



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

Proyecto de Investigación previo a la obtención
del título de Economista Agrícola.

Título del proyecto de investigación:

**“ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE
MARISCO DEL CANTÓN BUENA FE, PROVINCIA DE LOS RÍOS, 2016”**

Autor:

Vicente Gerónimo López Alarcón

Director del Proyecto de Investigación:

Econ. Luis Amable Zambrano Medrada M.Sc.

Quevedo – Los Ríos - Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESION DE DERECHO

Yo, **Vicente Gerónimo López Alarcón**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por su normatividad institucional vigente.

f. _____

Vicente Gerónimo López Alarcón

CERTIFICACION DE CULMINACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

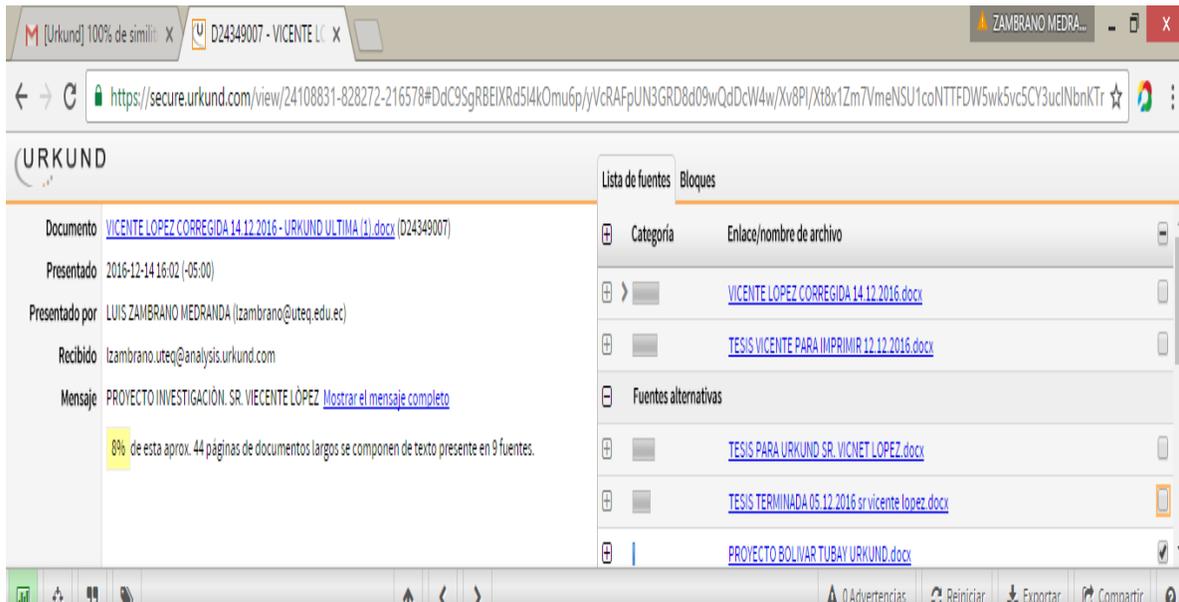
El suscrito **Econ. Luis Amable Zambrano Medranda M.Sc.** Docente de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Certifica: Que el egresado **Vicente Gerónimo López Alarcón**, realizo el proyecto de investigación de grado titulado **“ANALISIS SOCIECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE MARISCO DEL CANTON BUENA FE, PROVINCIA DE LOS RIOS, 2016”**.

Previo a la obtención del Título de Economista Agrícola, bajo mi dirección, habiendo cumplido las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Econ. Luis Amable Zambrano Medranda. M.Sc.
DIRECTOR DEL PROYECTO

CERTIFICACION DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCION DE COINCIDENCIA

Yo, Eco. Luis Zambrano Medrnda MSc., en calidad de tutor del trabajo de investigación titulado, **“ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE MARISCO DEL CANTÓN BUENA FE, PROVINCIA DE LOS RÍOS, 2016”**. Perteneciente al estudiante Vicente Gerónimo López Alarcón de la Carrera de Economía Agrícola, cumpla con informar a usted el desarrollo y culminación del Proyecto de Investigación, así como el reporte del Sistema Urkund. El mismo que refleja un 8%



