

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**COMERCIO DEL SECTOR INFORMAL COMO UN MEDIO
DE SUBSISTENCIA DE LAS PERSONAS DESEMPLEADAS
EN LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA**

TESIS

**Presentada a la Junta Directiva de la
Facultad de Ciencias Económicas de la
Universidad de San Carlos de Guatemala**

Por

JUAN IRENE PATZÁN PÉREZ

**Previo a Conferirse el Título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

En el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, Mayo de 1,998

R.
03
T(1988)
C.3

MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: Lic. Donato Santiago Monzón Villatoro
SECRETARIO: Licda. Dora Elizabeth Lemus Quevedo
VOCAL 1o. : Lic. Jorge Eduardo Soto
VOCAL 2o. : Lic. Andres Guillermo Castillo Nowell
VOCAL 3o. : Lic. Victor Hugo Recinos Salas
VOCAL 4o. : PC. Julissa Marisol Pinelo Chamorro
VOCAL 5o. : PC. Miguel Angel Tzoc Morales

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL
EXAMEN GENERAL PRIVADO

PRESIDENTE : Lic. Pedro Roberto Boburg Castellanos.
SECRETARIO : Lic. César A. Marroquín Dueñas
EXAMINADOR : Lic. Nery Leonidas Guzmán de León
EXAMINADOR : Lic. Francisco Humberto Orellana
EXAMINADOR : Lic. Luis Manuel Vásquez Vides

Guatemala, 11 de Marzo de 1,998

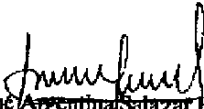
Licenciado
Donato Monzón Villatoro
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad.

Señor Decano:

De conformidad con el oficio de fecha cinco de febrero de mil novecientos noventa y seis, en el cual fui designada como asesor de la tesis denominada **COMERCIO DEL SECTOR INFORMAL COMO UN MEDIO DE SUBSISTENCIA DE LAS PERSONAS DESEMPLEADAS EN LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA**, procedí a revisar el estudio elaborado por el Perito Contador Juan Irene Patzán con carnet No. 8910333 como requisito previo a su graduación profesional.

Por este medio emito el dictamen favorable al trabajo realizado por el estudiante, el cual cumple con el contenido del proyecto de tesis presentado, para que sea aprobado y el mismo sea discutido en su Examen General Público previo a optar el título de Licenciado en Administración de Empresas.

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lidia Friné Argüín Sañazar Hernández
Administrador de Empresas
Colegiado No. 5,200



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS

Edificio "S-8"

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

**DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA,
SIETE DE MAYO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y OCHO.**

Con base en el dictamen emitido por la Licda. Frine Argentina Salazar Hernández, quien fuera designada Asesora y la opinión favorable del Director de la Escuela de Administración de Empresas, se acepta el trabajo de Tesis denominado: "COMERCIO DEL SECTOR INFORMAL COMO UN MEDIO DE SUBSISTENCIA DE LAS PERSONAS DESEMPLEADAS EN LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA", que para su graduación profesional presentó el estudiante JUAN IRENE PATZAN PEREZ, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

LICDA. DORA ELIZABETH LEMUS QUEVEDO
SECRETARIA



LIC. DONATO MONZON VILLATORO
DECANO



ACTO QUE DEDICO

A DIOS: Principio y fin

A MIS PADRES: Mariano Patzán (Q.E.P.D)
Y
María Susana Pérez

A MI HERMANO: Pablo Patzán

A: Ileana Teresa Contreras

A MI ASESORA: Lic. Friné A. Salazar Hernández
Por su comprensión y Orientación.

A MI GRUPO DE ESTUDIO : Carmen, Julio, Fernando,
Emilio, Victor y Marvin.

UN AGRADECIMIENTO

A: Las Instituciones Educativas que me dieron la oportunidad de estudiar y ser un profesional para contribuir a mejorar mi país.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Págs.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

A	Sector informal	1
1.	Características	3
2.	Participación en la economía.....	4
3.	Importancia	7
B	El comercio informal en la ciudad capital de Guatemala.....	9
C	Términos administrativos	10
1.	Producto	11
2.	Precio	11
3.	Canal de distribución	12
4.	Promoción	12
5.	Planificación de actividades	13
6.	Organización	13
7.	Control	13

CAPÍTULO II

TIPIFICACIÓN DEL COMERCIO EN LAS ÁREAS DE ACTIVIDAD COMERCIAL

A	Formas de operar del comerciante informal.....	14
1	En mercados	14
2	En las calles	14
B	Clasificación según su ubicación	15
1	Mercados	15
2	Calles	17
C	Tipo de establecimientos	20
1	Familiar	20
2	Con empleados.....	20
D	Aspectos financieros	20
1	Costos y gastos	20
2	Ingreso por ventas	22
3	Márgenes de utilidad	25
4	Tipo de control utilizados:.....	26
a)	Inventarios	27
b)	Control sobre ventas	29
c)	Contabilidad informal	29
d)	Presupuestos	29

e)	Cálculo de ganancia	29
5	Acceso a créditos o financiamiento	30
E	Otros aspectos	33
1	Tipo de seguridad y vigilancia	33
2	Técnicas administrativas	34
3	Jornada de trabajo	35
4	Proyectos a corto, mediano y largo plazo	37
5.	Expectativas del comerciante informal.....	38

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR INFORMAL DE COMERCIO DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD CAPITAL

A	Área administrativa	41
1	Proceso administrativo	41
a)	Planeación	42
b)	Organización	42
c)	Integración	42
d)	Dirección	43
e)	Control	43

B	Área financiera	44
1	Capital de trabajo utilizado	44
2	Financiamiento	44
C	Área de comercialización	45
D	Área socioeconómica	46
1	Procedencia	47
2	Residencia	49
3	Composición y situación familiar	49
4	Sexo	49
5	Nivel educativo.....	50
6	Tipo de diversión	51
	CONCLUSIONES	52
	RECOMENDACIONES	56
	BIBLIOGRAFÍA	58
	ANEXOS	60

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, contribuye a la búsqueda de soluciones para la problemática socio-económica del país, promueve la investigación, con la finalidad de proponer alternativas que resuelvan la situación que afronta la sociedad guatemalteca.

El estudio del COMERCIO DEL SECTOR INFORMAL COMO UN MEDIO DE SUBSISTENCIA PARA LAS PERSONAS DESEMPLEADAS EN LA CIUDAD CAPITAL, abarca en su primera fase una conceptualización acerca del sector informal, sus principales características, y la participación e Importancia en la economía. También trata el comercio informal en la ciudad capital, sus características, importancia y los principales términos administrativos utilizados.

Seguidamente se desarrolla una tipificación del comercio en las áreas de actividad comercial, es decir, la forma como operan los comerciantes informales en el mercado y en la calle, con puestos fijos, semifijos y/o ambulantes. Asimismo, se destacan aspectos financieros y los tipos de establecimientos.

Por último, se desarrolla la descripción del funcionamiento del sector informal de comercio.

El tema se desarrolló con el objetivo de brindar conocimientos acerca del comercio en el sector informal como alternativa de subsistencia ante la saturación de oferta en el mercado formal de trabajo.

También para estimar qué parte de la población se dedica al comercio informal y cuál es el aporte a la economía del país, sus características socioeconómicas, capacidad laboral y situación legal en la que realizan las actividades, así como, las técnicas e instrumentos de control utilizados para el manejo de este tipo de negocios.

Para la realización y elaboración de la presente tesis, se utilizó información bibliográfica y visitas a instituciones públicas y privadas. Los datos primarios fueron obtenidos por el método de encuesta, haciendo uso de la técnica de entrevista personal dirigida a una muestra de 200 comerciantes informales de la ciudad capital; así también, por medio de observación, se verificaron datos que se conocían y fue posible establecer un criterio objetivo.

Se pretende que el contenido de este documento sea útil como fuente de información para los estudiantes, así como para aquellas personas interesadas en este tipo de datos, que puedan contribuir a resolver problemas relacionados con el comercio informal.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

A EL SECTOR INFORMAL

El Sector Informal de la economía es uno de los aspectos más notorios del subdesarrollo de los países de Latinoamérica, debido a la multiplicidad de pequeñas y heterogéneas actividades comerciales y productivas de bienes y servicios, que proliferan en las áreas urbanas y que son el medio de vida de una parte de la población.

El sector informal se identifica con el estrato socioeconómico del país, que comprende a los sectores más empobrecidos de la población. Es un tanto difícil encontrar una definición que encierre todos sus elementos, la siguiente trata de abarcar lo esencial en su contexto:

Es el conjunto de pequeñas unidades económicas agrupadas en las áreas urbanas cuyo proceso de producción, venta y/o presentación de servicios, es rudimentario e intensivo en el uso de la mano de obra, el cual es realizado con la participación directa del propietario y un alto componente de trabajo familiar. Basadas en una escasa o inexistente organización administrativa, estas unidades requieren niveles reducidos de inversión y absorben un alto porcentaje de materias primas locales, con limitado acceso al crédito

formal, se insertan en mercados altamente competitivos, en los que transan en forma individual y al por menor, un bajo volumen de ventas, generando una exigua capacidad de ahorro y reinversión y por lo tanto un lento proceso de crecimiento. (2:27)

Como se puede apreciar el Sector Informal abarca varias actividades que, en general, tienen las mismas características y una peculiaridad en común: **carecen de registro legal**. Concentra a las personas que no tienen ninguna actividad en las empresas organizadas formalmente. Se puede definir, en términos generales, como el conjunto de puestos de trabajo autogenerados por la fuerza laboral excluida del sector moderno, que operan fuera del margen de legalidad y que, de alguna manera, busca cómo obtener los ingresos que le permitan subsistir.

En Guatemala este sector es uno de los que proporciona una buena cantidad de bienes y servicios de consumo popular.

El sector informal urbano está conformado por aquellos agentes económicos individuales y microempresas que se encuentran concentradas en la ciudad capital y áreas urbanas del país. La producción está

condicionada por la presión del sector formal a través del precio, disponibilidad de productos, competitividad, diversidad de productos, etc.

