



SECRETARÍA  
**DE EDUCACIÓN**  
GOBIERNO DE CHIAPAS

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN ESTATAL  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CLAVE.07PSU0075W.

RESOLUCIÓN: PSU-65/2006 VIGENCIA: A PARTIR DEL CICLO ESCOLAR 2006-2007

TESIS:

**“SITUACION DE LOS COMERCIOS AMBULANTES EN  
EL CENTRO DE OCOSINGO CHIAPAS.”**

PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
**LICENCIADO EN CONTADURIA PUBLICA**

PRESENTADO POR:

**FRANCISCO GUZMAN RUEDA**

ASESOR DE TESIS:

OCOSINGO, CHIAPAS; A 17 DE FEBRERO 2021.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El aumento excesivo de los comercios ambulantes en las calles del centro de la ciudad de Ocosingo Chiapas, desde hace aproximadamente 8 años ha sido una situación económica y social que debe ser atendida, ya que los comerciantes por no contar con espacios adecuados, presentan bajo nivel de ventas en sus actividades, y a su vez obstruyen el paso de las personas y de los transportes que circulan todos los días en las calles principales de esta ciudad.

Lo anterior, ha sido motivo de accidentes y daños en los productos que se ofertan en dichos comercios informales, de ahí la importancia de investigar y analizar la situación económica de estos comercios, así como las estrategias que emplean para ofertar y vender sus productos; así mismo poder conocer cuáles son los productos que ofertan.

Por otra parte, identificar su impacto en la sociedad, considerando que las personas que se dedican a esta actividad comercial, cuentan con capital inicial bajo y en algunos casos; porque es su única oportunidad para satisfacer sus necesidades básicas, buscando sus propias fuentes de ingreso, en ser emprendedores con deseo de un mejoramiento económico en sus familias.

Otra de las inquietudes por realizar la investigación en los comercios ambulantes, es que los comerciantes no cuentan con agua potable y espacios sanitarios durante sus actividades, una de las causas principales que exista esta situación es por no contar con espacios que permita desarrollar sus actividades de manera eficaz, y aunque se ha buscado solucionar por las autoridades implementando espacios aislados del centro de la ciudad como el caso de la apertura del nuevo mercado ,pero no favorece a los comercios ambulantes; por ello es importante la iniciativa de buscar alternativas que beneficie para dar solución a esta situación.

De manera que influyen en beneficio de la sociedad para brindar bienes y servicios que satisfagan las necesidades humanas, y por lo tanto merecen espacios dignos para ejercer sus actividades, pero sobre todo cumplir con la obligación de contribuir al gasto público.

# **PREGUNTAS DE INVESTIGACION**

## **Pregunta primaria:**

¿Qué estrategias de negocio emplean para vender sus productos?

## **Preguntas secundarias:**

¿Cuál es la situación económica de los comercios ambulantes en las calles centrales de Ocosingo?

¿Cuáles son los bienes y servicios que ofertan?

¿Qué opinan los comerciantes respecto a los ingresos que les genera la venta de sus productos?

¿Qué ventajas y desventajas presentan realizar actividades comerciales en los espacios públicos?

# HIPÓTESIS

Los comercios ambulantes brindan mejores servicios, vendiendo sus productos y servicios de calidad a un mejor precio en beneficio de la sociedad, sin afectar a las calles principales de la ciudad de Ocosingo; si se les otorga espacios dignos, así como pequeños techos desmontables con una dimensión que se ajuste y adapte a sus necesidades, para poder implementar la estrategia en que los artículos que ofrecen estén bien acomodados y de manera ordenada, para que estén a la vista del consumidor y favorezca la venta.

## **Variables**

**Independiente:** La situación económica de los comercios ambulantes.

**Dependiente:** Espacios dignos para vender.

# OBJETIVOS

## General:

- ❖ Analizar la situación económica de los comercios ambulantes en el centro de la ciudad de Ocosingo Chiapas, y las condiciones que existe en los espacios donde interactúan, para buscar estrategias que beneficien el desarrollo económico y social.

## Específico:

- ❖ Identificar cuáles son los bienes y servicios que brindan los comerciantes y conocer las estrategias que emplean para la publicidad y venta de sus productos.
- ❖ Conocer la situación que experimentan los comerciantes durante los horarios laborales, en relación a las condiciones del espacio, para tener idea y buscar soluciones que favorezcan en sus labores.
- ❖ Identificar las ventajas y desventajas de realizar actividades comerciales en lugares públicos, ante la falta de espacios óptimos para su desarrollo.