The screenshot displays the Urkund web interface. On the left, a document summary is shown: 'Documento: VICENTE LOPEZ CORREGIDA 14.12.2016 - URKUND ULTIMA (1).docx (D24349007)', 'Presentado: 2016-12-14 16:02 (-05:00)', 'Presentado por: LUIS ZAMBRANO MEDRANDA (lzambrano@uteq.edu.ec)', 'Recibido: lzambrano.uteq@analysis.urkund.com', and 'Mensaje: PROYECTO INVESTIGACIÓN. SR. VICENTE LÓPEZ'. A yellow highlight indicates '8% de esta aprox. 44 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 9 fuentes.' On the right, a 'Lista de fuentes' (List of sources) table is visible, listing various document files with their categories and file names.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	VICENTE LOPEZ CORREGIDA 14.12.2016.docx
	TESIS VICENTE PARA IMPRIMIR 12.12.2016.docx
Fuentes alternativas	TESIS PARA URKUND SR. VICENTE LOPEZ.docx
	TESIS TERMINADA 05.12.2016 sr vicente lopez.docx
	PROYECTO BOLIVAR TUBAY URKUND.docx

Econ. Luis Amable Zambrano Medranda. M.Sc.
DIRECTOR DEL PROYECTO



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TITULO:

**“ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE
MARISCO DEL CANTÓN BUENA FE, PROVINCIA DE LOS RÍOS, 2016”**

Presentado a la comisión académica como requisito previo para la obtención del título de
Economista Agrícola

Aprobado por:

Eco. Livingston Tapia Ortiz

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Sandra Muñoz Macías

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dr. Jefferson Aragundi Velarde

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

AÑO 2016

AGRADECIMIENTO

A la prestigiosa Universidad Técnica Estatal de Quevedo, que me acogió para emprender mi gran sueño que hoy en día es toda una realidad ser un Economista Agrícola.

Al rector, Dr. Eduardo Díaz Ocampo por ser una gran persona y un excelente profesional que su principal objetivo es mediante su administración ofrecer una educación de calidad y calidez para así formar profesionales de alto nivel académico.

A la Vicerrectora Académica Ing. Guadalupe Murillo Campuzano, una mujer emprendedora y digna de admirar ya que es una de las gestoras de que la Universidad Técnica Estatal de Quevedo se encuentre entre una de las mejores del país.

A mi madre y a mi abuelo que día a día lucharon arduamente para que siga adelante con mis estudios y hoy me siento muy agradecidos con ellos porque he llegado a la gran meta de ser un profesional.

A mi hija y a mi esposa ya que ellas son el motor que me impulsa cada día para hacer mejor las cosas, y alcanzar cada uno de mis objetivos y este es uno de ellos ser Economista Agrícola.

Agradezco infinitamente a los comerciantes de marisco del cantón Buena Fe, quienes contribuyeron para que mi proyecto de investigación se pudiera desarrollar con éxito.

Vicente Gerónimo López Alarcón

DEDICATORIA

En primer lugar dedico este gran logro a Dios por haberme dado salud, sabiduría y fortalezas para poder vencer cada uno de los obstáculos que se me presentaron en los años de estudio, a mi madre María Alarcón que fue un pilar fundamental para poder alcanzar mi sueño, mi valioso padre Gerónimo Alarcón que con cada uno de sus consejos supo inculcarme valores que fueron la base para que me encamine por el camino correcto, mi esposa Tania Ganchozo una gran mujer luchadora y motivadora fue quien me dio muchos consejos y apoyo cuando sentía que las cosas se ponían un poquito complicadas y a mi gran motorcito mi preciosa hija Dayana López Ganchozo, quien me daba fuerzas para que todo lo imposible se haga posible.

Vicente Gerónimo López Alarcón

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

El estudio realizado en base a un Análisis Socioeconómico en los comerciantes informales de mariscos del cantón Buena Fe, se lo llevó a cabo para poder identificar cuáles eran los factores que engloban el crecimiento económico, cultural y social, de las personas que se dedican a dicha actividad económica.

Un análisis bien desarrollado necesita de una serie de recursos que permitió lograr los objetivos planteados, entre esos el estudio de los aspectos económicos, sociales, culturales y políticos de los comerciantes informales dedicados a la venta de mariscos, pudiendo de esta forma conocer su nivel de vida (situación económica), quienes son las personas que intervienen en la distribución y comercialización de mariscos, habiendo determinado de esta manera quiénes son sus clientes actuales (minoristas o consumo humano) y potenciales (restaurants u otro tipo de comercio) y sus principales proveedores (intermediarios mayoristas y pescadores).

Es vital en una investigación utilizar técnicas y tácticas con el afán de lograr una información real y concisa, es por tal manera que las herramientas que se utilizaron fueron las encuestas y la observación directa, que ayudaron a obtener resultados satisfactorios porque se identificaron aspectos antes no considerados relevantes y que hoy en día juegan un papel de soporte dentro de una economía, los métodos utilizados en este estudio fueron los métodos inductivos y deductivos.

Por medio de la investigación realizada se pueden encontrar falencias que a su vez sirvieron para reforzar los aspectos socioeconómicos brindándoles pautas que les permitan tener mayores ingresos, que a su vez les permita tener una mejor calidad de vida en un futuro no muy lejano, se hizo énfasis a las personas dedicadas a la comercialización de mariscos a evitar un poco la compra intermediarios ya que ellos se llevan un porcentaje de sus ganancias.

