

## IRREGULARIDAD PRECIOS Y REGISTROS CONTABLES EN LA ECONOMÍA POPULAR DEL MERCADO SAN ALFONSO, RIOBAMBA, 2019.

### **María Procel Silva**

✉ maprocels@epoch.edu.ec

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo -  
Ecuador

### **Homero Suárez Navarrete**

✉ hsuarez@epoch.edu.ec

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo -  
Ecuador

### RESUMEN

El análisis de un mercado es un tema complejo visto desde otra perspectiva y por lo cual se debe detallar sus beneficios y encontrar sus dificultades para mejorarlas, es por ello que se realizó un estudio sobre el mercado pero de forma más específica y el presente trabajo se enfocará en la irregularidad de los precios, puesto que, una variación en los precios puede mejorar o perjudicar la economía de una comunidad o cantón, dependiendo donde se encuentre ubicado el mercado, en este caso es el mercado San Alfonso en Riobamba. En consecuencia, para realizar este análisis nos enfocamos en un nivel exploratorio y se toma como referencia la información secundaria, como fuente son las tesis, artículos científicos, repositorios y plataformas académicas como antecedentes, previo a la información primaria se usó a la encuesta como herramienta principal conjuntamente con la observación directa, puesto que, este es un trabajo de enfoque cualitativo. Finalmente se concluye que, los comerciantes internos del mercado San Alfonso, desconocen las variaciones de sus precios a causa de no llevar un registro contable donde se detalle cuáles son sus ingresos, gastos o todo rubro referente a la actividad que desarrollan.

**Palabras Claves:** Mercado, Irregularidad, Precio y Registro Contable

### ABSTRACT

The analysis of a market is a complex issue seen from another perspective and for which you should detail its benefits and find its difficulties to improve them, that is why a study was carried out on the market but in a more specific way and the present work is will focus on the irregularity of prices, since, a variation in prices can improve or harm the economy of a community or canton, depending on where the market is located, in this case is the San Alfonso market in Riobamba. Consequently, in order to carry out this analysis, we focus on an exploratory level and take secondary information as a reference, as the source are theses, scientific articles, repositories and academic platforms as background, prior to the primary information the survey was used as the main tool together with the direct observation, since, this is a work of qualitative approach and it is taken as a sample of the 500 internal merchants to 61 of them to carry out the study in the San Alfonso market which is the population that the focus has been on present work. Finally, it is concluded that the internal merchants of the San Alfonso market are unaware of the variations in their prices because they do not keep an accounting record detailing their income, expenses or any item related to the activity they develop.

**Keywords:** Market, Irregularity, Price and Accounting Register.

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar este problema sobre las irregularidades de los precios y el registro contables que acontece al mercado San Alfonso, en Riobamba, la estructura del artículo es la siguiente: primero se analizará la parte metodológica del artículo, segundo el marco teórico con los resultados más relevantes de las encuestas, después las deducciones y las debidas conclusiones y referencias, como punto final estarán las referencias de donde se basó el artículo científico para realizar el debido análisis.

Hoy en día es común encontrarse con la irregularidad de los precios presentes en todos los mercados lo cual ocasiona la aparición de una competencia injusta a gran o menor escala, también puede generar nuevos conflictos como la creación de otros mercados externos ilegales, en el caso puntual de los mercados municipales se generan los vendedores ambulantes o comerciantes externos, pero de forma más crucial se genera conflictos internamente, porque de un mercado a otro pueden variar centavos por un determinado producto o entre los mismos puestos, por lo cual esto llega a perjudicar la estabilidad de la economía de una comunidad o cantón, sin embargo dejando de lado lo dicho anteriormente, también existe esta irregularidad por la falta de un registro de las operaciones diarias que realiza cada comerciante y muchos de los casos es por falta de educación contable sobre las operaciones que realizan y la importancia de hacerlo para poder reconocer sus ganancias y gastos para poder mejorar la economía de los mismos comerciantes y de la población. (Zapata, 2011)