- ❖ Conocer la opinión de los comerciantes referente a sus ingresos en relación a las actividades que realizan.

## **JUSTIFICACION**

El deseo de investigar este tema denominado; la situación de los comercios ambulantes en el centro de Ocosingo Chiapas, es para mostrar un panorama general de la situación económica de dichos establecimientos informales y de las condiciones donde realizan sus actividades.

En la actualidad ha sido evidente el aumento de estos comercios en las calles de la ciudad, de manera que benefician a la sociedad al brindar bienes y servicios para satisfacer necesidades humanas, a las personas que viven en la ciudad o a los vienen de distintas comunidades del municipio.

Por ello la importancia de esta investigación para conocer cuáles son los productos y que estrategias emplean para ofertar en el mercado ante la demanda que existe actualmente, y así mismo conocer la opinión de los comerciantes respecto a sus ingresos por las ventas que realizan.

Por lo tanto, debe existir una iniciativa por parte de las autoridades del municipio para apoyar a los comercios ambulantes, brindando espacios adecuados donde puedan vender sus productos en condiciones favorables y así mejorar los comercios, para brindar oportunidades de desarrollo económico, y a si mismo contribuir al gasto público, a través del pago de derechos.

## **MARCO TEORICO**

### **Historia del comercio**

El origen del comercio se pierde en las nebulosidades de los siglos, pues reducido al acto del cambio directo, o sea del trueque de unas cosas por otras se remonta a los tiempos bíblicos, porque los primeros hombres que poblaron la superficie terrestre no pudiendo vivir en absoluto aislamiento para librarse de las fieras ni bastarse a sí mismos para subvenir a sus necesidades, tuvieron que reunirse en familias para formar tribus y comerciar entre sí ,permutando los productos del trabajo de cada uno por el producto del trabajo de cada semejante; sin duda los pueblos antiguos traficaron unos con otros en mayor o menor grado, y el comercio surgió.( Helguera & García 2010 p. 1).

## **Antecedentes históricos del comercio ambulante**

El comercio como actividad económica realizada por el hombre en sociedad tiene sus antecedentes en las primeras manifestaciones de la cultura, cuando se comprendió la necesidad de realizar el intercambio de objetos y productos para la satisfacción de necesidades humanas.

Entre los modos históricos de realizar el intercambio, se encuentran aquellas que no presentan espacios específicos destinados de manera *ex profesa* por las normas socioculturales y económicas de la sociedad para realizar actos de intercambio; en ellas se enmarca el comercio ambulante.

El comercio ambulante como producto del proceso histórico de la división social del trabajo se encuentra profundamente enraizado en la historia económica de los pueblos. (Mendoza & García: 1994, 12).

Considerando lo que menciona el texto anterior, el comercio ambulante se originó desde que el ser humano comprendió que debe satisfacer sus necesidades, a través de una pequeña inversión para generar un ingreso que permita cubrir sus necesidades básicas, de ahí surge la venta e intercambio de bienes y servicios en espacios públicos.

## **Definición de comercio ambulante**

En México, se distingue entre los vendedores ambulantes y aquellos que tienen puestos fijos o semifijos. Asimismo, entre aquellos que venden bienes o servicios. (Comercio ambulante, 2005 pag.4).

De acuerdo al párrafo anterior, menciona que los vendedores ambulantes son todas aquellas personas que se dedican a la venta de sus productos en vías públicas, por ubicarse y ofertar sus bienes y servicios en los espacios donde caminan las personas y circulan transportes.

El comercio ambulante, incluye diferentes actividades comerciales por lo cual es necesario recurrir a una agrupación de negocios de acuerdo con sus similitudes estructurales, de bienes y de servicios. Los vendedores ambulantes no son un grupo homogéneo; su categorización se hace con base en el tipo de productos que comercializan, el lugar y los medios que utilizan para vender, así como su estatus. El oficio de la venta ambulante puede ser una fuente de trabajo primario a tiempo completo o un trabajo secundario a tiempo parcial. (Díaz, 2015 p.162).

Considerando el texto anterior, el comercio ambulante son pequeños establecimientos donde se realizan ventas de distintos productos que satisfacen necesidades humanas, es decir; cada comerciante tiene sus

productos a ofertar donde existen trabajadores, bien sea el propietario del negocio u otra persona que reciba una remuneración a cambio de su labor.