Palabras claves: aspectos socioeconómicos, comerciantes informales, marisco.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The study carried out on the basis of a Socioeconomic Analysis of informal seafood merchants in the Canton of Buena Fe, was carried out in order to identify the factors that encompass economic, cultural and social growth, economic activity.

A well-developed analysis requires a series of resources that allowed the objectives to be achieved, including the study of the economic, social, cultural and political aspects of the informal merchants dedicated to the sale of shellfish, thus being able to know their level of Life (economic situation), who are the people involved in the distribution and marketing of seafood, having thus determined who are their current customers (retail or human consumption) and potential (restaurants or other type of commerce) and its main suppliers (Wholesale intermediaries and fishermen).

It is vital in a research to use techniques and tactics with the aim of obtaining real and concise information, it is in such a way that the tools that were used were the surveys and direct observation, which helped to obtain satisfactory results because they identified aspects before Considered relevant and today play a supportive role within an economy, the methods used in this study were inductive and deductive methods.

Through the research carried out, we can find shortcomings that in turn served to reinforce the socioeconomic aspects by providing guidelines that allow them to have higher incomes, which in turn allows them to have a better quality of life in the not too distant future. Emphasis is given to people engaged in seafood marketing to avoid buying middlemen a bit as they take a percentage of their profits.

Keywords: aspects socioeconomic, informal traders, seafood.

TABLA DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
II. DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESION DE DERECHO	ii
III. CERTIFICACION DE CULMINACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACION	iii
IV. CERTIFICACION DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCION DE COINCIDENCIA.....	iv
V. CERTIFICACION DE APROBACION DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACION	v
VI. AGRADECIMIENTO.....	vi
VII. DEDICATORIA.....	vii
VIII. RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES	viii
IX. ABSTRACT AND KEYWORDS.....	ix
X. TABLA DE CONTENIDOS.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Problema de Investigación.	3
1.1.1 Planteamiento del Problema.	3
1.1.2 Formulación del Problema.....	4
1.1.3 Sistematización del Problema.	4
1.2 Objetivos.	4
1.2.1 Objetivo General.	4
1.2.2 Objetivos Específicos.	4
1.3 Justificación.	5
CAPITULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1 Marco Conceptual.....	7

2.1.1	Economía.....	7
2.1.2	Estudio Económico.....	7
2.1.3	Educación.....	8
2.1.4	Salud.....	8
2.1.5	Vivienda.....	9
2.1.6	Arrendamiento.....	10
2.1.7	Servicios Básicos.....	10
2.1.8	Pobreza.....	11
2.1.9	Calidad de Vida.....	12
2.1.10	Ingresos.....	13
2.1.11	Egresos.....	14
2.1.12	Utilidad.....	14
2.1.13	Ganancias.....	15
2.1.14	Capital Humano.....	15
2.1.15	Asociación.....	15
2.1.16	Cooperativa.....	16
2.1.17	Comercialización.....	16
2.1.18	Actividad Económica.....	17
2.1.19	Asignación de Recursos.....	18
2.1.20	Capital.....	19
2.1.21	Crédito.....	20
2.1.22	Interés.....	21
2.1.23	Amortización.....	21
2.1.24	Autofinanciamiento.....	22
2.1.25	Demanda.....	23

2.1.26	Mercado.....	24
2.1.27	Pescado.....	24
2.2	Marco Referencial.....	25
2.2.1	Análisis Socioeconómico.....	25
2.2.2	Comerciantes Minoristas.....	25
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		27
3.1	Localización.....	28
3.2	Tipos de Investigación.....	29
3.2.1	Bibliográfica.....	29
3.2.2	Descriptiva.....	29
3.2.3	De Campo.....	29
3.3	Métodos de Investigación.....	29
3.3.1	Método de Observación.....	29
3.3.2	Método Inductivo.....	30
3.3.3	Método Deductivo.....	30
3.4	Fuentes de Recopilación de Información.....	30
3.4.1	Fuentes Primarias.....	30
3.4.2	Fuentes Secundarias.....	30
3.5	Diseño de la Investigación.....	30
3.6	Instrumentos de Evaluación.....	31
3.6.1	Encuestas.....	31
3.7	Tratamiento de los Datos.....	31
3.8	Recursos Humanos y Materiales.....	31
3.8.1	Recursos Humanos.....	31
3.8.2	Materiales.....	32

