



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y  
FINANZAS**

**TEMA:**

**“TRIBUTOS E IMPUESTOS COMO FUENTE DE FORMALIZACIÓN EN EL  
MERCADO CARAGUAY DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.**

**AUTORA:**

**ANA PAULINA BETÚN GUAMÁN**

**TUTOR**

**ABOG. WASHINGTON UTRERAS**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

Septiembre 2017

# REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

## FICHA DE REGISTRO DE TESIS

**TÍTULO:** “TRIBUTOS E IMPUESTOS COMO FUENTE DE FORMALIZACIÓN EN EL MERCADO CARAGUAY DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.

**AUTORES:**  
**ANA PAULINA BETÚN GUAMÁN**

**REVISORES:**

**INSTITUCIÓN:** Universidad de Guayaquil

**FACULTAD:** Facultad de Ciencias Administrativas

**CARRERA:**INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

**N° DE PÁGS.:** 74

**ÁREA TEMÁTICA:**

**PALABRAS CLAVES:** Gestión mercado, Cooperación, efectividad, normativas.

**RESUMEN:** Este proyecto se realizó con la finalidad de Formalizar en lo que es Tributos e Impuestos a los Comerciantes del Mercado Caraguay de la ciudad de Guayaquil. Es fundamental mejorar el conocimiento de la normatividad tributaria y las obligaciones tributarias promoviendo cursos de especialización y capacitación, dar conferencias gratuitas dirigidas a informar y orientar a los comerciantes. La investigación realizada es ofrecida como una contribución a todos aquellos interesados en el tema, principalmente a los contribuyentes del sector estudiado o quienes quieren incursionar en esta actividad, y a la propia Administración Tributaria en la medida que pueda servirle como una fuente de retroalimentación en sus funciones. El objetivo abarca es hacer del mercado de la Caraguay un eje de comunicación entre todos, estando integrados cooperado, forjando el desarrollo con una sola fuerza que es el estar unido. Se practicó una metodología descriptiva donde se utilizó la encuesta, la entrevista y el método de la observación. Se concluye que las acciones reflejan la necesidad de lineamientos óptimos que consiste en dar a conocer a los comerciantes, la normativa y procedimiento a seguir para una buena utilización de los recursos.

**N° DE REGISTRO(en base de datos):**

**N° DE CLASIFICACIÓN:**

**DIRECCIÓN URL (tesis en la web):**

**ADJUNTO PDF:**

SI

NO

**CONTACTO CON AUTOR:** Ana Betún Guamán

**Teléfono:**0988500302

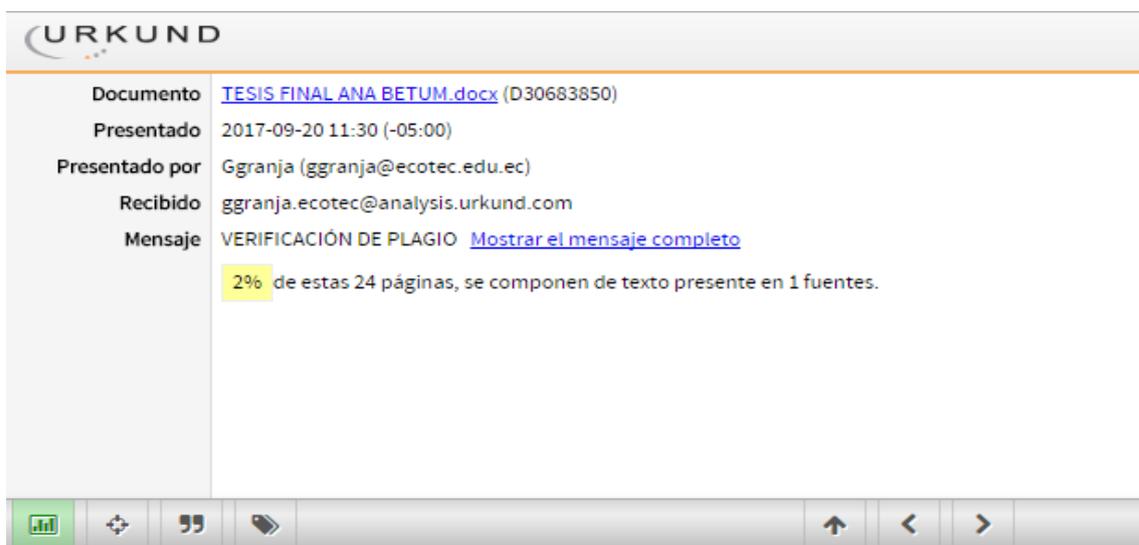
**E-mail:**  
anita89paulina@hotmail.com

**CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN:** Universidad Guayaquil. Facultad Ciencias Administrativas

**Nombre:**

**Teléfono:**

## INFORME DE URKUND



The screenshot displays the URKUND interface. At the top, the logo 'URKUND' is visible. Below it, a table-like structure shows the following information:

Documento	<a href="#">TESIS FINAL ANA BETUM.docx</a> (D30683850)
Presentado	2017-09-20 11:30 (-05:00)
Presentado por	Ggranja (ggranja@ecotec.edu.ec)
Recibido	ggranja.ecotec@analysis.orkund.com
Mensaje	VERIFICACIÓN DE PLAGIO <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>

Below the message, a yellow highlight indicates: **2%** de estas 24 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

At the bottom of the interface, there is a navigation bar with icons for home, search, quote, and other functions, along with arrows for navigation.

**POR LA PRESENTE CERTIFICO QUE EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN“TRIBUTOS E IMPUESTOS COMO FUENTE DE FORMALIZACIÓN EN EL MERCADO CARAGUAY DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”, HA SIDO REVISADO EN EL PROGRAMA DE URKUND, Y DEMUESTRA UN 2% DE SIMILITUD .**

**LO CERTIFICO**

-----  
**ABOG. WASHINGTON UTRERAS**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

Habiendo sido nombrado como tutor de esta propuesta el **ABOG. WASHINGTON UTRERAS** como requisito para optar por título de **INGENIERIA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS** presentado por la egresada: **ANA PAULINA BETÚN GUAMÁN CI: 0603668930**, Cuyo tema es “**TRIBUTOS E IMPUESTOS COMO FUENTE DE FORMALIZACIÓN EN EL MERCADO CARAGUAY DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**”. Certificamos que hemos revisado y aprobado en la presente propuesta tecnológica en todas sus partes y capítulos considerando que está apto para su sustentación.

Atentamente.

-----  
Tutor: **ABOG. WASHINGTON UTRERAS**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por cumplir una de las metas más importante y objetiva de mi Vida con todo amor, Gracias.

A mis padres, por ser parte de mi vida, por su apoyo y respaldo en todo momento de mi vida.

A mi familia, esposo e hijos por darme el tiempo para culminar mi propuesta de investigación, mi amor, estima y dedicación por siempre a mi bella vida.

A la Universidad de Guayaquil, por el aporte y motivación de los docentes, amigos y compañeros.

**Ana Paulina Betún Guamán**

## **DEDICATORIA**

Al Ser más bello del Universo, DIOS.

A mi Familia, Padres, esposo e hijos, por siempre los amare.

A mis tutores, por las mejoras brindadas, en este proceso de investigación.

A la vida de una mujer trabajadora y optimista en todo momento.

**Ana Paulina Betún Guamán**

## **RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR**

Por medio de la presente certificamos que los contenidos desarrollados en esta propuesta tecnológica son de absoluta propiedad y responsabilidad de la egresada **ANA PAULINA BETÚN GUAMÁN**, con c.c. # **0603668930**, cuyo tema es: **“TRIBUTOS E IMPUESTOS COMO FUENTE DE FORMALIZACIÓN EN EL MERCADO CARAGUAY DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**.

Derechos que renunciamos a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

Atentamente,

-----  
**ANA PAULINA BETÚN GUAMÁN**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA.....	II
INFORME DE URKUND .....	III
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA .....	VI
RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR .....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XII
RESUMEN .....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	1
Planteamiento del problema .....	2
Formulación del Problema .....	4
Sistematización del problema.....	4
Objetivos .....	5
Objetivo general .....	5
Objetivos específicos.....	5
Hipótesis .....	5
Variables intervinientes.....	6
Variable independiente.....	6
Variable dependiente.....	6
Justificación .....	6
Metodología aplicada .....	7

CAPÍTULO I .....	8
1. MARCO TEÓRICO .....	8
1.1.1. Antecedentes .....	8
1.1.2. Historita del mercado Caraguay .....	9
1.1.3. Tipo de comercio.....	10
1.1.4. Productos que se distribuyen en el mercado de la Caraguay .....	11
1.1.5. Ingresos de impuestos al Estado y evasión tributaria.....	11
1.1.6. Exenciones fiscales.....	13
1.2. Marco contextual.....	15
1.2.1. El cooperativismo.....	15
1.2.2. ¿Qué es cooperativismo?.....	16
1.2.3. Valores cooperativos .....	17
1.2.4. Principios Del cooperativismo.....	18
1.2.5. ¿Qué es Cooperativa?.....	19
1.2.6. Tipos de Cooperativas .....	20
1.2.6.1. Cooperativas de Trabajo .....	21
1.2.6.2. Cooperativas de Servicios.....	22
1.2.6.3. Cooperativas Eléctricas .....	23
1.2.6.4. Cooperativas Escolares.....	23
1.2.6.5. Cooperativas de Vivienda.....	24
1.2.6.6. Cooperativas de Ahorro y Crédito .....	25
1.2.6.7. Cooperativas Agrícolas y Campesinas.....	26
1.2.6.8. Cooperativas Pesqueras .....	27
1.3. Marco legal.....	28
CAPITULO II .....	30
2. METODOLOGÍA Y RESULTADOS .....	30
2.1. Métodos de investigación utilizada.....	30
2.2. Instrumento de la investigación .....	30

2.3.	Población y muestra .....	31
2.4.	Análisis de resultados .....	34
2.4.1.	Encuestas .....	34
2.4.2.	Entrevistas. ....	48
2.5.	Situación Actual en el “Mercado Caraguay”. ....	56
CAPÍTULO 3 .....		59
3.	PROPUESTA .....	59
3.1.	Antecedente .....	59
3.2.	Objetivo de la propuesta .....	60
3.3.	Objetivo específicos de la propuesta .....	60
3.4.	Justificación de la propuesta .....	60
3.5.	Descripción de la propuesta .....	61
3.5.1.	Estructura funcional interna de la propuesta del mercado de la Caraguay .....	62
3.5.2.	Análisis del FODA utilizando el balance score card .....	63
3.6.	Políticas y lineamientos .....	66
3.7.	Impacto económicos en la cooperación .....	69
3.8.	Impacto social .....	69
3.9.	Impacto ambiental .....	70
Conclusiones .....		71
Recomendaciones.....		72
BIBLIOGRAFÍA .....		73

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edades de los encuestados.....	34
Tabla 2. Genero de los encuestados.....	35
Tabla 3. Estado civil de los encuestados .....	36
Tabla 4. Contribuir con el orden, limpieza y la calidad .....	37
Tabla 5. Sabe en que utiliza el estado ecuatoriano los tributos .....	38
Tabla 6. Como es la atención ofrecida a los compradores en el Mercado de Caraguay 39	
Tabla 7. Es importante que los comerciantes del mercado paguen impuestos.....	40
Tabla 8. Desea que exista un control en los precios que detallan cada comerciante.....	41
Tabla 9. Que indica al usuario cuando pide un comprobante de venta .....	42
Tabla 10. De acuerdo con establecer cooperación entre todos los comerciantes .....	43
Tabla 11. Con la agrupación de los comerciantes mejoraría sus ingresos .....	44
Tabla 12. La cooperación en el mercado de Caraguay existirá una mayor comunicación .....	45
Tabla 13. Servicios posible cuando se esté cooperados .....	46
Tabla 14. Pago de impuesto y formalización de comerciantes de la Caraguay.....	47
Tabla 15. Estructura de la directiva .....	62
Tabla 16 Fortaleza y debilidades área de planificación en mercado Caraguay.....	63
Tabla 17 Fortaleza y debilidades área de Operaciones en mercado Caraguay.....	63
Tabla 18.Fortaleza y debilidades área de Apoyo en mercado Caraguay.....	64
Tabla 19. Oportunidades y amenazas mercado Caraguay.....	65

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Formula de la población finita .....	33
Figura 2. Edad de los encuestados.....	34
Figura 3. Género de los encuestados .....	35
Figura 4. Estado civil de los encuestados .....	36
Figura 5. Contribuir con el orden, limpieza y la calidad.....	37
Figura 6. Sabe en que utiliza el estado ecuatoriano los tributos.....	38
Figura 7. Como es la atención ofrecida a los compradores en el Mercado de Caraguay .....	39
Figura 8. Es importante que los comerciantes del mercado paguen impuestos.....	40
Figura 9. Desea que exista un control en los precios que detallan cada comerciante.....	41
Figura 10. Que indica al usuario cuando pide un comprobante de venta .....	42
Figura 11. De acuerdo con establecer cooperación entre todos los comerciantes .....	43
Figura 12. Con la agrupación de los comerciantes mejoraría sus ingresos .....	44
Figura 13. La cooperación en el mercado de Caraguay existirá una mayor comunicación .....	45
Figura 14. Servicios posible cuando se esté cooperados.....	46
Figura 15. Pago de impuesto y formalización de comerciantes de la Caraguay. ....	47
Figura 16. Entrevista a un comerciante informal.....	48
Figura 17. Entrevista a un comerciante Informal.....	50
Figura 18. Entrevista a un comerciante .....	52
Figura 19. Entrevista a un comerciante .....	54
Figura 20. Entrevistas a comerciantes .....	56
Figura 21. Comerciantes Formales.....	57
Figura 22. Comerciantes que no declaran impuestos.....	58

## **RESUMEN**

Este proyecto se realizó con la finalidad de Formalizar en lo que es Tributos e Impuestos a los Comerciantes del Mercado Caraguay de la ciudad de Guayaquil. Es fundamental mejorar el conocimiento de la normatividad tributaria y las obligaciones tributarias promoviendo cursos de especialización y capacitación, dar conferencias gratuitas dirigidas a informar y orientar a los comerciantes. La investigación realizada es ofrecida como una contribución a todos aquellos interesados en el tema, principalmente a los contribuyentes del sector estudiado o quienes quieren incursionar en esta actividad, y a la propia Administración Tributaria en la medida que pueda servirle como una fuente de retroalimentación en sus funciones. El objetivo abarca es hacer del mercado de la Caraguay un eje de comunicación entre todos, estando integrados cooperado, forjando el desarrollo con una sola fuerza que es el estar unido. Se practicó una metodología descriptiva donde se utilizó la encuesta, la entrevista y el método de la observación. Se concluye que las acciones reflejan la necesidad de lineamientos óptimos que consiste en dar a conocer a los comerciantes, la normativa y procedimiento a seguir para una buena utilización de los recursos.

### **Palabra claves**

Gestión mercado, Cooperación, efectividad, normativas.

## **ABSTRACT**

This project was carried out with the purpose of Formalizing in what is Taxes and Taxes to the Merchants of the Caraguay Market of the city of Guayaquil. It is essential to improve knowledge of tax regulations and tax obligations by promoting specialization courses and training, give free lectures aimed at informing and guiding traders. The research carried out is offered as a contribution to all those interested in the subject, mainly to the taxpayers of the sector studied or who want to venture in this activity, and to the Tax Administration itself to the extent that it can serve as a source of feedback in its functions. The objective is to make the Caraguay market an axis of communication among all, being integrated cooperated, forging development with a single force that is to be united. A descriptive methodology was used where the survey, the interview and the method of observation were used. It is concluded that the actions reflect the need for optimal guidelines that consists of making known to the merchants, the rules and procedure to follow for a good use of resources.

### **Keyword**

Management market, Cooperation, effectiveness, regulations.

## INTRODUCCIÓN

La mayor parte de los comerciantes informales se los identifica en la actividad de comercio al por menor, especialmente ubicados en los sitios de gran afluencia comercial, porque se expende productos de consumo masivo. La informalidad por consecuencia hace relación a las personas que no añaden valor agregado al producto, sino que más bien aumentan los precios en la cadena de comercialización.

La informalidad existente es un problema el no estar debidamente legalizado incurre a que las actividades no se organicen, además de que existan un esquema de inseguridad en quienes ocupan el espacio físico otorgado por la Alcaldía de Guayaquil, que a pesar que pagan su espacio no contribuyen con la gestión de pago de impuestos al Servicio de Rentas Internas, al menos en lo que a RISE se refiere, sin embargo la gestión laboral se la lleva sin problema alguno, simplemente pagan lo necesario y no se forjan un aspecto de llevar un control sobre los impuestos que adeudan y muchos evaden.