## **Características de los vendedores ambulantes**

Los vendedores ambulantes son emprendedores no formalizados que comercializan productos y servicios teniendo como lugar de operación la vía pública. La manera de administrar su negocio es producto del conocimiento empírico que desarrollan cada día. Una sola persona puede ser la encargada de todas las funciones administrativas de su venta ambulante, desde planear, controlar, buscar los recursos, vender, prestar un servicio al cliente, manejo de caja, control de calidad, apropiación de un espacio público y promociones. Muchos de estos negocios son móviles, la persona surte sus insumos, se encarga en casa de adelantar algunos procesos incluyendo la limpieza de su estructura y, en el caso de las comidas callejeras, de preparar algunos alimentos para que a la hora de su venta solo tenga que ensamblarlos y brindárselos a sus clientes.

Es común ver cómo estas personas ofrecen una cantidad de productos a muy bajo costo y cerca a lugares de alta circulación de personas como lo son las universidades, colegios, empresas, eventos culturales o artísticos y sitios deportivos. Según Arambulo III, (1995) *“Los ingresos medios de un trabajador en el sector de la venta callejera de alimentos son más altos, a veces hasta tres o incluso 10 veces mayores que el salario mínimo nacional”*. (p.98).

En relación al texto previamente citado, se comprende las características del comercio ambulante, como vendedores que se dedican a la venta de bienes y servicios en las vías públicas, que por lo regular cada comerciante se encarga de todo el proceso administrativo y de realizar sus actividades comerciales, lo que implica bajos costos para generar utilidades por la venta de sus productos.

## **METODOLOGIA**

Una de la expectativa fundamental para recopilar información en esta investigación, va a ser mediante el uso de la tecnología, es decir a través de las páginas de internet, con el empleo de computadora y celular para indagar y descargar información, así como libros digitales, pdf y videos, que permita lograr un conocimiento amplio y eficaz sobre el tema del comercio ambulante en las calles principales de la ciudad de Ocosingo, Chiapas.

También se va realizar un recorrido en la calle principal de la ciudad de Ocosingo, de acuerdo a las medidas sanitarias por la pandemia; para observar desde una cierta distancia el comportamiento de los comercios ambulantes y conocer cuáles son los productos que ofertan, así como las estrategias de

ventas que emplean para la venta de sus productos, al mismo tiempo observar la estructura y situación de los espacios donde se encuentran establecidos, y así buscar alternativas que favorezcan al mejoramiento de la situación económica de los comerciantes que ofertan bienes y servicios la vía pública.

## **Tipo de investigación**

Se considera una investigación no experimental, porque la información se va obtener de la investigación en documentos y en las páginas web, descargas de pdf, libros y revistas digitales disponibles en internet, se realiza la descripción y se explica de manera precisa la situación económica de los comercios ambulantes en el centro de la ciudad de Ocosingo sin la posibilidad de existir manipulación y cambios en la variable del tema objeto de investigación que son, independiente :la situación económica de los comercios ambulantes y dependiente: espacios dignos para vender .

## **Enfoque**

La investigación se fundamenta en un enfoque cualitativo, considerando que la descripción de su contenido, está basada a los resultados de la información obtenida de la investigación documental, entrevistas y en la observación sobre

el comportamiento de los sujetos participantes, que son elementos básicos del tema de investigación.

Con base a ello, comprender y analizar el fenómeno y la situación económica del comercio ambulante en el centro de la ciudad de Ocosingo, Chiapas; para buscar estrategias que favorezcan el desarrollo de sus actividades.

## **Técnicas e instrumentos**

### **Entrevista**

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema”. Heinemann propone para complementarla, el uso de otro tipo de estímulos, por ejemplo, visuales, para obtener información útil para resolver la pregunta central de la investigación.

Se argumenta que la entrevista es más eficaz que el cuestionario porque obtiene información más completa y profunda, además presenta la posibilidad de aclarar dudas durante el proceso, asegurando respuestas más útiles.

La entrevista es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos. La entrevista en la investigación cualitativa, independientemente del modelo que se decida emplear, se caracteriza por los siguientes elementos: tiene como propósito obtener información en relación con un tema determinado; se busca que la información recabada sea lo más precisa posible; se pretende conseguir los significados que los informantes atribuyen a los temas en cuestión; el entrevistador debe mantener una actitud activa durante el desarrollo de la entrevista, en la que la interpretación sea continua con la finalidad de obtener una comprensión profunda del discurso del entrevistado. Con frecuencia la entrevista se complementa con otras técnicas de acuerdo a la naturaleza específica de la investigación. (Martínez & Valera, 2013, p 163).