I CARACTERÍSTICAS

Entre las principales características que se le pueden atribuir a este sector estan: (1:45)

- a) No exigen para su desempeño, más que una cantidad muy baja de capital.
- b) Operan con nivel bajo, a muy bajo, de productividad de trabajo.
- c) Poseen escaso nivel de complejidad tecnológica
- d) No requieren un nivel de calificación de trabajo demasiado importante.
- e) Conforman unidades de trabajo muy pequeñas.
- f) Predomina el trabajo unipersonal y familiar.
- g) Operan fuera de las reglas institucionales y jurídicas que regulan la actividad empresarial del sector formal.
- h) Concentra en un 60 % a personas jóvenes de 15 a 38 años de edad y 40 % mayores de 45 años. (Ver cuadro y gráfica No. 11)
- i) Las principales actividades que se dan son: manufactura, comercio y servicios. (17:217)

- j) Es producto de la escasez de oportunidades de empleo. (2:29)
- k) Suelen insertarse en mercados y calles.
- l) Los agentes económicos que los forman no acumulan excedentes, carecen de sistemas de organización, no cuentan con acceso a crédito ni a tecnología. (10:46)

2 PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA

La identificación de un sector de baja productividad dentro de las actividades urbanas, no constituye una novedad dentro de la literatura económica; por el contrario, los modelos de desarrollo incorporan la existencia de un sector de subsistencia, frente a la expansión económica de los países latinoamericanos.

El sector informal es producto del mismo proceso de crecimiento de las actividades modernas; en un contexto de rápido crecimiento de la fuerza de trabajo, escasez de oportunidades en el campo y elevado ritmo de incorporación de progreso técnico en las actividades modernas y del excedente de mano de obra.

El sector informal está absorbiendo a los migrantes hacia los centros urbanos, atraídos por las posibilidades de encontrar un trabajo más estable y

mejor remunerado y, por ser expulsados por las condiciones del mercado de trabajo rural. Tales aspiraciones no son satisfechas por el sector formal y no tienen más opción que dedicarse a actividades poco productivas y de bajos niveles de ingreso en el sector informal.

También está absorbiendo al excedente de la fuerza de trabajo del sector formal, así los comerciantes han tenido su inserción rápida en el mercado aunque los mismos no se puedan cuantificar. (13:109)

El sector informal tiende a constituirse en un elemento trascendente de la actividad económica del país, ya que dentro de la rigidez del aparato productivo nacional, la conformación y crecimiento del mismo, constituye una solución al problema de desempleo. (2:218).

Los comerciantes informales participan en la economía realizando tres funciones económicas que son:

1. Canalizar las mercancías producidas en los sectores primario y secundario, colocándolas en el lugar, en la cantidad y calidad que desea el mercado.
2. Participar en la denominada sincronización de los flujos monetarios, asegurando a los productores la posibilidad de obtener ingresos

inmediatos, aún cuando éstos les provean los productos al crédito, independientemente del periodo de tiempo que media entre la producción y la compra de parte de los consumidores finales.

3. Influir en los elementos característicos del mercado: la oferta y la demanda, requerir de los productores los productos en la cantidad y calidad que los consumidores exigen, buscar o ampliar los mercados mediante la publicidad o simples contactos personales, influir así en la determinación del precio de las mercancías; según la intensidad de la competencia imperfecta por excelencia y la longitud del circuito distributivo.

Es evidente que dentro de los niveles en que se divide el comercio (al por mayor, al por menor y detallistas), los comerciantes informales pertenecen al tercero, y es precisamente por ello que son necesarios e indispensables al sistema de producción imperante.(12:125)

El uso de intermediarios se justifica principalmente por la eficiencia con que se ponen los bienes en los mercados metas; es por eso que los productores parecen estar dejando el destino de los negocios en manos de los intermediarios.

En efecto no podría vender sus mercancías un industrial productor de dulces goma de mascar, pues aún cuando generalmente es el comerciante mayorista (depósito) quien adquiere buena parte de las mismas, ambos necesitan del "chiclero", y de la tienda de barrio, también informal, para vendérselas al consumidor final.

3 IMPORTANCIA

El Sector Informal Urbano, representa un importante factor complementario a las necesidades de la población, principalmente en aquellas áreas donde el sector formal no es competitivo o simplemente no ha incursionado por limitaciones técnicas, legales o financieras. (2:194)

En la actualidad existen múltiples unidades del sector formal, cuya magnitud y estrategia de crecimiento, no les permite participar en forma directa en la comercialización de sus productos, la que frecuentemente es realizada por el comerciante informal.

En Guatemala existe un número considerable de unidades económicas organizadas bajo las modalidades de Microempresas, trabajadores por cuenta propia y talleres familiares.(2:195)

El sector informal urbano se convierte en complemento del sector formal y se constituye en una respuesta de sobrevivencia para la población, ante el alto nivel de desempleo; este sector absorbe a las personas desocupadas, es decir, a las personas que tienen oportunidades que tienen las personas de producir o vender algo que les genere un ingreso. Las personas desocupadas por el sector formal, permanecen así, sólo por poco tiempo, ya que al no encontrar un empleo, optan por dedicarse a alguna actividad que sea capaz de generarles ingresos mínimos; de ahí que el sector informal se va convirtiendo en un ajuste del desempleo.

El comercio informal juega un papel importante en la economía del país, porque concentra a las personas que se encuentran desempleadas debido a la crisis económica que vive el país; alza en la tasa inflacionaria, especulación del precio de los productos y al bajo nivel de salarios. Surge así la incapacidad de compra de los sectores populares y es ahí precisamente, donde el comercio informal desempeña una función importante, ya que sus precios son inferiores a los que ofrece el sector formal, debido a que los mismos no están sujetos a gravámenes. Esto hace que el comercio informal tenga un nivel de demanda más elevado cada día.

B. EL COMERCIO INFORMAL EN LA CIUDAD CAPITAL

Por Comercio se entiende el grupo de trabajos que tienen por objeto revender lo que se ha comprado, sin haberle hecho a la mercancía una transformación esencial, con el fin de el consumidor pueda procurarse la cantidad de que tenga necesidad y en el lugar donde sea más cómodo encontrarla. (14:227)

El comercio informal se empezó a llevar a cabo masivamente al margen y hasta en contra de las normas estatales encargadas de regular dicha actividad. Se realiza esencialmente en las calles, bajo la denominación común de Comercio Ambulatorio, y en menor escala, en los mercados construídos especialmente para ellos.

A medida que el número de habitantes fue aumentando en la ciudad, el espacio urbano se fue reduciendo, surge entonces el comercio como una actividad informal, que se lleva a cabo tanto en las calles como en los mercados. Lo anterior puede apreciarse mejor en algunas zonas residenciales, que se encuentran distantes de los centros urbanos y, por ende, de los mercados cantonales.

El comercio ambulatorio comenzó a invadir la vía pública sin tener licencia, sin emitir facturas, sin pagar impuestos y sin tomar en cuenta las disposiciones legales que rigen al sector formal.

El comercio informal se origina por la necesidad de subsistir ante la falta de fuentes de empleo formal y el excedente de fuerza de trabajo, que no puede ser absorbido por el sector formal.

En el comercio informal de alguna forma se aplica la mezcla de mercadeo, que es decir, el conjunto de variables controlables de mercadotecnia que la empresa combina para suscitar la respuesta que desea, por parte del mercado meta.

La mezcla de mercadotecnia se compone de todo aquello que una empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las múltiples posibilidades son clasificables en cuatro grupo de variables denominadas cuatro pes (4 P).

C. TERMINOLOGÍA

Entre la terminología más utilizada en el sector informal se encuentra la siguiente:

1. Producto:

Es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para la atención, adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o deseo.

(4:33)

Es aquel bien o servicio que se ofrece al consumidor. El comerciante busca los productos que prefiere el consumidor tomando en cuenta características propias del producto, de tal manera que el demandante quede satisfecho de su compra y vuelva nuevamente.

2. Precio:

Este denota la cantidad de dinero que los consumidores tienen que pagar para obtener un producto. En el sector informal, específicamente en el comercio, los comerciantes desconocen si aplican métodos para fijar los precios de los productos; simplemente se establece en función del producto, de forma empírica. Por ejemplo, si un cassette el comerciante lo compra en Q 3.50, el mismo es vendido en Q 5.00. Esto indica que el comerciante está ganando un 30 % del producto que vende; sin embargo, no todos lo saben, algunos desconocen cuál es este porcentaje y únicamente saben que ganan la cantidad de Q 1.50 del producto que venden.

3. Canal de distribución:

El canal de distribución se define como el conjunto de compañías e individuos que adquieren derechos sobre determinado producto o mercancía al pasar ésta del fabricante al consumidor, o bien, colaboran en la transferencia de esos derechos. Por consiguiente, la mayoría de los fabricantes trabajan con intermediarios por ser estos lo que ejecutan el trabajo de desplazar los productos.(4:316)

4. Promoción:

Los comerciantes utilizan este elemento de mercadeo, principalmente en los comercios que venden frutas y/o verduras como: fresas, uvas, aguacates; los cuales dan a que pruebe el cliente. La forma empleada es rudimentaria y empírica, ya que en este sector no se puede aplicar formalmente, debido a que los negocios son dirigidos por experiencia propia.

El diseño de la mezcla de mercadotecnia implica toma de decisiones en cuanto a los gastos que esto requiere, como se da en las grandes industrias y empresas del país, que son dirigidas por profesionales. En el comercio informal es otra la realidad, aquí no son necesarios todos estos conceptos

teóricos pues la falta de conocimientos del comerciante informal hace que la mayoría de las veces se manejen en forma empírica.

5. Planificación de actividades:

Esta es una fase en la cual la persona propietaria del negocio, determina un curso de acción a seguir durante un día, una semana o un mes. Es aquí donde el comerciante establece sus prioridades en cuanto a lo que debe realizar en sus actividades laborales, para alcanzar sus objetivos previstos.

6. Organización:

Es el proceso de combinar el trabajo que los individuos o grupos deben efectuar con los elementos necesarios para su ejecución, de tal manera que las labores que así se ejecuten sean los mejores medios para la aplicación eficiente, sistemática, positiva y coordinada de los esfuerzos disponibles.

7. Control:

Es el proceso que se utiliza para determinar y verificar lo que se está llevando a cabo, valorizándolo y, si es necesario, aplicar medidas correctivas, de manera que la ejecución se lleve a cabo de acuerdo con lo planeado.(18:518).

CAPÍTULO II
TIPIFICACIÓN DEL COMERCIO
EN LAS ÁREAS DE ACTIVIDAD COMERCIAL

Los comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, tanto en los mercados como en las calles y ambulantes, se distribuyen por su actividad principal como por las áreas de trabajo de comercialización.

A. FORMA DE OPERAR :

1 EN EL MERCADO:

a) Con puesto fijo:

Son aquellos comerciantes que se encuentran ubicados en un local determinado, de tal manera que no interfieren con la circulación del público. También hay comerciantes con este tipo de puesto, sólo que fuera de edificios, por lo que interfieren la circulación del público.

b) Con puesto semifijo:

Este tipo de puesto se encuentra tanto dentro de edificios como fuera de los mismos, ya que son instalaciones desmontables. Es un tipo de comerciante eventual que no vende todos los días.

