinco capítulos. En el primero y segundo capítulo se describe el marco teórico que sustenta la investigación, especificando definiciones fundamentales, enfoques, ámbitos y contextos internacionales, nacionales y locales del tema de investigación. En el tercer capítulo se describe el enfoque metodológico, detallando el diseño: métodos, técnicas, herramientas utilizadas para el levantamiento y análisis de la información obtenida y, las fases operativas implementadas para la concreción de los objetivos planteados.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados de la investigación. Se organiza en tres partes: la primera parte muestra la situación socioeconómica de los vendedores informales del Mercado 9 de Octubre; en la segunda parte se describe las condiciones del uso de los espacios públicos y, en la tercera parte, se presentan los resultados de la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre. En el quinto capítulo se realiza una breve discusión de los hallazgos de la investigación, para luego exponer las conclusiones del estudio, sus limitaciones y futuras líneas de investigación.

Capítulo I

El comercio informal como fenómeno social

La informalidad es el medio de sustento para quienes no logran acceder a un empleo remunerado, ya sea por la escasa educación o por la carencia de plazas de empleo formal, que les permite generar ingresos para poder satisfacer las necesidades propias y la de sus familias convirtiéndose en un dinamizador de la economía doméstica (Esquivel García et al., 2019).

A partir de esta premisa, en este capítulo se abordan definiciones fundamentales y algunas precisiones históricas que sustentan la investigación sobre el comercio informal como una oportunidad para el sustento familiar que contribuye a la satisfacción de las necesidades básicas de quienes realizan esta actividad comercial, mediante un análisis del contexto a nivel internacional, nacional y local, y su incidencia en el desarrollo de la localidad.

1.1 El comercio informal: conceptualización

La globalización de la economía y los cambios políticos, ambientales, sociales, tecnológicos y culturales inciden en las economías locales, donde las personas emprendedoras que se dedican a actividades económicas formales y no formales están interconectadas (Esquivel García et al., 2019). Específicamente, en este estudio se profundiza en el comercio informal como categoría del trabajo informal.

El trabajo informal es considerado un pilar de la economía mundial y de las políticas estatales (Guerrero Peña & Feria Ipanaque, 2020). Su conceptualización tiene diferentes enfoques, así, en los años 1950 a 1960, el término de la informalidad fue

relacionado directamente con el sector tradicional que incluye “las ventas al por menor, trabajos ocasionales y ventas de ocupación regular” (Bello et al., 2021, p.91).

Sin embargo, en la actualidad el trabajo informal, es considerado como “una situación que mantiene a través de los años, la precariedad, la extrema pobreza, la baja educación y compromiso del Estado con los ciudadanos más vulnerables que hacen de las labores informales una fuente de ingresos” (Bello et al., 2021, p.91). Por otra parte, según Fernández et al. (2020) el trabajo informal, es entendido como:

Un problema socioeconómico estructural en la economía ecuatoriana, son grupos vulnerables, que generalmente disponen de limitados recursos económicos (capital de trabajo), lo que produce limitante en sus niveles de vida por ingresos insuficientes para satisfacer las necesidades básicas, viven en la pobreza, bordeando la marginalidad y bordean la sobrevivencia y la exclusión. (Romero Mora et al., 2018, p.860)

Una vez conceptualizado el trabajo informal, se aborda el concepto del comercio informal desde la perspectiva de diferentes autores. Así, para la Organización Internacional del Trabajo (2007) el comercio informal es “tan solo una modalidad de la economía informal, este trabajo se desarrolla con un insuficiente o nulo nivel de legislación que regula las actividades económicas”. (OIT, 2007, citada en Gamboa et al., 2016).

Para Miranda Loor (2021) el comercio informal es considerado como “una forma de empleo, llevada a cabo por personas que no han tenido la oportunidad de encontrar un empleo o trabajo seguro o, por lo contrario, que no puedan satisfacer sus necesidades con el sueldo actual que perciben” (p. 22). Por lo tanto, “es un fenómeno social complejo

y multidimensional, que incluye aspectos sociales, económicos, históricos y culturales” (Adasme, 2016, p.2).

El comercio informal es un elemento del sector de la economía informal, es conceptualizado como: “una actividad comercial de compra se venta de productos y servicios como: prendas de vestir, frutas, verduras, etc., que desarrolla una persona con un capital pequeño en un puesto fijo de la calle, que no paga impuestos” (Quispe Fernández et al., 2018, p. 4), es decir, “es aquel que, tranzando bienes no prohibidos, no cumple con todas las exigencias legales para ejercer el comercio” (Adasme, 2016, p.3).

Para Martínez Valarezo et al. (2022) el comercio informal como actividad económica implica la venta de productos sin control tributario ni control de Estado, situación que lo convierte en “un cuestionamiento social que afecta a la economía de los países” (p. 4). En síntesis, el comercio informal es conceptualizado por varios autores quienes coinciden al afirmar que este tiene incidencia en la economía local.

1.2 Principales características del comercio informal

A partir del análisis de estos conceptos se puede expresar que el comercio informal se caracteriza principalmente porque no cuenta con un lugar físico de establecimiento, por tal razón, las personas comerciantes informales se movilizan por diferentes lugares buscando clientes (Gamboa et al., 2016).

Para Vélez Muñoz (2018) y Torres Galágarra (2010) el comercio informal se caracteriza porque en su práctica las personas cuentan con: capital de trabajo reducido, no requiere de calificación de mano de obra, no se requiere que sea parte de una organización, no

cuentan con garantías de contratación, no están sujetas a reglas jurídicas o tributarias y, su desempeño no garantiza para el acceso a crédito bancario.

1.3 Enfoque del comercio informal

Para Miranda Llor (2021) el comercio informal puede ser analizado desde diferentes enfoques, entre ellos, el estructuralista, el enfoque de la escuela económica neoclásica, el enfoque dualista y el enfoque institucional legal.

- **Enfoque estructuralista.** El comercio informal desde este enfoque está relacionado de manera directa con la sociedad y por ende con la economía y cultura de las familias e instituciones, se caracteriza porque no está sujeto a marcos legales que lo regulen (Miranda Llor, 2021).
- **Enfoque desde la escuela económica neoclásica.** Refiere a las perspectivas que ofrece el comercio informal, que, por un lado, está relacionada con la falta de motivaciones, incentivos y atracciones por parte del comercio formal y, por otro lado, se considera como una alternativa viable para acceder a un trabajo estable que asegure una economía formal (Miranda Llor, 2021).
- **Enfoque dualista.** Desde este enfoque trata el ámbito social del comercio informal, ya que permite definir el nivel de pobreza de los países o ciudades (Miranda Llor, 2021).
- **Enfoque institucional legal.** Desde este enfoque, el comercio informal refiere a una actividad comercial que maneja los procesos, compras o administración de una forma ilícita, que le impide ser parte de un comercio formal (Miranda Llor, 2021).

Por otra parte, para según Chicaiza (2017), el comercio informal analizado desde la visión económica involucra su análisis desde el enfoque neoclásico, estructuralista, neoliberal y basado en nuevas formas de organización del trabajo. El primer enfoque se caracteriza porque considera que el mercado se autorregula por sí mismo, sin intervención del Estado. El segundo explica el origen del sector informal y de su evolución por el comportamiento del empleo. Desde el enfoque neoliberal se considera que el comercio informal es ocasionado por la intervención del Estado en el mercado laboral y, finalmente desde el enfoque basado en nuevas formas de organización del trabajo, surgido una nueva división del mismo como respuesta a la crisis mundial, que ha generado, la caída de la productividad y la inestabilidad de la demanda (Chicaiza 2017).

1.4 Tipos de comercio informal

El comercio informal puede ser clasificado en: comercio informal de subsistencia y comercio informal de rentabilidad. El primero se caracteriza porque la principal causa es la pobreza que conlleva a que las personas hagan de esta actividad una fuente de ingresos. Y el segundo se caracteriza porque las personas que lo realizan se ven motivados en mejorar sus ingresos, además prefieren realizar este tipo de comercio para evitar la regulación y los procesos engorrosos que implica su legalización. En otras palabras, el comercio de subsistencia se realiza por la necesidad de contar con ingresos para subsistir, mientras que el de rentabilidad busca mejorar los ingresos (Miranda, 2021).

El comercio informal también es clasificado en tres tipos: fijo, semifijo y ambulante (Herrera, 2004, citado en Calderón Fernández, 2020). El primero es aquel comercio que

se realiza de manera permanente, en instalaciones fijas, en los espacios públicos. El segundo tipo, se realiza de forma permanente en un espacio público determinado, instalando y desinstalando según la jornada laboral. Finalmente, el comercio informal ambulante, se realiza en lugares públicos abiertos y requiere desplazamiento.

Con estas consideraciones y en concordancia con Vélez Muñoz (2018) el comercio informal no ocurre únicamente con personas con un bajo nivel de instrucción o en condiciones de vulnerabilidad económica, también dentro de esta actividad participan personas de la clase media.

1.5 Factores determinantes del comercio informal

El comercio informal es un fenómeno que está determinado por diversos factores, entre ellos, destacan los socioeconómicos (Lipa Tudela, 2021) y motivacionales (Quispe Fernández et al. 2018).

1.5.1 Factores socioeconómicos

Si bien no se ha establecido con precisión los factores determinantes del comercio informal, sin embargo, para Lipa Tudela (2021), entre los factores que mantienen y refuerzan el comercio informal están los indicadores sociales y económicos como nivel de ocupación, grado de instrucción, edad, género, nivel de ingresos económicos, estado civil, migración y conocimiento de normas tributarias resultan fundamentales para estudiar las condiciones de vida de un grupo determinado en espacios y tiempos establecido.

Para Ochoa León (2010) citado en Gamboa et al. (2016), los factores determinantes del comercio informal son el desempleo, la desigualdad de género, pobreza y la migración. Así mismo, Miranda Llor (2021) identifica como factores determinantes de esta actividad económica, la situación de pobreza o escasez de recursos, desempleo., inestabilidad, reducción de fuentes de trabajo formal, falta de formación educativa, déficit en la tecnología y bajo nivel de productividad y bajo nivel de calificación en la mano de obra. En definitiva, los autores mencionados identifican como factores determinantes las condiciones socioeconómicas de las personas que trabajan en el comercio informal.

Según la OIT (2013), citada en Ricaurte-Quijano & Espinoza Baquerizo (2017) “entre los factores que refuerzan y mantienen las condiciones de informalidad están la falta de oportunidades de empleo, marcos legales e institucionales débiles y la implementación fragmentaria e ineficaz de leyes y políticas de protección social y derecho laboral” (p. 66).

Tabla 1

Factores socioeconómicos determinantes del comercio informal

| Autores | Factores socioeconómicos |
|--|---|
| OIT (2013), citada en Ricaurte-Quijano & Espinoza Baquerizo (2017) | Falta de oportunidades de empleo, Marcos legales que no se concretan en la práctica, Institucionales débiles Implementación fragmentaria e ineficaz de leyes y políticas de protección social y derecho laboral. |
| Lipa Tudela (2021) | Nivel de ocupación, Grado de instrucción, Edad, Género, Nivel de ingresos económicos, Estado civil, Migración, Conocimiento de normas tributarias. |

| | |
|--|--|
| Ochoa León (2010) citado en Gamboa et al. (2016) | Desempleo, Desigualdad de género Pobreza Migración |
| Miranda Loor (2021) | Situaciones de pobreza o escasez de recursos, Desempleo, Inestabilidad, Reducción de fuentes de trabajo formal, Falta de formación educativa, Déficit en la tecnología Bajo nivel de productividad, Bajo nivel de calificación en la mano de obra |

Fuente: Ochoa León (2010) citado en Gamboa et al. (2016); Miranda Loor (2021); Lipa Tudela (2021); OIT (2013), citada en Ricaurte-Quijano & Espinoza Baquerizo (2017).

Elaborado por: autores

Del análisis de los determinantes, desde un enfoque social, la informalidad quizás es el resultado de la discriminación que sufren los sectores más pobres de la población, debido a que no poseen el apoyo suficiente de las autoridades. Esto sucede porque el estado genera trabas legales que favorecen a sectores económicos dominantes, mientras que la población que no logra acceder a un empleo formal tiene que recurrir a la informalidad (Gherssi, 2005).

Las leyes y regulaciones de uso de suelo también son un factor social en la expansión del comercio informal, ya que la excesiva reglamentación general hace que para vendedores informales sea muy difícil conseguir una actividad económica sustentable (Vera Gutiérrez, 2020). Todas estas condiciones a nivel social generan explotación laboral y trabajo en condiciones precarias que mantienen una baja productividad en las ventas.

De igual manera, el análisis del comercio informal, desde un enfoque económico, evidencia que, la informalidad tiene relación con la falta de la formalización del trabajo, ya que no cuentan con un capital necesario para montar un negocio. También influye mucho la situación económica de un país y la legislación económica que realice un

estado para sobrellevar crisis económicas, pues durante estas suele protegerse el capital de los grandes sectores económicos antes que los pequeños comerciantes informales (Guerrero Peña & Feria Ipanaque, 2020).

1.5.2 Factores motivacionales

Entre los factores que motivan el comercio informal, según el estudio realizado por Quispe Fernández et al. (2018), se identifican: el ser independiente, la necesidad, el no encontrar un trabajo asalariado, la tradición familiar, aprovechar temporada de ventas, incremento de ingresos. Así, también, para Martínez Valarezo et al. (2022), “el determinante más fuerte de las motivaciones intrínsecas para el comercio informal, es la desocupación laboral” (p1).

En esta misma línea León Serrano (2019) afirma que el comercio informal está determinado por la motivación de crear ideas de negocio para generar los medios necesarios que ayuden a conseguir medios económicos para mejorar la como calidad de vida, frente a la falta de oportunidades laborales.

1.6 Comercio informal en Latinoamérica

A nivel internacional, el comercio informal es una realidad que se vive cotidianamente, pues debido a condiciones macroestructurales se ha evidenciado que esta actividad económica se ha convertido en un mecanismo de subsistencia, sobre todo para familias que viven en condiciones precarias, sin acceso a derechos básicos que les aseguren una vida digna (Quispe Fernández et al., 2020).

El comercio informal, al ser un problema socioeconómico estructural en la economía de los países, ha provocado diversos conflictos basados en la ocupación del suelo, ya que para los comerciantes informales las ciudades son un espacio público en el cual pueden asegurar su subsistencia, pero para las élites capitalistas estas personas son un elemento que perturba la imagen urbana (Quispe Fernández et al., 2020). Desde esta perspectiva, varios estudios realizados en Latinoamérica permiten acercarse al conocimiento de esta realidad.

Para Salinas Arreortua (2013) varias ciudades centrales de América Latina viven fuertes conflictos debido a la ocupación del espacio público, pues vendedores informales se enfrentan constantemente con autoridades para hacer uso de las calles o plazas de las ciudades, pero a la vez los entes de control buscan erradicar a los comerciantes informales, ya que los consideran el foco central de los problemas de imagen urbana.

Un elemento en común del conflicto de uso de espacio público en varias ciudades Latinoamericanas es la declaración de sus centros históricos como patrimonio, por lo que existen varios proyectos para recuperar el patrimonio histórico con la intención de crear espacios atractivos para el turismo y la inversión extranjera. Para alcanzar este objetivo, varias ciudades han optado por experimentar prácticas de gentrificación para trasladar a vendedores informales hacia periferias y de esta forma no afectar el valor de los centros patrimoniales (Bromley y Mackie, 2009).

En definitiva, el comercio informal, en Latinoamericano, representa un problema social, que resulta de múltiples causas, que se abordan a continuación presentando algunos casos que acercan al conocimiento de esta realidad en la región.

Caso Piura (Perú).