La considerable diversidad de trabajadores en los distintos sectores de la economía y en los contextos rural y urbano es particularmente vulnerable y trabajan en condiciones laborales inseguras, por el déficit de trabajo. De tal forma las evasiones de impuestos suelen darse por los niveles sociales y las diversas actividades tanto formales como informales que se realizan siendo esta de manera legal como ilegal, en donde las evasiones legales son considerada como los incumplimientos ante los pagos de impuestos que se presenta en el uso de los vacíos de las normativas tributarias, y por consiguiente, las evasiones ilegales son aquellas que se basan en los incumplimientos de

pagos a tributos o falta a declaraciones hacia el estado violando así cada normativa tributaria.

Es de suma importancia que cada causa, estimación y evasión tributaria que se realiza sea permisiva de manera cuantitativa durante los perjuicios que estos causan al estado, llevando así a que estos sirvan ante las mediciones de eficiencia tanto tributaria como de control hacia los contribuyentes.

### **Planteamiento del problema.**

El mercado de la Caraguay existe un promedio de alrededor de 1200 comerciantes que en diferentes líneas de productos masivos llegan y laboran en un estándar de trabajo continuo durante las 24 horas, es decir constantemente se realizan actividades de comercio, pero no hay un esquema ordenado de legalidad en lo que a tributos e impuestos se refiere.

Entre los Problemas que se presentan en el Mercado Caraguay en primer lugar lo referente al abastecimiento existente, que se presenta dentro del mercado ya que hay una disposición de no ingresar productos pasado de las 9 am de la mañana por lo que muchos comerciantes no comparte las políticas establecidas por el hecho de que ellos quieren dejar abastecido sus locales.

Muchos de los distribuidores como comerciantes han tomado medidas como establecer con anticipación la distribución de productos y poder abastecerse para que no pueda faltarle los productos, es por eso que por parte de los comerciantes como consumidores también muestran descontento con esa medida que opta el mercado por lo que los clientes van a comprar los productos que necesitan y previo a esta situación

como problemática no pueden adquirir lo que ellos deseen por falta de provisiones necesarias.

A menudo el problema está vinculado con la Inseguridad, hoy en día es un inconveniente de todas las novedades que ocurren en todas partes, donde es lo que preocupa a la población el terror de salir libremente por las calles o a los diferentes lugares, en el caso que le pueda ocurrir algo en el trayecto, el mercado han disminuido la seguridad tanto como para los consumidores como para los comerciantes del mercado.

Es por eso que actualmente las personas prácticamente soportan niveles indiferentes de inseguridad constante que viven los arrendatarios del mercado, ya que la guardiana privada, al estar desprovista en primer lugar, no puede tomar operaciones de ningún tipo ante cualquier acto indebido que se presente; también ante la inhabilidad de la autoridad del mercado en solicitar al Municipio soporte y apoyo por esta parte.

Existe además un problema que no se puede controlar porque no existe la integración de los comerciantes y es los altos precios en cierta mercancía del mercado Caraguay. Los consumidores denuncian por aquel problema que los comerciantes aumentan los precios en las pescas hoy en estos actuales el sector de la Caraguay aquellos que son mayoristas o minoristas se han visto afectados ya que hay escasez de productos en este caso sería la falta de pesca para así poder abastecer en totalidad el mercado.

Es por esta razón que los comerciantes han tomado las pautas de aumentar el precio a ciertos tipos de pescas se inclinaron más por lo que las pescas blancas que por los de la pesca negra ya que por parte de las pescas negras hay una demanda adecuada que por

parte de la pesca blanca entre los principales productos de la pesca blanca tenemos lo que es la corvina, el dorado, albacora, picudo entre otros.

Los consumidores han tomado medidas de poner una demanda al municipio por el alza descontrolada de aquellos productos que en esto sería por parte de las pescas que realizan ciertos comerciantes para poder distribuir sus pescas diarias o mensuales, puesto que para ellos también sería un problema ya que si dan a regular los precios ellos se ven también perjudicados en no poder ganar un dinero extra por su sacrificio en la pesca.

### **Formulación del Problema.**

¿Hasta qué punto los trabajadores informales del mercado de la Caraguay deben realizar actividades de integración y a la vez poner en orden todo los requerimientos del servicio de rentas internas, municipio de Guayaquil y otras entidades con el fin de cumplir todas las expectativa de legalización?

### **Sistematización del problema.**

¿Están legalizados formalmente algunos comerciantes del centro de abastecimiento de la Caraguay con el fin de cumplir a cabalidad todos los lineamientos exigidos para una correcta cultura de aportes al servicio de rentas interna?

¿Hay capacidad de integración entre quienes forman parte de un espacio ofrecido por el municipio de Guayaquil a fin de ampliar sus expectativas legalizando y formalizando todas sus actividades con los organismos de ley competente?

¿Es necesario un programa de capacitación que brinde las premisas necesarias para el correcto cumplimiento de los lineamientos exigidos por la ley y los organismos de control?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar los efectos de la formalización de los comerciantes con el pago de tributos e impuestos en aras de una cultura organizada en el mercado Caraguay de la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos específicos**

Describir los principales contextos del mercado de informales, además de los tributos básicos e impuestos que debería de afrontar con el fin de mantener una organización que forje el desarrollo sostenido de sus participantes.

Medir el interés de los comerciantes en la legalización de su estado informal y a la vez la tendencia de participación en políticas regulatorias y principios de equidad para la organización que se forjan en el mercado de la Caraguay.

Proponer un diseño de políticas y reglamentaciones que permitan la organización adecuado de los comerciantes informales, además de la tendencia de pago de impuestos y tributos básicos para el adecuado comercio en el mercado Caraguay.

## **Hipótesis**

Existiendo procesos de formalización e integración en los comerciantes que laboran en el mercado de la Caraguay e incide a que estos perciban un mayor ingreso y

exista mayor afluencia de clientes, a la vez mantengan los lineamientos legales en orden.

### **Variables intervinientes**

#### **Variable independiente**

Formalización e integración en los comerciantes.

#### **Variable dependiente**

Afluencia de clientes, proveedor y otros.

Lineamientos legales en orden.

### **Justificación**

En el Ecuador las actividades informales han sido uno de los entes que ocupan un lugar muy importante dentro de las generaciones de empleo y ramas de negocios donde estos se convierten en uno de los factores de la economía ecuatoriana considerando así la necesidad de analizar cada una de las características generales en cada sector con el principal fin de la determinación de campos para una mejor actuación de informalidad y subempleo que genere así las ocupaciones y condiciones para niveles educativos en donde se dedicara las actividades.

El Ministerio Coordinador de la política económica., para diciembre del 2010 se logró reducir el desempleo a niveles históricos, ubicándose en 6.1% sector urbano y 5% a nivel nacional (urbano-rural)<sup>3</sup>, en cuanto a dominios Guayaquil tiene una tasa de informalidad de 45.6%, precisando que su alta participación de los ocupados es en la rama del comercio.

En muchas ocasiones las PYMES suelen estar constituidos en la informalidad de cada una de las evasiones que realizan debido al gran impacto que este ocasiona respecto a las recaudaciones por parte del Estado siendo entonces una de las investigaciones Y temas justificativo tiene en cuanto a controles que lleguen a las mejoras de los sistemas nacionales teniendo como formalización contextos mucho más nacionales o regionales.

### **Metodología aplicada.**

Con la Metodología de la Investigación se describe las actividades que se desarrollan en las diferentes fuentes de información proporcionada por personas conocedoras del tema impuestos y tributos como fuente de formalización en el mercado Caraguay de la ciudad de Guayaquil, analizando la importancia de desarrollar actividades solidas e incluso un desglose de cada una de las actividades que se realizan en las comunidades.

- 1. Exploratorio:** Investigan problemas poco estudiados, indagan desde una perspectiva innovadora, ayudan a identificar conceptos promisorios, preparan el terreno para nuevos estudios.
- 2. Descriptivo:** Consideran el fenómeno estudiado y sus componentes, miden conceptos y definen variables.
- 3. Correlacionar:** Ofrecen predicciones, explican la relación entre variables, cuantifican las relaciones entre variables.
- 4. Explicativo:** Determinan las causas y refleja con el estudio las conclusiones y las recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1.1. Antecedentes

Para muchas personas llegar al mercado Caraguay, ubicado en el barrio Cuba (al sur de la ciudad), más que una necesidad es una tradición. Muchos de los comerciantes se levantan desde temprano, para realizar las compras cada semana tomar un bus que la deja cerca de este centro de abastos.

El olor a mariscos se comprime con el laborar de la gente que todos los días ingresa a este sitio para adquirir legumbres, frutas, lácteos, hortalizas, pero en especial pescado, ese sudor de los comerciantes y las ganas de los consumidores de comprar el sustento diario a sus hogares. Varias carrocerías dentro de este mercado se transportan con grandes cargamentos del marisco, los cuales son recogidos en los muelles Artesanal y el de la Isla Puná, ubicados en la parte posterior del mismo.

La Caraguay, es el gran mercado de mariscos que trabaja todos los días por las noches, nunca duerme, el sitio se llena de varios comerciantes formales e informales, Formales porque tienen un sitio físico alquilado e informal porque no tienen legalización ante las entidades del cabildo y gobierno.

El reloj marca que son las 20:00 PM, desde ahí se acercan centenares de personas a comprar mariscos al por mayor por el simple hecho de que son distribuidores directos que llevan el marisco a diferentes sectores de la ciudad, quienes trabajan en el lugar, saben que hay una noche larga de comercio.

### **1.1.2. Historita del mercado Caraguay**

El mercado Caraguay, hace mucho tiempo se lo denominaba la ‘Feria de Caraguay’, donde habían variedades de espectáculos y shows con artistas nacionales e internacionales, su nombre viene de las siglas “CA” de Cadena, “RA” de radial y las letras “GUAY” de Guayaquil, en conclusión de Cadena radial guayaquileña nace el nombre de Caraguay.

Los integrantes de dicha radio eran los encargados de agrupar a los habitantes del sur de Guayaquil, a finales de la década del setenta, luego desaparece la feria y se quedó como mercado de víveres. Es en el año 2000 se crea un moderno local y se le asigna como sitio de comercio solo de mariscos.

Algunos comerciantes, han dedicado 30 horas a cuidar las planchas de cangrejos como es el caso de Anastasio Vargas, de 71 años, en el Puerto denominado Roma. Su trabajo es de seguridad en el muelle que nadie se lleve marisco alguno, su trabajo arranca desde las 20:00 hasta las 04:00. El olor a mariscos, las luces de los comerciantes, el agua, el aroma, el tripaje, y el trato entre vendedores y clientes es el ambiente natural que se vive en el mercado ahora municipal de la Caraguay. (EL TELÉGRAFO, 2016)

Su mayor funcionalidad comenzó con comidas típicas, mariscos y punto de llegada de pescadores. El famoso mercado en este centro de abastos de minoristas y mayoristas comienza a las 04h00 AM, cuando las canoas anclan en los muelles para desembarcar el pescado.

### **1.1.3. Tipo de comercio**

El código de comercio manifiesta que existen diferentes tipos de comerciantes en donde dan las siguientes definiciones.

El Artículo 2 del código del comercio manifiesta que comerciante es aquel que tiene capacidad de contratar que hace del comercio una profesión. El artículo 3 indica que el comercio ya es parte de los contratantes con capacidad del comprar o permutar muebles. (Codigo del Comercio del Ecuador, 2016)

La jurisdicción mercantil abarca a agricultores en el comercio de frutos, cosechas y ganados para el su uso y consumo de la familias; también abarca la venta de un local de comercio, dentro de una sociedad mercantil; el mandato comercial refleja la participación del vendedor y el comprador reflejados en las tiendas, bazares, cafeterías Y otros locales. (Codigo del Comercio del Ecuador, 2016)

El mercado Caraguay es considerado mayorista por el tamaño del mercado, porque se encuentra en las riveras del rio Guayas, y por donde ingresan la mayoría de mariscos, como son los cangrejos, los camarones y el pescado en general. Por lo que sus productos se comercializan a un precio muy bajo para sus clientes.

#### **Comerciantes Informales de la Caraguay.**

El mercado Caraguay es muy peculiar, cuenta con la fase 1, donde existen 734 comerciantes minoristas que laboran desde las 04h00 hasta las 16h00 de lunes a domingo; y la fase 2 donde laboran 90 comerciantes mayoristas, exclusivamente en la venta de mariscos por las noches, en un horario de 20h00 hasta las 06h00 del día siguiente.

#### **1.1.4. Productos que se distribuyen en el mercado de la Caraguay.**

##### **Pescado que se vende.**

El picudo es pesca negra, es decir, pescado grande, al igual que el bonito, el dorado, la albacora y el guajú. En tanto que la pesca blanca abarca especies más pequeñas, como la corvina, el robalo, la carita, el lenguado y el pargo.

##### **Precio del pescado**

<b>Nombre del pescado</b>	<b>Precio del pescado</b>
Dorado Frisado	0.70 por libra
Albacora pequeña	1.20 la libra
Albacora grande	1.70 la libra
Guajú	1.20 la libra
Albacora (para cebiche, encebollado, y para freír)	1.20 la libra

#### **1.1.5. Ingresos de impuestos al Estado y evasión tributaria.**

Los comerciantes en Guayaquil suben el precio de sus productos de forma diaria o de otra frecuencia, en el mercado del Batallón del Suburbio estos incrementos se dan a diario. Las evasiones tributarias ha sido una de las problemáticas más preocupantes a nivel mundial, puesto que, los efectos que estos producen es la disminución de las inversiones privadas, en donde, es importante cuantiar cada evasión tributaria con relación a los mecanismos entre los sectores económicos que hacen que estos evadan y permitan que las administraciones tributarias sean orientadas a controles de fiscalización

y modificaciones más necesarias, muchos de los índices que son utilizados está en la medición y la eficacia de los sistemas de cruces en las informaciones eficientes.

Sin embargo, los sistemas tributarios de la región se han mostrado incapaces de resolver importantes debilidades estructurales en relación al nivel de recursos que efectivamente recaudan a sus efectos sobre la eficiencia económica y, muy especialmente, en cuanto a su impacto distributivo. Uno de estos obstáculos está dado por el elevado nivel de incumplimiento tributario por parte de contribuyentes nacionales y extranjeros. (Gómez & Morán, 2013)

Las evasiones tributarias han y seguirán siendo uno de los principales parámetros obstáculos que afecten a las finanzas públicas, si bien hace años atrás el enfoque principal está en la predominante concentración de los impuestos que estaban aplicados como ámbitos mucho más domésticos, en la actualidad se ha intensificado las operaciones globales de manera multinacional que se ha vuelto más fundamental con referencia a visiones de conjuntos y fenómenos fiscales entre ambas perspectivas.

Hablar de la evasión tributaria es importante por diversas razones, primeramente nos permite la Administración Tributaria (AT) orientar mejor su fiscalización. Si la AT tuviese estimaciones de evasión por impuestos, mecanismos de evasión, zona geográfica o sector económico, podría asignar mejor los recursos para la fiscalización, mejorando así su efectividad. También permite medir los resultados de los planes

de fiscalización y realizar modificaciones cuando sea necesario.

(Quintanilla, 2014)

Por ello, la evasión tributaria puede ser usada, con ciertas limitaciones, como una medida de la eficacia, el gobierno debe considerar la evasión tanto al momento de decidir el presupuesto, como al analizar eventuales modificaciones a la legislación tributaria; normalmente el gobierno y el parlamento determinan la estructura tributaria y el presupuesto, pero delegan en esta última la responsabilidad de recaudar los impuestos, de ahí la importancia del uso de indicadores que permitan medir el desempeño. Si el objetivo asignado a ésta es mejorar el cumplimiento tributario, entonces el indicador de desempeño apropiado es la tasa de cumplimiento: a igualdad de otros factores, mejor es el rendimiento cuando mayor es la tasa de cumplimiento.

#### **1.1.6. Exenciones fiscales**

En el caso de las exenciones fiscales se tiene como mayor entendimiento a las prerrogativa de que los gobiernos son entidades que determinan ya sea las organizaciones o a las personas exoneraciones de pagos tributarios donde llegue a implicaciones que tenga como principal parámetros el cargo de impuestos que no van más allá de la parte de los sujetos que son extensos y distorsionados como márgenes operativos donde sus porciones artificiales sean rentables en las áreas para que sus oportunidades sean dichas y refreídas a las justificaciones de creación.