2 EN LAS CALLES

a) Comerciantes Ambulantes:

Son aquellas personas que venden en la calles sin puesto o establecimiento fijo. Las mercancías que venden pueden ser fabricadas o manufacturadas en el país o en el extranjero. Comúnmente se les conoce como buhoneros.

b) Con puesto fijo:

Son aquellos comerciantes que tienen ubicado un puesto permanente en cualquier calle de la ciudad capital de Guatemala, no importando si sus instalaciones son fijas o desmontables; lo que les caracteriza es que todos los días del año venden en el mismo lugar.

B. CLASIFICACIÓN SEGUN SU UBICACIÓN

1 EN LOS MERCADOS:

a) Carbonerías:

Son negocios que venden principalmente carbón y leña por medida, unidad carga, pueden incluir venta de ocote.

b) Cererías:

Son los que venden principalmente artículos de cera para actividades religiosas o domésticas: candelas, veladoras cuadros con imágenes, etc.

c) Comedores:

Son negocios donde venden comida preparada.

d) Local de frutas:

Negocios que venden solamente frutas de la estación.

e) Local de frutas verduras y hortalizas:

Negocios donde se venden las tres clases de productos citados.

f) Depósitos de granos:

Comercios que venden granos como: maíz, frijol, arroz, etc.

g) Utensilios para el hogar :

Son negocios que venden principalmente baterías de cocina y vajillas, aunque también pueden vender por unidad.

h) Depósito de huevos:

Son los que venden solamente este producto.

i) Venta de lácteos:

Son los negocios que venden quesos, mantequilla, crema y otros derivados de la leche.

j) Mercerías:

Negocios que venden artículos de fantasía, perfumería, etc.

k) Venta de plásticos:

Locales que venden artículos de plástico como: cubetas, lazos, baños, juguetes, adornos, etc.

l) Venta de típicos:

Venta de artesanías de barro, de madera, loza, mimbre y tejidos.

m) Talabarterías:

Venden principalmente artículos de suelas y cuero, tales como cinchos, vainas para machetes y cuchillos, sillas de montar, collares para perro y otros.

n) Verduras y hortalizas:

Negocios que venden solamente verduras como: zanahorias, tomates, yuca, repollo, lechugas, acelgas y otras.

ñ) Zapaterías:

Puestos que venden exclusivamente calzado de cuero u otro material.

2 EN LAS CALLES

a) Artículos usados:

Son los negocios donde se venden artículos usados, como ropa, calzado, repuestos para aparatos eléctricos y vehículos, utensilios de cocina, etc.

b) Aparatos eléctricos:

Negocios donde se venden radios, radiograbadoras, planchas, cassettes para grabar, baterías, audífonos y cualquier otro tipo de aparato eléctrico.

c) Venta de cassettes:

Son los comercios en donde se venden cassetes grabados, llamados piratas.

d) Carretillas de hot dogs:

Carretillas donde se vende exclusivamente hot dogs.

e) **Chicleros:**

Negocios dedicados a la venta de dulces, golosinas, chicles, cigarros y otros productos envasados.

f) **Venta de frutas, verduras y hortalizas:**

Lugar donde se venden los tres tipos de productos tales como: mangos, bananos, naranjas, así también verduras y hortalizas regularmente en bolsas plásticas.

g) **Juguetes:**

Locales donde se venden exclusivamente estos productos.

h) **Venta de marcos de madera y de metal;**

Comercios donde se venden marcos con moldura de madera o de metal para fotos, con espejos, imágenes o cualquier litografía.

i) **Productos de papel:**

Lugares donde se venden periódicos, revistas, tarjetas, afiches y otros similares.

j) **Repuestos:**

Lugares donde venden repuestos nuevos para vehículos, así como también para aparatos eléctricos. Pueden vender también herramientas y accesorios eléctricos.

k) **Mercerías:**

Lugares dedicados a la venta de artículos de fantasía, perfumería y de

tocador, también venden cinchos, navajas, peines, cortauñas, naipes, etc.

l) **Venta de Ropa:**

Venta de ropa nueva de hombre, mujer y niño.

m) **Zapatería:**

Lugares de venta de calzado nuevo para hombre, mujer y niños, elaborados con cuero, hule, plástico u otro material.

n) **Venta de utensilios para el hogar:**

Son las ventas que se llevan a cabo en la puerta de las casas, incluyen escobas, trapeadores, colchas, cepillos, lazos, etc.

ñ) **Venta de muebles:**

Son los que venden muebles como: mesas, esquineros, módulos y otros que son ofrecidos a la puerta de las casas.

o) **Emplastadores:**

Lugares donde se emplastican documentos, como cédulas, carnés, licencias y otros.

p) **Venta de flores y montes:**

Locales en los cuales se venden flores en ramo o por unidad y montes para uso medicinal y doméstico, también venden plantas en maceta.

q) **Productos de papel:**

Lugares donde venden periódicos, revistas, tarjetas, afiches, etc.

C. TIPO DE ESTABLECIMIENTOS

Según la encuesta realizada a los comerciantes informales, se puede observar que el 98 % de los establecimientos comerciales son de tipo FAMILIAR. Es decir, integrados por esposos e hijos. (ver cuadro y gráfica No. 1)

El 2 % restante trabaja empleando a otra persona que no es familiar sino asalariada, lo cual no es significativo. (ver gráfica No. 1)

D ASPECTOS FINANCIEROS

1. Costos y gastos:

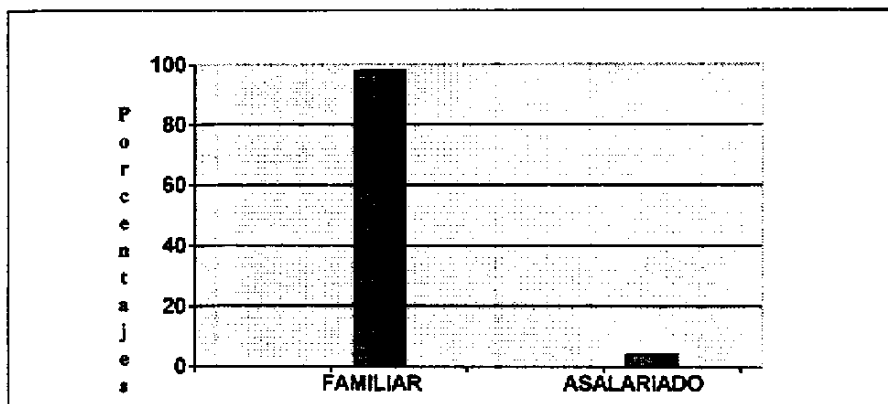
El costo se define como el valor cedido por una entidad para la obtención de bienes y servicios. El costo es el valor cedido a fin de obtener una mercancía en la cantidad requerida y transportada al lugar deseado.(15:102)

CUADRO No. 1
TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS
EN EL COMERCIO INFORMAL

ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Familiar	196	98 %
Con personas Asalariadas	4	2 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad de Guatemala, junio de 1,996.

GRÁFICA 1
TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS
EN EL COMERCIO INFORMAL



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala junio de 1,996.

En la gráfica 1 se puede observar que en el sector informal, los comercios son predominantemente de tipo familiar.

Para el comerciante informal, el costo representa el desembolso necesario para la obtención de los productos que ofrece al consumidor en el mercado.

Los gastos son desembolsos por parte de una empresa, para adquirir un activo fijo o intangible, del cual se espera recibir beneficios. Para el comerciante son aquellas erogaciones necesarias para generar un ingreso.

El gasto responde a una determinada función productiva, comercial, administrativa o financiera.

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada por el estudiante al comerciante informal y utilizando la fórmula estadística $X = \Sigma FX/n$, donde F es la frecuencia de casos; X es el punto medio y, n el tamaño de la muestra; se estima un promedio de Q 699.51 de gastos mensuales en general, rubro que en ocasiones supera a sus ingresos por ventas. Aquí no se puede hacer una diferencia de los tipos de gastos existentes, como se hace en las empresas del sector formal, debido a que el comerciante sólo estima un egreso del total de ingresos percibidos durante un período de tiempo, que puede ser una semana, una quincena o un mes. (Ver cuadro No.2 y gráfica No. 2).

2. Ingresos por ventas:

El nivel de ingresos es uno de los problemas fundamentales que aqueja a los ocupados en el sector informal, ya que el mismo es muy bajo en comparación al ingreso que pueda percibir una empresa formalmente organizada y dada la condición económica imperante en el país, se hace cada vez más difícil la subsistencia de este sector.

Según análisis estadístico aplicando la fórmula anterior, $X = \Sigma FX/n$, se puede estimar un promedio de ingresos de Q 1,173.58 mensuales. La falta de

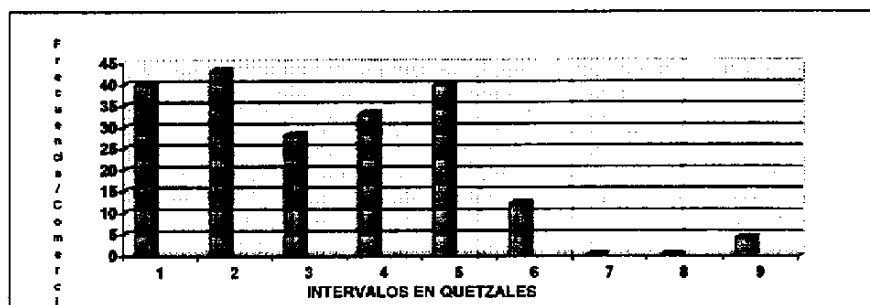
CUADRO No. 2
ESTIMACIÓN DE GASTOS MENSUALES DEL
COMERCIANTE INFORMAL

DESCRIPCIÓN	F	X	FX
1) De Q 100.00 a 318.00	40	208.75	8,350
2) 319.00 a 537.00	44	428	18,832
3) 538.00 a 756.00	28	647	18,116
4) 757.00 a 975.00	32	866	27,712
5) 976.00 a 1194.00	40	1085	43,400
6) 1195.00 a 1413.00	12	1304	15,648
7) 1414.00 a 1632.00	0	1523	0
8) 1633.00 a 1851.00	0	1742	0
9) 1852.00 a 2070.00	4	1961	9,844
TOTAL	200		139,902

$$X = \Sigma FX/n = Q 699.5$$

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

GRÁFICA 2
GASTOS MENSUALES DEL
COMERCIANTE INFORMAL



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

controles adecuados y formales en los negocios estudiados, dificulta llegar a determinar un porcentaje con el cien por ciento de exactitud, puesto que las cifras dadas por los entrevistados fueron proporcionados con mucha reserva (Ver cuadro y gráfica 3), en ellos se pueden observar los intervalos, la frecuencia y el porcentaje que la misma representa en relación a la muestra.