La investigación realizada por Guerrero Peña y Feria Ipanaque (2020) determinó que, en la ciudad de Piura, el comercio informal se da principalmente por los bajos recursos de grupos humanos, pues el 72.3% de los encuestados aseguró que perciben ingresos menores a 1,000.00 pesos bolivianos dificultando el acceso a bienes que sustenten derechos básicos.

Otro resultado relevante es que el 60% de los comerciantes informales trabajan desde la ilegalidad, por lo que no tienen los mecanismos ni económicos ni políticos para tener un negocio formal. Entre los factores socioeconómicos que los autores determinaron en la investigación se encuentra el grado de instrucción, la migración y el desempleo; estos resultados evidencian que la falta de políticas sociales que garanticen el sustento diario genera que las familias tengan que hacer prácticas de comercio informal.

Caso Ciudad de México (México).

El estudio de López Morales (2013) determinó en su investigación que entre las principales causas del aumento del comercio informal son factores socioeconómicos, por lo que tiene estrecha relación con el poder adquisitivo de la población. La ausencia de plazas de trabajo han sido otra causa para que el comercio informal se establezca, pues al someterse a condiciones laborales precarias, los individuos deben buscar otras formas para obtener un mayor ingreso económico.

Con respecto a la percepción ciudadana, la práctica de comercio informal tiende a ser juzgada como una actividad que corta el derecho a la accesibilidad, pero esta

percepción refleja la pésima gestión de gobiernos para garantizar espacios donde los comerciantes puedan ubicarse (López Morales, 2013).

Caso ciudad de Tungurahua (Ecuador)

La investigación llevada a cabo por Gamboa et al. (2016), evidenció que en la ciudad de Tungurahua el comercio informal tiene un fuerte impacto social negativo en los comerciantes, ya que para desarrollar esta práctica deben de estar expuestos a condiciones precarias como la contaminación, inseguridad violencia, etc. Ante la problemática de ocupación de suelo, el municipio de Tungurahua ha optado por realizar un proceso de formalización a los comerciantes, sin embargo, no se ha alcanzado con éxito esta gestión, pues hay problemas entre comerciantes formales e informales.

Caso ciudad de Manabí (Ecuador)

El estudio realizado por Esquivel García et al. (2019) en la ciudad de Manabí evidenció que el comercio informal tiene un impacto positivo para la economía familiar, pues el 67% de las personas comerciantes encuestadas considera que la actividad es rentable. Otro de los resultados hallados determinó que la informalidad no tiene relación con el mercado laboral, la mano de obra y el trabajo formal; también es importante mencionar que la práctica del comercio informal se da mayoritariamente por falta de plazas de empleo o la insuficiencia de recursos económicos para la subsistencia.

1.7 El comercio informal en el Ecuador

Según Boza Valle (2018), el comercio informal en el Ecuador fue generado por la falta de un desarrollo económico resistente que conllevó a una crisis económica y social,

donde las personas que no podían acceder a trabajo asalariado, optaron por hacer trabajos informales, dentro de los cuales está el comercio.

Para Gamboa et al. (2016), en el Ecuador, el comercio informal es “una labor arraigada desde hace varias décadas, generada principalmente por la escasa demanda laboral frente al incesante incremento de la mano de obra” (p. 2). Situación que persiste, ya que se ha constituido en una alternativa para la generación de ingresos frente a la escasez de fuentes de trabajo.

Si bien en la actualidad, el comercio informal ha sido reconocido en la Constitución del Ecuador 2008, donde se garantiza el derecho al trabajo y reconoce al vendedor informal como comerciante autónomo, situación que conlleva a que el comercio informal sea considerado un derecho ciudadano que le permite obtener ingresos y sustentar sus hogares.

Además, al ser un comercio autónomo es responsabilidad de las autoridades locales, específicamente municipales, quienes deben regularizar el comercio informal (Esquivel García et al., 2019). Sin embargo, datos del INEC (2019) se evidencia que a partir del año 2016 el sector informal se incrementa significativamente, hasta llegar al año 2021, con un porcentaje del 46,4%% de comercio informal (INEC, 2021).

De manera general, el comercio informal surge ante una economía en crisis, como una oportunidad para generar ingresos para la subsistencia ante la falta de empleo formal, pero también, como una opción para generar más ingresos, alejados de los trámites burocráticos que implica la legalización de los negocios.

Capítulo II

El espacio público como un derecho fundamental

Si bien el espacio público ha sido abordado desde diversas disciplinas, no obstante, para esta investigación se prioriza el enfoque sociológico. De ahí que, la dinámica social es inseparable de los espacios públicos, propiciando la interacción de los diversos usuarios, que permiten establecer un sistema de prácticas espacio-temporales, que afianzan el desarrollo de identidad y vínculos de la población (Muñoz Vanegas et al., 2019). A partir de esta afirmación, en esta sección se indaga sobre el espacio público como herramienta fundamental para la realización de la actividad económica de comercio informal.

2.1. Conceptualización y características del espacio público

El espacio público es conceptualizado desde diferentes enfoques, así desde, la filosofía urbanística está conformada por calles, plazas, parques, está constituido por todo aquello que no es propiedad privada. Desde lo político, es un ámbito de deliberación democrática (Aramburu, 2008). Desde lo jurídico, al ser una propiedad colectiva, y también social, refiere al uso que se le otorgue y al acceso que posean otros ciudadanos (Borja, 2011).

Desde una visión histórica – cultural, para Borja (2003) el espacio público es considerado como:

(...) una dimensión fundamental de la democracia política y social. El espacio público expresa la democracia en su dimensión territorial. Es un espacio de uso colectivo. Es el ámbito en el que los ciudadanos pueden (o debería) sentirse como tales, libres e iguales. Es donde la sociedad se escenifica, se representa

a sí misma, se muestra como una colectividad que convive, que muestra su diversidad y sus contradicciones y expresa sus demandas y sus conflictos. Es donde se construye la memoria colectiva y se manifiestan las identidades múltiples y las fusiones en proceso. El espacio público democrático es un espacio expresivo, significativo, polivalente, accesible, evolutivo. Es un espacio que relaciona a las personas y que ordena las construcciones, un espacio que marca a la vez el perfil propio de los barrios o zonas urbanas y la continuidad de las distintas partes de la ciudad. (p. 39)

Desde la perspectiva sociológica, “la condición primitiva del espacio público se remonta a las plazas de la ciudad medieval europea, caracterizadas por su actividad comercial” (Weber, 1980, citado en Schlack, 2007, p. 25), en este sentido, el espacio público “es el espacio de uso público” (Selle, 2001 citado en Schlack, 2007, p. 26)

Entre sus principales características resalta el libre acceso como derecho para el uso del espacio público de una ciudad; por lo tanto, las personas pueden hacer uso de este siempre y cuando no afecte el derecho de otros ciudadanos; sin embargo, existe un sesgo hacia quienes tiene la prioridad de ocupar el espacio público y quienes no puede hacerlo (Aramburu, 2008).

Por otra parte, según Ramírez Kuri (2015) las ciudades Latinoamericanas enfrentan procesos de desigualdad como factor de construcción de lo público, la inequidad se expresa en las relaciones sociales y de poder que se manifiestan en el espacio colectivo.

2.2. Dimensiones del espacio público

Según García Vázquez (2017) el espacio público involucra varias dimensiones: físico-territorial, política, social, económica, cultural.

- **Dimensión físico-territorial.** Esta dimensión hace referencia a la visibilidad y reconocimiento por parte de los individuos hacia un espacio físico, que tiene como principal característica el uso cotidiano y la utilización de este (García Vázquez, 2017).
- **Dimensión política.** Tiene que ver con el derecho de los ciudadanos para ocupar el espacio público, se caracteriza por el diálogo constante entre autoridades que administran el territorio y los ciudadanos, de esta forma este espacio es de dominio público y colectivo (García Vázquez, 2017).
- **Dimensión social.** Refiere al lugar donde los individuos transitan y liberan su personalidad, demostrando su origen y condición social. En este espacio existen diferentes tipos de interacciones sociales que generan conflictos sobre su uso, control y dinámica (García Vázquez, 2017).
- **Dimensión económica.** Refiere a la determinación de actividades laborales que se desarrollan en una determinada jornada de tiempo, siendo la actividad económica la que determina quienes pueden hacer uso de los diferentes espacios como parques, plazas, avenidas, medios de transporte, etc. (García Vázquez, 2017).
- **Dimensión cultural.** Se refiere a una área o territorio que tiene una historia e identificación, la cual se manifiesta en figuras representativas de la ciudad como

lo son las prácticas culturales. La identidad y la historia tiene un aspecto social, de integración cultural dentro de un territorio (García Vázquez, 2017).

Por otra parte, Garriz y Schroeder (2014) diferencian las dimensiones que forman parte del espacio público, planteando las siguientes:

- **Dimensión físico territorial y urbanística.** Esta dimensión se refiere a un territorio visible y accesible para todas las personas, con un marcado carácter de centralidad.
- **Dimensión jurídico-política.** Desde esta dimensión el espacio público debe ser flexible, se debe considerar cómo este se reproduce, muta y se adapta y las normas deben acompañar este proceso de cambio.
- **Dimensión social.** Esta dimensión representa la base de la integración social, es el escenario de convivencia, donde no se necesita justificar el origen, la condición social o la idiosincrasia.
- **Dimensión cultural y simbólica.** Se refiere a la simbiosis habitante-lugar que se materializa en la identidad simbólica del lugar.
- **Dimensión económica.** Establece distintas formas de apropiación del espacio público, en este caso se refiere a la actividad económica que genera el comercio informal.
- **Dimensión de movilidad y apropiación.** Se refiere a la interrelación entre las pautas culturales, las decisiones de la gestión y el valor que tiene el consenso, respecto al uso, determinación y cambios que requiere el espacio público.

- **Dimensión virtual.** En esta dimensión se consideran las nuevas tecnologías y los modos de vida que conlleva a transformaciones del espacio público.

2.3. El espacio público como un derecho fundamental

En la actualidad el espacio público entendido como “lugar en donde se da el encuentro y el desencuentro entre el yo y el otro, el lugar en donde se da la lucha por los derechos y la propia vida cotidiana” (Lucho González & Ramírez Chávez, 2021, p. 189) ha cobrado relevancia al ser el lugar que tiene vida e historia, donde el que se desarrollan actividades individuales y colectivas.

Con las consideraciones expuestas, las personas tienen derecho a usar, disfrutar y aprovechar todos los espacios públicos para la convivencia y el ejercicio de sus libertades, por lo tanto, el uso del espacio público es un derecho fundamental (Lucho González & Ramírez Chávez, 2021), reconocido en las constituciones de varios países, entre ellos, Ecuador, cuya Constitución 2008, en su Art. 23 establece el derecho que tienen las personas “a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad” (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2008).

El derecho al espacio público está directamente vinculado con el Derecho a la ciudad, mismo que surge con la finalidad de humanizar las ciudades como espacios habitados, entendiendo que “el espacio deviene regulador cuando y en la medida en que las contradicciones (incluidas las del propio espacio) se resuelven” (Lefebvre, 2013, citado en Lucho González & Ramírez Chávez, 2021, p. 198) priorizando lo humano sobre el capital.

2.4. Derecho a la Ciudad: conceptualizaciones

La categoría de derecho a la ciudad surgió por primera vez en artículos realizados por Henri Lefebvre a finales de los sesenta, en estos trabajos se realiza una crítica al urbanismo elitista que se practicaba en la época. El principal argumento de Lefebvre era la toma de conciencia de las implicaciones de la vida urbana, pues en el espacio público se experimentan una serie de prácticas basadas en “una dominación perfecta mediante la explotación de la gente, en tanto productores, consumidores de productos y consumidores del espacio” (Ugalde, 2015).

Para Molano Camargo (2016) el derecho a la ciudad corresponde al derecho que tienen los ciudadanos urbanos para construir, crear y decidir sobre la ciudad que habitan y para que esta se convierta en un espacio de lucha anticapitalista. Es decir que es una categoría que crítica los conflictos de uso de suelo, pues generalmente las ciudades son pensadas para mantener los privilegios de ciertas élites capitalistas y no se las considera como un espacio compartido en el cual todos quienes la habitan tienen derecho a resignificar y apropiarse de cada espacio.

El derecho a la ciudad es una forma de expresar y exigir el derecho a la vida urbana, el acceso a lugares de encuentro y cambios, a ritmos de vida, al uso del tiempo en estos lugares; esto implica una completa revolución del proletariado, pues de esta forma se construye un nuevo humanismo en el que las ciudades son apropiadas por los sujetos que las habitan, es decir, se da prioridad al valor de uso de los espacios y no al valor de cambio, como lo hace el capitalismo (Lefebvre, 1975).

Autores como Lefebvre (1975) y Harvey (2013) afirman que el derecho a la ciudad debe de ser un mecanismo para reivindicar, desde lo teórico y práctico, los espacios públicos;

pues de esta forma se puede hacer frente a la urbanización capitalista. Mientras que para Carrión y Dammert (2019) el derecho a la ciudad debe de cuestionar los modos de producción y reproducción capitalista; pues estos emplean mecanismos de exclusión, diferenciación y desigualdad en los espacios públicos.

Para Borja (2003) la ciudad es un espacio político porque permite que las colectividades puedan expresarse; por ello el derecho a la ciudad abre la posibilidad para construir una ciudad donde todos quienes la habitan tengan una vida digna, reconociendo que son una parte fundamental del espacio, posibilitando la distribución equitativa de recursos tanto materiales como simbólicos. Por tal razón, esta categoría permite comprender la realidad urbana de cada una de las ciudades y de generar un proyecto urbanístico que contrarreste los mecanismos de exclusión socio espacial.

Finalmente, Martínez-Moscoso et al. (2019) expresan que “Derecho a la Ciudad es un concepto al que hace falta darle contenido, ya que la orientación punitiva de la norma termina por restringir el uso de espacio público sin aportar al ejercicio del derecho” (p. 71). En síntesis, se deduce que el derecho a la ciudad es un derecho colectivo.

2.5. Conflictos sociales por ocupación del suelo.

Los conflictos sociales por ocupación del suelo suceden a causa de políticas de regeneración urbana, ya que la noción de “embellecer” el espacio público tiene impactos en la restricción del espacio público (Villacrés & Geenen, 2021). Desde esta perspectiva, Crossa (2009) afirma que el cambio de la visión política de la ciudad implica la perspectiva de esta como una mercancía capaz de ser vendida y comercializada, por ello los gobernantes deben preocuparse por la estética, con el fin de atraer personas extranjeras que invierta en la ciudad, como empresarios, o que gasten su dinero en

entretenimiento, como los turistas. La nueva perspectiva estética se relaciona a un pensamiento de modernización, que concentra su trabajo en los centros urbanos dejando de lado las periferias.

En este sentido, en varias ciudades de Latinoamérica, los gobiernos han aplicado políticas del tipo neoliberal que influyen en la forma de gobernar las ciudades, de esta forma la dinámica urbana se configura a nuevas relaciones de poder que se materializan en la gentrificación como forma de vender una ciudad (Vives Miró, 2011). En este contexto, el espacio público es dinámico y en permanente cambio.

2.5.1 Gentrificación

La gentrificación corresponde a una “reestructuración espacial de un área urbana mediante la inyección de capital fijo en mercado inmobiliario y de infraestructura, orientada al reemplazo de usuarios de ingresos medio-bajos por usuarios de poder económico superior, en un contexto de mercantilización de suelo” (Clark, 2005, p. 32). Es decir, corresponde a un fenómeno de desplazamiento espacial de sujetos que no son funcionales para el poder económico, pues afecta la imagen urbana y con ello la mercantilización del espacio público.