Finalmente se concluye que, los

comerciantes internos del mercado San Alfonso, desconocen las variaciones de sus precios a causa de no llevar un registro contable donde se detalle cuáles son sus ingresos, gastos o todo rubro referente a la actividad que desarrollan.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización del presente trabajo, este se ubicará en un nivel exploratorio de la investigación porque se dedicó a realizar un análisis sobre la irregularidad de los precios y si existe o no un registro contable de parte de los comerciantes internos, para el mismo se tomó como referencia esencial la información primaria utilizada por medio de la encuesta como herramienta para la obtención de datos y como apoyo, la información secundaria encontrada en plataformas virtuales seguras, tesis, repositorios, artículos científicos, entre otros, y todo con un enfoque cualitativo porque se busca detallar de carácter general como es la irregularidad, mas no se enfocó en el ámbito cuantitativo porque no se estudió los índices de variación de los precios sino solo se reconoce el problema, características y posibles motivos por el cual existe esta irregularidad.

Para la realización de la encuesta se tomó en cuenta a los 500 comerciantes internos del mercado San Alfonso y se procedió a realizar un cálculo para determinar la muestra con la cual se va a estudiar mediante la siguiente fórmula para datos finitos:

### FÓRMULA PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA DE POBLACIONES FINITAS

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población

Z = coeficiente del grado de Seguridad

Seguridad del 90% = coeficiente de 1.645

Seguridad del 95% = coeficiente de 1.96

Seguridad del 97.5% = coeficiente de 2.24

Seguridad del 99% = coeficiente de 2.576

p = proporción, si es del 5% equivaldría a 0.05, en una escala de precisión de 1- 9

q = 1 – p (por ejemplo: 1 – 0.05 = 0.95)

d = precisión (se recomienda un 5%)

### EJEMPLO

$$n = \frac{500 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (500 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 61$$

El valor resultante es la muestra tomada en cuenta para realizar las debidas encuestas en el mercado San Alfonso.

### Los Mercados Municipales

En base al análisis, cabe iniciar describiendo que, los primeros mercados que data la historia son desde la aparición del trueque, que es el intercambio de bienes entre las personas, y a consecuencia de la aparición del dinero se comenzó a desarrollar ciertas leyes o códigos para regular este mercado, y posteriormente dio lugar a las grandes empresas que hoy vemos en actualidad. (Medina, 2003)

Es así como podemos definir a un mercado como el conjunto de transacciones, procesos o intercambio de los diferentes bienes o servicios entre los individuos. Hoy en día un mercado se puede encontrar en un lugar tanto físico como digital gracias a los avances tecnológicos, se vuelve más

fácil desarrollar estas actividades. (López, 2010)

Si bien es cierto que en el mercado se intercambia bienes y servicios, también existen diferentes tipos de mercados, uno de ellos son los mercados municipales, aquellos que se dedican a la comercialización de productos perecederos o de primera necesidad y están adaptados a las configuraciones de la demanda, porque el objetivo principal en todo mercado en sí es la de satisfacer las necesidades de los consumidores. (Pilar, 2010)

Antes de estudiar el mercado municipal de San Alfonso, Riobamba, hay que analizar que, a nivel global no se encuentra con un registro exacto de cuántos mercados municipales existen, puesto que esto dependerá de cada ciudad y su forma de gobierno, porque generalmente el alcalde de cada municipio administrará y acorde a las necesidades del lugar, podrá crear o extinguir mercados, pero como guía a nivel mundial, según estudios realizados por la Universidad Complutense de Madrid nos indica que, en “España existen alrededor de 1.149 mercados municipales, una cifra potencialmente alta y a su vez, dan lugar a más de 283.000 plazas de empleo con alrededor de 80.000 puestos dentro de los mercados para realizar las diferentes actividades”. (Groverman, 1996)