Al parecer el volumen de ventas está directamente vinculado con el grado de complejidad del negocio, el ingreso percibido por las ventas se ve diferenciado por las categorías ocupacionales; por lo tanto, sólo algunos comerciantes se ven favorecidos (ver cuadro No.3 y gráfica No.3).

CUADRO No. 3
INGRESOS DEL COMERCIANTE INFORMAL

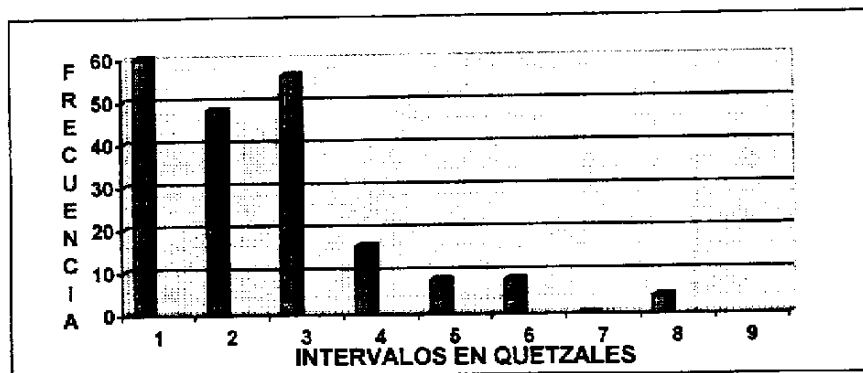
CANTIDAD EN QUETZALES	F	X	FX
1) Q. 150.00 a 500.00	60	400.5	24030
2) 652.00 a 1,153.00	48	902.5	43320
3) 1,154.00 a 1,655.00	56	1404.5	78652
4) 1,656.00 a 2,157.00	16	1906.5	30504
5) 2,158.00 a 2,659.00	8	2408.5	19268
6) 2,660.00 a 3,161.00	8	2910.5	23284
7) 3,162.00 a 3,663.00	0	3412.5	0
8) 3,664.00 a 4,165.00	4	3914.5	15658
TOTAL	200		234716

$$X = \frac{\sum FX}{n} = \frac{234716}{200} = 1,173.58$$

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

GRÁFICA 3

INGRESOS MENSUALES DEL COMERCIANTE INFORMAL



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1996.

3 Márgenes de utilidad:

En relación a los niveles de rentabilidad, existe una errónea identificación de ésta con la cantidad de dinero que los comerciantes se asignan como si fuera un sueldo, (el 27% respondió asignarse un promedio de Q 632.33), que para algunos es lo que respresenta la utilidad, lo que indica ser una falta de conocimiento en cuanto a ambas categorías. En virtud de ello, se puede observar que los negocios operan con un margen de ganancia con más frecuencia del 10 y 20%, porcentajes que se pueden tomar estadísticamente como moda. (ver cuadro 4 y 5 y gráfica 4 y 5).

CUADRO No. 4
SUELDO MENSUAL QUE SE
ASIGNA EL COMERCIANTE INFORMAL

MONTO	F	X	FX
1) Q 100.00 a 306.00	10	202	2,030
2) 307.00 a 513.00	16	410	6,560
3) 514.00 a 720.00	4	617	2,468
4) 721.00 a 927.00	14	824	11,536
5) 928.00 a 1,134.00	6	1031	6,186
6) 1,135.00 a 1,341.00	2	1238	2,476
7) 1,342.00 a 1,548.00	2	1475	2,890
TOTAL	54		34,146

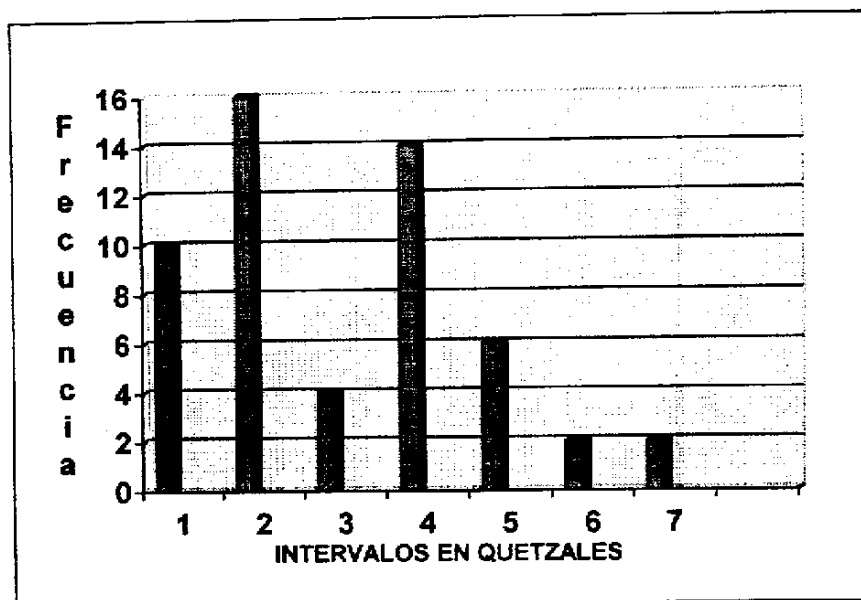
$$X = \Sigma FX / n \text{ Q } 632.33$$

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

4 Tipo de control utilizado:

En lo referente al control utilizado en el comercio informal, está supeditado al criterio del comerciante o dueño del negocio; los controles que suelen llevar son subjetivos, no existen documentos que demuestren y normen los tipos de control que aplican.

GRÁFICA 4
SUELDO MENSUAL QUE SE ASIGNA
EL COMERCIANTE INFORMAL



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

Según resultados obtenidos de la encuesta, el 50 % afirmaron llevar algún tipo de control en su actividad comercial. Entre ellos se pueden enumerar los siguientes: (ver cuadro No. 6 y gráfica 6)

a) **Inventarios:**

Es realizado empíricamente por el comerciante; en algunas ocasiones en un cuaderno y, regularmente, sólo hace un conteo de su mercadería al final de

CUADRO No. 5

MÁRGENES DE GANANCIAS CON EL

QUE TRABAJA EL COMERCIANTE INFORMAL

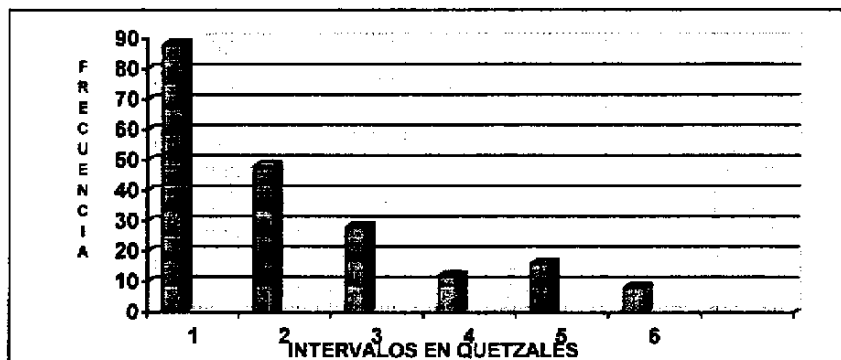
PORCENTAJE DE GANANCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1) De 1 a 10	88	44 %
2) 11 a 20	48	24 %
3) 21 a 30	28	14 %
4) 31 a 40	12	6 %
5) 41 a 50	16	8 %
6) 51 a 60	8	4 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1996.

GRÁFICA 5

MÁRGENES DE GANANCIAS CON EL

QUE TRABAJA EL COMERCIANTE INFORMAL



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1996.

la jornada de trabajo diario. Este control, según análisis estadístico, es el más sobresaliente en un 56% (Ver cuadro y gráfica No. 6)

b) Control sobre ventas;

Este tipo de control lo lleva el comerciante informal, estimando cuáles fueron las ventas netas y determinando así la ganancia total del día.

c) Contabilidad informal:

La contabilidad es otro de los controles que respondió llevar el 4 % de las personas entrevistadas, aunque de manera informal, es decir, no se lleva registrada en libros especiales; sino como un sistema de control muy individual que registra el movimiento de la actividad comercial, que es su medio de subsistencia.

d) Presupuesto:

El presupuesto es uno de los tipos de control que se lleva en el comercio, el 12 % de los casos lo utilizan estimando los ingresos y egresos del día de trabajo, considerando las posibles compras y ventas para continuar con la actividad informal.

e) Cálculo de ganancia:

Este es otro tipo de control que se utiliza en el comercio informal y consiste en determinar al final del día el monto de las ganancias obtenidas del total de ventas realizadas durante la jornada de trabajo. No se lleva a cabo con

exactitud del cien por ciento, dicho cálculo, por el bajo nivel educativo del propietario del negocio, quien se basa en aproximaciones subjetivas.

CUADRO No. 6

TIPO DE CONTROL UTILIZADO POR EL COMERCIANTE INFORMAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
1) Inventario	56	56%
2) Control s/ventas	20	20%
3) Presupuesto	12	12%
4) Contab. Informal	4	4%
5) Cálculos/ganancia	8	8%
TOTAL	100	100%

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1996.

5. ACCESO A CRÉDITO O FINANCIAMIENTO

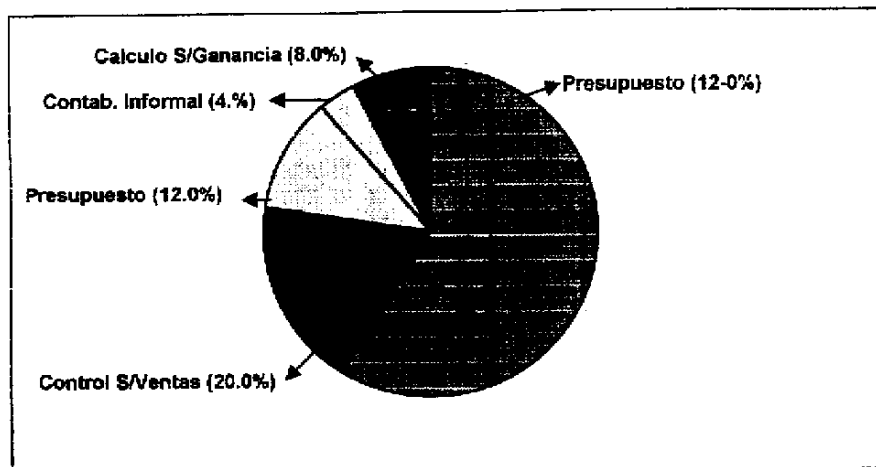
El acceso al crédito por parte de los comerciantes informales es escaso, de los entrevistados únicamente han tenido acceso al mismo el 22% siendo la principales fuentes de financiamiento Génesis Empresarial, prestamistas y familiares. (Ver gráfica No. 7).