La gentrificación no se relaciona únicamente con la modificación de estructura inmobiliaria, sino también con las actividades que se desarrollan en un espacio público, también ha sido usada para eliminar actividades relacionadas con la economía informal, ya que esta es considerada como un espacio residual (Villacrés y Gennen, 2021). Por tal razón, las personas vendedoras informales suelen ser expulsadas o desplazadas con el fin de “limpiar la ciudad” para que pueda ser vendida hacia quienes tienen la capacidad adquisitiva de pagar (Bromley y Mackie, 2009).

Los procesos de gentrificación, según Díaz Parra (2017) tienen una relación directa con los mecanismos que los grupos de poder ejercen para asignar el uso de suelo con base en la estratificación social y al desarrollo de las urbes. Por lo que es inevitable no considerar a la gentrificación como un concepto clave para comprender los conflictos de ocupación de suelo y el fenómeno del comercio informal.

2.6. Comercio informal como conflicto de ocupación de suelo.

El conflicto del uso de suelo es un relato social que se genera sobre la ocupación del espacio público por parte de los vendedores ambulantes, donde los discursos que se manejan desde el Estado es que los vendedores informales son criminales, no se encuentran organizados, afectan a la belleza de la ciudad, invaden las calle, hacen competencia desleal, etc. (Janoschka y Sequera, 2016).

Este tipo de discurso legitima programas neoliberales de regeneración urbana y de desalojo de comerciantes informales, este tipo de razonamiento tiene que ver con un argumento estético, cultural y económico para clasificar a los vendedores como legales e ilegales (Janoschka, 2016).

En la ciudad de Cuenca la ocupación de espacios urbanos es vista como un problema para las autoridades, ya que constantemente el crecimiento del comercio informal ha sido acelerado en los centros urbanos (Vélez Muñoz, 2018).. El núcleo del conflicto en Cuenca ha sido el control por el Centro Histórico, ya que es el punto principal que tienen los extranjeros para formar una noción de la ciudad, por tal razón los entes de control y los vendedores informales tienen confrontaciones y desacuerdos (Vélez Muñoz, 2018).

Al realizar estudios urbanos del territorio es necesario incorporar otras categorías de análisis, ya que, de esta forma, se puede comprender las realidades socioculturales, políticas, económicas y territoriales de los individuos que habitan y conforman la construcción de la ciudad; de esta forma se puede aportar al conocimiento que existe sobre el manejo del territorio y a la democratización del espacio público (Vélez Muñoz, 2018).

En definitiva, el uso, disfrute y aprovechamiento del espacio público como derecho fundamental de todas las personas, reconfigura el espacio, sin embargo, esta reconfiguración no es neutral, por lo contrario, responde a relaciones políticas, económicas y sociales, de ahí que se constituye en una fuente de conflicto permanente.

Capítulo III

Marco metodológico de la investigación

En este capítulo se presentan los aspectos metodológicos de la investigación. En su primera parte, se exponen los elementos teóricos que argumentan la adopción de una metodología utilizada durante las diferentes fases de la investigación, especificando los aspectos epistemológicos, relevancia, fortaleza y debilidades de la misma. En la segunda parte, describe el diseño de la metodología del estudio, en el que se detallan los métodos, técnicas, herramientas usadas para la recogida de datos y su posterior análisis.

3.1. Fundamentación metodológica

Para acercarse al conocimiento de la realidad existen diferentes enfoques metodológicos, sin embargo, por la naturaleza del estudio, se decide hacerlo desde un enfoque cualitativo, ya que se busca profundizar en las percepciones que tienen los vendedores informales con respecto a la ocupación del suelo y a sus condiciones laborales.

La metodología cualitativa tiene por esencia “examinar la forma en que las personas perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados” (Hernández-Sampieri, et al., 2014, p.358). Además, esta metodología, según Ortiz Arellano (2013):

(...) no pretende presentar verdades absolutas, ni leyes de aplicación general, ya que reconoce la diversidad y pluralidad de escenarios, condiciones y situaciones que se presentan en la realidad, que, por lo tanto, son únicas e

irrepetibles, así las observaciones y resultados de sus investigaciones sólo son válidas para el caso particular que se estudia. (p. 9)

La investigación cualitativa se caracteriza por ser inductiva, es decir, parte de los datos para desarrollar comprensión, conceptos y teoría. Además, es holística, ya que considera a las personas, escenarios y grupos como un todo y no como partes fenómenos (Monje Álvarez, 2011). Otra de las características es ser naturalista, comprensiva, descriptiva, es decir, la interacción con los informantes es natural, no busca la verdad sino la perspectiva del actor social y centra su análisis en observación y descripción de fenómenos (Monje Álvarez, 2011, p.11).

En definitiva, la investigación cualitativa, involucra una serie de prácticas materiales e interpretativas del mundo, que permite entender e interpretar los fenómenos en función del significado que las personas les dan (Denzin & Lincoln, 2012, p. 48-49). Para Hernández-Sampieri, et al. (2014) la metodología cualitativa permite “entender cómo los participantes de una investigación perciben los acontecimientos” (p. 381), para ello, utiliza varios métodos, entre ellos, el estudio de caso.

3.2. Método: estudio de caso

El estudio de caso es conceptualizado como “indagación empírica en profundidad sobre un fenómeno contextualizado en el mundo real, particularmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son evidentes” (Yin, 2013, citado en Martínez Carazo, 2006, p. 174). Además, es considerado un método riguroso que facilita estudiar los fenómenos desde múltiples perspectivas, con la finalidad de obtener un conocimiento más amplio sobre cada fenómeno (Martínez Carazo, 2006).

Este método facilita la utilización de herramientas de levantamiento de información cuantitativas y cualitativas. Con estas consideraciones, la presente investigación, recurre al estudio de caso, porque se pretende identificar la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos. Se define un caso de estudio tipo simple e incrustado, debido a que el estudio se desarrolla sobre un solo objeto de estudio.

3.3. Diseño metodológico

La investigación se realizó desde un enfoque cualitativo. Las técnicas utilizadas para el levantamiento de información son: la entrevista semiestructurada y la observación no participante, elaboradas a partir de la matriz de operativización, construida con base en el marco teórico de la investigación. (Ver anexo 1, 2 y 3).

- **Entrevista semiestructurada.** Se caracteriza por ser un modelo de entrevista guiada, flexible y abierta. Su implementación demanda de las personas entrevistadoras preparar unas líneas temáticas que guían la entrevista, es decir, se parte de una lista de áreas hacia las que hay que enfocar las preguntas. La persona entrevistada se expresa con libertad con respecto a las preguntas realizadas por la persona entrevistadora (Monje Álvarez, 2011). Se debe mencionar que las preguntas formuladas para el levantamiento de información son validadas por expertos, para lo cual se elabora una matriz de validación. (Ver anexo 5)
- **Observación.** Esta técnica de investigación cualitativa permite contemplar a las personas, en estudio, en su entorno natural, a fin de comprender sus prácticas, interacciones, relaciones y eventos que ocurren en su entorno. Según DeWalt & DeWalt, 2002, citado en Barba-Martín, (2019) la observación puede aportar “al

mejoramiento de la calidad de la recolección e interpretación de los datos e incluso facilita el desarrollo de nuevas preguntas de investigación” (p. 136).

Según el grado de participación, la observación se clasifica en: participante y no participante. La observación participante es definida como aquella “investigación que se basa en vivir con (o cerca de) un grupo de informantes durante un período extendido de tiempo, durante el cual se mantienen conversaciones largas con ellos y se participa en algún grado en la vida local” (Greenwood, 2000, p. 30 citado en Barba-Martín, 2019, p. 173).

En tanto que, la observación no participante, se caracteriza porque la persona investigadora percibe sin participar en el contexto del grupo investigado (Greenwood, 2000, p. 30 citado en Barba-Martín, 2019). El levantamiento de información mediante esta técnica demanda del uso de diario de investigación (Ver anexo 4), en el cual se registra las interacciones del tema estudiado, proporcionando datos que facilita el análisis y e interpretación de situaciones.

Unidad de análisis

La unidad de análisis, en estas fases, son actores claves relacionados con la temática: ente de control y regulación, administración del mercado, representantes de vendedores del mercado y vendedores ambulantes.

Población y muestra

El diseño muestral para esta fase está constituido por un muestreo de casos políticamente importante, propuesto por Patton (2002) citado en Martínez Salgado

(2012) (2012) para quién, la lógica que orienta la selección del tipo de muestreo en las investigaciones de tipo cualitativas es la riqueza de información, que los casos escogidos, proporcionen para estudiar en profundidad el tema de estudio” (p.616).

Por lo expuesto, se define realizar 10 entrevistas: representante de la Dirección general de mercados y comercio autónomo del GAD municipal de Cuenca, el o la administradora del Mercado 9 de Octubre, dos representantes (hombre y mujer) de los vendedores del mercado que cuentan con lugares fijos de comercio y seis personas vendedoras ambulantes de la zona (un hombre y una mujer). Se define esta muestra, ya que es significativo comprender la visión de actores claves que intervienen directamente en el tema. Sumado a ello, la factibilidad de acceso a la información.

Tabla 2

Listado de actores claves participantes de la investigación

| N° | N° de entrevistas | Institución | Cargo | Código |
|-----------|--------------------------|-------------------------|---|---------------|
| 1 | 1 | GAD Municipal de Cuenca | Dirección general de mercados y comercio autónomo del GAD municipal de Cuenca | ERA1 |
| 2 | 1 | GAD Municipal de Cuenca | Administración del Mercado 9 de Octubre | ERA1 |
| 3 | 1 | Mercado 9 de Octubre | Presidenta | EVF3 |
| 4 | 2 | Mercado 9 de Octubre | Vicepresidente | EVF4 |
| 5 | 1 | Vendedor/a | Vendedor/a informal | EVI5 |
| 6 | 2 | Vendedor/a | Vendedor/a informal | EVI6 |

| | | | | |
|----|---|------------|---------------------|-------|
| 7 | 3 | Vendedor/a | Vendedor/a informal | EVI7 |
| 8 | 4 | Vendedor/a | Vendedor/a informal | EVI8 |
| 9 | 5 | Vendedor/a | Vendedor/a informal | EVI9 |
| 10 | 6 | Vendedor/a | Vendedor/a informal | EVI10 |

Elaborado por: autores

Procesamiento y análisis de datos

Con respecto al procesamiento de datos y análisis de datos se recurre a la técnica cualitativa análisis de contenido, para ello, se recurre recurrió al software denominado Atlas.ti 22 (Qualitative Data Analysis & Research Software), mismo que permite codificar, categorizar y establecer redes de relaciones, obteniendo datos que aportan a la investigación. A fin de garantizar la calidad científica de la investigación se trabaja con un método de triangulación, utilizando el mismo software, a partir de los datos obtenidos se estructura los principales hallazgos que dan respuesta a los objetivos planteados.

Consideraciones éticas de la investigación

La investigación garantiza los derechos de las personas participantes de respeto a su dignidad, autonomía, privacidad e intimidad. Se trabajó con una base de datos anonimizada, donde no se evidencia los datos personales y esta reside bajo la responsabilidad de las personas investigadoras. Se debe mencionar que los datos obtenidos cuentan con el consentimiento informado en donde se solicitó la autorización para ser utilizados en investigaciones y se garantiza la confidencialidad y anonimato de las personas participantes.

Tabla 3

Resumen del proceso metodológico de la investigación

| Metodología | Técnica | Herramienta | Unidad de análisis | Diseño muestral |
|-------------|-----------------------------|-----------------|--------------------------|---|
| Cualitativa | Entrevista semiestructurada | Guía entrevista | de Actores claves | Muestreo de casos políticamente importantes |
| | Observación participante | no Diario campo | de Vendedores ambulantes | |

Fuente: Marco metodológico de la investigación

Elaborado por: Autores

Capítulo IV

4. Presentación y análisis de los principales resultados

Acorde a los lineamientos metodológicos propuestos para el presente trabajo de investigación en este capítulo, se exponen los resultados correspondientes a la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos, en la zona definida para este estudio, el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca.

El objetivo del análisis contenido en este capítulo es, por un lado, realizar una descripción de la situación socioeconómica de los vendedores informales del Mercado 9 de Octubre, determinar las condiciones del uso de los espacios públicos en este espacio y analizar la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en la zona indicada.

4.1. Situación socioeconómica de los vendedores informales del Mercado 9 de Octubre

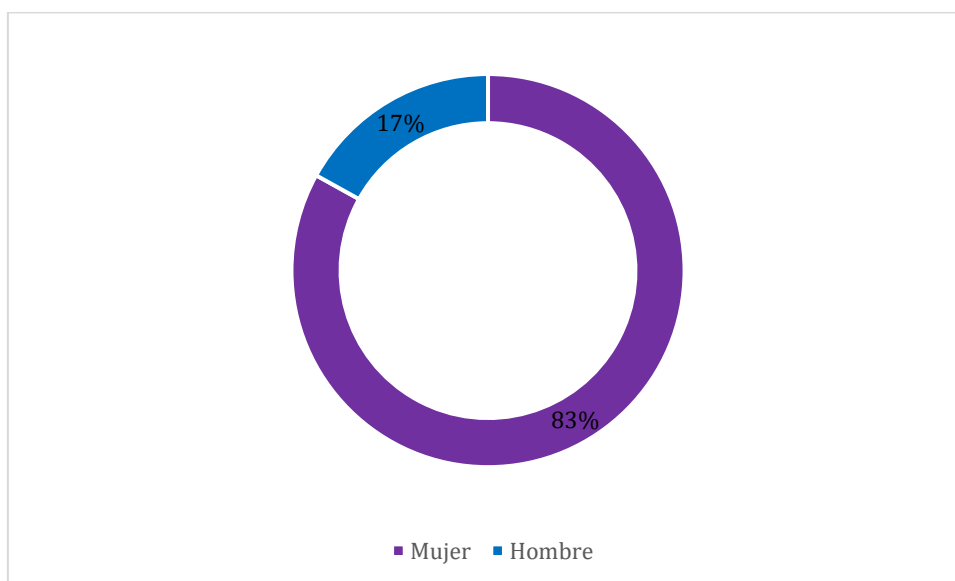
El primer objetivo plantea la descripción de la situación socioeconómica de las personas comerciantes informales del Mercado 9 de Octubre. Para su cumplimiento, se analiza el contenido de las entrevistas realizadas a las personas que realizaron comercio informal han sido útiles para describir su contexto socioeconómico, sistematizando las categorías en una matriz de Excel, que facilita el análisis y la presentación de resultados en figuras y tablas, con la finalidad de una mejor comprensión. Se llevaron a cabo seis entrevistas, las preguntas correspondientes a las variables socioeconómicas fueron organizadas en una matriz de Excel de Microsoft. De su análisis se desprenden los siguientes resultados

que ilustran el contexto socioeconómico de las personas vendedoras informales, presentados en gráficos y tablas, para una mejor comprensión.

Del análisis de distribución de la muestra según sexo, se puede apreciar que en el 83% (5) de las personas que realizan comercio informal son mujeres, mientras que el 17% (1) son hombres. Dato que refleja que la población de personas vendedoras informales está conformada mayoritariamente por mujeres. Situación que, analizada desde una visión de género, evidencia que el comercio informal está feminizado, que a decir de las personas entrevistadas se debe a que las mujeres enfrentan mayores restricciones a incorporarse al sector formal, encontrando en esta actividad una oportunidad para acceder a ingresos para sus familias. Resultado que concuerda con las afirmaciones de Miranda Loor (2021) para quien la desigualdad de género constituye un determinante del trabajo informal.

Figura 1

Distribución de personas que realizan comercio informal, según sexo





Nota: En la figura se observa el porcentaje de personas entrevistadas según sexo. Elaborada con base a las entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el Mercado 9 de octubre de la ciudad de Cuenca.