A nivel Latinoamérica existen alrededor de 15.120 mercados municipales que se dedican a la venta de los diferentes productos y servicios de primera necesidad, igual no hay un dato específico pero se tiene más o menos un atentado de los índices de mercados municipales a nivel Ecuador, alrededor de 720 mercados, en Chimborazo alrededor de 11 o 12 y en

el cantón de Riobamba si existe un dato específico que son de 10 mercados, el mercado San Alfonso o Simón Bolívar, La Condamine, Mariano Borja o La Merced, Plaza Juan Bernardo de León o Plaza Roja de la Concepción, Pedro de Lizaraburu o San Francisco, Víctor Proaño, Oriental El Prado, Gral. Juan Bernardo Dávalos, La Esperanza 1, La Esperanza 2, Plaza San Francisco o de las Hierbas. (Bravo, 2017) El mercado San Alfonso ubicado en las calles argentino y 5 de junio, en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, este mercado es uno de los más concurridos a nivel cantonal por las diferentes ferias que se realizan y la gran variedad de productos que ofrecen, divididas en diferentes secciones, las ferias que se realizan son los lunes, miércoles y sábados, y su horario de atención es desde las 7 am hasta las 5 pm, “este mercado atrae a una gran cantidad de ciudadanos y por lo general los mismos riobambeños. Un atractivo que hace que los ciudadanos consuman en este mercado es por los bajos precios y la variedad de productos”. (Martínez, 2012)

### **El Precio en los Mercados Municipales**

De las evidencias anteriores podemos advertir que, estos mercados atraen a muchos ciudadanos a consumir los diferentes productos que se ofrece, es así que, las ventas en los mercados municipales son un factor económico importante para el cantón Riobamba y es por ello que se debe de alguna manera regular el precio de los diferentes productos dentro del mercado para que exista una competencia y comercio justo, a su vez, también se busca valorizar más el trabajo de los productores y erradicar los intermediarios, con el fin de que

se genere una mayor ganancia a los productores y los mismo lleven un registro contable como factor regulador de sus ingresos, gastos y utilidades de la venta de sus diferentes productos.

En relación con lo anterior podemos definir al precio como la expresión de un valor, es el valor de un producto dependiendo de la imagen que percibe el consumidor, (Bonta & Farber). También se puede decir que el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio según (Armstrong & Philip) en el libro Fundamentos de Marketing. En conclusión, podemos decir que, el precio es la cantidad de dinero que se entrega o se recibe a cambio de un bien o servicio que se ofrece y se demanda dentro de un mercado.

Reiterando lo dicho, el precio es el valor monetario de un bien o servicio, pero como tal si no se regula el mismo puede generar un comercio injusto y la inestabilidad del mercado, es por ello que se define que la irregularidad de los precios es una malversación, desfalco, cohecho, ilícitos u otra inmoralidad en la gestión o la administración, (Martínez, 2015). En otras palabras, la irregularidad de los precios es la variación del precio en diferentes circunstancias y genera problemas al medio donde se desarrolla.

En el mercado de San Alfonso se estima que, si existe un cierto grado de irregularidad en los precios puesto que los comerciantes internos, en su mayoría no llevan un registro contable de la actividad que realizan, un registro contable es el conjunto de fases mediante el cual se obtiene información financiera y su

respectivo análisis sirve para la toma de decisiones oportunas, en Contabilidad se la conoce como un registro para obtener información y comprobarla. (Buenaño Guijarro, 2009).

### **La Economía Popular y Solidaria**

A continuación, hay que describir que, en las dos últimas décadas del siglo XX, el término economía popular ha sido utilizado de manera general para referirse a las actividades desarrolladas por los que fueron excluidos o nunca consiguieron ingresar al mundo del trabajo asalariado, así como por aquellos trabajadores que, debido a los bajos salarios, buscan en el trabajo por cuenta propia individual o asociativo el complemento de su ingreso. (Coraggio, 2011)

Así mismo, la economía popular es el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales. (Cattani, 2004)

Por otra parte, se refiere a una dimensión de la economía que trasciende a la obtención de ganancias materiales y está estrechamente vinculada a la reproducción ampliada de la vida; estableciendo relaciones sociales arraigadas en los valores de camaradería, reciprocidad y cooperación, los actores de la economía popular desarrollan estrategias de trabajo y supervivencia que buscan no sólo la obtención de ganancias monetarias y excedentes que puedan ser intercambiados en el mercado. (Delgado & Richer, 2001)