Al momento de entrevistar a los comerciantes informales, se obtuvo que los montos más relevantes de los préstamos son de Q 500.00 a Q 1,000.00 y de Q 4,001.00 a Q 5,000.00 (Ver cuadro No. 7).

GRÁFICA 6

TIPO DE CONTROL UTILIZADO POR

EL COMERCIANTE INFORMAL



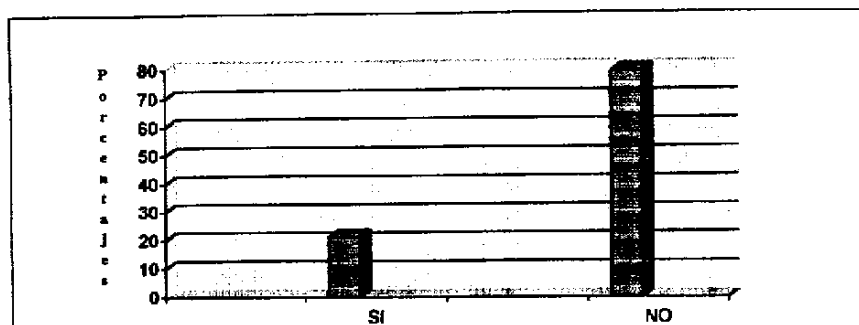
FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

La tasa de interés que pagaron por dichos préstamos, oscilan entre 2.5 % y 10 % mensual.

En relación al tipo de garantía exigida por obtener dicho capital, 55% respondió fiduciaria y el 45 % lo obtuvo sin ninguna garantía ya que el mismo fue otorgado por familiares.

En lo que se refiere al destino que los comerciantes han dado al crédito obtenido, el 100 % respondió haberlo utilizado para la compra de mercadería.

GRÁFICA 7
COMERCIANTES INFORMALES
QUE HAN TENIDO ACCESO A CRÉDITOS



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital, de Guatemala, junio de 1,996.

Según encuesta realizada a comerciantes informales un 22% de ellos han tenido la oportunidad de tener un crédito.

CUADRO No 7
DISTRIBUCIÓN DE LOS COMERCIANTES INFORMALES
POR CAPITAL OBTENIDO EN CRÉDITO

MONTO DEL CRÉDITO	CANTIDAD
De Q 500.00 a 1,000.00	12
1,001.00 a 2,000.00	8
2,001.00 a 3,000.00	4
3,001.00 a 4,000.00	4
4,001.00 a 5,000.00	16
TOTAL	44

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

5. OTROS ASPECTOS

1 Tipo de seguridad y vigilancia:

Entre el tipo de seguridad existente en mercados y calles, donde se desenvuelven diariamente los comerciantes informales, están aquellas organizaciones de autodefensa que han formado ellos mismos, con la finalidad de darse protección ante los numerosos asaltos que se vienen dando en la actualidad debido a la falta de vigilancia de parte de la Municipalidad, Policía Nacional y Policía Nacional Civil.

Según encuesta realizada, se determinó que el 16 % de estas asociaciones en mercados y calles están organizadas por cuadras. Asimismo, los comerciantes que respondieron que existen tales organizaciones, afirman pertenecer a las mismas, porque a través de estos grupos organizados, además de brindarse protección, se ayudan a resolver los problemas relacionados con los negocios.

Sin embargo el 84 % de los entrevistados dijeron que no existe las organizaciones de autodefensa por lo que la inseguridad es imperante en las calles como en los mercados donde se da el comercio informal. (Ver cuadro y gráfica 8).

CUADRO No. 8
ORGANIZACIONES DE AUTODEFENSA
DEL COMERCIANTE INFORMAL.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI EXISTEN	32	16 %
NO EXISTEN	168	84 %
TOTAL	200	100 %

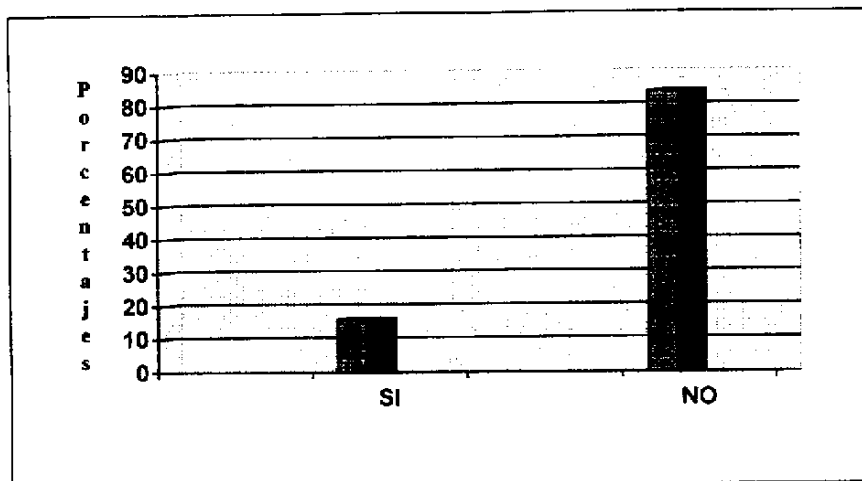
FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

2 Técnicas administrativas empleadas:

En lo que se refiere a técnicas administrativas, los comerciantes informales las desconocen y, por tanto, no son aplicadas en sus comercios. Según información obtenida de la encuesta, las personas dedicadas al comercio lo hacen por necesidad y no han recibido capacitación alguna para manejar su negocio.

Los comerciantes informales carecen de conocimientos y técnicas sofisticadas por lo manejan en forma empírica, la actividad a que se dedican.

GRÁFICA 8
ORGANIZACIONES DE AUTODEFENSA
DEL COMERCIANTE INFORMAL



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

3 Jornada de trabajo:

En este tipo de actividad como lo es el comercio, la jornada promedio de trabajo es de 54 horas a la semana, superior a lo establecido en el Código de Trabajo en relación a la jornada del sector formal, que es de 44 ó 48 horas semanales. En el sector informal se puede observar que cada vez surgen nuevos negocios bajo estas condiciones. (Ver cuadro y gráfica No.9).

CUADRO No. 9
HORAS DE TRABAJO SEMANAL DEL
COMERCIANTE INFORMAL.

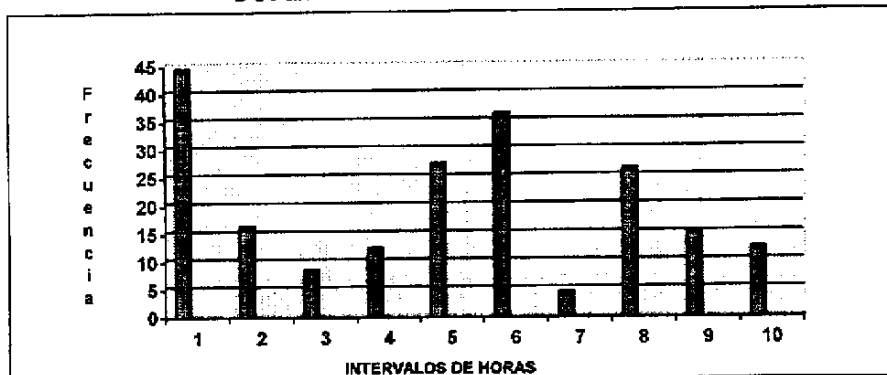
HORAS	F	X	FX
1) De 28 a 33	44	30.5	1,342
2) 34 a 39	16	36.5	584
3) 40 a 45	8	42.5	340
4) 46 a 51	12	48.5	582
5) 52 a 57	27	54.5	1,471.5
6) 58 a 63	36	60.5	2,178
7) 64 a 69	4	66.5	266
8) 70 a 75	26	72.5	1,885
9) 76 a 81	15	78.5	1,177.5
10) 82 a 87	12	84.5	1,014
TOTAL	200		10,840

$$X = \frac{\sum FX}{n} = 54 \text{ Hrs.}$$

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

El 6% de los encuestados manifestó laborar entre 10 y 12 horas diarias durante los 7 días de la semana, esta irregularidad de horarios y la intensidad de trabajo, indica un subempleo invisible que en última instancia representa un ingreso real inferior al que normalmente se reporta. En esta actividad predomina el trabajo unipersonal o individual y familiar.

GRÁFICA 9
HORAS DE TRABAJO SEMANAL DEL
COMERCIANTE INFORMAL.



FUENTE: Encuesta realizada por estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

El 8% de los comerciantes informales entrevistados manifestaron trabajar únicamente en el periodo de la mañana, mientras que el 86 % se dedican a la actividad todo el día.

4 Proyectos a corto, mediano y largo plazo;

Se pudo observar que los comerciantes informales entrevistados, no tienen ningún proyecto, pues debido al bajo nivel de educación, desconocen su significado.

Para ellos un proyecto significa tener la intención o inquietud de hacer alguna cosa, como por ejemplo: comprar un bicicleta, aunque no lo lleven a cabo. Con este criterio respondieron al momento de hacerles la pregunta acerca de que si ¿Tienen algún proyecto a corto, mediano y largo plazo ?. El 24 % respondió que tiene la intención de mejorar el negocio a que se dedica, ampliando la línea de productos, construir su casa de habitación, ya que la misma es indispenable para vivir.

Con esto se puede notar que en el sector informal, el comerciante no tiene ningún proyecto, pero sí tiene necesidades, que desearía satisfacerlas, pues lo manifiestan con las respuestas de inquietud e intención.

El 76 % dijo que las condiciones económicas en cuanto al alza de precios de los productos y nivel de ingresos muy bajos en el país, no le permite alguna inquietud de realizar algo.

5 Expectativas del comerciante informal.

La expectativa de los comerciantes informales no es tan optimista, según resultados obtenidos de la encuesta el 38 % manifestó continuar en las mismas condiciones en las que se inició, debido a la situación económica imperante en el país.

El 30 % asumió una actitud positiva en cuanto afirman que sí es posible mejorar en el futuro. Otro 32 % indica haber empeorado por la situación de su

negocio en relación a años anteriores, de continuar la crisis económica en el país, con alzas de precios de los productos, los comerciantes anticipan condiciones menos favorables para los próximos años. (ver gráfica No. 10).