Respecto al estado civil, los resultados evidencian que el 83% son personas solteras, de este total, el 67% son mujeres y el 17% hombres. Con representaciones menos significativas se registra el estado civil casado/a con el 17% (1). En lo referente al número de integrantes de hogar se muestra que el tamaño promedio de las familias es de 3.5 personas. En la entrevista se afirma que la relación con los miembros de la familia es de dependencia, ya que son: hijos e hijas menores de 18 años. Esta información permite deducir que las personas vendedoras informales son jefas y jefes de hogar, por lo tanto, la actividad comercial que realizan constituye una oportunidad para satisfacer la necesidad de ingresos para sus familias. Resultados que a decir de Miranda (2021), corresponde a un comercio informal de subsistencia.

Tabla 4

Estado civil según sexo y promedio de integrantes de la familia

| Sexo | Estado Civil | | Total general |
|---|--------------------------|-----------|---------------|
| | Casada/o | Soltera/o | |
|  Hombre | | 0% 17% | 17% |
|  Mujer | 17% | 67% | 83% |
| Total, general | 17% | 83% | 100% |
| Promedio de integrantes | 3.5 personas por familia | | |

Fuente: Entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca (2023)
Elaborado por: autores

Respecto a la procedencia, el 83% de Ecuador, específicamente de las zonas urbanas y rurales del cantón Cuenca, mientras que el 17% afirman que proceden de otro país, específicamente de Venezuela. De las zonas rurales del cantón Cuenca, 17% son de la parroquia Baños, el 17% de Turi y el 17% de El Valle, mientras que el 49% son de las zonas urbanas del cantón Cuenca (Miraflores, el Vecino; El Sagrario).

Tabla 5

Procedencia de las personas comerciantes informales, según zona geográfica

| Procedencia | Rural | Urbana | Total |
|--------------------|---------------|---------------|--------------|
| Cuenca-Ecuador | | | 83% |
| Baños | | 17.00% | |
| Turi | | 17.00% | |
| El Valle | | 17.00% | |
| El Vecino | 17.00% | | |
| Miraflores | 16.00% | | |
| El Sagrario | 16.00% | | |
| Venezuela | | | 17% |
| Total | 49.00% | 51.00% | 100% |

Fuente: Entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca (2023)

Elaborado por: autores

La información referida al nivel de educación alcanzado por las personas que realizan comercio informal, evidencia que el 67% de la persona encuestada tiene educación secundaria y el 33% alcanzaron un nivel de educación primaria. Estos datos evidencian que alcanzar el nivel secundario no basta para garantizar una oportunidad laboral en el sector formal, más aún en el caso de las mujeres, quienes enfrentan mayores limitantes por su rol de madres y cuidadoras del hogar. Estos resultados concuerdan con las afirmaciones de Garriz y Schroeder (2014) para quienes el comercio informal es una

alternativa para generar ingresos para sus familias ante la falta de oportunidades laborales.

Tabla 6

Nivel de educación según sexo





| Nivel de educación | Sexo | | Total general |
|--------------------|--------|-------|---------------|
| | Hombre | Mujer | |
| Bachiller | 17% | 50% | 67% |
| Primaria completa | | 33% | 33% |
| Total, general | 17% | 83% | 100% |

Fuente: Entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca (2023)
Elaborado por: autores

En cuanto al acceso a fuentes de información y comunicación, el 100% afirman contar con un celular, sin embargo, no cuentan con acceso a internet. De igual forma, el 100% indica no contar con un computador en sus hogares. Sin embargo, el 100% expresa saber manejar las redes sociales.

Tabla 7

Acceso y uso a fuentes de comunicación e información

| Acceso y uso a fuentes de comunicación e información | Si | No |
|---|------|------|
|  Acceso a celular | 100% | |
|  Acceso a computador | | 100% |
|  Acceso a internet | | 100% |
|  Manejo de uso de redes sociales | 100% | |

Fuente: Entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca (2023)

Elaborado por: autores

Respecto a la actividad económica que realizan las personas comerciantes informales en la zona del Mercado 9 de Octubre, los resultados señalan que 16,67% respectivamente realizan venta de frutas y vegetales, ropa interior y bisutería, de escobas y accesorios, de bisutería, de productos varios y de ropa en general. Para realizar esta actividad, se registra mayoritariamente una inversión que oscila entre \$100 y \$120 dólares. Obteniendo una ganancia entre \$30 y \$50 dólares. Valores, que, el caso de las mujeres, les aportan para lograr independencia económica y aportar en el ámbito familiar Pariona Canto et al. (2020),

Tabla 8

Actividad comercial, inversión y utilidad

| Actividad comercial | Porcentaje |
|------------------------------------|-------------------|
| Venta de frutas y vegetales | 16.67% |
| Venta de ropa interior y bisutería | 16.67% |
| Venta de escobas y accesorios | 16.67% |
| Venta de bisutería | 16.67% |
| Venta de productos varios | 16.67% |
| Venta de ropa | 16.67% |
| Inversión monetaria | |
| Entre \$100 a \$120 | 33.00% |
| Entre \$100 a \$150 | 17.00% |
| Entre \$100 a \$200 | 17.00% |
| Entre \$400 a \$500 | 17.00% |
| Entre \$50 a \$100 | 17.00% |
| Utilidad | |
| Entre \$10 a \$20 | 33.00% |
| Entre \$30 a \$50 | 50.00% |
| Entre \$5 a \$10 | 17.00% |

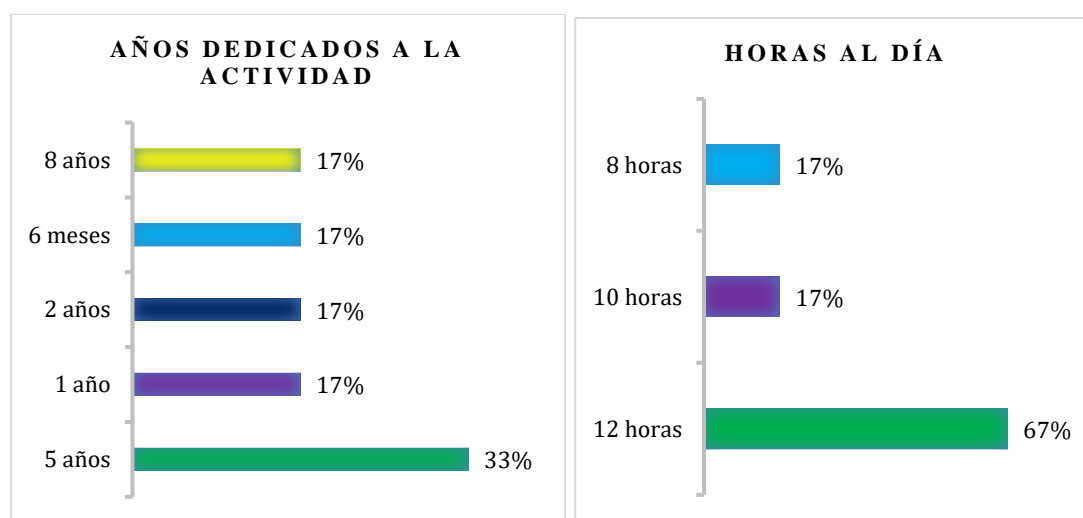
Fuente: Entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca (2023)

Elaborado por: autores

En cuanto al tiempo que realizan la actividad comercial informal, el 33% informa que la realizan desde hace 5 años aproximadamente, el 17% la realizan, 8 años, 2 años, 1 año y 6 meses respectivamente. Complementando estos datos se evidencia que el 67% dedican 12 horas diarias a realizar esta actividad, seguida de un 17% que dedican entre 8 a 10 horas diarias a esta actividad. Datos que evidencian que las jornadas laborales prolongadas que realizan las personas comerciantes informales, si consideramos que en su mayoría son mujeres, representa una sobrecarga laboral, ya que estas deben conciliar el trabajo productivo con el reproductivo (Pariona Canto et al., 2020).

Figura 2

Años y horas al día dedicados a la actividad comercial informal



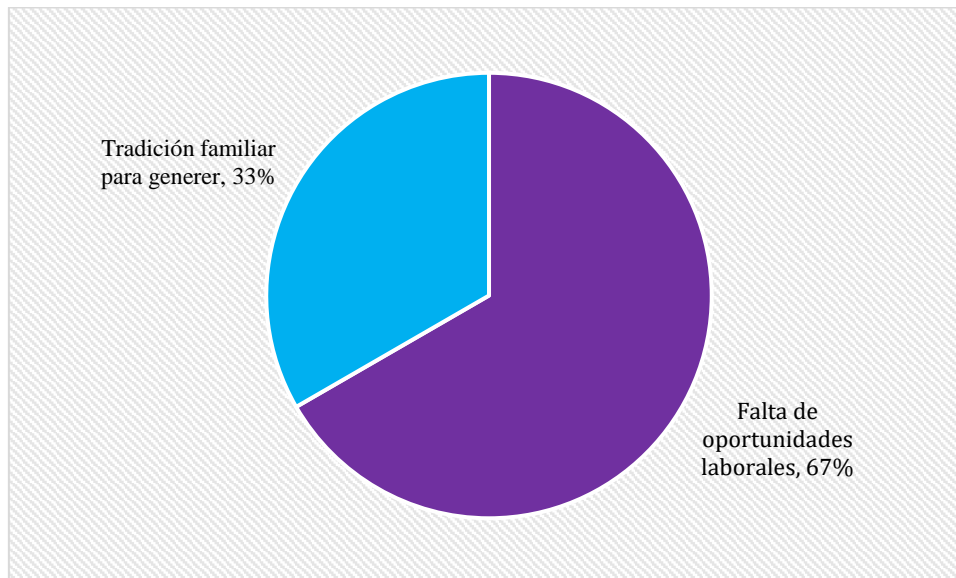
Nota: En la figura se observa el porcentaje de años y horas que las personas comerciantes informales dedican a la actividad comercial. Elaborada con base a las entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca.

Respecto a las razones que les conlleva a realizar actividades de comercio informal, en 67% indican que es por la falta de oportunidades laborales, mientras que el 33% indica que es por tradición familiar. Resultados que coinciden con la afirmación de Lipa Tudela

(2021) y (Quispe Fernández et al. 2018) quienes expresan que los factores que determinan el comercio informal son socioeconómicos y motivacionales.

Figura 3

Motivación para realizar comercio informal

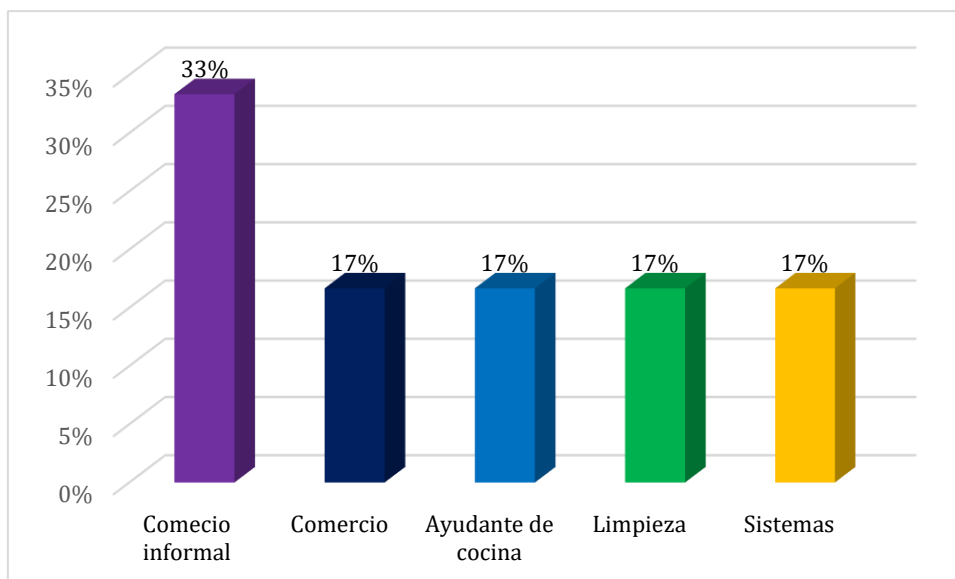


Nota: En la figura se observa el porcentaje de años y horas que las personas comerciantes informales dedican a la actividad comercial. Elaborada con base a las entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca.

Profundizando en este tema, las personas entrevistadas afirman que, a pesar de contar con formación secundaria, las oportunidades laborales formales son escasas, de igual manera, la mayoría (33%) indican que no saben hacer otro trabajo, pues la actividad comercial la vienen realizando desde su niñez, pues, acompañaban a sus madres a trabajar en esta actividad. En tanto que, el 17%, respectivamente, afirman tener las capacidades para desarrollar trabajos como ayudantes de cocina, limpieza, comercio formal y en temas de sistemas (Ver figura 4). Estos resultados concuerdan con la premisa de Lipa Tudela (2021), quien afirma que entre los factores socioeconómicos determinantes del trabajo informal están la escasa formación, la falta de oportunidades laborales.

Figura 4

Trabajos que podrían desempeñar las personas comerciantes informales



Fuente: Entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca (2023)

Elaborado por: autores

Respecto a las condiciones, en la que desarrollan el comercio informal, el 67% que los espacios donde comercializan son inseguros e incómodos, mientras que el 33% afirma que son seguros y cómodos. Además, el 67% indican que el ruido, la contaminación del aire, la sensación de inseguridad afecta su salud, en tanto que el 33% considera que cuentan con condiciones cómodas y seguras para realizar el comercio informal. El 100% afirma no contar con seguro social, ni recibir el bono de desarrollo humano. De igual manera, el 100% desconoce las leyes que regulan el uso del espacio público. (Ver tabla 9)

Para llegar al espacio público donde realiza día a día su comercio informal, el 67% lo hace mediante el transporte público, el 33% caminando. El tiempo invertido en su movilidad diaria oscila entre 5 a 45 minutos dependiendo del lugar de residencia. Así también, el 50% de las personas comerciantes indican que movilizan sus mercancías

mediante el alquiler de transporte, el 33% lo hace en el medio de transporte masivo y el 17% caminando. (Ver tabla 9)

En cuanto a la percepción de pertenencia al espacio público donde realizan el comercio informal el 83% afirma sentirse parte del espacio. Mientras que el 17% indica que no se siente parte del espacio público donde labora. Por otra parte, el 83% considera que es su derecho realizar trabajo informal en el espacio público, en tanto que el 17% considera que no es su derecho. Situación que es sentida por el mayor porcentaje (83%), debido al trato de los controladores (guardias ciudadanos) de estos espacios, quienes les tratan con agresividad e irrespeto. Situación que al 50% de las personas comerciantes informales les genera miedo. El 100% de los comerciantes informales aspiran conseguir un espacio fijo para realizar su comercio. (Ver tabla 9)

Tabla 9

Condiciones en las cuales se realiza el comercio informal

| Ítems | Porcentaje |
|--|------------|
| El espacio donde deambula para realiza su actividad le brinda seguridad, comodidad | |
| No | 67% |
| Si | 33% |
| El ruido, la contaminación del aire, la sensación de inseguridad del espacio público afecta su salud | |
| No | 33% |
| Si | 67% |
| Conoce las leyes que regulan las actividades económicas en el espacio público | |
| No | 17% |
| Si | 83% |
| Movilización hacia el lugar donde realiza su actividad comercial | |
| Transporte público | 67% |

| | |
|--|------------|
| Caminando | 33% |
| Movilización de mercancía para comercializar | |
| Transporte alquilado | 50% |
| Transporte público | 33% |
| Caminando | 17% |
| Siente parte de espacio donde realiza sus ventas | |
| No | 17% |
| Si | 83% |
| Considera que tiene derecho a ejercer el comercio informal en el espacio público | |
| No | 17% |
| Si | 83% |
| Tiene miedo a la guardia ciudadana | |
| No | 50% |
| Si | 50% |
| Relación de los comerciantes informales con la guardia ciudadana | |
| Agresividad | 83% |
| Irrespeto | 17% |

Fuente: Entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca (2023)

Elaborado por: autores

Los resultados expuestos respecto a las condiciones socioeconómicas de las personas que realizan comercio informal dan cuenta que este resulta por la necesidad de tener un ingreso para subsistir frente a las escasas oportunidades laborales coincidiendo con que autores como Miranda Loor (2021) y Lipa Tudela (2021), evidencian que el comercio informal se mantiene por las bajas condiciones económicas que perpetúa la pobreza y la desigualdad.