Igualmente, se puede decir que son iniciativas económicas cuyo objetivo inmediato es la creación de ingresos, las actividades de la economía popular se encuentran en las acciones espontáneas de solidaridad entre familiares, amigos y vecinos y también en las acciones colectivas organizadas en el ámbito de la comunidad, que tienen como meta una mejor calidad de vida. (Icaza & Tiribia, 2003)

Finalmente, cabe destacar que en esta economía las mujeres son líderes de la cotidianeidad se destacan por su capacidad de crear y activar redes de solidaridad que favorezcan la reproducción de la unidad doméstica y la protección del lugar donde vive la familia. Con el apoyo de redes primarias y comunitarias de convivencia, las iniciativas y emprendimientos de la economía popular pueden ser individuales, familiares o asociativas. (Hintze, 2003)

### **3. RESULTADOS**

Anteriormente mencionado, este mercado genera uno de los mayores ingresos para el municipio de Riobamba y en beneficio de los ciudadanos y ciudadanas de este, este ingreso es a causa de la venta y compra de los productos de primera necesidad o perecederos, diariamente y según encuestas realizadas, los comerciantes internos que cada día realizan esta labor y abarcan la mayor parte del mercado, tienen una edad aproximada entre los 40 y 60 años, y con mayor influencia de carácter femenino.

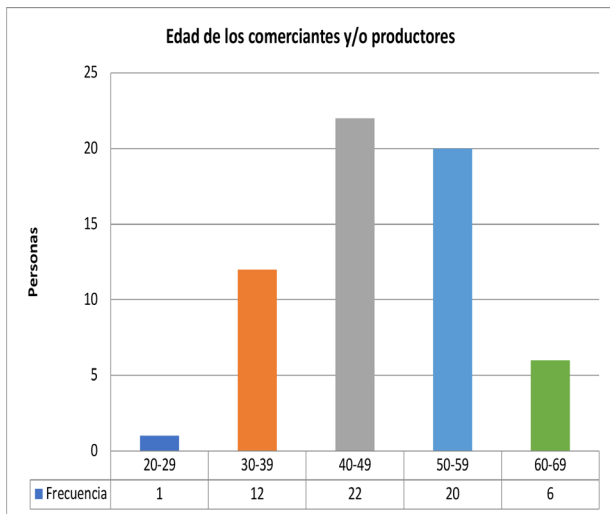


Figura 1: Edad de los comerciantes y/o productores  
Elaborado por: Grupo de Investigación

Los resultados anteriores comprueban la edad de los comerciantes internos, reconociendo que la edad promedio de los comerciantes es desde los 40 a los 49 años de edad y la mayor parte de estos comerciantes son mujeres, pero un punto agravante que se analiza es que la mayor parte de los comerciantes en un 48% son los intermediarios, un 39% los medianos productores y a su vez son intermediarios y un 8% abarcan los pequeños productores, los mismos que no reciben en muchos casos un precio justo por sus productos o aquel reconocimiento por su arduo labor. Sin embargo, muchos de estos intermediarios no pertenecen a una asociación de Economía Popular y Solidaria o simplemente desconocen que existe una.

Enfocándonos más en los precios que posee el mercado San Alfonso se puede decir que estos varían anualmente en un porcentaje bajo pero estos dependerá mucho de las temporadas y horas en las que se desee vender un determinado producto, ya que influye mucho la zona donde se encuentre el mercado, su región

y tiempo de cosecha de los productos para que suban o bajen los precios, claramente en valores monetarios bajos por cada unidad que se desee vender.