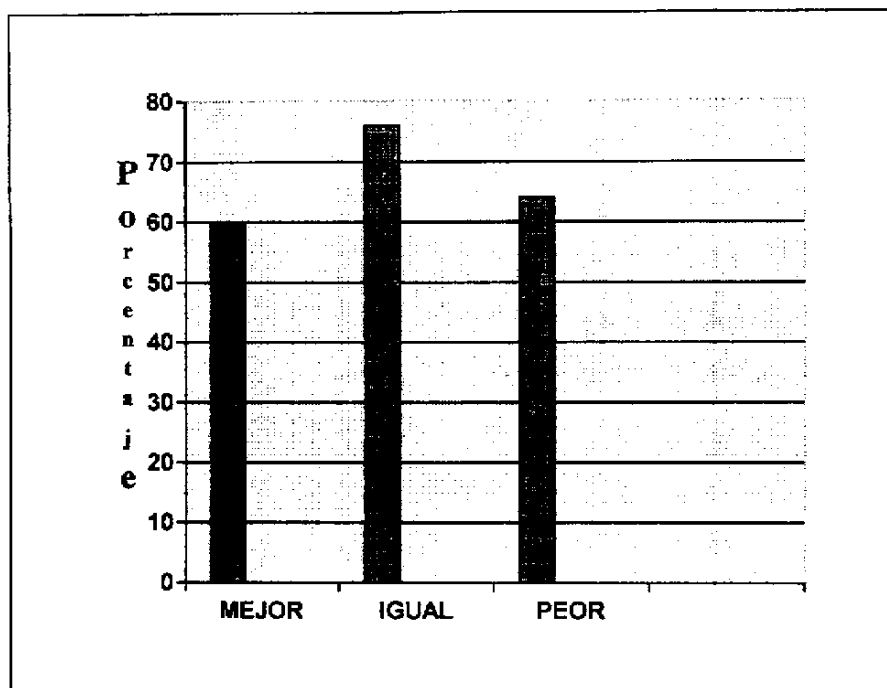
CUADRO No. 10
EXPECTATIVAS DE LOS COMERCIANTES
INFORMALES HACIA EL FUTURO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mejor	60	30 %
Igual	76	38 %
Peor	64	32 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

Según se puede observar, el comerciante informal no es muy optimista en cuanto al futuro de su negocio, la mayoría considera que va a continuar igual.

GRÁFICA 10
EXPECTATIVAS DEL COMERCIANTE
INFORMAL HACIA EL FUTURO



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR INFORMAL DE COMERCIO DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD CAPITAL

A ÁREA ADMINISTRATIVA:

1. Proceso administrativo:

La administración cumple un papel ágil, dinámico y eficaz basado en la necesidad de encontrar las soluciones a los problemas, poniendo en ejecución un proceso que tiene como fin lograr el ordenamiento adecuado.

Dentro del sistema administrativo, se hace necesario la aplicación del Proceso administrativo, porque de manera ordenada ofrece un marco conceptual, amplio y determinado de lo que es la administración, proporciona excelentes fundamentos para su estudio y es aplicable a todo organismo social.

El proceso administrativo es un conjunto de elementos, etapas y fases debidamente coordinadas, para lograr una administración eficiente y dinámica, estas etapas y fases están íntimamente relacionadas entre sí y se les separa únicamente con fines de análisis.

El proceso administrativo constituye un modelo operacional, el cual sirve para que el administrador pueda conseguir y utilizar los recursos de una empresa, transformándolos a través de las fases administrativas: Planeación,

Organización, Integración, Dirección y Control; con el fin de obtener los resultados deseados.

a) **PLANEACIÓN** : Técnicamente este término es desconocido por los comerciantes informales, por consiguiente no es aplicada la planeación formal. Al momento de entrevistar a estas personas el 44 % indica que si planifica, la misma se lleva a cabo en forma empírica, ya que ésta consiste únicamente en proponerse vender una cantidad determinada, en un día de trabajo.

b) **ORGANIZACIÓN**: Según encuesta realizada por el estudiante al comerciante informal, se obtuvo que el 44 % si organiza, la forma como se entiende la organización en el sector informal, específicamente en el comercio, consiste en ubicar en forma ordenada y clasificada los productos disponibles para la venta. En este sector no se define propiamente como una estructuración técnica de relaciones entre funciones y/o niveles jerárquicos, sino únicamente en función de productos disponibles para ser comercializados.

c) **INTEGRACIÓN**: La integración en el comercio informal, en los casos en que se lleva a cabo esta etapa del proceso administrativo, se da sin pasar por los pasos o fases técnicas que exige un caso administrativo formal. En el

comercio informal solamente se busca una persona que desee trabajar bajo las condiciones laborales que el comerciante informal le ofrece, tales como: gozar de un sueldo base, una bonificación para su alimentación. Si la persona está de acuerdo con lo que se le ofrece entonces queda desde ya contratada. Se integra una persona únicamente en aquellos comercios que son un tanto significativos y el propietario ya no puede manejar solo el negocio. Los comerciantes manifiestan que no se puede contratar una persona para atender un comercio que es tan pequeño y que solamente logra su propia subsistencia.

d) DIRECCIÓN : En el comercio informal esta fase del proceso administrativo se lleva a cabo directamente por el propietario, para lograr sufragar gastos personales y para el comercio mismo. Esta dirección es llevada por experiencia propia en un 100 %, ya que los comerciantes informales no poseen conocimientos técnicos.

e) CONTROL: La forma como el comerciante mide los resultados obtenidos en esta actividad es únicamente a través de las ventas del día; por medio de inventarios informales, es decir, sólo un conteo del producto y la observación del movimiento del mismo diariamente.

B. ÁREA FINANCIERA

En lo que se refiere al área financiera, se puede hablar de dos aspectos muy importantes:

1 Capital de trabajo :

Uno de los problemas más comunes que afrontan los comerciantes informales es la falta de capital de trabajo, constituido desde el punto de vista operativo, por efectivo necesario para atender las operaciones que demanda la respectiva actividad, como es la compra de mercadería para la venta.

Según resultados de la encuesta el 40 % de los comerciantes informales presentaron necesidad de capital de trabajo, situación que les ha impedido, en la mayoría de los casos, poder ampliar sus operaciones y tener algún proyecto, como la ampliación física del negocio. La falta de disponibilidad inmediata de efectivo es un problema que afrontan los comerciantes informales por su misma situación, ya que, los ingresos que obtienen lo utilizan para su sustento y no destinan cantidad alguna para ahorro, la parte que dedican al comercio es invertido instantáneamente para la compra de los productos que venden.

2. Financiamiento:

El apoyo institucional de tipo financiero al sector informal y, en particular al comercio, se puede decir que es escaso, ya que son pocas las instituciones que tienen programas de apoyo financiero. Por lo pequeño que

son las unidades comerciales, obtener un crédito en bancos comerciales e instituciones financieras es difícil, ya que las formalidades y exigencias que estipulan dichas instituciones en cuanto a requisitos y garantías, resultan muy distantes de las posibilidades de los comerciantes informales.

Generalmente los comerciantes informales tienen como fuente primaria de financiamiento, a Génesis Empresarial que es una institución privada que se dedica a brindar apoyo financiero a la Microempresa y Pequeña Empresa; otra fuente son la utilidad que obtienen, sin embargo, estos rubros son tan insignificantes que para poder mantener en marcha el comercio, se ven en la necesidad de solicitar préstamos a familiares y amigos. El Banco Empresarial también es una institución de apoyo financiero al sector informal, ya que ofrece crédito a nivel de grupos de 3 a 6 personas.

C ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN:

Esta área incluye lo que es el desarrollo de una serie de operaciones importantes relacionados con el movimiento comercial de los productos, desde el productor hasta el consumidor final. Sin embargo, en el sector informal este componente se ha limitado únicamente a las ventas en sus respectivos puestos de trabajo, ya que los comerciantes no tienen

conocimientos de mercadeo y comercialización para orientarse en la búsqueda de nuevos mercados.

D ÁREA SOCIOECONÓMICA:

Entre las principales características socioeconómicas, según se puede ver en el cuadro No. 11, se estableció que el comercio absorbe a los trabajadores jóvenes y de la tercera edad; así un 60 % oscilan entre las edades de 15 a 38 años mientras que el 40 % entre 39 y 70 años de edad. (Ver cuadro y gráfica No. 11)

CUADRO No 11

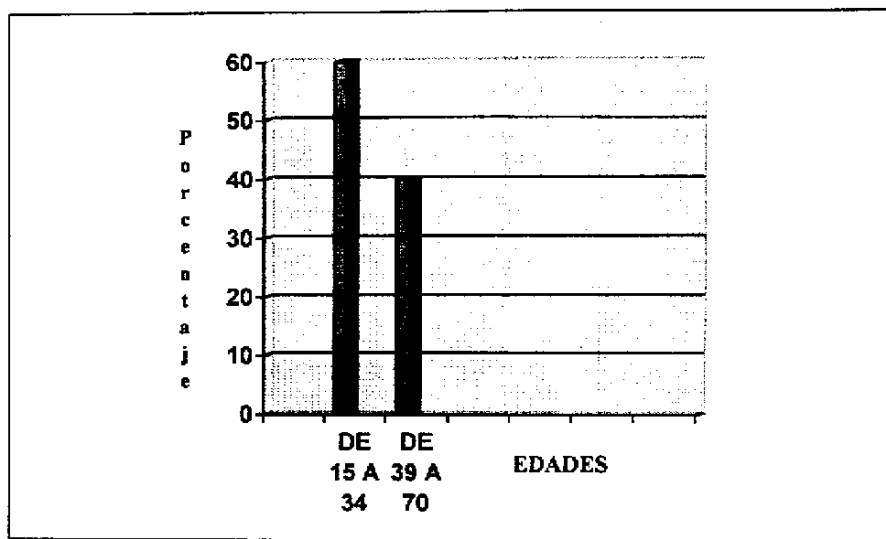
DISTRIBUCIÓN DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LA CIUDAD CAPITAL POR EDADES

EDADES	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 15 a 22	36	18 %
23 a 30	44	22 %
31 a 38	40	20 %
39 a 46	40	20 %
47 a 54	20	10 %
55 a 62	4	2 %
63 a 70	16	8 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE:

Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

GRÁFICA 11
EDADES DE LOS COMERCIANTES INFORMALES



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

En esta gráfica se refleja que el 60 % de los comerciantes informales, oscilan entre las edades de 15 a 38 años (18 %, 22 %, 20 % Cuadro 11), y el 40 % se encuentran entre 39 y 70 años. (20, 10, 8 y 2 %)

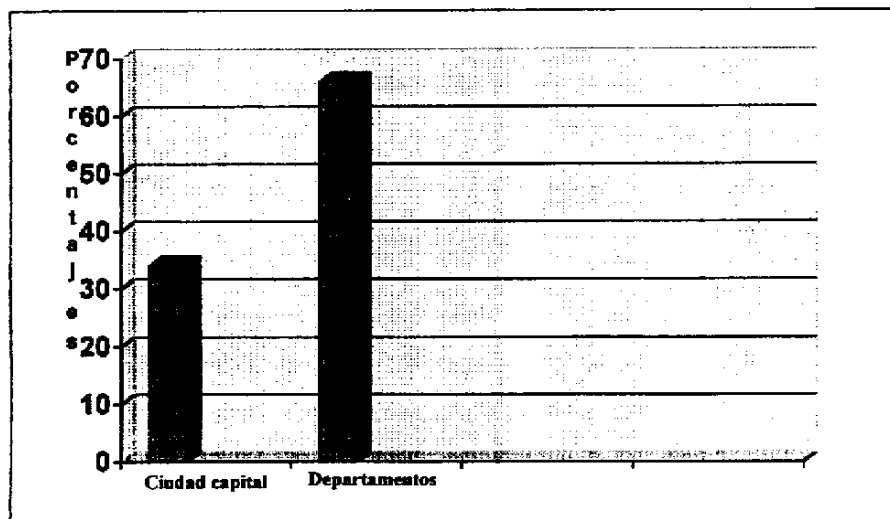
- 1 Procedencia: Se estableció que el 34 % de los comerciantes informales entrevistados son originarios de la ciudad capital, mientras que un 66 % han emigrado de los distintos departamentos, obligados por la necesidad y búsqueda de mejores oportunidades. (ver cuadro y gráfica 12).