4.2. Condiciones del uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre

Con la finalidad de determinar las condiciones de uso de los espacios públicos en relación con el comercio informal en el Mercado 9 de Octubre, se presentan los análisis de las entrevistas realizados a los representantes de la institución responsable del control y regulación del uso de espacios públicos, a la administración del Mercado 9 de Octubre, a representantes de las personas vendedores formales del mercado mencionado y a las personas comerciantes informales. Para este análisis se considera las categorías, identificadas en el marco teórico construido para esta investigación con base en las premisas de Garriz y Schroeder (2014) para quien el espacio público democrático es un espacio expresivo, significativo, polivalente, accesible, evolutivo que relaciona a las personas.

Dimensión físico-territorial

Analizar el mercado desde la categoría físico-territorial es considerarlo como un elemento dinamizador y articulador del espacio público, para ello, es fundamental analizar las características físicas, vivenciales y sociales, ya que en este espacio se generan diversas actividades, entre ellas, el comercio informal, creando sentido de pertenencia, identidad y arraigo (Garriz & Schroeder, 2014).

Desde esta perspectiva, a partir de las entrevistas realizadas se puede determinar que, en el contexto actual, pos pandémico, el espacio público alrededor del Mercado 9 de Octubre representa una oportunidad para generar ingresos por la afluencia de personas por esta zona, constituyéndose en un lugar ideal para la venta, sin embargo, estos espacios no cuentan con una infraestructura adecuada que permita el desarrollo de esta actividad en óptimas condiciones, las y los comerciantes informales hacen uso de la

infraestructura que ofrece el Mercado 9 de Octubre (baños, acceso a agua). Al respecto expresan:

Estoy consciente que no son las mejores condiciones para realizar un trabajo, sin embargo, es lo que hay y debo trabajar, ya sea en sol o lluvia, no hay un techo que nos cubra, sin embargo, debo trabajar para llevar el sustento a mi familia (Entrevista EVI10, 2023).

Esta situación analizada desde una perspectiva de género, evidencia que al ser las mujeres quienes realizan, en mayor porcentaje, esta actividad, sus roles de cuidado se cruzan, por lo que sus hijos e hijas también están expuestas a incomodidades generadas por la falta de infraestructura adecuada. Esta situación queda reflejada en sus testimonios.

(...) ya estoy acostumbrada a trabajar como comerciante informal, es duro, especialmente en épocas de lluvias, porque mis hijos están conmigo hasta el final del día luego de sus clases, además muchas veces la mercadería se estropea, pero igual, debo trabajar porque si no lo hace en un día no tengo ingresos. (Entrevista EVI6,2023)

Nosotras trabajamos con dificultad, porque en día de lluvia nos toca aguantarnos, de igual manera en días con mucho sol y viento, todas estas condiciones nos enferman, pero también dañan nuestra mercancía. (Entrevista EVI7, 2023)

A decir de las autoridades responsables de la regulación del negocio, se afirma que se cuentan con espacios en los mercados para que las personas comerciantes informales accedan a estos, sin embargo, prefieren mantenerse en esta modalidad por todo el

trámite y costos que involucra su legalización o porque están acostumbrados a realizar este tipo de actividades, ya que incluso están organizados, algunas asociaciones tienen más de 40 años, sin embargo, han optado por no legalizarse. Los fragmentos siguientes expresan el sentir de las personas entrevistadas al respecto de esta dimensión:

Se les ha solicitado y se les ha facilitado el acceso a los puestos libres de los mercados. Sin embargo, ellos han observado una actividad económica interesante para ellos en las periferias de los mercados, en un espacio público, sin necesidad de la formalidad ni la burocracia, de acceder a un puesto en un mercado o de pagar un contrato, una patente. A pesar de que el arriendo es bastante bajo. (Entrevista, ERA1,2023)

Se ha ofertado de manera formal el acceso a los lugares de comercialización, valga la redundancia, formales y catastrales de la Dirección de Mercados. Eso fue hace dos años y hasta el día de hoy no tenemos ni una sola solicitud. (Entrevista, ERA1, 2023)

De manera general, el desarrollo del comercio informal en esta zona, a pesar de no contar con una infraestructura adecuada, genera incomodidad para las personas comerciantes y en el caso de las mujeres, para sus hijos e hijas. Sin embargo, los lugares alrededor del mercado les permite estar cerca de la afluencia de la gente y posibilita su actividad comercial.

Respecto a los aspectos vivenciales y sociales, para las personas entrevistadas el espacio público alrededor del Mercado 9 de Octubre representa para ellas un espacio de encuentro con otras personas que comparten sus necesidades e intereses, valores y prácticas sociales que les confiere una identidad común, por lo tanto, el espacio

público está cargado de significado generando un sentido de pertenencia para quienes realizan el comercio informal.

Para nosotras este es nuestro lugar de trabajo, conversamos sobre las ventas, los clientes, las familias, definimos acuerdos, nos alertamos de riegos, en fin, de una manera directa o indirecta, compartimos prácticas comunes. (Entrevista EVI8, 2023).

De la observación se puede afirmar la presencia de un gran número de comerciantes informales, entre ellos extranjeros, que recorren los alrededores del Mercado 9 de Octubre con la intención de vender sus productos. Se debe mencionar que los comerciantes tienen la oportunidad de optar por un puesto de venta, sin embargo, no siempre están disponibles los mejores puestos; es decir, los más visibles para los consumidores. Además, hay personas que no pueden acceder a los mismos debido a la falta de recursos económicos que implica pagar la mensualidad o no están en capacidad de cumplir con las normas sanitarias del mercado. Todos los comerciantes informales y formales que trabajan dentro del mercado tienen acceso a las baterías sanitarias previo el pago de un valor por el servicio.

Dimensión jurídico-política

En el espacio público se conectan y se entrecruzan diversas dimensiones como la jurídica y política. Desde lo político se relaciona con la administración pública que faculta el dominio del suelo y garantiza su uso y condiciones de utilización. Y desde lo jurídico, se asume que desde la gestión de la administración pública se debe garantizar el acceso y uso de espacios públicos como un derecho ciudadano y a la vez establecer una

legislación para su preservación, cuidado, mantenimiento como un bien social (Garriz & Schroeder, 2014).

Al respecto, los resultados evidencian que si bien las autoridades desde sus competencias buscan legalizar el comercio informal, sin embargo, se dificulta por múltiples factores, entre ellos, la falta de conocimiento de las leyes que regulan el comercio, las políticas públicas no dan respuesta efectiva a este tema, pero también la falta de voluntad de las personas comerciantes informales de legalizar su actividad, ya sea porque constituye una tradición familiar o por los gastos y costos que legalizarse implica. Esta afirmación se evidencia en los siguientes testimonios:

(...) hemos intentado, dentro de nuestras competencias, la administración de los mercados municipales, facilitar espacios en los mercados para que las personas informales tengan condiciones dignas. Sin embargo, lamentablemente no han accedido a ellas a pesar de las facilidades. Además, desde nuestras funciones se ha intentado facilitar el proceso administrativo para que, en caso de que se animen y quieran ocupar los espacios en los mercados, tengan un proceso bastante fácil. (Entrevista, ERA1, 2023)

Se genera como una costumbre de familia a familia, de estar en un comercio informal y a pesar de que les hemos ofertado estos espacios, no han accedido a estos y prefieren quedarse en la informalidad. (Entrevista ERA1, 2023)

Desde el comercio informal no se pagan impuestos, ya que nuestros ingresos son mínimos, por eso legalizarse significa mayores gastos, pero, además, se debe pagar el costo del puesto y no dispongo de esos valores. (Entrevista EVI6, 2023).

Bueno... la verdad es que no conozco las leyes, ni normas que regulan el comercio informal, ahora que usted dice sé que existen. (Entrevista EVI9, 2023).

Por otra parte, de la observación se deja en evidencia que en las afueras del mercado no existen autoridades que regulen los precios, ventas de los productos, sanidad de los mismos, no se percibe la presencia de entes de control. Situación que se suma a la falta de conocimiento de leyes y normas en las que se enmarca esta actividad.

Estos resultados dan cuenta de la realidad que viven las personas comerciantes informales que a decir de Vélez Muñoz (2018) constituye una segregación que genera estigmas negativos que limita el derecho de las personas al trabajo.

Dimensión social

El espacio público es donde “la vida colectiva se realiza y se expresa” (Garriz & Schroeder, 2014, p.28). Desde esta perspectiva, su dimensión social reivindica el sentido de apropiación de distintos grupos sociales, porque es un espacio de convivencia donde las relaciones de poder vinculadas con el género, edad, procedencia, la etnia, condición económica y otras diferencias son causas de desigualdad que limitan el pleno y equitativo uso del mismo.

Al respecto, el análisis de las entrevistas y la observación se evidencia que entre los derechos que se afectan de manera directa es su acceso a condiciones de trabajo adecuadas que garantice su salud, pues es evidente que las personas comerciantes informales, están expuestas a diversas condiciones climáticas (lluvia, sol, polvo) y contaminación (contaminación auditiva y del aire) que afecta su salud.

Otro tema de atención, es la situación de violencia a la cual están expuestas las personas que realizan comercio informal, pues son estigmatizados, ya que socialmente se han establecido imaginarios que contribuyen a considerarlas como un colectivo que genera problemas a la sociedad. Además, ante el desarrollo de una actividad que no cuenta con los permisos necesarios están expuestos a diferentes formas de violencia. Para confirmar esta afirmación se presentan algunos testimonios que dan cuenta de lo dicho.

Porque el hecho de no cumplir, no tener un puesto adecuado, hay entes del gobierno que les prohíben las ventas ambulantes, entonces ellos siempre están con ese corre de un lado a otro porque no tienen, no están permitidos, si están expuestos a problemas. (Entrevista, ERA2, 2023)

Muchas veces los guardias ciudadanos, nos maltratan, nos insultan, nos quitan las mercancías. Otras veces las personas consumidoras nos tratan mal. (Entrevista EVI9, 2023).

La flexibilidad del trabajo informal permite conciliar el trabajo y la familia, sin embargo, esta conciliación está cargada de aspectos negativos, entre ellos, la vulneración de derechos de los niños, niñas y adolescentes, quienes comparten los espacios públicos con sus madres en condiciones precarias.

Mis hijos se quedan conmigo luego de las clases para ir juntos a la casa y hacer sus deberes, pues el comercio informal es difícil, por eso yo quiero que mis hijos se preparen para que no pasen por esto. (Entrevista EVI7, 2023).

Resultados que evidencian, al igual que los presentados por Gamboa et al. (2016), que el desarrollo del comercio informal está expuesto a condiciones precarias como la contaminación, inseguridad, violencia.

Dimensión económica

La dimensión económica del espacio público establece diferentes formas de apropiación respecto a su uso específico, la actividad económica. Pues es en este espacio donde la actividad económica emerge como una necesidad vinculada a la precariedad y subsistencia, donde el trabajo informal y específicamente el comercio informal representa una posibilidad de obtener ingresos (Garriz & Schroeder, 2014).

En concordancia, con Garriz y Schroeder (2014) los testimonios demuestran que, una de las razones por las que se reproduce el comercio informal es la necesidad de ingresos económicos que les permitan subsistir, porque el comercio informal es una alternativa frente a la falta de estudios, ya que su implementación no exige una educación formal. Específicamente, para las mujeres es una alternativa para obtener recursos, pues por el matrimonio o por el nacimiento de sus hijos e hijas truncaron sus estudios.

Además, para las personas entrevistadas que realizan comercio informal, esta actividad les genera la sensación de independencia, porque les permite trabajar por cuenta propia y no tener que cumplir un horario. Especialmente, las mujeres consideran que el comercio les proporciona cierta flexibilidad de los horarios, que les permite compaginar el trabajo reproductivo y el productivo, por lo que este tipo de actividad es importante para ellas no solo desde el punto de vista monetario, sino también como madres y responsables del cuidado de los “otros”.

Otra de las causas que han llevado a realizar el comercio informal es la falta de oportunidades laborales, que les ha conllevado a realizar esta actividad para conseguir ingresos económicos que les permite responsabilizarse de los gastos familiares. Además, consideran que este tipo de actividad les genera utilidades porque no pagan impuestos, ni arriendos de un espacio físico, sin embargo, están conscientes que, la informalidad les genera precariedad, pues no cuentan con beneficios sociales (seguridad social, ni vacaciones, ni seguro por desempleo), situación que les impide avanzar en el mundo del comercio. Este tipo de actividad no está exenta de sufrir perjuicios económicos, pues al ser informal, en ocasiones sus mercancías son incautadas por los entes de control. Al respecto, los testimonios dan cuenta de lo expresado:

Yo trabajo por mi propia cuenta, porque yo puedo acompañar a mis hijos a sus reuniones o cuando están enfermos me quedo con ellos en casa cuidándolos, situación que se complicaría si yo hiciera un trabajo formal. (Entrevista EVI6, 2023).

Antes yo tenía un empleo formal, pero durante la pandemia nos despidieron, entonces ante la falta de empleo, no me quedó más que buscar una manera de conseguir ingresos para mi familia, por eso me puse a comercializar en la calle. (Entrevista EVI7, 2023).

Yo estudié la secundaria, me hubiera gustado seguir estudiando, pero al no poder conseguir un cupo en la universidad pública me puse a comercializar para conseguir ingresos económicos para ayudar en la manutención en mi casa. (Entrevista EVI9, 2023).

Yo me puse a vender en la calle porque me permite conseguir un ingreso económico que en la casa no tengo, entonces salgo a vender por las mañanas y por las tardes regreso a casa para cuidar a mis hijos que regresan de la escuela. (Entrevista EVI8, 2023).

En síntesis, el espacio público y el comercio informal como construcción social deben ser planificados de manera interdisciplinaria y multifuncional, que permitan garantizar el derecho de todas las personas, dando prioridad a aquellas cuyas condiciones de vulnerabilidad están latentes es su actividad cotidiana (Garriz y Schroeder, 2014).

Dimensión cultural

La ocupación de los espacios y sus usos adquieren importancia según las pautas culturales de los grupos, es decir, su herencia histórica y su valor patrimonial, crean lugares como imaginarios individuales y colectivos (Garriz & Schroeder, 2014). En este sentido, para las personas entrevistadas que realizan comercio informal en el Mercado 9 de Octubre y sus alrededores, consideran que les ha permitido generar de alguna forma un sentido de identidad común entre ellas, ya que comparten situaciones comunes que se generan por el hecho de estar ubicados en este espacio público, que, si bien no les pertenece, sin embargo, tienen un sentido de propiedad, compartiendo discursos y prácticas. Además, se evidencia que el comercio informal, en muchas ocasiones, forma parte de la historia familiar. A continuación, algunos fragmentos de los testimonios que justifican las argumentaciones emitidas en esta sección.