De acuerdo a lo que menciona el texto anterior, la entrevista es una técnica que se da mediante la conversación de dos o más personas, para recopilar información en la investigación de un tema determinado, los elementos participantes en este proceso comunicativo es el investigador y el sujeto participante en el fenómeno de investigación, es decir; el entrevistador y el

entrevistado. Cabe mencionar que mediante la colaboración de ambos se hace posible lograr los objetivos previstos para la entrevista.

Se ha decidido emplear la entrevista como técnica e instrumento de recopilación de información, porque es una herramienta que permite obtener información precisa mediante la interacción comunicativa con los comerciantes sobre el tema de la situación del comercio ambulante del centro de Ocosingo, propuesto a investigar; para describir, comprender y analizar ampliamente los resultados obtenidos de la entrevista.

### **Observación**

La observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer ,es decir es captar de la manera más objetiva lo que ocurre en el mundo real ,ya sea para describirlo ,analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica.(campos & Lule,2012,p. 5)

Otra de las técnicas para obtener información en esta investigación es a través de la observación que se va realizar a los comercios ambulantes durante el recorrido, para observar que productos venden, cuáles son sus estrategias de venta y la situación de los espacios donde están ubicados.

## **Delimitación de la población**

**Población:** Av. Segunda sur oriente, en el centro de la ciudad de Ocosingo Chiapas; donde todos los días, hombres y mujeres ofrecen sus productos a través de los comercios ambulantes, es decir; son comerciantes que ofertan sus bienes y servicios en los espacios públicos.

**Muestra:** Desde la calle primera oriente norte, hasta la calle las canelas; espacio donde se ubican los comercios ambulantes que ofertan productos, así como: gorra, cinturón, reloj, ropa y frutas. En el recorrido se va a entrevistar a 7 vendedores entre ellos 4 hombres y tres mujeres.



Imagen obtenida de google maps (febrero 07,2021)

## **Instrumentos**

La estrategia para la recolección y obtención de la información en la investigación, es mediante el empleo de una guía de entrevista; en donde se plantean las preguntas relacionados al objeto de estudio, y así mismo; para apoyarse en el momento de entrevistar al comerciante de manera que logre brindar su opinión, para obtener y conocer de manera clara y confiable la información del comercio ambulante.

Otra de las estrategias a considerar durante la técnica de campo, es el registro de observación, donde se describe los resultados de la observación a cerca dl comportamiento, los productos y las estrategias que emplean para la venta de sus productos.

## **Equipos**

En esta investigación, se considera un costo estimado de \$2000.00 en la compra de fichas de internet para la investigación documental, y traslado en la realización del recorrido en la calle del centro de la ciudad de Ocosingo Chiapas para llevar a cabo la observación y la entrevista a los comercios ambulantes durante la investigación de campo. A continuación, se especifican los equipos electrónicos disponibles para realizar la investigación:

**Teléfono celular.** Se utilizará para tomar fotografías y realizar grabaciones de los comentarios que se generen; de acuerdo a los argumentos del entrevistado y entrevistador apoyado de la guía de entrevista elaborada con anterioridad.

**Computadora.** Su empleo será para capturar toda la información obtenida de la investigación documental, así mismo de los resultados que se obtengan de la observación y entrevista a los comerciantes ambulantes.

Y de todo el proceso de captura para la elaboración de los apartados que contenga la investigación.

**Internet.** El servicio se utilizará para ingresar a las páginas de internet e investigar y descargar la información en libros digitales y pdf relacionada al tema de investigación.

**Tabla de apoyo.** se usara de apoyo al momento de la entrevista para la descripción de las respuestas que se obtengan en la entrevista y del registro de observación.

**Silla y escritorio.** Se le dará uso, para colocar la computadora en el momento de capturar la información que se obtiene durante el proceso de investigación.

**Hojas blancas, bolígrafo y lápiz de carbón.** Durante la investigación de campo se utilizarán para escribir los resultados de la entrevista, y para realizar las anotaciones durante la investigación documental.