El reconocimiento de la dualidad del Estado y su especialización en la fase administrativa tendría como finalidad primera un estudio de la situación actual de la hacienda pública,

aunado a estar en posibilidad de establecer un análisis eficaz de la base contribuyente, base gravable y porcentaje de tributos; es de resaltar el hecho 13 de que en la medida en que aspectos semejantes sean puestos en práctica de manera proporcional la economía puede ser impulsada en mayor medida, pues ante la efectividad del esquema de tributación el sacrificio de los contribuyentes será menor, al igual que la presión tributaria, y al contar con capital disponible se fomenta el consumo, así como la inversión tanto del sector público como de servicios privados. (Meléndez, 2015)

En el caso del Ecuador, las entidades sin fines de lucro que son objeto del presente estudio, sus exoneraciones principales son enmarcadas en temas como: anticipos e impuesto a la renta, siempre y cuando, las mismas cumplan con indicaciones especiales contempladas en la ley como agentes de retención, obligados a llevar contabilidad, hacer sus declaraciones respectivas y facilitar a la administración tributaria, cualquier información que esta requiera.

A nivel nacional, estas áreas se dedican al establecimiento de políticas, mientras que a nivel regional se encuentran alineadas a la operación, dando mucho énfasis en la implementación de servicios y transacciones internas y externas que faciliten el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte del contribuyente. (Vera, 2015)

Es una entidad técnica y autónoma, con personería jurídica, patrimonio y fondos propios y jurisdicción nacional, que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

## **1.2. Marco contextual**

### **1.2.1. El cooperativismo**

El cooperativismo empezó a inicios del siglo XX en el Ecuador, siendo pioneras las organizaciones religiosas y la cooperación internacional, y fueron creadas para el desarrollo social con la integración y el esfuerzo de grupos pequeños que buscan en todo momento llegar a ser grandes en una economía social equilibrada.

“Son lineamientos por medio de los cuales las cooperativas practican valores, sus principios son como mandamientos; para juzgar el comportamiento y la toma de decisiones. Cumple los principios y siguen el espíritu de ellos, fortalece una visión en cada principio individual o colectivamente, además está arraigada al compromiso todos los días”. (Guapulema Tixi & Moyano Aguay, 2012)

Los principios son los constituye el núcleo de las cooperativas, suelen ser independientes y están ligadas a ser juzgadas por su accionar, buscan ser pioneras en el

desarrollo social y contribuyen a sectores específicos de la población existiendo similitud en los principio de todos.

“Las cooperativas se presentan en distintas áreas, donde los Objetivos del desarrollo contemplan la innovación que tomará el mundo en su camino, convirtiendo al desarrollo del campo o área tratada en un esquema sostenible. Las cooperativas alcanzan el progreso por el cambio de crecer y crear, considerando su focalización en los socios que con una actitud proactiva logran salir airoso en debates nacionales e internacionales”. (Alianza Cooperativa Internacional, 2015)

En el año 1910 aparece en la ciudad de Guayaquil, la compañía de préstamo y Construcciones y es la primera organización del Ecuador con esquema de cooperativismo. En la Actualidad está ocupando un lugar muy importante en las Instituciones Financieras que ofrecen confianza y seguridad.

### **1.2.2. ¿Qué es cooperativismo?**

Es una asociación autónoma de varias personas de un área específica de las zonas urbanas o rurales de una ciudad que se unen voluntariamente para fortalecer su integridad y cubrir las necesidades y las aspiraciones de carácter económico, social y cultural que es democráticamente controlada. Las diversas necesidades y aspiraciones de los socios e integrante de las cooperativas se unen con el objeto social y una tipología variada en cada actividad.

“Las Cooperativas de Socios o comerciantes necesitan técnicas avanzadas de administración para la fijación del manejo de efectivo, basado en analizar la demanda de dinero, costos de mantenimiento y oportunidad, además de contribuir a mejoras de resultados y calidad en el servicio y atención a todos los socios comerciantes. (Campoverde Rivera, 2015)

Los principios cooperativos son las reglas de funcionamiento de los grupos, agrupaciones u organizaciones, donde aglutina y promueve el cooperativismo, forjándose una empresa social, solidaria que constituye la forma genuina de hacer formal un esquema de economía social.

### **1.2.3. Valores cooperativos**

**Ayuda mutua:** Accionar del grupo para la solución de problemas comunes que se presentan en el sector del mercado de la Caraguay en Guayaquil

**Esfuerzo propio:** Motivación en todo momento, es la fuerza de voluntad de los miembros del mercado de la Caraguay en Guayaquil con el fin de alcanzar metas previstas.

**Responsabilidad:** Nivel de desempeño que se realiza entre el comerciantes del mercado de la Caraguay en Guayaquil en el cumplimiento de las actividades logrando metas, y sintiendo un compromiso moral entre todos.

**Democracia:** Toma de decisiones entre todos quienes integran el comercio del mercado de la Caraguay en Guayaquil mediante la participación, protagonismo en la gestión de la cooperativa.

**Igualdad:** Todos los asociados que acciden al mercado de la Caraguay en Guayaquil tienen iguales deberes y derechos.

**Equidad:** Justa distribución de las aportaciones de los comerciantes del mercado de la Caraguay referente a los excedentes entre los miembros o agrupación

**Solidaridad:** Apoyar, cooperar en los diversos problemas que se presenten a los comerciantes del mercado de la Caraguay para dar solución a los asociados, la familia y la comunidad. También promueve los valores éticos de la honestidad, transparencia, responsabilidad social y compromiso con los demás.

#### **1.2.4. Principios Del cooperativismo**

Los siguientes lineamientos son la base para que se aplique en el mercado de la Caraguay en Guayaquil los principios del cooperativismo:

**Libre adhesión:** Significa que la cooperativa debe tener sus puertas abiertas para admitir socios y el interesado es libre para solicitar su admisión a ella cumpliendo ciertas condiciones ya previstas legalmente.

**Control democrático:** La administración de las cooperativas las hacen los propios socios, los cuales, reunidos democráticamente en asamblea general, eligen por votación a quienes van a formar la junta directiva.

**Gestión de los administradores:** Debe sujetarse a lo que manden los estatutos de la cooperativa. Los asociados pueden supervisar la actuación de los directivos a través de delegados que integran los distintos órganos de administración.

**Educación cooperativa:** Las personas asociadas tienen el deber de prepararse social y profesionalmente para desarrollar eficazmente los compromisos asumidos como socios.

**Interés limitado al capital:** Para el funcionamiento de una cooperativa se necesita un capital porque si bien es una empresa sin fines de lucro ninguna empresa funciona sin capital.

### 1.2.5. ¿Qué es Cooperativa?

Cuando se utiliza la palabra cooperativa es para hacer referencia a una asociación que es formada por productores, vendedores o consumidores de un producto, que tiene como fin repartir el lucro o beneficio por igual entre sus miembros.

La cooperativa constituye la forma más difundida de entidad de economía social, el símbolo internacional de ésta son los Pinos Gemelos. La ACI es una abreviatura que hace referencia a la Alianza Cooperativa Internacional es la organización que se encarga a nivel mundial de conglomerar y promover el movimiento cooperativo en el globo terráqueo, actividad que desempeña desde el año 1985.

“La misión de las Cooperativas de Ahorro y Crédito es apoyar a los sectores productivos, especialmente el microempresaria, sin embargo, se necesita una colaboración mutua y que el Estado debería ampliar las líneas de financiación al sector. Es importante conocer que las expectativas que se generaran con la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero<sup>7</sup> y Popular de los organismos que se crearán a partir del 2012, se determine un mecanismo financiero de segundo

piso y que tenga como sus objetivos fortalecer las Cooperativas de Ahorro y Crédito”. (Ministerio Social de Desarrollo Social, 2012)

La cooperativa es una asociación que goza de autonomía y en la cual los integrantes se han unido voluntariamente con la finalidad de crear una organización democrática en la cual la administración y gestión debe llevarse de tal forma como acuerden sus socios, que generalmente se hace bajo el contexto y parámetros de la economía de mercado o la economía mixta. Es importante resaltar, que las cooperativas surgen en su gran mayoría para hacer frente a las necesidades de los socios así como a sus aspiraciones económicas, sociales y culturales que son comunes a todos y cada uno de los socios.

Así como esta descrito en la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 311.- “El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria”. (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011)

#### **1.2.6. Tipos de Cooperativas**

De conformidad al objeto u objetos que pretenden desarrollar, las cooperativas pueden agrupar pescadores artesanales, campesinos, agricultores, mineros, comerciantes, artesanos, escolares, etc., en consideración a lo que expone (Jumbo Narváez, 2013) “Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas para todas

aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la condición de socios, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa”.

#### **1.2.6.1. Cooperativas de Trabajo**

Son cooperativas de trabajo las que tienen por objeto producir o transformar bienes o prestar servicios a terceros, mediante el trabajo mancomunado de sus socios y cuya retribución debe fijarse de acuerdo a la labor realizada por cada cual. Los aportes de los socios personas naturales deberán consistir necesariamente en el trabajo que se obliguen a realizar, sin perjuicio de los aportes que hagan en dinero, bienes muebles o inmuebles.

“Las Cooperativas de Trabajo Asociado, en donde los asociados dan su fuerza laboral y a cambio reciben las compensaciones, de acuerdo al desempeño dado. Un porcentaje de estas compensaciones, va para los aportes sociales, la creación de empresas por medio del esfuerzo colectivo de personas que no contarán con los recursos económicos e instrumentales, pero que tuvieran grandes ideas empresariales y el propósito de recibir una compensación justa gracias al desempeño de sus labores”.

(Giraldo Escobar, 2012)

Entre muchas de las cooperativas la de trabajo son desarrolladas como empresas, la cuales producen varios bienes y servicios los cuales tiene como fin ser destinados a los mercados a cambio de varias contraprestaciones de forma económica, en tanto para las empresas, estas cooperativas suelen ser entidades de tipo privadas y autonomías que

lléguenla ser competitivas y eficientes para cualquier otro tipo de empresa, siendo inclusive mucha de las condiciones para aprovechar las ventajas frente a las formas jurídicas de las mismas.

#### **1.2.6.2. Cooperativas de Servicios**

Son cooperativas de servicio las que tengan por objeto distribuir los bienes y proporcionar servicios de toda índole, preferentemente a sus socios, con el propósito de mejorar sus condiciones ambientales y económicas y de satisfacer sus necesidades familiares, sociales, ocupacionales o culturales. Sin que la enumeración siguiente sea taxativa, las cooperativas de esta clase podrán tener el carácter de escolares, de abastecimiento y distribución de energía eléctrica y de agua potable, de vivienda, de aprovisionamiento, de ahorro y crédito y también de beneficio para las actividades del hogar y de la comunidad.

“Estas cooperativas tienen como propósito la compra y venta de artículos de primera necesidad y de servicios, tratando siempre de cubrir los requerimientos de sus socios. En este tipo de cooperativas las personas se asocian para obtener por parte de éstas, bienes y servicios de una forma más ágil, segura y a precios más satisfactorios”. (Fernández Crespo & Tapia Illescas, 2014)

Esta asociacion es la que presente un principal objetivo el cual es el cubrir todas y cada una de las carencias así como los bienes y servicios son los que se permiten las organizaciones para su única función de sus necesidades y formas mucho más satisfactorias en las que sean posibilitadas para sus necesidades más satisfactorias a

niveles de calidad en los autoabastecimientos, siendo las cooperativas de consumo las que sean constituidas para los ajustes y requerimientos ante las leyes marcados respecto a temas territoriales y capitales sociales.

#### **1.2.6.3. Cooperativas Eléctricas**

Son cooperativas de abastecimiento y distribución de energía eléctrica las cooperativas de servicio que se constituyan con el objeto de distribuir energía eléctrica. Por su parte, las cooperativas de abastecimiento y distribución de agua potable, que cumplan dicha función, se regirán en lo que fuere aplicable, por las disposiciones de las leyes especiales que regulan esta actividad.

#### **1.2.6.4. Cooperativas Escolares**

Son cooperativas escolares las que se constituyen en los establecimientos de educación básica, media, especial o superior, con el objeto de propender al mejoramiento de las escuelas en las cuales se fundan y de la comunidad en que éstas funcionan. El propósito principal de las cooperativas escolares es educativo y secundariamente económico.

“Son descritas como sociedades de alumnos administradas por ellos con el concurso de los maestros con vistas a actividades comunes. Inspirados en un ideal de progreso humano basado en la educación moral de la sociedad de los pequeños cooperadores por medio de la sociedad y el trabajo de sus miembros”.

(UNESCO, 2011)

Dichas creaciones son las que ayudan a establecer a muchos de los establecimientos educativos los cuales posibilitan para que se tome conciencia de cuan es la importancia en el trabajo común, ayudando al esfuerzo propio y mutuo, para que se preceptúen cada una de las constituciones fundamentales de las acciones cooperativas, es por ello que al impulsar dicha actividad se lo hace de forma creativa y paralelamente de las integraciones sociales fructíferas.

#### **1.2.6.5. Cooperativas de Vivienda**

Son cooperativas de vivienda aquellas que tienen por objeto satisfacer las necesidades habitacionales y comunitarias de sus socios y prestar los servicios inherentes a dicho objetivo, así como lo describe (Romero & Tuimil, 2012) “Son aquellas que buscan satisfacer la necesidad de alojamiento de sus asociados a partir de dos estrategias básicas, la autoconstrucción por ayuda mutua o el ahorro previo”.

“Adicionalmente, las sociedades cooperativas de viviendas cuentan con sus propios estatutos dónde se fijan las normas o reglas por las que se rige la estructura, gobierno y funcionamiento de la entidad y que, en cualquier caso, deben ser conformes a la ley. La obligatoriedad de su inscripción registral (no son plenamente válidos hasta que ello no sucede), garantiza que dicho ajuste legal se ha producido”. (Domínguez Guijarro, 2011)

Dichas entidades son sin fines de lucro lo cual es formada por varios grupos de personas que poseen una misma necesidad y que es la de vivienda, las cuales son unidas para el acceso de las mejores condiciones de calidad y costes posibles, por lo que mucha de estas viviendas son adquiridas a costos menores de los cuales permitan otros tipos de promociones. Muchas de estas cooperativas son las que promocionan a las viviendas adjudicándose ante los socios y sean estos rigurosos en su eliminación de promotores en partes de viviendas y sociedades adjudicándose a las mismas.

#### **1.2.6.6. Cooperativas de Ahorro y Crédito**

Se denominarán cooperativas de ahorro y crédito las cooperativas de servicio que tengan por objeto único y exclusivo brindar servicios de intermediación financiera en beneficio de sus socios.

“Son organizaciones formadas por personas naturales o jurídicas que se unen voluntariamente sus capitales con el objeto de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios, previa autorización de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, con clientes o terceros con sujeción a las regulaciones y a los principios reconocidos con la presente Ley (LOEPS)”. (Abril Calle, 2015)

Dentro de las cooperativas de ahorro y crédito existen la oportunidad de examinar cada una de las metas que presentan las instituciones de las cuales se proporcionan servicios y productos financiera con excelente calidad, sin embargo, a diferencia de

otros tipos de créditos otorgados por entidades financieras, muchos de sus socios poseen acceso a servicios de ahorros necesarios asegurando cada uno de los créditos que se proporcionan, depositando así hacia sus instituciones financieras mucho más seguras.

#### **1.2.6.7. Cooperativas Agrícolas y Campesinas**

Son las que se dedican a la compraventa, distribución, producción y transformación de bienes, productos y servicios, relacionados con la actividad salvo agropecuaria y agroindustrial, con el objeto de procurar un mayor rendimiento de ella y que actúan preferentemente en un medio rural y propenden al desarrollo social, económico y cultural de sus socios.

“En ocasiones las cooperativas surgían determinadas por la financiación y no al revés, es decir, los campesinos asociados veían en los créditos una forma de sortear problemas básicos inmediatos, pero no un elemento de inversión en la finca, por ejemplo. Esto crearía una diversidad de problemas entre los campesinos y campesinas integrantes de diversas cooperativas que los arrostrarían a la venta de sus predios ante el endeudamiento, la emigración, etcétera”. (Carrillo García, 2013)

Se ha demostrado que para las cooperativas agrícolas muchos de sus mecanismos han sido eficaces para la atracción de jóvenes que se involucran a la agricultura, las cuales aumentan muchas de las oportunidades en el empleo juvenil por medio de las actividades y explotaciones agrícolas, es por ello que este tipo de cooperativas se

distinguen de varios servicios agrícolas donde sus recursos más importantes son las tierras y maquinarias.