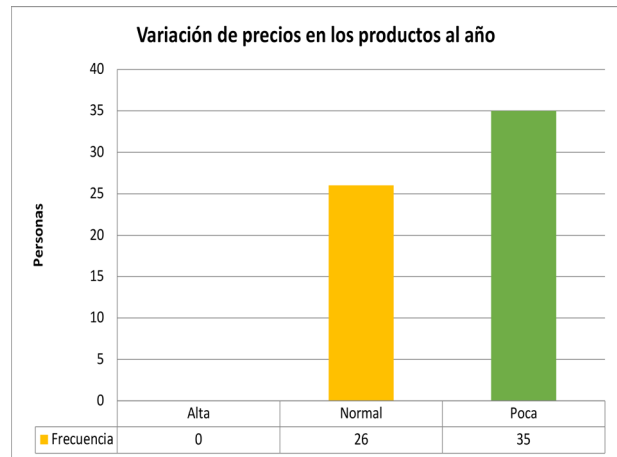


Figura 2: Variación de precios en los productos al año  
Elaborado por: Grupo de Investigación

Observando estos resultados se reconoce que los comerciantes internos no tienen muy claro estas variaciones puesto que no llevan un registro contable de las transacciones que realizan diariamente o si son productores y vendedores, no reconocen su mano de obra u otros costos que son generados al momento de producir un producto.

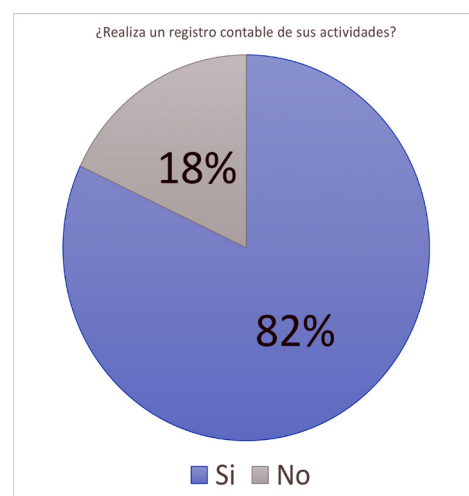


Figura 3: ¿Realiza un registro contable de sus actividades?  
Elaborado por: Grupo de Investigación

Como se puede observar, 82% de las personas llevan un registro contable pero este tipo de registro es general o muy básico de sus gastos mas no de sus ingresos o viceversa, es decir que, no tiene un conocimiento exacto de todos los factores influyentes dentro de su registro, mientras que el 18% de los comerciantes internos no llevan registros contables de sus actividades y desconocen de las utilidades diarias que son generadas por las ventas de sus productos y en muchos de los casos también existirán errores al momento de calcular cuál es su ingreso diario, a pesar de que algunos de los comerciantes conocen a leve rasgos cuál es su ingreso de forma semanal, fundamentados en su registro básico que llevan.

#### 4. DISCUSIÓN

Por último, como se observó anteriormente, esta es nuestra realidad y la verdad del mercado municipal San Alfonso, los comerciantes internos del mercado desconocen la variación de los precios en el mercado, saben que hay, pero no tienen un registro de cuando, como y el porqué, pero podemos determinar que es causado claramente por la falta de un registro contable para determinar estas variaciones.

Sin duda los precios varían dentro de un mercado, pero a falta de conocimiento de los comerciantes, algunos solo aceptan estas condiciones por especulaciones que se dan sobre los productos y no se detienen a pensar el porqué de la subida o bajada de los precios y simplemente obedecen a esas especulaciones.

La Constitución de la República dispone en su artículo 304 numeral 5) Impulsar el desarrollo de las economías de

escala y de comercio justo,(Constitución de la República del Ecuador 2008), el 82% de los comerciantes no lleva un registro contable, y desconoce las economías de escala y comercio justo para la implementación de un plan de promoción de productos con el apoyo de la administración del establecimiento comercial, no considera el fortalecimiento de las cadenas de valor o cadenas de comercialización para adoptar estrategias que puedan dar valor agregado logrando estandarizar el precio y determinando rangos de variación más estrechos, con lo antes dicho se podría garantizar el control de utilidades y llevar técnicamente un estado de pérdidas y ganancias básicas, sin embargo el 18% de los comerciantes aplican una forma básica de control sin obtener resultados efectivos de control tributario y financiero.

No obstante, el municipio busca regular de una u otra manera el precio dentro de los mercados, poniendo tablas de valor para cada producto, pero no son tomadas muy en cuenta o simplemente también es por desconocimiento de estas, puesto que estas tablas estandarizan los precios de un mercado.