Mi familia ha realizado comercio informal en esta zona desde hace más de 20 años, conozco esta zona desde niña. (Entrevista EVI6, 2023)

Mi tía tenía un puesto en el mercado y yo desde pequeño solía ayudarle y tomar gusto por las ventas. (Entrevista EVI7, 2023)

Nosotros tenemos nuestros códigos de comunicación cuando vemos alguna situación de riesgo nos comunicamos por códigos con la finalidad de cuidarnos entre nosotros. (Entrevista EVI9, 2023)

Muchas personas expresan que este espacio público es peligroso y riesgoso, sin embargo, para nosotros es nuestro lugar de trabajo, aquí compartimos momentos alegres, tristes, de preocupación e incluso de relajación. (Entrevista EVI8, 2023).

Los resultados concuerdan con las premisas de Garriz y Schroeder (2014), quienes evidencian que el espacio público y el comercio informal desde la dimensión cultural, son definidos por las prácticas socioespaciales, las relaciones sociales de poder y de exclusión, de allí que el comercio informal va más allá de la ocupación del espacio público, este refleja la situación económica, social y cultural del lugar.

4.3. Analizar la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre

La vida cotidiana está condicionada por la familia, la religión, la escuela, la sociedad política y civil, medios de comunicación y, los sistemas simbólicos que forman la identidad de los individuos y construyen la subjetividad y sus prácticas (Uribe, 2014 citado en Erazo Fonseca & Guerrero Toaquiza, 2022). En tanto que, el espacio público,

en función de las actividades que se desarrollan, hace de este una expresión política, económica, social y cultural de interacción y modos de la vida cotidiana de una sociedad. (Erazo Fonseca & Guerrero Toaquiza, 2022). Con base a estas afirmaciones, en esta sección, se analiza la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre.

El comercio informal es una realidad que se vive a diario en las zonas aledañas al Mercado 9 de Octubre, actividad que se realiza en medio de incertidumbres, inseguridades y condiciones escasamente adecuadas. De manera general, a partir de los análisis de las entrevistas y de la observación se puede expresar que el comercio informal influye de manera significativa en el espacio público, situación que se evidencia en múltiples factores que se visibiliza en las siguientes afirmaciones respecto a:

Dimensión físico territorial. Se puede decir que, el comercio informal influye en el espacio físico alrededor del Mercado 9 de Octubre, donde se ve una gran afluencia de población y haciendo uso indiscriminado de los espacios tales como vías de circulación vehicular, vías de circulación peatonal, y la plaza para realizar sus actividades de venta informal, especialmente en días de ferias (jueves y sábados) situación que obstaculiza la libre circulación en dichos espacios y generando molestias y disgustos.

Dimensión cultural. Al respecto se puede afirmar que el comercio informal influye en el espacio simbólico, ya que el comerciante informal que realiza sus actividades comerciales en los alrededores del Mercado 9 de Octubre identifica esta zona por ser céntrica, con interacción social e identidad cultural significativa, por lo que se constituye en un espacio propicio que concentran gran afluencia de población y demanda de compra, por lo tanto, el uso de dichos espacios garantiza la venta de sus productos. Esta situación conlleva al desarrollo de la identidad y sentido de pertenencia.

Dimensión social. Desde esta dimensión, el comercio informal influye en el espacio público, ya que se le atribuye estigmas relacionados con la inseguridad, violencia, la discriminación, la desigualdad que estigmatizan a estos espacios considerándolos peligrosos.

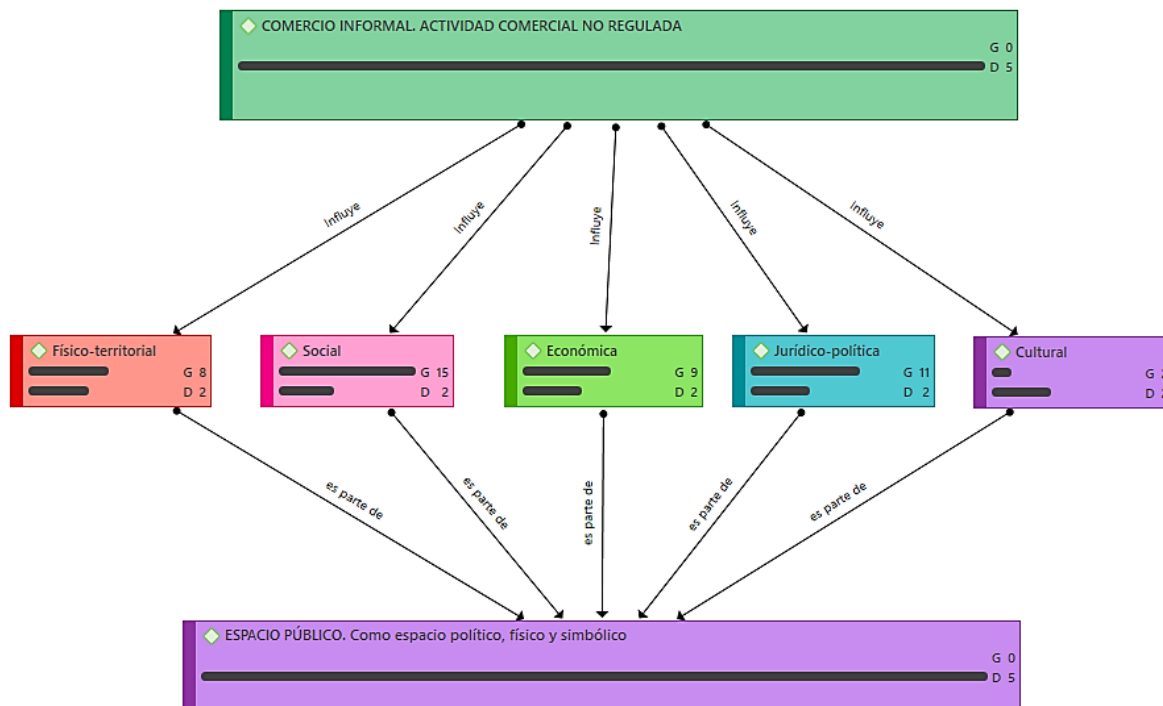
Dimensión Económica. La influencia del comercio informal en el espacio público desde la dimensión económica se manifiesta en la presencia cada vez mayor de comerciantes informales alrededor del Mercado 9 de Octubre en sitios visibles, accesibles y transitados que representa una oportunidad para comercializar sus mercancías y de este modo generar ingresos diarios para satisfacer las necesidades básicas (alimentación, vivienda, salud, educación) de sí mismo y de sus familias.

Dimensión jurídica-legal. La influencia del comercio informal en el espacio público ha generado problemas, requiere de la intervención urgente de las autoridades, siendo fundamental para ello, formular normativas que respondan a las necesidades de los comerciantes, que den una respuesta integral y no paliativa, que resuelvan los problemas a los que se enfrentan las personas comerciantes, ya sea con las autoridades de control, con las leyes que regulan el espacio público que invisibilizan su realidad, con las políticas locales de ordenamiento del comercio y para resolver los conflictos que surgen entre los mismos comerciantes.

En la figura 5 se muestra que el comercio informal presenta mayor influencia en la dimensión social del espacio público, registra 15 repeticiones en los testimonios, seguido de la dimensión jurídico-políticas con 11 repeticiones, la dimensión económica con 9 repeticiones y la dimensión cultural visualiza 2 reparticiones.

Figura 5

Representación gráfica de la influencia del comercio informal en el espacio público



Fuente: Entrevistas realizadas a las personas que realizan comercio informal en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca (2023)
Elaborado por: autores

En síntesis, los resultados del análisis de la realidad sociocultural, política, económica y territorial en la cual se desarrolla el comercio informal permite visibilizar que la democratización del espacio público implica su reconfiguración para que responda a las necesidades sociales, de ahí que se constituye en una fuente de conflicto permanente, como lo afirma Vélez Muñoz (2018). Por lo tanto, se confirma la incidencia del comercio informal en el espacio público.

Capítulo V

Discusión de resultados, conclusiones y futuras líneas de investigación

5.1 Discusión de resultados

Este proyecto de tesis se desarrolló con el objetivo general de analizar la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca, en el año 2022. Para ello se propuso una metodología cualitativa, que permitió el uso de técnicas como la observación y la entrevista, esta última aplicada, previa la elaboración de una guía, misma que fue validada por docentes expertos, quienes confirmaron el rigor científico del instrumento.

Conforme a los resultados obtenidos sobre la situación socioeconómica de las personas comerciantes informales del Mercado 9 de Octubre, se puede identificar que, la mayoría de las personas que realizan esta actividad económica son mujeres, con un nivel de educación secundaria. Invierte entre \$100 y \$120 dólares en mercancías, dedican aproximadamente 12 horas diarias al comercio informal, obteniendo una utilidad entre \$30 y \$50 dólares. Indican realizar comercio informal por la falta de oportunidades laborales.

Estos resultados coinciden con los hallazgos presentados en la investigación realizada por Lipa Tudela (2021) respecto a los factores determinantes de la práctica de comercio informal, donde se visibiliza que el 75% de las personas que realizan comercio informal son mujeres, con un nivel de educación secundaria, desempeñan esta actividad principalmente por la falta de trabajo y los bajos ingresos familiares (Lipa Tudela, 2021).

Así también, los resultados de la investigación realizada por Vera Gutiérrez (2020), respecto a los factores socioeconómicos que influyen en el comercio informal, evidencia que las personas que realizan comercio informal obtienen ingresos de aproximadamente \$80 semanales, en condiciones laborales desfavorables, ya que sus ventas las realizan en las veredas y calzadas. Afirman que realizan comercio informal por su bajo nivel de educación y por la falta de empleo formal, encontrando en esta actividad una oportunidad para cubrir sus necesidades básicas y así obtener un estilo de vida decente (Vera Gutiérrez, 2020).

De igual manera, el estudio realizado por Pariona Ccanto et al. (2020), visibiliza que el comercio informal está asociado sobre todo a factores sociales como, el bajo nivel de instrucción, la migración y el desempleo, en tanto que los factores económicos son la escasa inversión de capital económico, el deseo de lograr independencia económica, en el caso de las mujeres y, la necesidad de conseguir ingreso económico para aportar en el ámbito familiar.

Respecto a las condiciones del uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre, la presente investigación evidencian que el comercio informal se desarrolla en condiciones físicas (infraestructura) poco adecuadas, situación que se agrava en el caso de las mujeres quienes deben conciliar su rol productivo con el rol reproductivo de cuidado, ya que sus hijos e hijas las acompañan en su actividad comercial y al no disponer de un espacio adecuado les genera malestar y están expuestas a múltiples riesgos.

De igual manera, respecto a las condiciones jurídicas-políticas, la investigación evidencia que están limitadas por el desconocimiento de normas y leyes que regulan el comercio informal. Además, desde este ámbito prefieren mantenerse en la informalidad

por los gastos y costos que genera su legalización. Por otro lado, las condiciones sociales en la que se desempeña el comercio informal se caracterizan por la falta de acceso a seguridad social y apoyo social por parte de las autoridades locales. Además, las personas comerciantes informales están expuestas a diferentes formas de violencia por parte de los entes reguladores, de los comerciantes formales e incluso entre ellas.

Las condiciones económicas de las personas comerciantes informales están caracterizadas por la precariedad, pues si bien les genera ingresos, sin embargo, alcanzan para cubrir los servicios básicos, situación que limita su desarrollo integral. Finalmente, desde el ámbito cultural, las condiciones del comercio informal están enmarcadas en el desarrollo de identidad y sentido de pertenencia, ya que comparten discursos y prácticas comunes.

Los resultados de esta investigación respecto a las condiciones en las que se desempeña el comercio informal coinciden con diversos estudios que hacen énfasis en las diferentes dimensiones. Respecto a la dimensión económica, el estudio realizado por Castillo-Urco et al (2020), evidencia que el comercio informal es una actividad emergente para generar ingresos, obteniendo un promedio diario de aproximadamente \$ 28.65, si este valor se proyecta según días laborales alcanzaría un promedio mensual de \$573 dólares americanos, sin embargo, este valor es menor al costo de la canasta básica familiar, por lo tanto, las personas que desempeñan comercio informal deben trabajar más horas y días para cubrir la canasta básica familia.

En esta misma línea, los resultados del estudio de Quispe Fernández et al. (2020) muestran que el comercio informal se desenvuelve en condiciones adversas en las diferentes dimensiones, así desde lo jurídico se evidencia el desconocimiento de la

norma, desde lo cultural, si bien se desarrolla un sentido de pertenencia e identidad, sin embargo, está existen estigmas relacionados con la violencia y el desorden.

Respecto a la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre, las personas entrevistadas enfatizan en la influencia del comercio informal en la dimensión social del espacio público, evidenciando, por un lado, estigmas relacionados con la inseguridad, violencia, desorden y, por otro lado, como un espacio de relaciones sociales.

Estos resultados están en concordancia con el estudio realizado por Erazo Fonseca y Guerrero Toaquiza (2022) para quienes el espacio público se ha convertido en el lugar de encuentro, relaciones e integración social, constituyéndose en la expresión colectiva de la vida comunitaria y del intercambio cotidiano de ideologías, pero además representa un espacio de venta de mercancías que permite generar ingresos económicos para satisfacer sus necesidades básicas, es decir, se ve una oportunidad en la informalidad y en la toma de los espacios públicos, para generar ingresos diarios, en un contexto donde se infringe los ordenamientos sobre el uso y ordenamiento de los espacios públicos que genera violencia.

En tanto que el estudio de Castro Martín y Chías Navarro (2019) muestran que el comercio informal tiene una fuerte influencia en el espacio público, manifiesta en vías y aceras ocupadas por los comerciantes informales que impiden la circulación, generando caos, desorden, delincuencia, y escasa salubridad, situación que afecta también a un eficiente desempeño de los comerciantes formales quienes se ven afectados por el comercio informal (Castro Martín & Chías Navarro, 2019). En esta misma lógica, el estudio de Quispe Fernández et al. (2020) concluye que el comercio informal tiene

efectos en el espacio público, ya que obstruye las calzadas de la calle, genera cambios en los precios de viviendas aledañas.

5.2 Conclusiones y reflexiones finales

El objetivo primordial de esta investigación ha sido analizar la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca, en el año 2022, poniendo énfasis en las características socioeconómicas de las personas que realizan esta actividad, en la visibilización de las condiciones en las cuales laboran y en la influencia de esta actividad en el uso del espacio público.

Los datos presentados permiten tener una visión global del comercio informal en la zona de estudio, mostrando una problemática social que afecta la convivencia y el derecho de las personas, ya que estos espacios no están libres de relaciones de poder manifiestas en tratos irrespetuosos, agresivos, de dominación entre los propios comerciantes informales, con las personas comerciantes formales, consumidoras y con los entes de control.

La mayoría de las personas comerciantes informales son mujeres que realizan esta actividad influenciada por sus condiciones socioeconómicas caracterizadas por bajos niveles de educación, por sus roles asignados socialmente, por la falta de oportunidades laborales. Entre los resultados relevantes, se visibiliza las condiciones físicas y sociales, en las cuales trabajan, caracterizadas por condiciones mínimas de infraestructura y por la carencia de protección social, necesarias ante los inminentes riesgos, como accidentes laborales, inseguridad latente, entre otros.

Desde el ámbito económico, las personas que se dedican al comercio informal invierten recursos para adquirir mercancías y venderlas, generando una utilidad que les facilita subsistir ante la falta de oportunidades laborales o por la necesidad de generar un ingreso adicional en sus hogares, esta situación impacta de manera positiva en la economía familiar.

En cuanto a las condiciones de uso del espacio público por parte de las personas comerciantes informales están marcadas por diversos fenómenos, así, la dimensión física del espacio público, específicamente, respecto a la infraestructura, se evidencia que la actividad se realiza en condiciones poco adecuadas. Las condiciones legales existen un nulo conocimiento de las normas que regulan el comercio informal. En lo social, las condiciones son precarias, no se tiene acceso a beneficios sociales.