#### **1.2.6.8. Cooperativas Pesqueras**

Son aquellas que se dedican a la producción, compra, venta, distribución, transformación de bienes, productos y servicios relacionados con la explotación de productos del mar y a las actividades que persigan el mejoramiento de las condiciones de vida de quienes las desempeñan.

“Los casos de las cooperativas más recientes son, tal vez, las únicas con posibilidades de escapar a la dinámica de envejecimiento productivo e improductividad lacerante. Poseen embarcaciones que aún no cumplen su ciclo activo, su productividad es la mejor de la flota camaronera, tienen solvencia económica y sus socios están dispuestos a encarar algunas restricciones en su ingreso; cuentan, por ello, con las condiciones estructurales y culturales para emprender una renovación de capital de trabajo y mayor productividad en el mediano plazo”. (Rivas Mira, 2014)

Las cooperativas pesqueras son las que pueden ayudar a las aspiraciones que son muy limitadas y suelen ser tan reducidas en sus costos de producciones de acuerdo al aumento de sus utilidades, mientras que otras ya no suelen estar fijadas ante las miras de sus objetivos más comprensivos para la incrementación de los niveles de calidad en sus

vidas comunes, dentro de estos propósitos se asumen muchas de sus múltiples funciones para la cooperativa de sus pescadores.

### **1.3. Marco legal**

#### **Permisos y patentes municipales**

Obtener un control adecuado de las embarcaciones que hacen las actividades del transportar los mariscos en el Muelle Municipal Caraguay.

#### **Registro de la embarcación a cumplirse**

1. Tasa de Trámite para el uso del Muelle (Valor US\$2.00).
2. Registro de Embarcación que llega al Muelle.
3. Fotocopias de la Cédula a color y Certificado de Votación.
4. Autorización de las Operaciones vigente o licencia
5. Cronograma de las actividades
6. Requerimientos del sitio o espacio a utilizar
7. Copia de Póliza de Seguros con responsabilidad a terceros.
8. Acta de Compromiso, de la Comisaría Municipal de turno de acuerdo a la carga o actividad en el Muelle Municipal de la Caraguay.
9. Carpeta crema manila con la vincha.

Si es Compañía debe de presentar, adicional el Nombramiento, Estatutos vigentes.

#### **Pasos para el trámite en el mercado de la Caraguay**

- a) Recibo de pago del Trámite para el uso del Muelles.
- b) Comprar en el Palacio Municipal, el comprobante de ingreso a caja.
- c) Solicitar el registro de Embarcación, descargando el link.
- d) Completar los campos con letra legible.
- e) Fotocopia de la Cédula y certificado de Votación
- f) Estatutos Sociales
- g) Permiso de Operación dado por la Autoridad Marítima
- h) Cronograma de Operaciones.
- i) Requerimientos de Espacio
- j) Copia de Póliza de Seguro
- k) Acta de Compromiso
- l) Entregar la documentación en instalación del Muelle Municipal Caraguay

**Para la utilización del muelle municipal Caraguay (Segundo paso)**

- 1) Estar registrada en la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública
- 2) Contar con la aprobación de la Subsecretaría de Puertos y Transporte Marítimo
- 3) Cancelar valores indicados en la Ordenanza y las tasas por utilización al Gobierno Municipal de Guayaquil.
- 4) Por el uso del Muelle, las barca autorizadas deberán pagar los siguientes valores:
  - Embarcaciones de hasta 35 metros USD\$ 1,50
  - Embarcaciones mayores a 35 metros USD\$ 4,20
  - Las embarcaciones de transporte USD\$ 15,36

No se cobrarán por la carga de transición,

## **CAPITULO II**

### **2. METODOLOGÍA Y RESULTADOS**

#### **2.1. Métodos de investigación utilizada**

La metodología aplicada en el presente trabajo de investigación realizado en el mercado de cara guay en la ciudad de Guayaquil tiene una participación activa en el mismo por lo que su método aplicado es descriptivo utilizando instrumentos como la observación encuesta y entrevista.

También se utiliza el método exploratorio debido a que buscamos referencias de trascendencia primaria y secundaria que brinde información estadísticas relevantes en el presente estudio, para de esa manera sacar sus conclusiones y recomendaciones, es importante considerar la participación de todos los comerciantes formales e informales que se vinculan al trabajo cotidiano en el mercado de la Caraguay para nada sobre la Caraguay.

Se utiliza también en la presente investigación el método bibliográfico o teórico que es la recopilación de información vertida en los libros por importantes autores que denotan información sobre los impuestos reglamentos y lineamientos a seguir para todos los comerciantes, detallando un esquema de confianza y seguridad en los datos obtenidos.

#### **2.2. Instrumento de la investigación**

Los instrumentos de la investigación a utilizarse directamente abarca un estudio teórico práctico de tendencia cualitativa y cuantitativa, se utiliza la entrevista como eje fundamental de obtener la información si es que los informales requieren formalizar las actividades con el servicio de rentas internas, además se realizan encuestas que detallan

la organización y el trabajo que realiza los comerciantes en el sector del mercado de la Caraguay.

La observación no permitirá describir cuáles son los principales inconvenientes que se suscitan en el mercado obteniendo información a través de fotografías realizadas en el sector populoso a la hora donde más comerciantes y consumidores existen en el mercado.

### 2.3. Población y muestra

La población que se considera para el estudio es la de los comerciantes tanto formales e informales que existe en de lunes a domingo durante las 24 horas del día al mercado de la Caraguay, siendo un promedio de 1200 comerciantes, donde el 75% o son informales y la diferencia del 25% tienen cierta formalidad.

#### Muestra

Para obtener una muestra que parte de la población de 1200 comerciantes se aplica a la fórmula de la población finita, detallando un margen de error del 5% o como una confianza equivalente al 95%, además de una proporción de éxito del 50% o al igual que su fracaso de la siguiente manera.

$$n = \frac{P * Q * Z^2 * N}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

**Fuente:** Bioestadística, Cálculo de la muestra

**Elaborado por:** Ana Betún

**N=** Población de los comerciante mercado Caraguay 1200 comerciantes

**P=** Proporción del éxito de las respuestas obtenidas 0,50

**Q**= Proporción del fracaso de las respuestas obtenidas 0,50

**Z**= Valor de la Confianza 95% 1,65

**E**= Error de la muestra en la Investigación mercado Caraguay 5%

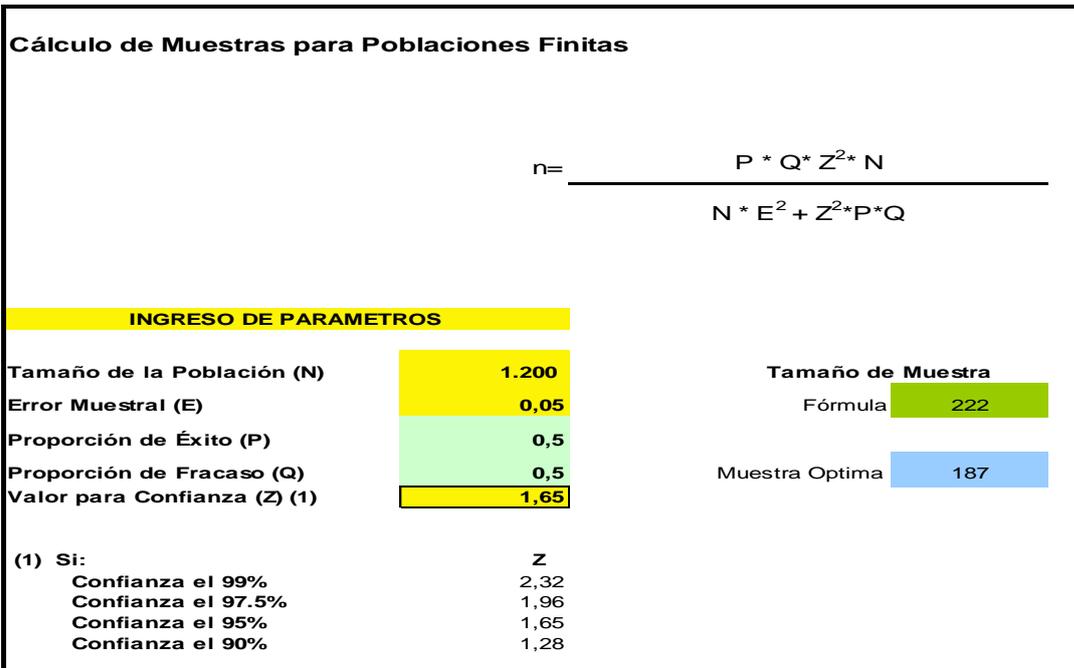
$$n = \frac{(0.5) * (0.5) * (1.65^2) * (1200)}{(1200) * (0.05^2) + (1.65^2) * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{(0.25) * (2.7225) * (1200)}{(1200) * (0.0025) + (2.7225) * (0.25)}$$

$$n = \frac{(0.25) * (3265)}{(3) + (0.68125)}$$

$$n = \frac{(816.75)}{(3.68125)}$$

$$n = 221,86$$



**Figura 1.** Formula de la población finita.  
Fuente: Calculo de muestra de población.  
Elaborado por la Autora.

## 2.4. Análisis de resultados

### 2.4.1. Encuestas

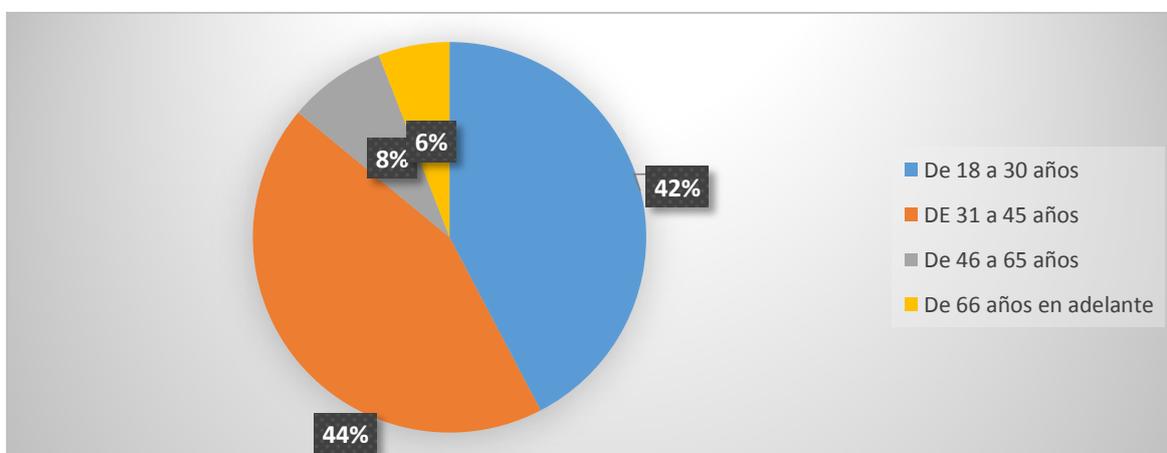
#### Edades

Tabla 1. Edades de los encuestados.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
De 18 a 30 años	94	42%	90
DE 31 a 45 años	97	44%	187
De 46 a 65 años	18	8%	205
De 66 años en adelante	13	6%	218
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por la Autora



**Figura 2.** Edad de los encuestados.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por la Autora

#### Análisis e interpretación de resultados

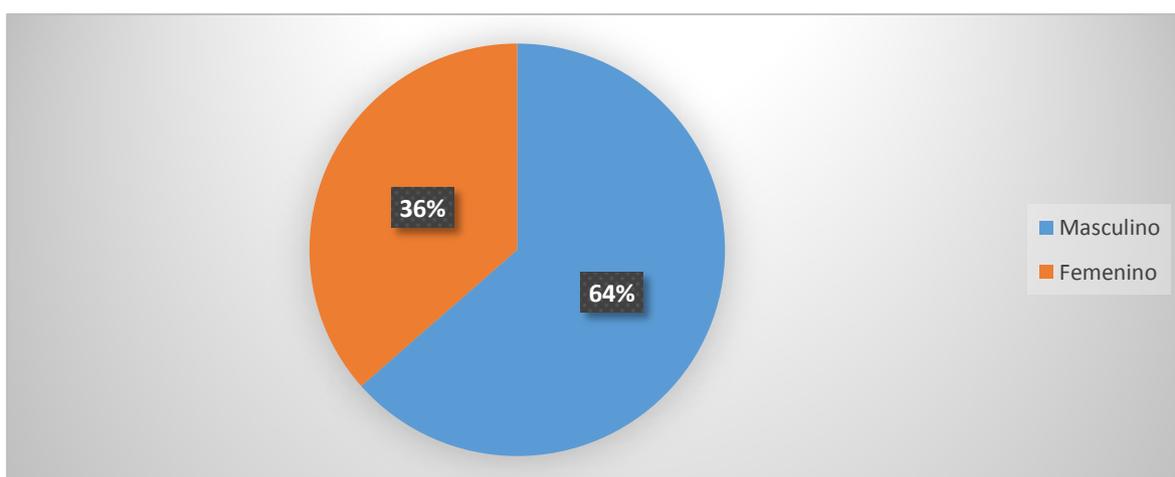
Se establecieron los siguientes resultados el 42% edades de 18 a 30 años, el 44% de 31 a 45 años, el 8% de 46 a 65 años y el 6% más de 66 años. El análisis realizado en la encuesta manifiesta que son comerciantes adultos los que laboran y que son continuos en su trabajo por más de las 16 horas.

## Género de los encuestados

Tabla 2. Género de los encuestados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
Masculino	141	64%	120
Femenino	81	36%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora.



**Figura 3.** Género de los encuestados.

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por la Autora.

## Análisis e interpretación de resultados

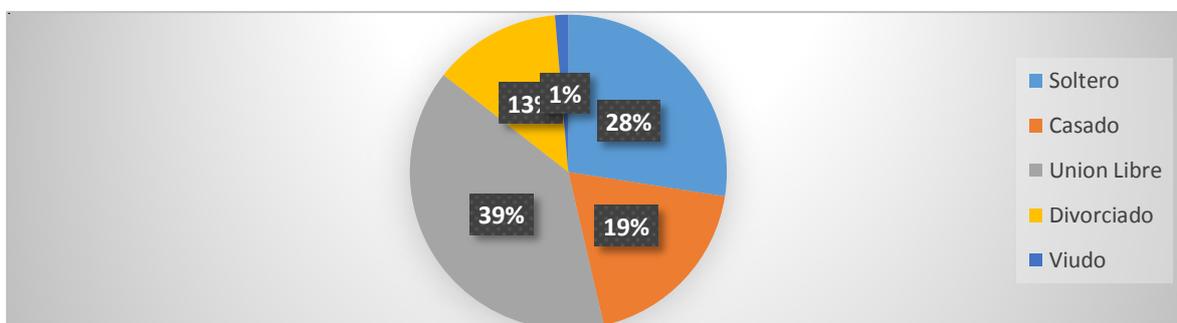
Se estableció que el 64% de los encuestados son personas de género masculino, mientras que el 36% son femeninas. El análisis abarca detallar que este negocio de comercio en el mercado de Caraguay son más comerciantes masculino por el hecho de que se utiliza la fuerza y la constancia, siendo el hombre el que más se apega a poner fuerza y resistencia, sin embargo un gran número de mujeres tiene similitud con el trabajo, y ambos están de acuerdo en formalizarse.

## Estado civil

Tabla 3. Estado civil de los encuestados.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
Soltero	61	27%	75
Casado	42	19%	117
Unión Libre	87	39%	204
Divorciado	29	13%	233
Viudo	3	1%	
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 4.** Estado civil de los encuestados.

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por la Autora

### Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a las encuestas realizadas se dio como resultado que el 19% de las personas encuestadas son casadas, el 28% son solteras, el 39% están en unión libre, el 13% están divorciadas mientras que el 1% son personas viudas. El análisis implica el conocer que los comerciantes en su gran mayoría no tienen en orden su propia familia, es decir son con su pareja muchos en unión libre, además muchos inconvenientes existente por los divorcios efectuados, comparando con las actividades que realizan también suele existir un desorden que se refleja con lo realizado en el mercado de la Caraguay.