#### 5. CONCLUSIONES

En conclusión, el mercado es un campo amplio donde se juega un rol importante entre la oferta y la demanda, y tiene como objetivo satisfacer las necesidades de una población pero existen inconsistencias dentro de este mercado, por una parte el gobierno busca estandarizar los precios para un comercio justo y por otro están las condiciones de los comerciantes internos, las especulaciones, desconocimiento de sus utilidades, costo de su mano de obra, sus gastos y otros factores que

determinan como fijar un precio a un determinado producto.

A todo ello se lo puede resumir mediante registros básicos de cada uno de los comerciantes internos, pero por desconocimiento o falta de educación contable no se lo es aplicado de la mejor forma.

Otro factor importante que juega en el mercado, como se ha dicho anteriormente, son las especulaciones, estos son comparados con los rumores, que no tienen sustentos verídicos de lo dicho con el fin de comprar ciertos productos a bajo costo y venderlos a un alto precio.

El Estado tiene la obligación de regular, controlar e intervenir dentro de un mercado cuando sea necesario, pero principalmente lo hace definiendo una política de precios con la finalidad de proteger la producción nacional y fijar las debidas sanciones a aquellos que incumplieran estas políticas, conjuntamente con el Ministerio de Finanzas y otras entidades como los GAD municipales de cada sección, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

El 82% de los comerciantes desconocen las políticas de precios en los mercados y la ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria la cual ampara a los emprendimientos de Comercio Justo como formas de organización basadas en relaciones de solidaridad cooperación y coloca también en temas de competencia desleal que no son regulados por los gobiernos autónomos descentralizados ni los medios de control por ende se deberían adoptar una política comercial para garantizar la soberanía alimentaria y calidad de servicio y producto en el mercado .

## 6. REFERENCIAS

1. Armstrong, G., y Philip, K. (2008). Fundamentos de Marketing. 8a (ed), En G. Armstrong, & K. Philip,. Pearson Educaciónl.
2. Bonta, P., Farber, M. (s.f.). 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. En P. Bonta, & M. Farber, 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad . Bogotá. Grupo Editorial Norma.
3. Bravo Valdivieso, M. (2017). Contabilidad General. Quito. Ecuador: ESCOBAR.
4. Buenaño Guijarro, J. (2009). Implantación de un Proceso Contable En El Almacén De Bicicletas Bosanbike Santamaría. ObtenidodeDspaceESPOCH:<http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/14212/1/72T00203.pdf>
5. Cattani, A. D. (2004). La otra economía. Buenos Aires: Altamira.
6. Coraggio, J. L. (2011). Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital, 1, p133.
7. Delgado, O. B., & Richer, M. (2001). Economía social y economía solidaria: intento de definición. Cayapa. Revista venezolana de economía social, 1(1), 0.
8. Groverman, V. (1996). Manual de consulta para el promotor de grupo. Una guía práctica para la formación de grupos rurales. Ebook Central.
9. Hintze, S. (2003). Trueque y economía solidaria. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
10. Icaza, A. M. S., & Tiribia, L. (2003). Economía popular. La otra economía, 173-186.



11. López , J. D. (2010). Propuesta de un sistema contable computarizado para mejorar la gestión administrativa – financiera en la microempresa “alex sport” de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. . Dspace ESPOCH, 20.
12. Martínez Carrasco, R. D. (2012). Técnica Contable. Obtenido de ebook central: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=3216478&query=REGISTRO%2BCONTABLE>
13. Martínez, J. (10 de 02 de 2015). Enciclopedia Juridica Online. Obtenido de <https://diccionario.leyderecho.org/irregularidad/>
14. Medina, M. (2003). La partida triple. Obtenido de Ebook Central: disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=3189997&ppg=1&query=REGISTRO%20CONTABLE#>
15. Pilar, M. (2010). Técnica Contable. Obtenido de ebook central: disponible en <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=3216672&ppg=1&query=REGISTRO%20CONTABLE>
16. Zapata Sanchez, P. (2011). Contabilidad general con base en las Normas Internacionales de Información Financiera. Bogota - Colombia: Mc Graw Hill.