En lo económico, si bien representan una alternativa para la consecución de ingresos, sin embargo, estas son precarias. Finalmente, en el ámbito cultural, si bien resalta la necesidad de conseguir ingresos para sus familias ante la falta de oportunidades laborales, sin embargo, en ocasiones resulta de tradiciones familiares y sentido de pertenencia desarrollado en este espacio público que conlleva a la continuidad del comercio informal en la zona.

Respecto a la influencia del comercio informal en el uso del espacio público, se concluye que desde la dimensión social del espacio público se manifiesta la inseguridad, la violencia, la desigualdad, que estigmatiza estos espacios. Desde la dimensión físico territorial se evidencia la influencia del comercio informal manifiesta en la saturación peatonal y la congestión vehicular. Desde el ámbito jurídico-legal, su influencia se evidencia en el desconocimiento de las normas que regulan el uso del suelo y el comercio en los espacios públicos.

De manera general, se puede concluir las personas comerciantes informales de las zonas aledañas al Mercado 9 de Octubre están expuestas a condiciones desfavorables en relación con la inestabilidad en los ingresos, la exposición a riesgos sociales (violencia y discriminación). Esta situación es mayor, en el caso de las mujeres, quienes deben conciliar el comercio informal (rol productivo) con el rol reproductivo (cuidado de los “otros”). Esta situación demanda la implementación de estrategias por parte de los entes de control para buscar mejoras en las condiciones en las cuales trabajan las personas comerciantes informales en los espacios públicos.

5.3 Futuras líneas de investigación

Los resultados de esta investigación resultan relevantes para visibilizar la realidad de las personas se dedican al comercio informal, pero a la vez, generan nuevas interrogantes, respecto a qué estrategias implementar para generar cambios estructurales que permitan modificar esta realidad desde la voz de los protagonistas de este estudio.

Además, resulta necesario tomar conciencia de la realidad de las personas comerciantes informales y realizar investigaciones que permitan analizar su aporte al desarrollo local y al desarrollo económico de las mujeres desde una metodología cuantitativa, a fin de proporcionar datos numéricos a la investigación cualitativa.

Referencias

- Adasme, S. (2016). Causas y consecuencias del comercio informal en Chile - 6 claves para el debate. Instituto de Estudios de La Sociedad. <https://www.ieschile.cl/wp-content/uploads/2016/03/comercio-informal-30-agost.pdf>
- Aramburu, M. (2008). Usos y significados del espacio público. *ACE: Architecture, City and Environment*, 3(8), 143–151. http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/6586/ACE_8_SE_26.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2008). Constitución Política de la República Del Ecuador. 54. <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>
- Bello, D., Peña, J., & Fuentes, G. (2021). El Trabajo Informal: Una Aproximación Teórica En La Plaza De Mercado “Villa De San Diego” Del Municipio De Ubaté. *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de La Información*, 8(15), 87–94. <https://doi.org/10.21017/rimci.2021.v8.n15.a95>
- BID (2020). Informalidad laboral y coronavirus: una combinación desafiante. Obtenido de blog, 19 de junio: <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/informalidad-laboral-y-coronavirus-una-combinacion-desafiante>
- Borja J. (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Editorial.
- Borja, J. (2011). Crisis urbana y derecho a la ciudad. *Viento Sur*, 116, 39–49. <https://www.sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/7097/7128/7129/83427.pdf>
- Boza Valle, J. A. (2018). Comercio informal y su incidencia en la economía del cantón Quevedo, año 2017 Jhon. *ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC*, 12, 415–423. <http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arje22/art49.pdf>
- Bromley R., y Mackie, P. (2009). Displacement and the new spaces for informal trade in the Latin American city centre. *Urban studies*, 46(7), 1485-1506.
- Calderón Fernández, M. (2020). El comercio informal como generador de empleo en el casco comercial del cantón Manta. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2347/1/calderon%20fernandez%20maria%20jose%20tesis%208.pdf>

- Castillo-Urco, C., Mancheno-Saá, M., & Gamboa-Salinas, J. (2020). Panorama socioeconómico de los emprendedores de la economía informal de la ciudad de Ambato-Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, 13, 47–58. <https://orcid>.
- Castro Martin, V., & Chías Navarro, P. (2019). Comercio informal y el espacio urbano en el centro de Ambato. 33–43. <http://3.bp.blogspot.com>
- Erazo Fonseca, M. A., & Guerrero Toaquiza, A. C. (2022). Comercio informal y apropiación del espacio público a partir de las prácticas cotidianas de los comerciantes en la parroquia del Quinche. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/28110/1/UCFCSH-CS-ERAZO%20MARIA-GUERRERO%20ADELA.pdf>
- Carrión, F. y Dammert, M. (2019). Derecho a la ciudad. Una evocación de las transformaciones urbanas en América Latina. 1a ed. - Lima: CLACSO, Flacso - Ecuador, IFEA, 2019. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200519104921/Derecho-a-la-ciudad.pdf>
- Clark, E. (2005). The order and simplicity of gentrification - a political challenge. In: ATKINSON, R. & BRIDGE G. *Gentrification in a Global Context: The new urban colonialism*. Oxon: Routledge, p. 256-264
- Corral, Y., Corral, I., & Franco Corral, A. (2015). Procedimientos de muestreo sampling procedures. *Revista ciencias de la educación*, 26(46), 151–167. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/46/art13.pdf>
- Creswell, J. (2015). *A Concise introduction to Mixed Methods Research*. Los Angeles: Sage
- Crossa V. (2009). Resisting the entrepreneurial city: street vendors' struggle in Mexico City's historic center. *International journal of urban and regional research*, 33(1), 43-63.
- Chicaiza, E. (2017). Análisis del comercio informal y su incidencia a los comerciantes regularizados en la parroquia de Cotocollao, cantón Quito en el año 2015. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9931/1/T-UCF-0005-048-2017.pdf>
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2012). *Manual de investigación cualitativa*. España: Gedisa. Obtenido de https://pics.unison.mx/maestria/wpcontent/uploads/2020/05/manual_investigacion_cualitativa.pdf
- Díaz Parra, I. (2017). *La gentrificación, entre la ecología urbana y la teoría de la renta. Gentrificaciones miradas desde la academia y la ciudadanía*. Universidad Nacional Autónoma de México.

- Esquivel García, R., Bello Sabando, B. J., & Ormaza Cevallos, M. G. (2019). El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí. *ECA Sinergia*, 10(3), 7. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1487
- Fernández, Q., Miriam, G., Nina, A., Villa, V., Vicente, M., & Flores, V. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios. 3, 207–230. <https://orcid.org/0000-0002->
- Gamboa, R., Córdova Pacheco, C., Bedoya, M., & Naranjo, J. (2016). Comercio informal: un estudio en el municipio de Píllaro provincia Tungurahua – Ecuador. *Revista Digital de Medio Ambiente “Ojeando La Agenda.”* file:///C:/Users/RYZEN 3 MAX/Downloads/Dialnet-ComercioInformalUnEstudioEnElMunicipioDePillaroPro-5803855.pdf
- García Vázquez, M. de L. (2017). Espacio Público. *BMC Public Health*, 5(1), 1–8. <http://www.ub.edu/multigen/donapla/espacio1.pdf%0Ahttps://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458>
- Garriz, E. J., & Schroder, R. V. (2014). Dimensiones del espacio público y su importancia en el ámbito urbano. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 12(2), 25-30. <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105338606003.pdf>
- Gherzi E. (2005). La economía informal en América Latina. *Cato Journal*.pdf
- Garriz, E. J., & Schroeder, R. V. (2014). Dimensiones del espacio público y su importancia en el ámbito urbano *. 12(2).
- Guerrero Peña, L. M., & Feria Ipanaque, I. E. (2020). El comercio informal y sus factores socioeconómicos [Universidad nacional de Piura]. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2404/FCAD-FER-GUE-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana.* Madrid: Akal.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. file:///C:/Users/RYZEN 3 MAX/Desktop/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

- INEC. (2021). Mercado Laboral Trimestre enero-marzo 2021. In Instituto Nacional de Estadísticas.
- Janoschka, M. (2016). Gentrificación, desplazamiento, desposesión: procesos urbanos claves en américa latina. *Revista INVI*, 31, 27–71. <https://www.redalyc.org/pdf/258/25848509002.pdf>
- Lefebvre, H. (1975). *El derecho a la ciudad*. 3.a ed. Barcelona: Península. [1967].
- Lipa Tudela, O. R. (2021). Análisis de los factores socioeconómicos determinantes de la práctica del comercio informal en el mercado “San José” de la ciudad de Juliaca, periodo 2020. In *Universidad Privada San Carlos*. <http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/4523>
- López-Morales, E. (2013). Gentrificación en Chile: aportes conceptuales y evidencias para una discusión necesaria. *Revista de Geografía Norte Grand*, 56, 31–52. <https://www.scielo.cl/pdf/rgeong/n56/art03.pdf>
- Lucho González, G., & Ramírez Chávez, X. (2021). Urbe y acción. Desafíos del espacio público metropolitano contemporáneo. In *Urbe y acción. Desafíos del espacio público metropolitano contemporáneo* (Primera edición). <https://www.researchgate.net/publication/351703319>
- Martínez Carazo, P. (2006). El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, 20, 165–193. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602005.pdf>
- Martínez Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciencia & Saúde Coletiva*, 17, 613–619. <file:///C:/Users/hcs15/Desktop/63023334008.pdf>
- Martínez Valarezo, J. D., Uriguen Aguirre, P. A., & Campuzano Vásquez, J. A. (2022). Empleo informal y motivaciones intrínsecas para participar en la venta ambulante en la ciudad de Machala, Ecuador. *Religación. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(31), e210886. <https://doi.org/10.46652/rgn.v7i31.886>
- Martínez-Moscoso, A., Bermeo Cabrera, F., & Salazar, A. C. (2019). El ejercicio del Derecho a la Ciudad en el Ecuador. Análisis normativo y práctico sobre su aplicación y restricciones en el Municipio de Cuenca. *Iuris Dictio*. <https://doi.org/10.18272/iu.v23i23.1433>

- Miranda Loor, M. (2021). Análisis del comercio informal y su incidencia en el desarrollo económico en la ciudad de Guayaquil. In universidad agraria del Ecuador. [https://cia.uagraria.edu.ec/archivos/miranda Loor Michelle.pdf](https://cia.uagraria.edu.ec/archivos/miranda%20Loor%20Michelle.pdf)
- Molano Camargo, F. (2016). El derecho a la ciudad: de Henri Lefebvre a los análisis sobre la ciudad capitalista contemporánea. *FOLIOS*, 44, 3–19. <http://www.scielo.org.co/pdf/folios/n44/n44a01.pdf>
- Monje Álvarez, C. A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa Guía didáctica. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Muñoz-Vanegas, P. C., Quizhpe-Marín, M. A., & Salazar-Guamán, X. (2019). Uso y percepción del espacio público, una mirada desde la población: el caso de Cuenca, Ecuador. *Revista de Urbanismo*, 41, 1–19. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2019.53536>.
- Ochoa Escobar, L., Litardo Uvidia, E. y Ortega de la Cadena, E. (2021). La crisis económica ante la pandemia COVID-19 en el Ecuador, periodo 2021. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. Edición Especial, no.:113. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.3025>
- Ortiz Arellano, E. (2013). Epistemología de la Investigación cuantitativa y cualitativa. *Revista de Claseshistoria*, ISSN 1989-4988. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5174556>
- Pariona Ccanto, E., Suasnabar Quispe, S., Condori Apaza, M., & Reyna Arauco, G. A. (2020). Factores asociados al comercio informal en el mercado Ráez Patiño, Huancayo, 2018. *Socialium*, 4(1), 95–113. <https://doi.org/10.31876/sl.v4i1.46>
- Quispe Fernández, G. M., Ayaviri Nina, D., Villa Villa, M. V., & Velarde Flores, R. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios. *Revista de Ciencias Sociales*, 3, 207–230. <https://orcid.org/0000-0002->
- Quispe Fernández, M., Tapia Muñoz, M., Ayaviri Nina, D., Villa Villa, M., Borja Lombeida, M., & Lema Espinoza, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. In *Espacios* (Vol. 39, Issue 41). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p04.pdf>

- Ramírez Kuri, P. (2015). Espacio público, ¿espacio de todos? Reflexiones desde la ciudad de México. *Revista Mexicana de Sociología*.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v77n1/v77n1a1.pdf>
- Ricaurte-Quijano, C., & Espinoza Baquerizo, S. (2017). Asociación, auto organización y agencia: Características del trabajo ambulante en cuatro playas de la costa ecuatoriana. *Revista de Ciencias Sociales*, 23(4), 65–80. <https://doi.org/10.31876/rcs.v23i4.25138>
- Romero Mora, X., Yunga Pérez, A., & Llenena Lasso, C. (2018). Análisis situacional de los comerciantes informales en los exteriores de los estadios “Isidro Romero Carbo” (banco del pichincha) y “George Capwell” (banco del pacífico) en la ciudad de guayaquil. *ACTAS ICONO14*. www.icono14.es/actas
- Salinas Arreortua, L. A. (2013). Gentrificación en la ciudad latinoamericana. El caso de Buenos Aires y ciudad de México. *GeoGraphos*, 4(44), 281–305.
<http://web.ua.es/revista-geographos-giecryal>
- Schlack, Elke. (2007). Espacio público. *ARQ (Santiago)*, (65), 25-27. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-69962007000100006>
- León Serrano, L. (2019). La intención emprendedora del comercio informal de la Economía Popular y Solidaria. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 18(18), 215-238.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2019000200012&lng=pt&tlng=es.
- Torres Galárraga, A. (2010). Tesis: análisis de las características generales del sector informal en el Ecuador - segmento pequeños comercios. Flacso-Ecuador.
- Ugalde, V. (2015). Derecho a la ciudad, derechos en la ciudad. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 30(3), 567–595. <https://www.scielo.org.mx/pdf/educm/v30n3/0186-7210-educm-30-03-00567.pdf>
- Vega Quisbert, S. (2020). Estudio del comercio popular e informal y la apropiación del espacio público. El caso del Max paredes, La Paz-Bolivia.
<file:///C:/Users/hcs15/Downloads/Mem%C3%B2ria.pdf>
- Vélez Muñoz, M. E. (2018). "Espacio público y vendedores ambulantes, caso de estudio: centro histórico de la ciudad de Cuenca-Ecuador " [Universidad Católica de Cuenca]. <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/8363>

- Vera Gutiérrez, G. G. (2020). “Análisis de los factores socioeconómicos que influyen en el comercio informal en la zona urbana del cantón Jipijapa” [Universidad Estatal del Sur de Manabí “UNESUM”].
[http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2351/1/gema%20gabriela%20vera%20guti%
c3%89rez.pdf](http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2351/1/gema%20gabriela%20vera%20guti%c3%89rez.pdf)
- Villacrés, L., & Geenen, S. (2021). Abordaje de la venta ambulante en Guayaquil - Ecuador Desde los discursos hegemónicos a un enfoque basado en los derechos.
<https://www.uantwerp.be/iob>
- Vives Miró, S. (2011). Producing a “Successful City”: Neoliberal Urbanism and Gentrification in the Tourist City—The Case of Palma (Majorca). *Urban Studies Research*, 2011, 1–13. <https://doi.org/10.1155/2011/989676>