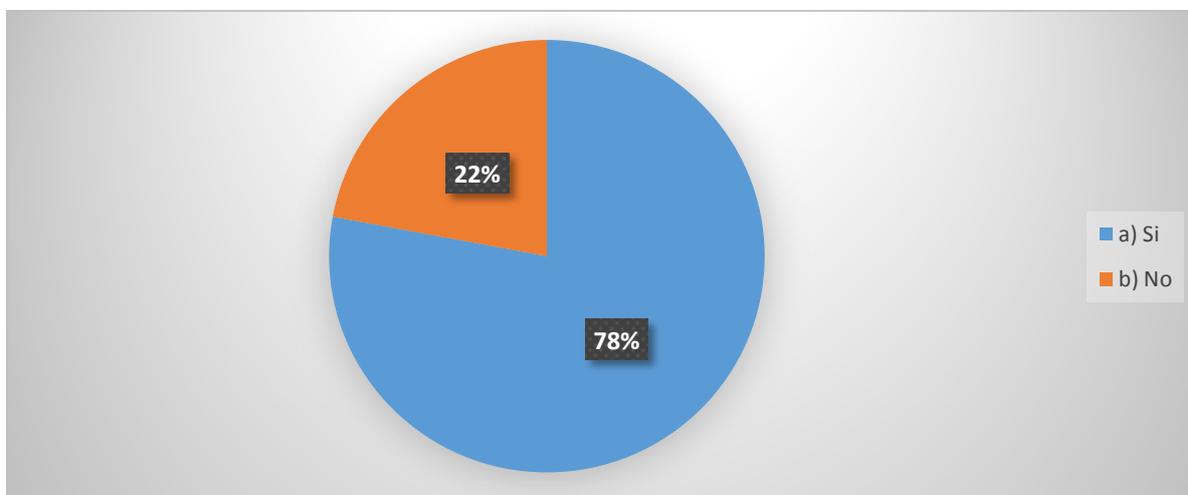
## Encuesta

### 1. ¿Es usted consciente que por la actividad que realiza debe contribuir con el orden, limpieza y la calidad de los productos que ofrece?

Tabla 4. Contribuir con el orden, limpieza y la calidad.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Si	173	78%	173
b) No	49	22%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 5.** Contribuir con el orden, limpieza y la calidad.

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por Autora.

## Análisis e interpretación de resultados

Se estableció que el 78% de los encuestados mencionaron que si se debe contribuir con el orden y limpieza de los productos que se ofrece en el mercado Caraguay, mientras que el 22 % indica que no. Esta interrogante da constancia de que existe un aporte de los comerciantes y que las medidas a tomar en la presenta

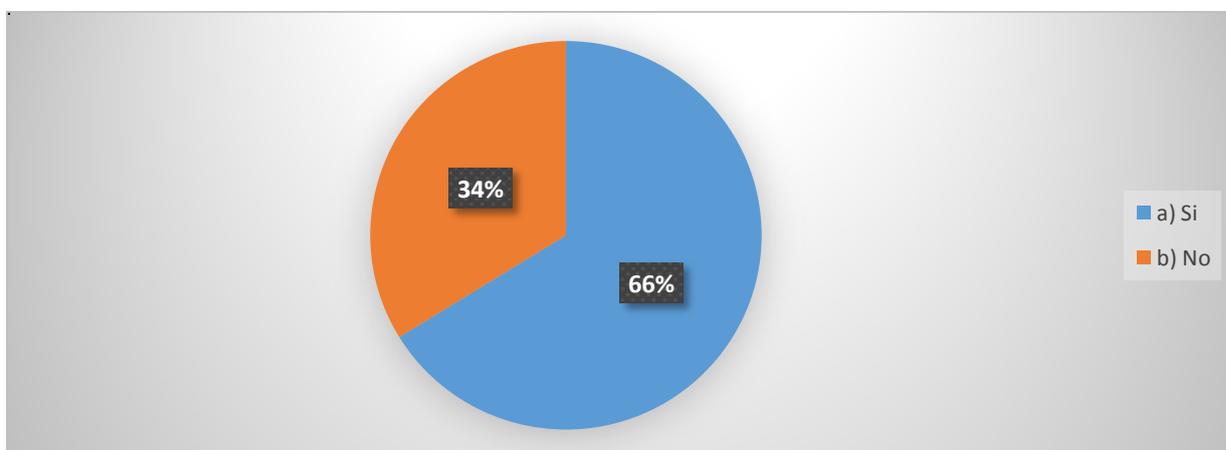
investigación tendría una buena aceptación al análisis que existe la contribución de los mismo.

## 2. ¿Sabe usted para que utiliza el Estado los tributos?

Tabla 5. Sabe en que utiliza el estado ecuatoriano los tributos.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Si	147	66%	147
b) No	75	34%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por Ana Betún



**Figura 6.** Sabe en que utiliza el estado ecuatoriano los tributos.

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por Ana Betún

### Análisis e interpretación de resultados

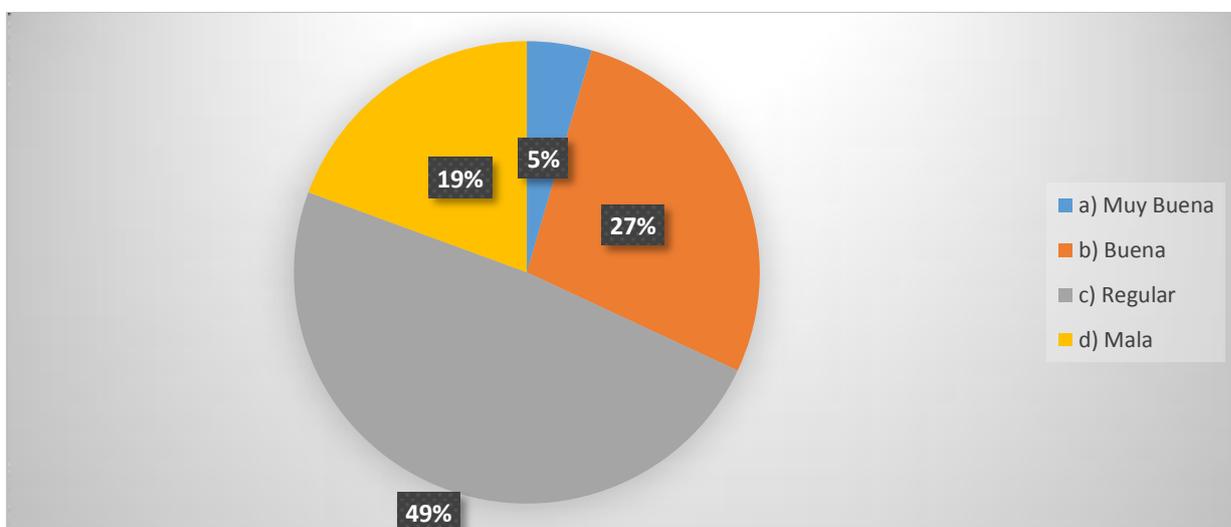
Se dio que el 66% de las personas encuestadas indican que si tiene conocimiento acerca de los tributos que utiliza el estado para que son, mientras que el 34% no saben para que lo utilizan. El análisis implica que la tendencia de conocimiento del pago de impuesto si existe, es decir los comerciantes saben que los tributos son parte del desarrollo del país puesto en obras, salud, educación, entre otros.

### 3. ¿Qué le parece la atención a los consumidores y clientes del mercado la Caraguay?

Tabla 6. Cómo es la atención ofrecida a los compradores en el Mercado de Caraguay.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Muy Buena	10	5%	10
b) Buena	61	27%	71
c) Regular	108	49%	179
d) Mala	43	19%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 7.** Cómo es la atención ofrecida a los compradores en el Mercado de Caraguay.

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por la Autora

#### Análisis e interpretación de resultados

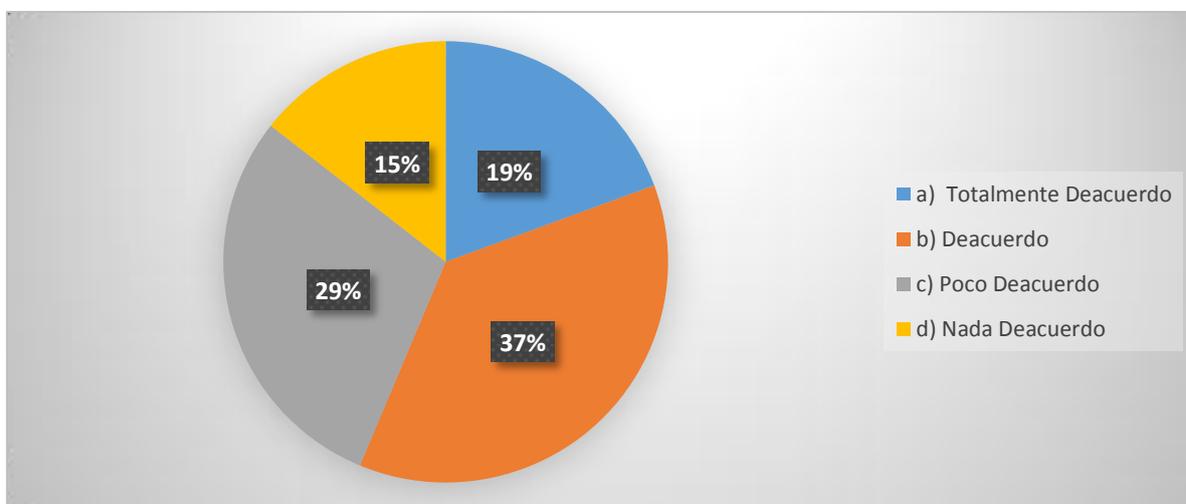
Se estableció que el 49% de los encuestados dicen que es regular la atención en el mercado, el 27% buena, el 19% mala mientras que el 5% afirma que es muy buena. La situación en la atención es aceptable según los mismos comerciantes, sin embargo mucho de ellos manifiestan que puede mejorar y que estarían dispuesto a hacer lo necesario para alcanzarlo.

**4. ¿Usted estaría de acuerdo que su actividad en el mercado de la Caraguay deba contribuir al pago de tributo?**

Tabla 7. Es importante que los comerciantes del mercado paguen impuestos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Totalmente Desacuerdo	43	19%	43
b) Desacuerdo	82	37%	125
c) Poco Desacuerdo	65	29%	190
d) Nada Desacuerdo	32	14%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 8.** Es importante que los comerciantes del mercado paguen impuestos.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por la Autora

**Análisis e interpretación de resultados**

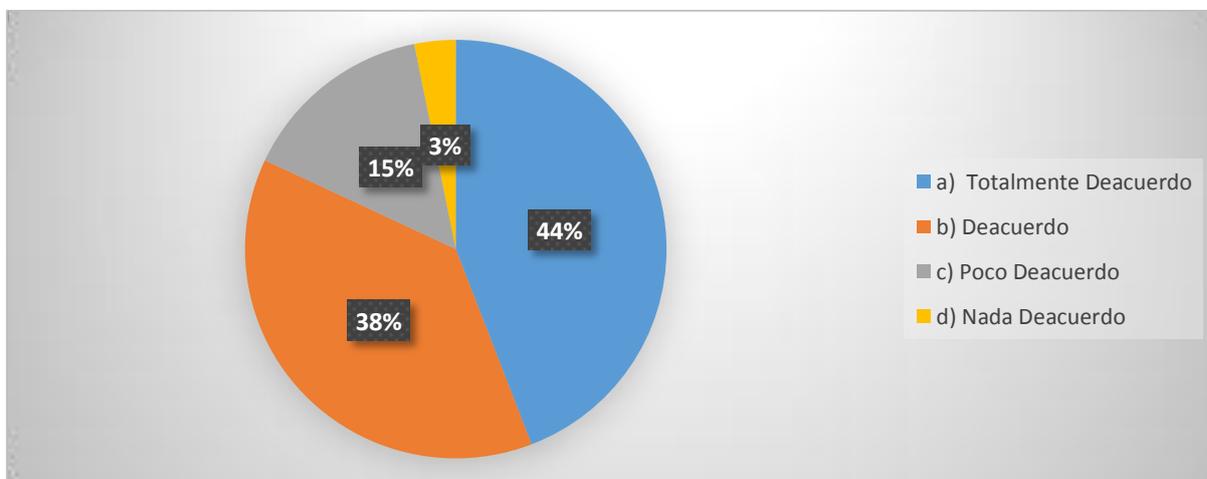
Se dio que el 19% de los encuestados dicen que si estarían de acuerdo contribuir al pago de tributo, el 37% está de acuerdo, el 29% poco de acuerdo mientras que el 15% nada de acuerdo. Esta interrogante se detalla que los comerciantes si están de acuerdo de establecer una política de pago para el pago de impuesto, por lo que es necesario forja un grupo de personas dentro del mismo mercado para que lleven la legalización de pago de tributos.

**5. ¿Le gustaría que dentro del mercado haya más control en los precios de los víveres y mariscos?**

Tabla 8. Desea que exista un control en los precios que detallan cada comerciante.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Totalmente Desacuerdo	98	44%	98
b) Desacuerdo	84	38%	182
c) Poco Desacuerdo	33	15%	215
d) Nada Desacuerdo	7	3%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 9.** Desea que exista un control en los precios que detallan cada comerciante.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora

**Análisis e interpretación de resultados**

Se estableció que el 44% de las personas encuestadas le gustaría que haya más control en los precios de víveres y mariscos, el 38% está de acuerdo con esto, el 15% poco de acuerdo mientras que el 3% nada de acuerdo. El análisis dirime una situación de interés como es el mantener el precio, controlando cada producto para que exista similitud y que se manifiesta una competencia justa y equitativa para todos.

**6. ¿Qué contestación le da usted al usuario que requiere un comprobante de venta?**

Tabla 9. Que indica al usuario cuando pide un comprobante de venta.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) No brindamos comprobante	90	41%	90
b) Regrese el día de mañana	34	15%	124
c) No manejamos ningún tipo de documento	98	44%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora

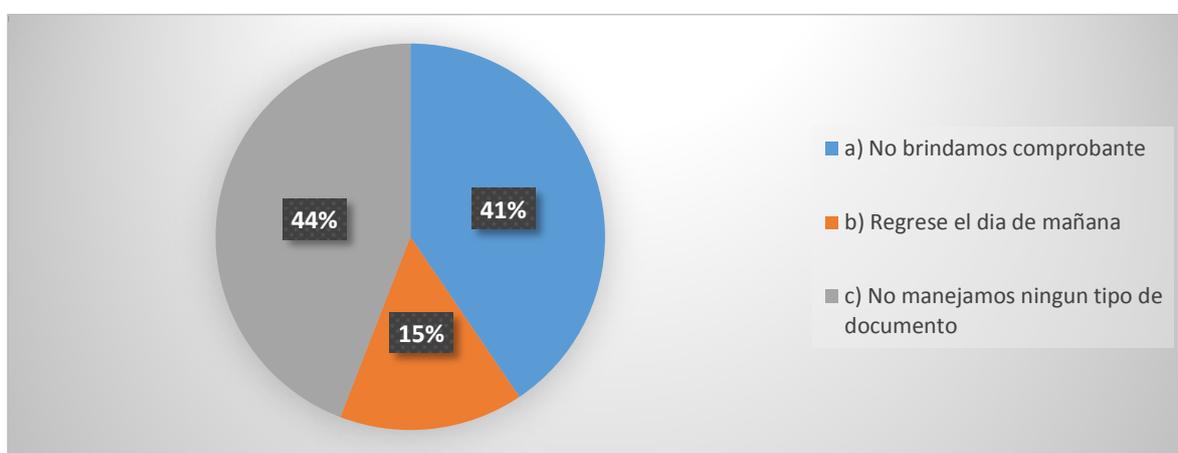


Figura 10. Que indica al usuario cuando pide un comprobante de venta.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora

**Análisis e interpretación de resultados**

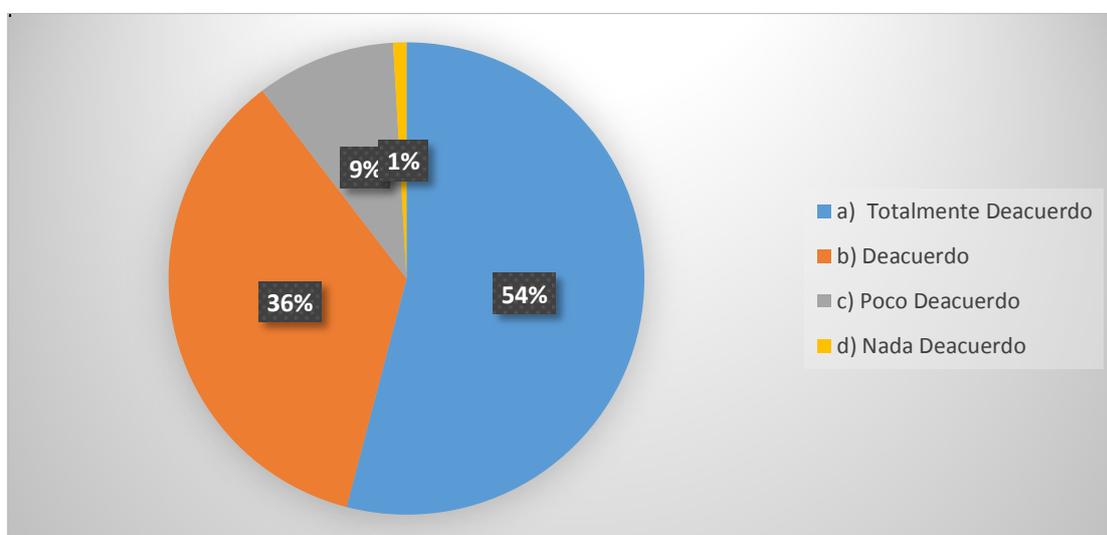
Se estableció que el 41% de las personas encuestadas no manejan ningún tipo de documentos, el 44% indica que le dice al cliente que no brindan ningún comprobante, el 15% le indica que regresen mañana. El análisis señala que existe repuesta por parte de los comerciantes y que en algún momento ellos tendrán que adoptar las políticas de pago de impuesto.