CUADRO No. 12
DISTRIBUCIÓN DE LOS COMERCIANTES INFORMALES
SEGÚN SU PROCEDENCIA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ciudad capital	68	34 %
Departamentos	32	66 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

GRÁFICA 12
PROCEDENCIA DE LOS COMERCIANTES
INFORMALES DE LA CIUDAD CAPITAL



FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, Junio de 1,996.

En la gráfica No. 12 se puede ver que la migración del interior del país hacia la ciudad capital, es significativa solamente el 34 % de los comerciantes son de la capital.

- 2 Residencia: De los comerciantes informales que han emigrado hacia la ciudad tienen un tiempo promedio de 15 años de residir en la Capital; solamente se desplazan hacia sus lugares de origen cada semana o cada quince días.
- 3 Composición y situación familiar: El promedio de cargas familiares que los comerciantes tienen es de 5 personas, entre ellas están la esposa o esposo, hijos y, en algunos casos otros familiares como padre de alguno de los conyuges.
- 4 Sexo: En el cuadro No. 13 se puede observar que de las personas que se dedican al comercio informal, en la ciudad capital, el sexo masculino es el predominante (62 %), lo que refleja la falta de fuentes de empleo en el sector formal.

CUADRO No. 13
DISTRIBUCIÓN DE LOS COMERCIANTES
DE LA CIUDAD CAPITAL POR SEXO.

SEXO	PORCENTAJE
Masculino	62 %
Femenino	38 %
TOTAL	100 %

FUENTE: Encuesta realizado por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

5. Nivel educativo: En lo que se refiere al nivel de preparación de las personas que se dedican al comercio, es escaso, al realizar la entrevista se obtuvieron los datos que se presentan en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 14
DISTRIBUCIÓN DE LOS COMERCIANTES INFORMALES
DE LA CIUDAD CAPITAL POR NIVEL DE EDUCACIÓN

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
Alfabetas	92 %
Analfabetas	8 %
TOTAL	100 %

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

De los comerciantes informales que saben leer y escribir, se encontró que el nivel educativo varía según de nota en el cuadro No. 15.

CUADRO No. 15
GRADO DE ESCOLARIDAD DEL
COMERCIANTE INFORMAL

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
Primaria incompleta	67%
Secundaria incompleta	24%
Educación Universitaria Incompleta	2%
Alfabetizados por CONALFA	7%
TOTAL	100%

FUENTE: Encuesta realizada por el estudiante a comerciantes informales de la ciudad capital de Guatemala, junio de 1,996.

6 Tipo de diversiones de los comerciantes informales:

El comerciante como cualquier otro trabajador, tiene diversiones en la medida en que el tiempo se lo permite. Entre ellas están: la Televisión en un 46%, ya que el dedicarse todo el día al comercio no les permite otra alternativa, en algunos comercios pueden tener la televisión en el mismo lugar. El 4% respondió que su diversión es el cine.

El 30% indica que practican deporte, un 11% de los comerciantes informales manifiestan algunas alternativas de diversión tales como: un paseo campestre durante el fin de semana, lectura en casa, escuchar música y/o asistir a su culto religioso. Finalmente el 9% respondió no tener ningún tipo de diversión por dedicarse todo el día al trabajo.

CONCLUSIONES

Como consecuencia de la investigación realizada sobre el Comercio en el Sector Informal en la ciudad capital, se arribó a las conclusiones siguientes:

1. El comercio informal juega un papel importante en la economía del país, ya que contribuye no sólo al proceso de distribución de las mercancías, sino a que las mismas sean adquiridas por el consumidor a menor precio que en el sector formal, contribuyendo a su economía. Para el comerciante informal se convierte en un medio para generar ingresos para su sustento y el de su familia.
2. Se ha comprobado la hipótesis planteada: "El comercio en el sector informal como medio alternativo de subsistencia, se ha realizado sin capacitación previa de las personas que conducen esta actividad sin contar con financiamiento y sin el apoyo de instituciones relacionadas con la misma.
3. Surge a consecuencia de la falta de fuentes de empleo y es obligado a operar por el propio sistema económico social imperante en el país, aún sin las condiciones indispensables para ello.

4. El Sector Informal Urbano ha tenido un crecimiento acelerado, ya que de 1,990 a 1,996, según registros de la Municipalidad de Guatemala, han surgido nuevos establecimientos los que en el área urbana central representan un 3.52% de la PEA y un 38% de crecimiento de dicho sector.
5. Los comercios han surgido como medio de subsistencia del propietario y su núcleo familiar. Desde su origen inician operaciones con escasos recursos y su creación no es producto de un estudio planificado, por tal razón hay un alto porcentaje de comerciantes informales que se encuentran ubicados en lugares aledaños al perímetro de la capital.
6. Los comerciantes informales ubicados en la ciudad capital de Guatemala, ejercen la actividad de compra-venta de mercaderías obligados por el propio sistema económico imperante, donde el excedente de fuerza de trabajo no puede ser absorbido por el sector formal.
7. Dada la condición económica en el país, las oportunidades de subsistencia cada vez son más restringidas, los ingresos que puedan provenir de la actividad principal según encuesta, son cada día insuficientes siendo actualmente una

preocupación, no sólo de los comerciantes informales, sino a nivel de todo el país.

8. Debido a la necesidad de percibir sus ingresos para su subsistencia, la jornada de trabajo promedio del comerciante informal se ubica en un promedio de 54 horas a la semana.
9. El 18% de los comerciantes informales del área metropolitana de Guatemala son analfabetas, realizan su actividad principal en forma empírica.
10. En Guatemala el comercio informal es dirigido por el propietario del negocio en base a su experiencia, como consecuencia de que se ha dedicado a dicha actividad por mucho tiempo; en algunos casos lo consideran como una herencia o tradición familiar y, en otros, se atribuye al escaso grado de escolaridad del comerciante.
11. Se encontraron 3 casos en que los propietarios son personas que han tenido estudios superiores: en estos casos aplican conocimientos, habilidades y capacidad en el manejo de su negocio.

12. Los controles administrativos del comercio informal son inexistentes en un 50 % . Sin embargo, el otro 50% de ellos dijeron tener algún tipo de control como: cálculos sobre ventas, inventarios, presupuestos, cálculo de ganancias, registro de ingresos y egresos y contabilidad informal; la utilización que le dan es empírica y rudimentaria por falta de especialización. Son aplicados según ellos definen dichos controles.

13. Debido al bajo nivel de capital y falta de respaldo económico con que trabajan los comerciantes informales, no es posible tener acceso a fuentes formales de crédito, ya que la rigidez institucional en cuanto a requisitos no les permite cumplir con las estipulaciones establecidas.

14. Dada la situación actual en Guatemala, las expectativas sobre la evolución de los comercios parece ser no muy optimista, ya que de los comerciantes encuestados, un 38% manifestó que la situación de su negocio ha continuado igual en relación al inicio del mismo; el 32 % manifestó que podría empeorar en el futuro, solamente un 30 % se manifestó positivo, ya que cree que podría mejorar.

RECOMENDACIONES

1. Que el gobierno adopte programas con objetivos bien definidos, de beneficio masivo para los pobladores del área rural, para evitar las constantes migraciones del campo a la ciudad de campesinos desposeídos de tierra, que vienen a la capital a emplearse como trabajadores informales, con el fin de sobrevivir.
2. Se debe orientar y capacitar a los comerciantes, técnica y/o administrativamente, acerca del manejo de los negocios a través de cursos sencillos acerca de cómo administrar sus ingresos y cómo relacionarse con los clientes. Estos pueden darse en lugares cercanos a donde realizan su actividad, como por ejemplo: En un sector del mercado el Guarda; en la zona 1, y en otros donde es relevante este comercio.
3. Estos cursos podrían ser impartidos por algunas ONG'S que se dedican a brindar apoyo a las pequeñas y medianas empresas; para que el proceso de distribución de las mercancías hacia el consumidor final y su participación en la economía sean aún mejores.

4. El Ministerio de Educación por medio del Comité Nacional de Alfabetización (CONALFA), debe seguir desarrollando programas de educación, para contrarrestar el grado de analfabetismo, especialmente el de las personas inmersas en actividades del sector informal. Además, se contribuiría a contrarrestar el alto índice de analfabetas existentes en el país.

5. Que el comerciante, como mínimo lleve un registro de sus ingresos y egresos en una libreta o cuaderno, a fin de poder manejar mejor sus recursos disponibles y poder mantener el equilibrio de su negocio; de esta forma se evitaría que todos los posibles ingresos percibidos por las ventas, no sean tomados únicamente para el sustento diario del comerciante, sino también para mantener en marcha el comercio.

6. Que los productos sean exhibidos adecuadamente, protegidos con bolsas de plástico para evitar su deterioro, así como la contaminación, en el caso de los comerciantes que se dedican a la venta de las comidas y otros alimentos preparados, como frutas y verduras.