Anexos

Anexo A

Matriz de operativización de las variables de investigación

| Categorías | Sub categorías | Indicador | Ítems |
|---|--|----------------------|---|
| <p>Comercio Informal</p> <p>(...) es un elemento del sector de la economía informal, es conceptualizado como: “una actividad comercial de compra de venta de productos y servicios como: prendas de vestir, frutas, verduras, entre otras, que desarrolla una persona con un capital pequeño en un puesto fijo de la calle o ambulante, que no paga impuestos” (Quispe Fernández et al., 2018, p. 4).</p> | Socioeconómica | Procedencia | ¿De dónde es usted? |
| | | Residencia | ¿Cuánto tiempo vive en Cuenca? ¿En qué parte de la ciudad vive? |
| | | Grado de instrucción | ¿Qué nivel de estudios tiene? |
| | | Estado civil | ¿Cuál es su estado civil? |
| | | Actividad comercial | ¿A qué actividad se dedica? ¿Desde cuándo se dedica a esa actividad? ¿Cuánto dinero usted tiene de utilidad de sus ventas diarias? ¿Cuánto dinero usted invierte en la compra de su mercancía? |
| | | Motivación | ¿Por qué se dedica a esta actividad? ¿Cuáles son las razones que le motivaron a realizar comercio informal? ¿Cuáles son las razones por lo que las personas realizan el comercio informal? |
| | | Traslado | ¿Cómo se moviliza? ¿Cuánto tiempo se demora en llegar al “Mercado 9 de Octubre” desde su casa? ¿Cómo moviliza sus productos? |
| | | Familia | ¿Cuántas personas conforman su familia? |
| | | Protección social | ¿Usted tiene seguro social? ¿Usted recibe el Bono de desarrollo humano? |
| Déficit en la tecnología | ¿Usted tiene celular? ¿Usted tiene internet en su celular? ¿Usted tiene un computador en casa? | | |

| | | | | |
|--|--------------------|--|---|-----------|
| | | | ¿Usted maneja las redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp, otros? | |
| | | Nivel de calificación en la mano de obra | ¿Usted está calificado para realizar un trabajo diferente al comercio informal? | |
| | | Marcos legales | ¿Conoce las leyes que regulan las actividades económicas? | |
| <p>Espacio Público</p> <p>(...) una dimensión fundamental de la democracia política y social. El espacio público expresa la democracia en su dimensión territorial. Es el espacio de uso colectivo. Es el ámbito en el que los ciudadanos pueden (o debieran) sentirse como tales, libres e iguales. Es donde la sociedad se escenifica, se representa a sí misma, se muestra como una colectividad que convive, que muestra su diversidad y sus contradicciones y expresa sus demandas y sus conflictos. Es donde se construye la memoria colectiva y se manifiestan las identidades múltiples y las fusiones en proceso. El espacio público democrático es un espacio expresivo, significativo, polivalente, accesible, evolutivo. Es un espacio que relaciona a las personas y que ordena las construcciones, un espacio que marca a la vez el perfil propio de</p> | Físico-territorial | Accesibilidad, limpieza | ¿Cuáles son las condiciones físicas en las que los comerciantes informales realizan su actividad comercial? | |
| | | Confort (ruido, calidad del aire, térmico) | Durante las horas que realiza el comercio informal, ¿el ruido, la contaminación, el aire, la sensación de inseguridad afecta su salud? Cuéntenos al respecto | |
| | | Uso del espacio | ¿Le gustaría contar con un espacio fijo para realizar su actividad económica? | |
| | Política | Control, regulación | ¿Usted considera que tiene derecho a ejercer el comercio informal en el espacio público? ¿El hecho de no contar con un puesto fijo donde comercializar limitan los derechos de las personas vendedoras ambulantes? ¿Por qué? ¿Cuáles son las principales causas que limitan la legalización del comercio informal? ¿Considera importante el conocimiento de las normas que regulan el comercio? | |
| | | | Social | Seguridad |

| | | | |
|---|-----------|---|--|
| los barrios o zonas urbanas y la continuidad de las distintas partes de la ciudad. (Borja, 2011, p. 39) | | | ¿Por qué? ¿Cuál es el rol de las autoridades para garantizar condiciones dignas a las personas que realizan el comercio informal |
| | Económica | Horas de uso del espacio Tipo de negocio | ¿Cuántas horas al día usted se dedica a la actividad comercial? |
| | Cultural | Identidad Pertenencia | ¿Usted siente parte del espacio donde realiza sus ventas? ¿Por qué? |

Fuente: Marco teórico de la presente investigación

Anexo B

Guía de entrevista

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Sociología

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Socióloga.

Título

“Incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos del Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca en el año 2022”.

GUIA DE ENTREVISTA

Presentación y compromisos

Buenos días/buenas tardes, mi nombre es **Gema Stephanía García Ceballo y mi compañero es Fabricio Israel Sari Cumbe** somos estudiante de la Universidad de Cuenca, nos encontramos realizando nuestra tesis denominada “Incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos del Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca en el año 2022”. Su objetivo es identificar la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos en este sector.

Como parte de este estudio estamos realizando estas entrevistas con el objetivo de escuchar sus opiniones al respecto. La entrevista tiene una duración aproximada de 20 minutos, solicitamos su autorización para grabar la entrevista. Lo hacemos solo con fines de análisis porque sería muy difícil tomar notas de todo lo que aquí se dice. La información será tratada respetando la confidencialidad de las opiniones, esto significa

que en ningún momento se asociará nombre con opinión, sino que la información será analizada de manera agregada junto a las opiniones de todas las personas participantes. Siéntanse libres de opinar con total confianza, ya que sus aportes serán de gran valor para nuestra tarea.

PREGUNTAS

Comerciantes informales

Comerciantes informales

1. ¿De dónde es usted?
2. ¿Cuánto tiempo vive en Cuenca?
3. ¿En qué parte de la ciudad vive?
4. ¿A qué actividad se dedica?
5. ¿Desde cuándo se dedica a esta actividad?
6. ¿Por qué se dedica a esta actividad?
7. ¿Cuánto tiempo se demora en llegar al “Mercado 9 de Octubre” desde su casa?
8. ¿Cómo se moviliza?
9. ¿Cómo moviliza sus productos?
10. ¿Qué nivel de estudios tiene?
11. ¿Cuánto dinero usted invierte en la compra de su mercancía?
12. ¿Cuánto dinero usted tiene de utilidad de sus ventas diarias?
13. ¿Cuántas horas al día usted se dedica a la actividad comercial?
14. ¿Cuál es su estado civil?
15. ¿Cuántas personas conforman su familia?
16. ¿Usted tiene seguro social?
17. ¿Usted recibe el Bono de desarrollo humano?
18. ¿Usted tiene celular?

19. ¿Usted tiene internet en su celular?
20. ¿Usted tiene un computador en casa?
21. ¿Usted maneja las redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp, otros?
22. ¿Cuáles son las razones que le motivaron a realizar comercio informal?
23. ¿Usted está formado para realizar un trabajo diferente al comercio informal?
24. ¿Conoce las leyes que regulan las actividades económicas?
25. ¿El espacio donde deambula para realizar su actividad le brinda seguridad, comodidad? ¿Por qué?
26. Durante las horas que realiza el comercio informal, ¿el ruido, la contaminación del aire, la sensación de inseguridad influye en su salud? Cuéntenos al respecto.
27. ¿Usted se siente parte del espacio donde realiza sus ventas? ¿Por qué?
28. ¿Le gustaría contar con un espacio fijo para realizar su actividad económica?
29. ¿Usted considera que tiene derecho a ejercer el comercio informal en el espacio público?
30. ¿Cómo es la relación de los comerciantes informales con la guardia ciudadana?

Autoridades/Dirección/vendedores fijos

Categoría: Comercio Informal

1. ¿Cuál es el cargo que usted desempeña en la actualidad?
2. Desde su percepción ¿Cuáles son las razones por lo que las personas realizan el comercio informal?
3. Desde su percepción ¿Cuáles son las principales causas que limitan la legalización del comercio informal?
4. ¿Cuál es su opinión respecto a esta actividad?
5. ¿Antes de contar con un puesto fijo usted realizó actividades de comercio informal?

Administración del mercado/ ente regulador/vendedores con puesto fijo

Categoría: Espacio Público

1. Desde su percepción ¿Cuáles son las condiciones físicas en las que los comerciantes informales realizan su actividad comercial?
2. Desde su percepción, ¿el hecho de no contar con un puesto fijo donde comercializar limitan los derechos de las personas vendedoras ambulantes?
¿Por qué?
3. Desde su rol como (autoridad, administrador, vendedor con espacio fijo) ¿considera importante el conocimiento de las normas que regulan el comercio?
4. ¿Usted considera que los vendedores informales de los alrededores del Mercado 9 de Octubre están expuestos a violencia y discriminación? ¿Por qué?
5. Desde su percepción, ¿cuál es el rol de las autoridades para garantizar condiciones dignas a las personas que realizan el comercio informal?

Cuenca, Enero de 2023.

Anexo C

Consentimiento informado

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Sociología

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Socióloga.

Título

“Incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos del “Mercado 9 de Octubre” de la ciudad de Cuenca en el año 2022”.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS

Objetivo de la entrevista:

Obtener criterios, percepciones y elementos que permitan identificar la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca en el año 2022.

Compromiso:

Toda información que pueda ser obtenida en la entrevista será única y exclusivamente utilizada para fines de la investigación académica.

Aceptación de la Entrevista:

Yo, _____ acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por los estudiantes Gema Stephanía García Ceballo y Fabricio Israel Sari Cumbe. He sido informado (a) del propósito de la investigación y fines de la entrevista.

Se me ha indicado que la entrevista consistirá en responder preguntas, que la misma será grabada y que tomará aproximadamente 20 minutos.

Firma:

Cédula:

Cuenca, Enero de 2023.

Anexo D

Ficha de observación

| Categoría | Subcategoría | Observaciones | | |
|-------------------|--------------------|---|--|--|
| Comercio Informal | Condiciones | | | |
| Espacio Público | Físico-territorial | Accesibilidad a espacios del mercado | | |
| | | Acceso a baterías sanitarias | | |
| | | Confort | | |
| | Política | Uso del espacio | | |
| | | Presencia de autoridades de control, regulación | | |
| | Social | Seguridad | | |
| | Económica | Tipo de negocio | | |
| | Cultural | Identidad Pertenenencia | | |

Anexo E

Validación del instrumento de levantamiento de información

TÍTULO

“Incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos del “Mercado 9 de Octubre” de la ciudad de Cuenca en el año 2022”.

Objetivo General

“Identificar la incidencia del comercio informal en el uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre de la ciudad de Cuenca en el año 2022”.

Objetivos específicos

1. Describir la situación socioeconómica de los vendedores informales del Mercado 9 de Octubre.
2. Determinar las condiciones del uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre.
3. Analizar la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre.

Datos del par revisor del instrumento

Nombres y apellidos: _____

Formación académica:

Área de Experiencia Profesional:

Cargo

Actual:

Institución:

Observaciones generales del instrumento

Observaciones individuales del instrumento, evaluar bajo los criterios mencionados:

| Categorías | Definición | Calificación | Indicadores |
|--------------------|--|------------------------------|--|
| Suficiencia | Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta | 1. No cumple con el criterio | Los ítems no son suficientes para medir la dimensión |
| | | 2. Bajo Nivel | Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total |
| | | 3. Moderado nivel | Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente |
| | | 4. Alto nivel | Los ítems son suficientes |
| Claridad | El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro |
| | | 2. Bajo Nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. |
| | | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem |
| | | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada |
| Coherencia | El ítem tiene relación lógica con la | 1. No cumple con el criterio | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión |
| | | 2. Bajo Nivel | El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión |

| | | | |
|-------------------|---|------------------------------|--|
| | dimensión o indicador que está midiendo | 3. Moderado nivel | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo |
| | | 4. Alto nivel | El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo |
| Relevancia | El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión |
| | | 2. Bajo Nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este. |
| | | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante |
| | | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido |

Objetivo específico: Describir la situación socioeconómica de los vendedores informales del “Mercado 9 de Octubre”.

Pregunta 1: ¿De dónde es usted?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 2: ¿Cuánto tiempo vive en Cuenca?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|--|---------------------------|------------|----------------|------------|
| | | | | |

| | | | | |
|-------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 3: ¿A qué actividad se dedica?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 4: ¿Desde cuándo se dedica a esa actividad?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 5: ¿Por qué se dedica a esta actividad?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 6: ¿En qué parte de la ciudad vive?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 7: ¿Cuánto tiempo se demora en llegar al mercado 9 de octubre desde su casa?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 8: ¿Cómo se moviliza?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 9: ¿Cómo moviliza sus productos?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | |
|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 10: ¿Qué nivel de estudios tiene?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 11: ¿Cuánto dinero usted invierte en la compra de su mercancía?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 12: ¿Cuánto dinero usted tiene de utilidad de sus ventas diarias?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 13: ¿Cuántas horas al día usted se dedica a la actividad comercial?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 14: ¿Cuál es su estado civil?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 15: ¿Cuántas personas conforman su familia?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 16: ¿Usted tiene seguro social?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 17: ¿Usted recibe el Bono de desarrollo humano?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 18: ¿Usted tiene celular?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 19: ¿Usted tiene internet en su celular?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 20: ¿Usted tiene un computador en casa?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 21: ¿Usted maneja las redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp, otros?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | |
|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 22: ¿Cuáles son las razones que le motivaron a realizar comercio informal?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 23: ¿Usted está calificado para realizar un trabajo diferente al comercio informal?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 24: ¿Conoce las leyes que regulan las actividades económicas?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Objetivo específico: Determinar las condiciones del uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre.

Pregunta 1: ¿El espacio donde deambula para realizar su actividad le brinda seguridad, comodidad? ¿Por qué?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 2: Durante las horas que realiza el comercio informal, ¿el ruido, la contaminación

del aire, la sensación de inseguridad afecta su salud? Cuéntenos al respecto.

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 3: ¿Usted siente parte del espacio donde realiza sus ventas? ¿Por qué?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 4: ¿Le gustaría contar con un espacio fijo para realizar su actividad económica?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 5: ¿Usted considera que tiene derecho a ejercer el comercio informal en el espacio público?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 6: ¿Cómo es la relación de los comerciantes informales con la guardia ciudadana?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | |
|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Objetivo específico. Analizar la influencia del comercio informal en las condiciones de uso de los espacios públicos en el Mercado 9 de Octubre.

Pregunta 1: ¿Cuál es el cargo que usted desempeña en la actualidad?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 2: Desde su percepción ¿Cuáles son las razones por lo que las personas realizan el comercio informal?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | |
|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|

Comentario: _____

Pregunta 3: Desde su percepción ¿Cuáles son las principales causas que limitan la

legalización del comercio informal?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 4: ¿Cuál es su opinión respecto a esta actividad?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 5: ¿Antes de contar con un puesto fijo usted realizó actividades de comercio

informal?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 6: Desde su percepción ¿Cuáles son las condiciones físicas en las que los

comerciantes informales realizan su actividad comercial?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 7: Desde su percepción, ¿el hecho de no contar con un puesto fijo donde comercializar limitan los derechos de las personas vendedoras ambulantes? ¿Por qué?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 8: Desde su rol como (autoridad, administrador, vendedor con espacio fijo)

¿considera importante el conocimiento de las normas que regulan el comercio?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 9: ¿Usted considera que los vendedores informales de los alrededores del Mercado 9 de Octubre están expuestos a violencia y discriminación? ¿Por qué?

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | |
|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

Pregunta 10: Desde su percepción ¿cuál es el rol de las autoridades para garantizar condiciones dignas a las personas que realizan el comercio informal

| | No cumple con el criterio | Bajo Nivel | Moderado Nivel | Alto Nivel |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Suficiencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Claridad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coherencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relevancia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentario: _____

¿Existe algún criterio que debería ser incluido y no fue evaluado? ¿Cuál?

 Firma