## 7. ¿Estaría de acuerdo de tener una agrupación cooperada dentro del mercado de la Caraguay?

Tabla 10. De acuerdo con establecer cooperación entre todos los comerciantes.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Totalmente Desacuerdo	120	54%	120
b) Desacuerdo	79	36%	199
c) Poco Desacuerdo	21	9%	220
d) Nada Desacuerdo	2	1%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 11.** De acuerdo con establecer cooperación entre todos los comerciantes.

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por la Autora

### Análisis e interpretación de resultados

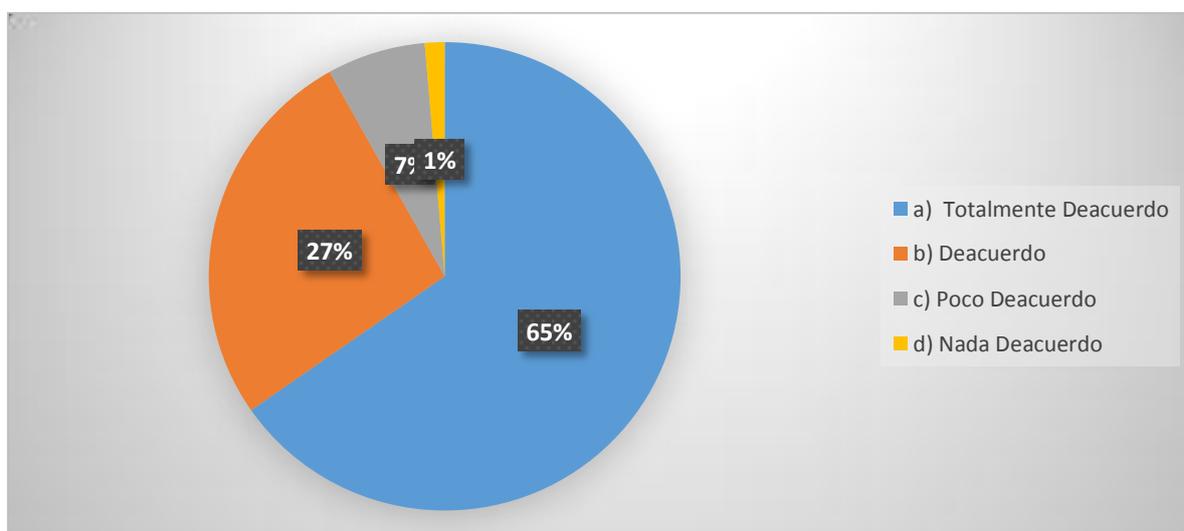
La interpretación de la encuesta indica que el estar cooperado es importante, señala que el 54% está totalmente de acuerdo, el 36% está de acuerdo, además el 9% está poco de acuerdo y un 1% está nada de acuerdo. El análisis implica que es importante la cooperación para así establecer un apego directo a la integración para generar nuevos ingreso y ampliar la rentabilidad en el mercado de Caraguay

## 8. ¿Considera que estando agrupados sus ingresos mejoraría?

Tabla 11. Con la agrupación de los comerciantes mejoraría sus ingresos.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Totalmente Desacuerdo	145	65%	145
b) Desacuerdo	59	27%	204
c) Poco Desacuerdo	15	7%	219
d) Nada Desacuerdo	3	1%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 12.** Con la agrupación de los comerciantes mejoraría sus ingresos.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora

### Análisis e interpretación de resultados

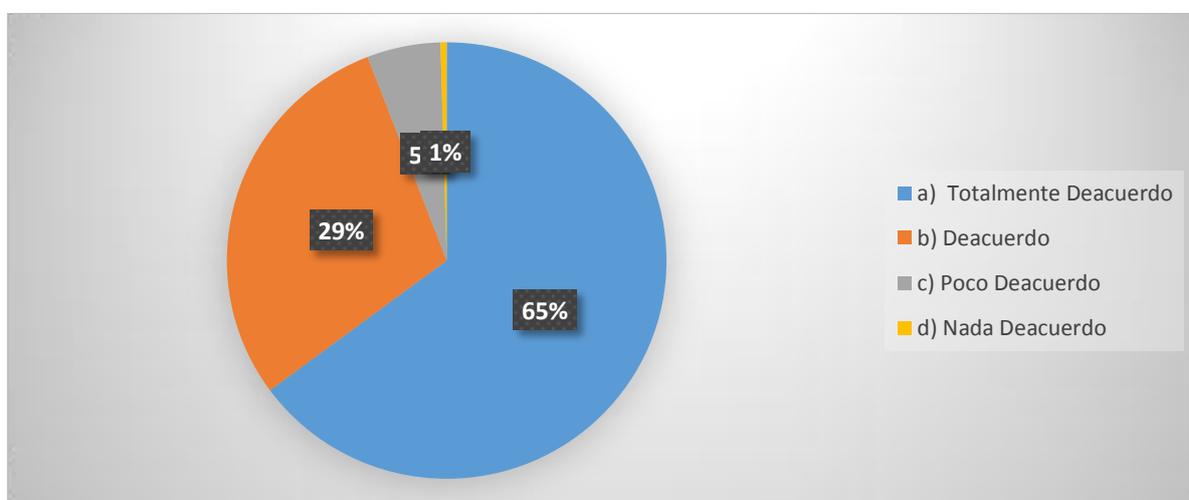
El 65% está totalmente de acuerdo en que la cooperación de los comerciantes generaría mayor ingreso, el 27% está de acuerdo, el 7% en poco acuerdo y apenas un 1% está nada de acuerdo. El análisis implica que la tendencia de los ingresos es de mayor interés por parte de los comerciantes, entonces las actividades mejorarían al momento de estar cooperados, pagar impuesto y respetar las ordenanzas.

## 9. ¿Al estar cooperado existiría mayor comunicación entre los comerciantes formales e informales del mercado de la Caraguay?

Tabla 12. La cooperación en el mercado de Caraguay existirá una mayor comunicación.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Totalmente Desacuerdo	144	65%	144
b) Desacuerdo	65	29%	209
c) Poco Desacuerdo	12	5%	221
d) Nada Desacuerdo	1	0%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 13.** La cooperación en el mercado de Caraguay existirá una mayor comunicación.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora

### Análisis e interpretación de resultados

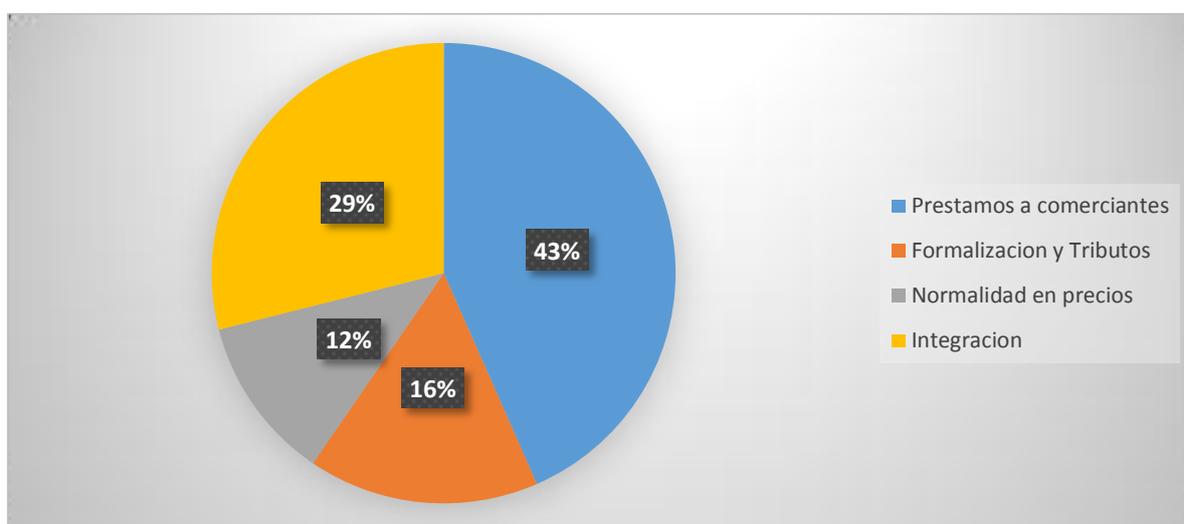
La cooperación de los comerciantes de la Caraguay tendrá una mayor comunicación en el momento de que se cooperen esto indica que el 65% está totalmente de acuerdo, el 29% está solo de acuerdo, el 5% poco de acuerdo y apenas un 1% está nada de acuerdo. Es importante la comunicación y estando cooperados esta puede ser mejor y más influyente entre los comerciantes.

## ¿Confía en que la cooperación va a ofrecer los siguientes servicios?

Tabla 13. Servicios posible cuando se esté cooperados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
Préstamos a comerciantes	132	59%	132
Formalización y Tributos	49	22%	181
Normalidad en precios	35	16%	216
Integración	88	40%	304
<b>TOTAL</b>	<b>304</b>	<b>137%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por Ana Betún



**Figura 14.** Servicios posible cuando se esté cooperados.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por Ana Betún

### Análisis e interpretación de resultados

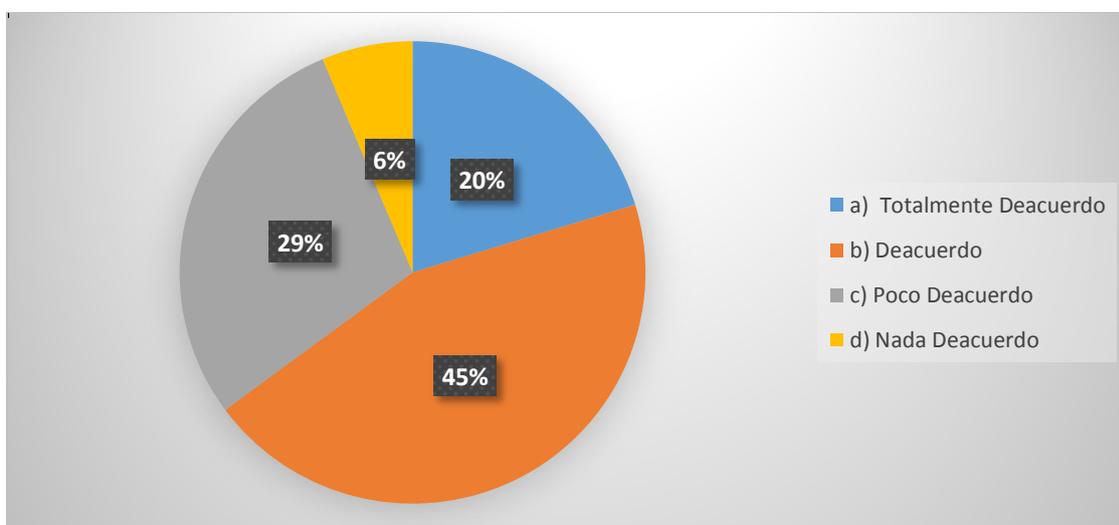
El principal servicio que se requiere de estar cooperados según los comerciantes es la de préstamos en un 43%, en un 29% es la integración de comerciantes, el 16% es la formalización y pago de productos, y un 12% refleja la normalidad de precio. Estas acciones son de interés en su gran mayoría de los comerciantes y es importante su aplicación.

**10. ¿Existe el interés de pagar impuestos y formalizar su actividad al estar cooperado?**

Tabla 14. Pago de impuesto y formalización de comerciantes de la Caraguay.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FREC.ACUMULADA
a) Totalmente Desacuerdo	45	20%	45
b) Desacuerdo	99	45%	144
c) Poco Desacuerdo	64	29%	208
d) Nada Desacuerdo	14	6%	222
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora



**Figura 15.** Pago de impuesto y formalización de comerciantes de la Caraguay.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por la Autora

**Análisis e interpretación de resultados**

El pago de impuesto en un 45% está tan solo de acuerdo, el 20% está totalmente de acuerdo, el 29% está poco de acuerdo y solo un 6% en nada de acuerdo. Es de interés de los comerciantes el establecer pagos para ofrecer factura o comprobante de las transacciones realizadas en los distintos horarios y así poder influenciar al desarrollo de los comerciantes y a la seguridad de clientes y proveedores.

## 2.4.2. Entrevistas.

### Entrevista 1



**Figura 16.** Entrevista a un comerciante informal.  
Fuente: Mercado Caraguay  
Elaborado por la Autora

Comerciantes: Pedro Morocho

Edad: 24 años

Estado civil: soltero

Entrevistador: Ana Betún

Fecha: 5 de septiembre de 2017

Hora: 9:20pm

**¿Usted considera como comerciante que tiene el respaldo de alguna organización para manejar adecuadamente los lineamientos de pago, cuotas, impuestos y otros?**

No, pero estoy de acuerdo que aquí debemos de unirnos para de esa forma buscar el bien común entre todos los representantes, esto implica reunirnos y cooperar en todo lo

necesario para tener un respaldo firme ante múltiples acciones negativas que se ven, aquí en el mercado de la Caraguay.

**¿Estaría de acuerdo de asumir con responsabilidad una situación formal dentro del mercado en unión de todos sus compañeros De ser SI o NO explique?**

**Respuesta: Si**

Porque queremos tener seguridad, hoy uno esta y mañana No, entonces de estar integrados existiría un mejor respaldo de todas las actividades que realizamos, existiría más orden y a la vez aseo.

**¿Están conformen con la cantidad de clientes y proveedores que ingresa al mercado de la Caraguay? Explique**

**Respuesta: Si**

Pero pienso que i estamos más organizados tenderíamos más personal, eso ayuda porque vendemos más, y esto influye en nuestra economía. Nosotros queremos participar en actos, eventos y reunirnos pero no hay el impulso o el liderazgo de alguien que nos una.

## Entrevista 2



**Figura 17.** Entrevista a un comerciante Informal.  
Fuente: Mercado Caraguay  
Elaborado por la Autora

Comerciantes: Pedro Iglesias Benavides

Edad: 36 años

Estado civil: unión libre

Entrevistador: Ana Betún

Fecha: 7 de septiembre de 2017

Hora: 10:20pm

**¿Usted considera como comerciante que tiene el respaldo de alguna organización para manejar adecuadamente los lineamientos de pago, cuotas, impuestos y otros?**

No, pero deberíamos tenerlo, pero no hay quien organice, la mayor parte de la gente pasa ocupada, bueno en teoría, otros pierden el tiempo y otros juegan cuando terminan de vender todo, en verdad no hay orden ni organización.

**¿Estaría de acuerdo de asumir con responsabilidad una situación formal dentro del mercado en unión de todos sus compañeros De ser SI o NO explique?**

**Respuesta: Si**

Es necesario, aquí para mejorar no solo es la alcaldía, somos cada uno de nosotros, más aun cuando no hay un control de cada comerciante, muchos no ponen de su parte, otros si queremos organizarnos e integrarnos.