BIBLIOGRAFÍA

1. CARBONETO, DANIEL, LA HETEROGENEIDAD DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA Y EL SECTOR INFORMAL. En Ariel Batres Villagrán (compilador) Teoría y Estudios sobre el desarrollo de la microempresa. Selección de textos, USAC. Facultad de Ciencias Económicas, PECED. Guatemala, noviembre de 1987
2. FADES- Fundación para el Análisis y el Desarrollo de Centroamérica- EL SECTOR INFORMAL. Estudio sobre el sector Informal de producción y servicios en el Area Urbana Central de Guatemala. Guatemala, FADES y Fundación Friech Naumann. 1,987.
3. INCAE-ROCAP. LA ECONOMÍA INFORMAL EN GUATEMALA. Proyecto de Investigación, Primera edición. Guatemala, marzo de 1,992.
4. KOTLER, PHILIP, FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México, 1,985.
5. Lacabana C. Cariola M, Bethencourt G. Darwich, Fernández, A.T., Gutierrez. CRISIS SOBREVIVENCIA Y SECTOR INFORMAL, ILDIS-CENDES, Primera Edición. Editorial Nueva Sociedad. Venezuela 1,989.
6. OIT. CRÉDITO INFORMAL, Acceso al Sistema Financiero, Editado por Jiménez Mezzera, PREALC. Primera Edición. Chile 1,993.
7. OIT. EL SECTOR INFORMAL QUINCE AÑOS DESPUÉS, PREALC, Santiago Chile, Diciembre 1,987.
8. OIT. LECCIONES SOBRE EL CRÉDITO AL SECTOR INFORMAL, PREALC Programa Mundial del Empleo, Primera Edición Chile 1990.
9. OIT. MÁS ALLÁ DE LA REGULACIÓN, El Sector Informal en América Latina. PREALC, Programa Mundial del Empleo. Primera Edición, Chile 1,990.

10. OIT. VENTAS INFORMALES, Relaciones con el Sector Moderno. Programa Mundial del Empleo, PREALC Primera Edición. Chile Diciembre 1990
11. Pérez Sáinz, Juan Pablo. INFORMALIDAD URBANA, Debate Latinoamericano y Perspectivas de Análisis en Guatemala, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, Guatemala.
12. Pérez Sáinz, J.P. CIUDAD SUBSISTENCIA E INFORMALIDAD, FLACSO-Guatemala, Primera Edición 1,990.
13. R. Menjivar Larin, INFORMALIDAD URBANA EN CENTRO AMÉRICA, FLACSO-Guatemala 1990.
14. Romeuf, Jean, DICCIONARIO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, Editorial Labor, S. A. Madrid, España, 1,966.
15. Rosemberb J.M. DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, Editorial Oceano, Buenos Aires, 1,989.
16. Secretaria General del Consejo Nacional de Planificación. INSERCIÓN LABORAL DEL MIGRANTE AL ÁREA METROPOLITANA Económica, Guatemala agosto 1988.
17. Souza, Paulo Y Victor E. Towman, TEORÍA Y ESTUDIO SOBRE EL SECTOR INFORMAL URBANO, Selección de Textos, Segundo Edición, Guatemala 1990.
18. Terry y Franklin, PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN, Compañía Editorial Continental S.A., Cuarta edición, México 1987.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Boleta de Encuesta a Comerciantes Informales
de la Ciudad Capital de Guatemala.**

Se solicita a usted la colaboración para llenar esta boleta, ya que la información que proporcione será para uso puramente académico.

DATOS GENERALES DEL PUESTO

Tipo de Comercio: _____

Puesto fijo

Puesto Semifijo

En la Vía pública

Ambulante

DATOS GENERALES DEL COMERCIANTE

1) Sexo Masculino Femenino

2) Edad en años : _____

3) Es usted jefe de familia ? SI NO

4) Cuántas personas dependen de usted ? _____

5) Dónde Nació usted _____

6) Qué tiempo tiene de residir en la Ciudad Capital _____

7) Sabe leer y escribir SI NO

8) Cuál fue el último grado aprobado en el aprendizaje ?

Primaria _____ Secundaria _____

Universitaria _____ Específica _____

9) Qué otro tipo de estudios ha realizado ?

Especifique _____

10) Usted que tipo de diversiones tiene ?

Cine

Televisión

Deporte

Especifique: _____

ACTIVIDAD COMERCIAL

11) A qué actividad comercial se dedica Ud. exclusivamente

12) Hace cuánto tiempo o en que año se inició en su actividad ?

13) Cómo se inició en esta actividad ?

Solo

Con otra persona o socio

14) Cómo se encuentra trabajando actualmente ?

Solo

Con otra persona o Socio

15) Cuál es el ingreso mensual que tiene : _____

16) Cuál es el promedio mensual de gastos que tiene _____

17) Cuántas horas y días dedica usted a la semana a esta actividad comercial ? _____

Mañana

Tarde

Todo el día

18) A quién compra el producto que vende ?

Productores

Minorista

Mayoristas

Especifique: _____

19) Con qué frecuencia los compra ?

Semanal Mensual Bimestral
Trimestral

Especifique _____

20) Paga piso de plaza o impuesto SI NO

21) Cuánto Paga _____ cada cuanto _____

22) Antes de dedicarse a esta actividad usted estaba:

Empleado Desempleado

23) Si era empleado por qué dejó de serlo:

Quiebra de la empresa

Despido

Mejorar sus ingresos

Búsqueda de independencia laboral

Especifique _____

24) A parte de esta actividad tiene otra que le proporcione ingresos adicionales:

SI NO

Si es afirmativo diga Qué actividad _____

a) Qué porcentaje de ingresos le proporciona _____

b) Qué tiempo dedica a esa actividad _____

ACCESO A CRÉDITO Y SU DESTINO

25) Ha obtenido algún préstamo para su negocio ?

SI NO

26) Quién le otorgó el préstamo ?

Banco

Cooperativa

Prestamista

Familiar

Especifique: _____

27) A qué tasa de interés recibió el préstamo ?

Mensual

Anual

28) De cuánto fue el préstamo ?

De	Q	100	a	Q	200	<input type="text"/>
	Q	201	a	Q	400	<input type="text"/>
	Q	401	a	Q	600	<input type="text"/>
	Q	601	a	Q	800	<input type="text"/>
	Q	801	a	Q	1000	<input type="text"/>
	Q	1001	a	Q	2000	<input type="text"/>
	Q	2001	a	Q	3000	<input type="text"/>
	Q	3001	a	Q	4000	<input type="text"/>
	Q	4001	a	Q	5000	<input type="text"/>
	Q	5001 Y MAS				<input type="text"/>

29) Qué clase de garantía le exigieron ?

Hipotecaria

Prendaria

Fiduciaria

Ninguna

30) En qué utilizó el préstamo ?

Para la compra de mercadería

Ampliación del local

Pago de algún préstamo anterior

Otra forma de inversión

Especifique: _____

31) Actualmente con cuánto capital está trabajando ? _____

PROBLEMAS EN LA COMERCIALIZACIÓN

32)Cuál es el principal obstáculo para el desarrollo de su actividad ?

- Falta de dinero

- Falta de conocimientos técnicos

- Falta de infraestructura

- Falta de registro legal

- Demasiada competencia

- Falta de clientes

- Problemas con la Municipalidad
y/o inspectores

- Falta de seguridad y vigilancia

33) Cómo lleva su mercadería al lugar de venta :

Camioneta

Vehículo propio

Sus proveedores

Especifique: _____

34) Cómo regresa su mercadería a su vivienda o dónde la guarda:

- La deja en el mismo lugar

- Paga local de almacenamiento

Si paga por dejar su mercadería en el local Cuánto Paga :

- Mensual Q. _____

- Semanal Q. _____

- Diario Q. _____

35) Lleva algún tipo de control interno para el manejo de su negocio:

SI

NO

Si lleva control indique cuál:

- Contabilidad

- Presupuestos

- Registro de ingresos y egresos

- Calculo de sus ganancias

- Inventarios

- Especifique: _____

SITUACIÓN COMPARATIVA DEL NEGOCIO

36) En relación a cuando se inició y como está ahora en su capital que maneja en su negocio es:

	MÁS %	MENOS %	IGUAL %
Capital de trabajo	_____	_____	_____
Ventas	_____	_____	_____
Infraestructura	_____	_____	_____
Ampliación física	_____	_____	_____

GENERACIÓN DE EMPLEO

37) Incluyéndose usted, cuántas personas trabajan en el negocio

38) De las personas que trabajan con usted cuantas son:

Familiares _____ No familiares _____

Familiares Remuneradas _____ No familiares Remuneradas _____

Familiares no Remuneradas _____ No familiares no remuneradas _____

Familiares Sexo: No Familiares Sexo:

Masculino _____ Masculino _____

Femenino _____ Femenino _____

39) Como propietario usted se asigna sueldo:

Cuánto Q. _____ SI NO

Mensual

Quincenal

Semanal

40) Entre cuanto oscila normalmente el ingreso por ventas ?

DE Q. _____ a Q. _____

(mensual)

41) Más o menos cuánto es el porcentaje % de ganancia que usted calcula en el precio de venta

NIVEL DE CAPACITACIÓN

42) Ha recibido algún curso de capacitación relacionado con su actividad ?

SI NO

43) De que tipo de institución lo ha recibido:

Publico Privado

ONG Extranjera

44) Si le ofrecen algún tipo de capacitación cuál de los siguientes cursos le gustaría:

- Administrativo
- Técnico
- Contable
- Legal

Especifique: _____

NIVEL DE ORGANIZACIÓN

45) Planifica usted en su negocio? SI NO

Cómo _____

46) Organiza su actividad comercial SI NO

47) Cómo dirige su negocio:

- Por experiencia
- Por conocimiento que haya recibido

Especifique: _____

48) Cómo lleva sus controles en su negocio:

49) Existe alguna organización o asociación de comerciantes que vele por sus intereses:

SI NO

50) Desde _____ que _____ año
existen: _____

51) Pertenece usted a alguna de ellas SI NO

52) Para pertenecer a ellas se debe pagar alguna cuota:

SI NO

53) Estas organizaciones como están divididas:

Por Cuadras

Por tipo de negocios

Especifique _____

54) Le ayudan a resolver sus problemas estas organizaciones o asociaciones comerciales :

SI NO

Otorgándole préstamos

Dándole asesoría

Dándole protección

Especifique _____

EXPECTATIVA HACIA EL FUTURO

55) Dadas las condiciones actuales de su negocio así como del país, cómo ve usted el futuro de su negocio?

Mejor Igual Peor

56) A su criterio indique 2 necesidades más importantes que tenga en su negocio:

57) Qué proyectos tiene usted a corto, mediano o largo plazo ?

58) Su actividad comercial está controlada o regulada por la Municipalidad o alguna otra institución.

SI NO