## **Procedimiento**

Para iniciar con la investigación en la fase de campo, el primer día se contactará con uno de los comerciantes ambulantes quien se le pedirá que brinde información de los demás vendedores, así como números de teléfono; para poder comunicarse a través del teléfono celular con la aplicación de WhatsApp, se contactará con cada uno de los comerciantes propuestos a entrevistar, con la finalidad de comentarles que serán entrevistados y así mismo considerar el horario en que se encuentran disponible.

En el segundo día, se dará inicio con la entrevista de manera presencial, tomando en cuenta las medidas sanitarias por la pandemia; entrevistando a dos comerciantes ambulantes, uno que vende gorras y el otro dedicado en la venta de relojes.

Y el tercer día, se hará la entrevista a dos comerciantes que ofrecen productos medicinales y sandalias.

Después, ya en el cuarto día; se entrevistará a las siguientes dos personas que comercializan cinturones y artículos de joyería.

Y para concluir, en el quinto día; se realizará la entrevista a un comerciante que ofrece juguetes.

## **Técnica de análisis y procesamiento de la información**

De la información obtenida de la entrevista y observación del comportamiento y estrategias de venta de los comercios ambulantes en la fase de investigación en campo, se empleará una técnica de análisis y procesamiento ; mediante un cuadro comparativo para comparar y clasificar los resultados y así conocer la situación de manera concisa de cada comercio, lo que permitirá tomar decisiones y brindar alternativas que contribuyan a la implementación de estrategias de ventas para beneficiar en sus actividades a los comerciantes del centro de la ciudad de Ocosingo Chiapas.

## **Límite de tiempo y espacio**

Para llevar a cabo la fase de investigación de campo y el procesamiento de toda la información que se obtenga, se considera un lapso de tiempo en tres semanas; tomando en cuenta que, por algún caso, en los días programados para la entrevista surjan imprevistos, así como la ausencia de la persona que se va a entrevistar.

Y para la investigación documental incluyendo la redacción y la captura de toda la información para la elaboración del trabajo de investigación se considera un periodo de 5 meses.

Y el espacio para realizar la entrevista y la observación va a ser en los lugares donde se encuentran ubicados los comercios ambulantes en la avenida segunda oriente sur en el centro de la ciudad de Ocosingo Chiapas.

# CRONOGRAMA

ACTIVIDAD/SEMANAS	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Tema	█																							
Delimitación del tema	█	█																						
Referencias				█	█																			
Planteamiento del problema	█	█	█																					
Justificación			█	█																				
Objetivos		█	█																					
Marco teórico			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█			
Protocolo			█	█	█	█																		
Hipótesis		█	█	█																				
Fuentes																						█	█	
Experimentación/trabajo de campo											█	█	█	█										
Capítulo 1	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█														
Capítulos											█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█			
Resultados																		█	█	█	█	█		
Análisis de datos															█	█	█	█						
Conclusiones																						█	█	█
Introducción																							█	
Agradecimientos																						█		

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Libros

Álvaro de la Helguera, (2010). Manual práctico de la historia del comercio.

Amador Vázquez Samuel, Rodríguez Korn Fabio & Cordero Méndez Eusebio Arnulfo, (2019). Comercio ambulante en el contexto del marco jurídico que regula la actividad comercial en México. DIKE, Revista de investigación en derecho, criminología y consultoría jurídica Benemérita universidad autónoma de Puebla, México E-ISSN:2994-0708 /Año 13 núm. 25, abril-septiembre de 2019/ pp. 345-367.

Chemes José María & Etcheverría María Belén, 2018.Economía y comercio informal: algunos conceptos previos.

Jerome M.J. Monnet, CEMCA, 2005.Conceptualización del ambulante, de los vendedores a los clientes: un acercamiento a la metrópoli posfordista.

Saldarriaga Díaz Juan Miguel, Vélez Zapata Claudia & Betancur Díaz Gabriel, 2015.Estrategia de mercadeo de los vendedores ambulantes.

## Web

Centro de estudios sociales y de opinión pública, Reporte temático num.2, comercio ambulante 2005:(Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/Cesop/>. Consultado el: 25 de enero 2021).

Moraes Schultz Laura (2009). EL COMERCIO AMBULANTE EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN, UN ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.  
Dirección estable: (<https://www.aacademica.org/000-062/897> . Consultado el: 02 de febrero 2021).

Ocosingo, ciudad del estado mexicano de Chiapas. Obtenido de:(<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Ocosingo&oldid=133076379>. Consultado el 05 de febrero 2021).