**¿Están conformen con la cantidad de clientes y proveedores que ingresa al mercado de la Caraguay? Explique**

**Respuesta: Si**

Pero puede mejorar, depende de que haya más publicidad y que no exageren en el precio, además de vender productos fresco, eso es lo que más busca la gente.

### Entrevista 3



**Figura 18.** Entrevista a un comerciante.  
Fuente: Mercado Caraguay  
Elaborado por la Autora

Comerciantes: Mario Zambrano vera

Edad: 26 años

Estado civil: unión libre

Entrevistador: Ana Betún

Fecha: 7 de septiembre de 2017

Hora: 10:40pm

**¿Usted considera como comerciante que tiene el respaldo de alguna organización para manejar adecuadamente los lineamientos de pago, cuotas, impuestos y otros?  
¿Explique?**

NO hay respaldo de nadie, aquí todos ven por su interés, pagan un valor al municipio y eso es orden, pero la realidad es que no hay acciones entre nosotros mismo por ser mejores o al menos mejoras las relaciones e integrarnos.

**¿Estaría de acuerdo de asumir con responsabilidad una situación formal dentro del mercado en unión de todos sus compañeros De ser SI o NO explique?**

**Respuesta: Si**

Es importante el hacerlo, peor para ello hay que asumir riesgo y confiar en que todo va a salir bien

**¿Están conformen con la cantidad de clientes y proveedores que ingresa al mercado de la Caraguay? Explique**

**Respuesta: Si**

Claro y cada día aumenta, por eso es importante cooperar todos quienes conformamos este mercado tan importante en la ciudad de Guayaquil

## Entrevista 4



**Figura 19.** Entrevista a un comerciante.

Fuente: Mercado Caraguay

Elaborado por la Autora

Comerciantes: Carlos García es antes

Edad: 29 años

Estado civil: casado

Entrevistador: Ana Betún

Fecha: 7 de septiembre de 2017

Hora: 10: 00pm

**¿Usted considera como comerciante que tiene el respaldo de alguna organización para manejar adecuadamente los lineamientos de pago, cuotas, impuestos y otros?**

**¿Explique?**

**Respuesta: SI**

Hay que pagar no solo al municipio, sino al servicio de rentas y al mismo fisco, es importante dar después de que recibimos y trabajamos, hay que apoyar con los impuestos al estado.

**¿Estaría de acuerdo de asumir con responsabilidad una situación formal dentro del mercado en unión de todos sus compañeros De ser SI o NO explique?**

**Respuesta: Si**

Hay que integrarnos solo así superaremos cualquier r barrera

**¿Están conformen con la cantidad de clientes y proveedores que ingresa al mercado de la Caraguay? Explique**

**Respuesta: Si**

Hay que ser mejores y solo con paciencia y proactivos podemos lograrlos, la integración es necesaria.

## 2.5. Situación Actual en el “Mercado Caraguay”.



Trabajan sin protección alguna, al limpiar el albacora Pescado más vendido en el mercado ya que los consumidores compran para la venta de encebollado.



Este comerciante además de dar mala atención al cliente, demuestra mal aspecto a su puesto de trabajo.



Falta de control de mantenimiento y limpieza.



Piso mojado, invadido de agua de pescados, peligroso.



Mala presentación producto para el consumo en el piso.



Falta de control de administración, trabajadores de otra área, vendiendo en el paso donde los consumidores caminan y dando mala imagen.

**Figura 20.** Entrevistas a comerciantes.

Fuente: Mercado Caraguay

Elaborado por la Autora

Estos son los problemas que atraviesa en realidad nuestro mercado, un lugar importante ya que de aquí se distribuye los mariscos del mar a su casa.

### Comerciantes Formales.



**Figura 21.** Comerciantes Formales.

Fuente: Mercado Caraguay

Elaborado por la Autora

Pocos son los comerciantes que trabajan como es debido, ellos saben que deben contribuir con el estado declaran sus Tributos en el SRI, cumplen con las ordenanzas de la Administración del mercado y tienen una buena atención con el cliente.

## Comerciantes Informales



**Figura 22.** Comerciantes que no declaran impuestos.

Fuente: Mercado Caraguay

Elaborado por la Autora

**Comerciante que no declaran sus Tributos presenta sus motivos:**

- ✓ **Falta de conocimiento.**
- ✓ **Poco interés de declarar Impuesto.**
- ✓ **El desinterés de los Consumidores al exigir los comprobantes.**

## CAPÍTULO 3

### 3. PROPUESTA

#### 3.1. Antecedente

El mercado Caraguay es un centro de acopio de mariscos, hortalizas, víveres, alimentos y variedades de productos que hacen que miles de ciudadanos participen en las negociaciones que ahí se desarrollan, la presencia de los ciudadanos que en su gran mayoría se acercan en las horas de la noche en busca de mariscos a un precio adecuado tienen necesidades y a la vez buscan la confianza de un producto fresco y económico.

La participación de los comerciantes se deriva en la formalidad e informalidad que existe, siendo necesario que ellos participen en las múltiples actividades de carácter cultural que se requiere para un excelente trabajo con el público, además de precios competitivos y respetados para que haya una libre competencia entre ellos, e incluso el aseo y la limpieza debe de ser un detonante para que en la calidad y calidez del mercado sea atractivo para los visitantes.

La necesidad de establecer políticas, lineamientos y reglas es imprescindible, sólo así se podrá innovar y mejorar al público la atención y el servicio, mayor número de ingresos para ellos, esto obliga a integrarse de tal forma que cada comerciantes presencié y conozca a de las actividades que se realizan en el mercado, es por ello que la cooperación y agrupación es una alternativa optimista y positiva para los 1200 empleados que conforman el centro de abastos.

El mercado de la Caraguay es un sitio donde existe una gestión municipal aceptable, sin embargo son los comerciantes formales e informales que no interactúa con la gestión realizada por el cabildo, siendo necesario la presencia de un control y monitoreo para qué quienes proveen de marisco y otros comestibles estén regularizados y así poder practicar adecuadamente el comercio leal y objetivo en el mercado.

### **3.2. Objetivo de la propuesta**

Diseñar un modelo de estructura de cooperativismo que se encargue de establecer las políticas y lineamientos que rijan a todos los comerciantes para de esa forma contribuir con el desarrollo del mercado, además del pago justo de los tributos y la reorganización de las actividades desarrolladas.

### **3.3. Objetivo específicos de la propuesta**

Describir a través de un análisis FODA cuáles son las principales debilidades que existen en el mercado con base en a la situación del comerciante formal e informal que participa noche y día en el comercio o de marisco, alimentos y víveres en general.

Proponer el diseño de una estructura organizacional dentro del mercado de la Caraguay, con el fin de que los lineamientos, reglas y funciones serán considerados por todos los comerciantes del sector.

### **3.4. Justificación de la propuesta**

Un mercado es asistido tanto por proveedores como por distribuidores, además de la gran afluencia de personas que buscan precio, calidad y confianza en cada uno de los productos que adquieren, siendo necesario la correcta atención de los vendedores acompañado de la confianza y seguridad del producto. La tendencia a de un buen servicio tiene relación directa con reglas claras aplicadas por la cooperación de todos quienes integran el comercio del mercado.

La propuesta se justifica en el momento que se aplican las reglas y es respetada por todos los participantes, obteniendo un esquema de orden y planificación, el esquema planteado es sinónimo de un trabajo bien realizado respetando al compañero, socio y amigo que se desenvuelve con un mismo producto, donde el precio es equitativo y no hay inconveniente alguno de que exista una competencia desleal.

También es importante anotar que al estar cooperado todos los comerciantes, existirá un grupo de personas que buscan mejores precios para con sus proveedores y del tal manera poder tener mayor utilidad en las negociaciones realizadas en el mercado en la compra y venta de productos. Un comerciante formal refleja confianza a los clientes por el hecho de que entrega el producto o con excelente calidad, entrega un comprobante de la negociación y a la vez coordina la declaración de tributos por la actividad a realizada.

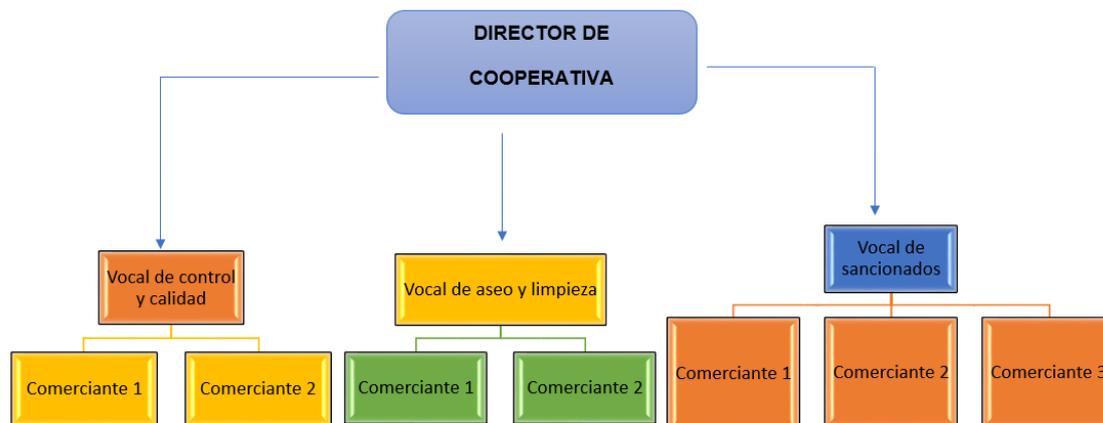
La situación que abarca el cooperativismo es una hegemonía de acciones y actividades que hacen del comercio un proceso integral e innovador, el tener una directiva implica que hay un orden y que todos los comerciantes respetan las disposiciones que ésta realiza. La planificación adecuada y organización de toda los comerciantes exigirá un respeto y consideraciones por estar unido, esta abarca que el proveedor busca dar descuentos por compra al por mayor al igual que los clientes se ubican donde exista la mejor atención a pesar de que su precio es similar en todos los locales del mercado de la Caraguay.

### **3.5. Descripción de la propuesta**

El cooperativismo es una actividad que agrupa a compañeros y amigos para esa manera realizar una actividad planificada y organizada en un sector, en este caso la necesidad del cooperativismo en el mercado de la Caraguay es imprescindible, abarca a elegir una directiva, para que esta sea la encargada de coordinar las necesidades de todos aquellos comerciantes formales e informales que se desenvuelven en el comercio de marisco y otros productos.

### 3.5.1. Estructura funcional interna de la propuesta del mercado de la Caraguay

Tabla 15. Estructura de la directiva



Fuente: Mercado Caraguay  
Elaborado por la Autora

**Control de Directiva.** La directiva de los comerciantes cooperados deberá de organizar los locales y espacio para que exista mayor equidad en el acceso de los clientes que acuden al mercado de la Caraguay, esto permitiría a que el comercio sea equitativo y que los diferentes comerciantes afiliados tengan la misma posibilidad de aumentar sus ingresos, esta política deberá ser aplicada a todos los comerciantes que estén legalizados, pague una alícuota por la cooperación, tengan todos los documentos de reglas y además sean contribuyentes al servicio de rentas internas en el pago mínimo de sus impuestos.

### 3.5.2. Análisis del FODA utilizando el balance score card.

Tabla 16 . Fortaleza y debilidades área de planificación en mercado Caraguay

Estructura Organizacional	Gran afluencia de vendedores y compradores las 24 horas del día.	X	
	Existe un régimen municipal que exige a los comerciantes.	X	
	Hay el acuerdo entre clientes y proveedores para el ingreso al mercado	X	
	Existe un adecuado manejo y control de las actividades.	X	
Estructura Comunicacional	Falta de comunicación y unión entre los comerciantes.		X
Cultura Organizacional	Aplicación de políticas de control en el mercado de la Caraguay	X	
Planificación	Falta de planes donde indican que los comerciantes van a pagar sus Tributos.		X

Fuente: FODA

Elaborado por la Autora

Tabla 17. Fortaleza y debilidades área de Operaciones en mercado Caraguay

Gestión por procesos	Existe un sistema ilimitado que por medio de sorteo, se asigna un puesto.		X
	Hay equipos sistemático con tecnología actualizada	X	
Mejoramiento continuo	El Alcalde hace poco inauguró nuevos baños, mando a pintar todo lo que es fase1 y cambio el piso.	X	
Diseño y Desarrollo	Excelente en la atención y servicio con los clientes.	X	
Productividad	Capacidad mínima de los comerciantes acerca de los Impuestos, por cual no emiten comprobantes.		X
	Presentan gran variedad de Productos Directos, por cual los clientes prefieren ir allá.	X	
Infraestructura	Cuentan con tecnología Actualizada.	X	
Seguridad e Higiene Industrial	Cuentan con una CIA. De Seguridad Privada pero no es lo suficiente, los delincuentes el menos descuido ya te robaron todo y al exterior del mercado botan basura todos del mis barrio.		X

Fuente: FODA

Elaborado por la Autora

Tabla 18. Fortaleza y debilidades área de Apoyo en mercado Caraguay

Indicadores financieros	Existe liquidez.	X	
	Existen muchas Ventas.	X	
Presupuesto	Se controla la parte de los ingresos de forma directa y en efectivo	X	
Reclutamiento y selección	Existe un adecuado manejo por parte de la Administración del mercado.	X	
	Los comerciantes trabajan en horarios rotativos el tiempo necesario hasta culminar sus ventas	X	
Contratación e inducción	Falta de cultura en el mercado		X
Gestión por competencias	carencia de valores, integración		X
Niveles de desempeño	trabajo por tradición y experiencia en el comercio de marisco en la Caraguay	X	
Formación y capacitación	falta de programas de inducción a los comerciantes en área de tributación		X
Remuneraciones e incentivos	No hay un esquema fijo de ingreso, gana en base a trabajo, no hay cooperación		X
Clima Organizacional	Carencia de un gremio que busque el buen vivir de los comerciantes y su agrupación		X
Inventario tecnológico	no hay tecnología en la parte de servicio y control de inventario		X
	Actualización en la comunicación interna entre comerciantes formales e informales del mercado de la Caraguay		X
Diagnóstico tecnológico	La tecnología aplicada en el control de las políticas en el mercado de la Caraguay	X	
Plaza	Ubicación de puestos en áreas no comerciales		X
	aseo, limpieza y seguridad poco deseable		X
Producto / Servicio	El comercio se maneja por precio y producto de calidad y frescos	X	
	Calidad en los mariscos	X	
	Participación activa de clientes y proveedores	X	
	estabilidad en las acciones realizadas en el mercado de la Caraguay	X	

Precio	Precio rebajados y cantidad de mariscos	X	
Promoción	No hay un control en los precios entre compañeros por falta de cooperativismo		X
	Carencia de líderes que optimicen la integración		X

Fuente: FODA

Elaborado por la Autora

Tabla 19. Oportunidades y amenazas mercado Caraguay

<b>Diagnóstico de Mercado de la Caraguay</b>	<b>O</b>	<b>A</b>
Estabilidad económica de los comerciantes	X	
Altas presencia de informales		X
Financiamiento externo a comerciante	X	
Política que no aplican los comerciantes		X
Acceso agradable	X	
Nuevas tendencias de ampliación de espacios	X	
manejo de directrices verticales ambiguas		X
Cambios en los gustos y preferencias del cliente que acude a la Caraguay		X
Poca exigencia del cliente en calidad		X
competencia elevada en el mercado de la Caraguay por falta de cooperación		X
Respeto a las ordenanzas municipales	X	
No aplican el pago de impuesto o legalización con el SRI		X
falta de seguridad en el medio ambiente		X
manejo adecuado de los desperdicio en el mercado	X	
No hay el manejo adecuado de los desperdicio el marisco		X
No hay cuidado en el medio ambiente		X
Trabajo directo a comerciante y personal de servicio	X	
Equilibrio en el trabajo y comercio de mariscos	X	
trabajo eficiente y proactivo en el comercio de marisco	X	

Fuente: FODA

Elaborado por la Autora

### **3.6. Políticas y lineamientos**

De los comerciantes formales e informales.

**1.** Es necesario el registro a una base de datos de todos los comerciantes que participan en los diferentes locales y espacios del mercado de la Caraguay. Los principales datos a obtener de cada comerciante son los siguientes:

- a) Nombre completo del cooperado
- b) Número de cédula
- c) Dirección domiciliaria
- d) Número de permiso o licencia mercantil
- e) Documentos válidos que comprueben la actividad comercial que realiza
- f) Nombre del cónyuges
- g) Número de cargas familiares
- h) Producto que comercializa
- i) Realiza pago al servicio de rentas internas
- j) Permisos municipales
- k) Permiso de uso de muelle
- l) Permiso o patente comercial

Con toda la información escrita se procede a llenar la base de datos y a la vez dar un registro con un código que será el que represente a cada comerciante. Esta información deberá de ser actualizada trimestralmente con el fin de que se aplique nuevos lineamientos o propuestas para que todos participen.

**2.** Los comerciantes podrán trabajar libremente en el mercado distribuyendo los productos que estén asignados acorde al área de productos, esto implica el respeto a la organización cooperara, que el plantío en común acuerdo en la asamblea, donde todos acudieron y aprobaron sanciones de multa en caso de no respetar los lineamientos planteados y sugeridos en la reunión.

**3.** Es responsabilidad del comerciante el tener su espacio o local en perfecto estado esto implica el aseo, la limpieza, el orden y la seguridad para que al momento de

trasladar lo al nuevo comerciantes este lo reciba de manera formal y de igual manera lo entregue al nuevo comerciantes al siguiente día.

**4.** Cada comerciantes responsable por su producto, por la calidad del mismo, por el estado de frescura que posee a, por la forma como se lo entrega al cliente y además por la confianza y atención que demuestre, si en un caso no se toman esta medida el comerciante estará sujeto a una sanción de tipo económica.

**5.** Cada comerciante deberá atender su local o espacio de manera responsable y abrirlo conforme lo plantío en la asamblea del mercado, esto es importante porque así todos participan y los clientes tendrán más opción de elegir un producto según las expectativas que demuestre el local o el espacio asignado.

**6.** El comerciante deberá de estar debidamente uniformado siguiendo la norma de seguridad industrial, coordinando los implementos básicos como guantes, gorras, hielo, ESCOBAS y demás implementos necesarios para la correcta gestión de local o espacio asignado al comerciante.

**7.** Cada comerciante es responsable de los negocios que realiza y éste tiene que coordinar con el cliente algún perjuicio o mal entendido o conflicto presentado, solucionándolo de forma individual y si el caso amerita plantearlo en la asamblea de cooperados para darle solución.

**8.** El comerciante debe participar en todas la decisiones tomada por la asamblea cooperativa para de esa forma beneficiarse de descuentos aplicados en la compra al por mayor con los proveedores, esto permite disminuir los costos y a la vez ser más competitivo en el local o espacio asignado.

**9.** El comerciante que trabaja constantemente en el mercado, está obligado, a asistir a todas las reuniones que se realicen, dejando su reemplazo a una persona responsable que cumpla a cabalidad con todas las políticas y lineamientos exigidos.

**10.** Es responsabilidad de comerciantes abrir de manera puntual y oportuna el espacio o local asignado, caso contrario se hará acreedor a una multa.

**11.** El comerciantes está obligado a pagar la cuota asignada a mensualmente que es el valor de \$15 y a la vez acogerse a las multas y sanciones e intereses que conlleve a la no aportación.

**12.** Las actividades realizadas por los comerciantes en el mercado deben estar de manera lícita y en ningún momento comprar o vender productos de dudosa reputación, en el caso de que exista dolo, estafa o cualquier acción delictiva, el comerciante será expulsado de su local o espacio y a la vez sujeto a las disposiciones legales de los jueces o fiscales competentes.

**13.** El comerciante debe ofrecer productos de absoluta calidad, además coordinar los precios con los compañeros, considerando que la procedencia los productos en su gran mayoría vienen de un mismo proveedor, caso contrario de no respetar esta normativa el comerciante será sujeto a sanción económica.

**14.** Es responsabilidad de los comerciantes que las instalaciones adherentes a su local o espacio estén en perfecto estado, limpio, seguro y que todos los desperdicios estén ubicado en el punto asignado, caso contrario de no respetar esta normativa la sanción económica es de alrededor de \$40.

**15.** Cada comerciantes debe de abrir y cerrar su local o espacio considerando que es responsabilidad del mismo todos los objetos, instrumentos, herramientas y otros que ahí se encuentren. Por lo tanto cada comerciante debe de llevar sus materiales y después sacarlo, el siguiente comerciante o compañero no se hace responsable por los objetos olvidados. Es importante que el comerciante cualquier objeto encontrado lo entregue a la asamblea cooperara y de esa forma entregar el producto o instrumento al respectivo dueño.

**16.** En caso de encontrar productos en mal estado éste no deberán ingresar al mercado y es responsabilidad de comerciantes las acciones realizada con el mismo. Si este producto en mal estado ingresara a local o espacio físico o y se comprueba el hecho el comerciante sin importar quién es la persona será el responsable directo, siendo sancionado por un valor de \$80, sin derecho.

Los valores asignados por la asamblea a todos los cooperados comerciantes del mercado, serán utilizados como fondos programados para las múltiples actividades que se realicen en conjuntos, siendo necesario llevar un control y a la vez monitoreo de todos aquellos comerciantes que se encuentran en la base de datos, cada registro de multa o sanción se le entregará al comerciantes el respectivo comprobante, considerando el valor, la fecha, el tipo de sanción, y el motivo por el que fue asignada.

Las sanciones ubicadas a cada comerciante no tendrán ningún efecto directo a reclamo, mucho menos a impugnación, si ésta amerita un análisis o consideración especial, el comerciante deberá de realizar un oficio pidiendo a la asamblea cooperativa que analice la sanción o multa asignada por alguna situación no pronunciada en el presente reglamento. El comerciante que tiene un local o un espacio no podrá sub arrendarlo, esto implica una sanción fuerte que va desde \$200 hasta la expulsión del mercado como cooperado.

### **3.7. Impacto económicos en la cooperación**

El impacto económico está reflejado por la inversión ya meditar la realización de las políticas y lineamientos para que todos los comerciantes lo lleven a cabo, los principales gastos a desarrollar tienen que ver en forma directa con las citaciones a cada miembro a participar en las reuniones, se detalla un presupuesto promedio de alrededor de \$100 por cada reunión realizada, las reuniones serán en moradas no pico para que de esa manera todos los comerciantes que acuden al mercado puedan participar.

El retorno de la inversión está derivado de manera cualitativa porque si de verdad que no existe ingreso para el gremio o la cooperativa en el momento de que hay planificación se produce en un incremento de los clientes porque las condiciones de los comerciantes están legalizadas se entregan facturas, se darían comprobantes, y existiría una contabilidad doméstica de ingresos y egresos, esto dando una inducción por parte de los cooperados para todos los comerciantes con especialistas en temas relacionados a: manejo de contabilidad, tecnología, presupuesto, atención a clientes, calidad, ética, valores, motivación, entre otros temas.

### **3.8. Impacto social**

La actividad que se desarrolla en el mercado una vez que existan políticas y reglamento a respetar, se procederá a una correcta utilización de los recursos las ventas mejorarían y esto influye a que nuevos integrantes colaboren con el mercado, generando plazas activas de trabajo de manera directa, además existirá la incursión de nuevos microempresarios que distribuirán productos como alimentos, transporte, telefonía,

entre otros, extendiendo las oportunidades a que nuevos ingresos se consoliden para comerciantes formales e informales en los alrededores del mercado.

### **3.9. Impacto ambiental**

El control y la planificación que existe en el mercado, permitiría a que el aseo sea el principal atenuante para una visión distinta y objetiva, la limpieza es básica y está debe de prevalecer en todo momento, forjando el manejo adecuado de los desechos que de una u otra manera es lo que hace presencia en las instalaciones de la Caraguay, cada comerciante ordena su local o área de trabajo dejándolo limpio, desinfectado y en orden, esto permite eliminar malos olores, aromas detectables y contaminación.

El control y la planificación que existe en el mercado, permitiría a que el aseo sea el principal atenuante para una visión distinta y objetiva, la limpieza es básica y está debe de prevalecer en todo momento, forjando el manejo adecuado de los desechos que de una u otra manera es lo que hace presencia en las instalaciones de la Caraguay, cada comerciante ordena su local o área de trabajo dejándolo limpio, desinfectado y en orden, esto permite eliminar malos olores, aromas detectables y contaminación.

El mantener fresco en el pescado, es una actividad se centra el manejo adecuado del medio ambiente, los desechos del pescado contaminan el ambiente por lo que es importante la congelación y adecuada destrucción del mismo, un mercado contaminado da incertidumbre y crea malos hábitos e incluso se pierde la confianza para con los clientes desatando un mal estado en los posibles productos que se adquieran.

## Conclusiones

El mercado Caraguay es líder en el comercio de mariscos, alimentos y variedades de productos comestibles, por lo que debe existir una representación agrupada con directiva elegida por los 1200 comerciantes que se alojan en el mercado, tal situación abarca el compromiso de todos para respetar los lineamientos y políticas que se apliquen, eligiendo una directiva que velara por los beneficios de cada uno de los comerciantes.

Los comerciantes deben acaparar las instrucciones que son parte de las políticas aprobadas por ellos mismos, el principal interés ser partícipe de en la economía del Ecuador por los tributos que demanden, la formalización es un icono importante de en el desarrollo de cada comerciante, porque en él recae el compromiso y la seguridad para con su negocio. Cabe destacar que un comerciante legalmente formalizado tiende a ampliar sus expectativas de negocio más aún si forma parte de una agrupación que busca siempre su beneficio.

En su gran mayoría los comerciantes del mercado de mariscos y víveres ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil no pagan ningún tipo de impuesto al Estado, pero existe el interés y la confianza por hacerlo, ellos conocen que existe un gran trabajo que se realiza con dichos valores, además de prebendas y acciones de formalización que son perennes cuando hay el aporte o contribución al Estado.

Los comerciantes quieren ser formales, por lo que es necesario darles todos los conocimientos, con capacitación e inducción de las medidas tributarias existentes, para que cada uno de ellos acorde a su capacidad logren sacar un rice o el respectivo ruc, sólo así podrían formar parte de evolutiva del desarrollo de su familia y comercial.

## **Recomendaciones**

Es importante fijar los lineamientos reglas de los cooperados en un lugar visible donde se establezcan las sanciones por cada arbitrariedad que se realice en los comerciantes que asisten cotidianamente al mercado. Es imprescindible que toda las actividades relacionadas directa la mente como las sanciones estén en un informe global y se ha repartido a cada uno de los locales y espacios otorgado por la municipalidad para que de esta manera se logre dar la información necesaria y que su ejecución sea lo más pronta posible, esto permite una organización en todas las instancias contribuyendo a que las actividades en el mercado sean sólidas y generen mayor rentabilidad.

Las políticas y reglamentaciones aplicadas a los comerciantes formales e informales del mercado de cara guay deben de ser constantemente actualizadas y estar acorde a las necesidades de los comerciantes para que sus actividades no se vea perjudicada, los clientes y proveedores serán aquellos que forjen la ampliación y la correcta verificación de los productos y servicios que se expanden, debiendo existir calidad y calidez en cada uno de ellos.

Parte de la responsabilidad de los directivos que conforman la agrupación, cooperativa o gremio, deben estar vinculados con las actividades que se realizan en el mercado, sólo así podrán detectar las falencias, conflictos e inconvenientes, dándole pronta solución a lo mismo, estas actividades son adicionales a las del trabajo normal que realizan, sin embargo es necesario que la integración todos los comerciantes estén involucrados tanto con los compañeros cooperados y con la directiva.

Hay que informar a todos los cooperados que es necesario que se respeten las políticas y lineamientos puestos por la asamblea de comerciantes y que todos estén de acuerdo tanto con su aplicación como con la ejecución sin preferencia mucho menos favoritismo, todos están inmersos a ser sancionados y multados.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abril Calle, F. E. (2015). *Análisis financiero de las cooperativas de ahorro y crédito pertenecientes a l segmento 3 zonal 6 bajo el sistema de monitoreo perlas para el periodo 2010-2013*. Cuenca, Ecuador : Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca.
- Alianza Cooperativa Internacional. (2015). *Las cooperativas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. (pág. 13). Costa Rica: Alianza Cooperativa Internacional.
- Campoverde Rivera, M. E. (2015). *ELABORACION DE UN MODELO DE MANEJO DE EFECTIVO, PARA LAS ELABORACION DE UN MODELO DE MANEJO DE EFECTIVO, PARA LAS APLICACION COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA" LTDA., PERIODO 2014*. Cuenca, Ecuador: UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Carrillo García, G. (2013). *HISTORIA AGRARIA Y ORGANIZACIÓN SOCIAL EN LA COSTA AUSTRAL DE ECUADOR, 1950-2010. ESTUDIO DE CASO DE UNA COOPERATIVA AGRÍCOLA: LA UNIÓN REGIONAL DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DEL LITORAL, UROCAL* . Murcia, España: UNIVERSIDAD DE MURCIA .
- Codigo del Comercio del Ecuador. (2016). *El comerciante y su tipo*. Quito Ecuador: CCE. Obtenido de <http://www.desarrolloamazonico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/CODIGO-DE-COMERCIO-act.pdf>
- Domínguez Guijarro, R. (2011). *"LA ENTIDAD GESTORA DE COOPERATIVAS DE VIVIENDAS"* . Valencia, España : Universidad Politécnica de Valencia .
- EL TELÉGRAFO. (32 de mayo de 2016). Mercado de Caraguay, tradicion de Guayaquil. *Diaro El telegrafo*, págs. <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/la-caraguay-el-gran-mercado-de-mariscos-que-nunca-duerme>.
- Fernández Crespo, K. X., & Tapia Illescas, A. L. (2014). *"IMPLEMENTACIÓN DEL BALANCE SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE MEDICIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN SOCIAL EN EL SECTOR COOPERATIVISTA DE LA PROVINCIA DEL AZUAY"*. Cuenca, Ecuador : UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Giraldo Escobar, C. (2012). *"ACERCA DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA Y EL TRABAJO ASOCIADO"*. Manizales: ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN PUB LICA.
- Gómez, S. J., & Morán, D. (2013). *Evasión tributaria en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL .
- Guapulema Tixi, K. E., & Moyano Aguay, M. F. (2012). *"EL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL BALANCE SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN GERENCIAL PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "EDUCADORES DE CHIMBORAZO" LTDA. EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, DURANTE EL AÑO 2012."* . Riobamba, Ecuador : Escuela Superior Politécnica del Chimborazo.
- Jumbo Narváez, A. S. (2013). *"ANÁLISIS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "27 DE ABRIL" DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODOS 2010-2011."*. Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja.

- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011). *LAS CAJAS SOLIDARIAS O BANCOS COMUNALES FRENTE A LA ECONOMÍA NACIONAL*. Quito, Ecuador: Registro Oficial N° 444 República del Ecuador.
- Meléndez, L. D. (2015). *“Análisis de la Conformación de Elementos del Mínimo Vital en México”*. San Luis Potosí: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ.
- Ministerio Social de Desarrollo Social. (27 de Noviembre de 2012). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 17 de Octubre de 2016, de Suplemento del Registro Oficial 648: [http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1\\_ley\\_y\\_reglamento\\_EPS.pdf](http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1_ley_y_reglamento_EPS.pdf)
- Quintanilla, D. I. (2014). *LA EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN FISCAL EN EL PERÚ Y LATINOAMÉRICA*. LIMA – PERÚ: Universidad de San Martín de Porres.
- repositorio.ug. (20 de 07 de 2017). *repositorio.ug.edu*. Obtenido de repositorio.ug.edu.ec: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/3329/1/Sanmartin%20Orrico%20Miguel%20Rafael.pdf>
- Rivas Mira, F. A. (2014). *EL MAR Y SUS RECURSOS EN LA CUENCA DEL PACÍFICO*. Colima, México: Universidad de Colima.
- Romero, M., & Tuimil, C. (2012). *ADMINISTRACIÓN EN CONTEXTOS ESPECÍFICOS COOPERATIVAS*. Montevideo, Uruguay: Universidad de la República .
- UNESCO. (26 de Abril de 2011). *Qué son las cooperativas escolares*. Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de [http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas\\_conocimiento/cs\\_sociales/090630\\_cooperativa/qu\\_son\\_las\\_cooperativas\\_escolares.html](http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas_conocimiento/cs_sociales/090630_cooperativa/qu_son_las_cooperativas_escolares.html)
- Vera, P. S. (2015). *“PRESIÓN FISCAL EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA Y SUS EFECTOS 2007-2013”*. Guayaquil – Ecuador: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.