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
4.1 Resultados de la Tabulación, Análisis e Interpretación Aplicada a los Comerciantes Informales de Mariscos del Cantón Buena Fe.	34
4.1.1 Conclusiones del Estudio.....	95
4.2 Discusión.....	96
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
5.1 Conclusiones.....	98
5.2 Recomendaciones.....	99
CAPITULO VI: BIBLIOGRAFIA.....	100
6.1 Bibliografía.	101
CAPITULO VII: ANEXOS... ..	104
7.1 Ilustraciones.....	105
7.2 Cuestionario.....	109

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Materiales	32
Tabla 2 Género	34
Tabla 3 Edad.....	35
Tabla 4 Estado Conyugal.....	36
Tabla 5Cuál es el nivel de educación que usted tiene	37
Tabla 6Cuál es su auto-identificación étnica.....	38
Tabla 7 La vivienda donde usted vive es.....	39
Tabla 8 Su vivienda está construida de	40
Tabla 9 Cuenta con servicios básicos su vivienda.....	41
Tabla 10 Qué tipo de agua tiene en su vivienda para el consumo familiar	42
Tabla 11 Qué tipo de servicios de telefonía dispone	43
Tabla 12 Cuántas personas viven en su casa incluido usted.....	44
Tabla 13 Cuándo algún miembro de su familia incluido usted se enferma donde se hacen atender	45
Tabla 14 Además de ser un comerciante de mariscos, que otra actividad económica ejerce ..	46
Tabla 15 Otros ingresos familiares	47
Tabla 16 Según el rango establecido, indique su gasto mensual:.....	48
Tabla 17 De qué manera se encuentran distribuidos sus gastos mensuales (USD).....	49
Tabla 18 Pertenece usted a alguna asociación o sindicato	51
Tabla 19 Pertenece usted o forma parte de algún partido político	52
Tabla 20 Es creyente de algún tipo de religión	53
Tabla 21 Practica usted algún deporte	54
Tabla 22Cuál es su lugar de nacimiento.....	55
Tabla 23 Cuántos años tiene usted de residencia en el Cantón Buena Fe	56
Tabla 24 Cuántos años lleva usted realizando la actividad de comercialización de mariscos	57
Tabla 25 Según el rango de edad indique, cuántos años lleva usted haciendo uso de este espacio único.....	58

Tabla 26	Antes de incursionar en el comercialización de mariscos, que otra actividad desempeñaba	59
Tabla 27	En el negocio de la comercialización de mariscos usted es	60
Tabla 28	Cuál es su horario de trabajo en el negocio	61
Tabla 29	Cuántos días a la semana labora usted en el negocio	62
Tabla 30	Además de usted: Cuántas personas labora en su negocio	64
Tabla 31	Qué clase de mariscos es la que usted oferta	65
Tabla 32	Quiénes son sus principales clientes	66
Tabla 33	Quiénes son sus principales compradores diarios	67
Tabla 34	A Qué marisco es el que más acogida tiene	68
Tabla 35	B Qué marisco es el que más acogida tiene	69
Tabla 36	Les da crédito a sus clientes	70
Tabla 37	Cada cuántos días surte usted su negocio	71
Tabla 38	Según el siguiente rango de edad, indique: Cuánto invierte semanalmente para la compra de mariscos para su negocio	72
Tabla 39	Cuál es su nivel de promedio de venta diario (en USD)	73
Tabla 40	Según el siguiente rango establecido, indique: Cuál es su promedio mensual de ganancias (en USD)	75
Tabla 41	Su fuente de financiamiento es	76
Tabla 42	Cuál es la modalidad de pago del crédito recibido	77
Tabla 43	Qué tipo de bienes posee la el funcionamiento del negocio	78
Tabla 44	La instalación de su negocio es	79
Tabla 45	El lugar donde funciona su negocio cuenta con servicios básicos	80
Tabla 46	Tiene usted permisos de funcionamiento de su negocio	81
Tabla 47	Tiene las siguientes herramientas de trabajo en su negocio	82
Tabla 48	Dónde y cómo guarda los mariscos para su conservación, es propio o alquilado	83
Tabla 49	A quién le compra usted el marisco	84
Tabla 50	Cuál es la condición de pago de la persona que le suministra el marisco	85
Tabla 51	Cómo califica usted el precio en USD de la compra de mariscos	86
Tabla 52	Cómo califica los ingresos del negocio	87
Tabla 53	Por qué ubicó el negocio en este sitio (orden de importancia)	88

Tabla 54 Por qué trabaja en este negocio	90
Tabla 55 Cuáles son sus expectativas en el corto y mediano plazo	91
Tabla 56 Si le ofrecieran convertir su negocio informal en una microempresa aceptaría	92
.Tabla 57 Conoce algún plan de la alcaldía del Cantón Buena Fe que proyecte mejoras para la actividad que usted desempeña	93
Tabla 58 Cuáles son los principales problemas que afectan su actividad	94

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- Género.....	34
Gráfico 2 Edad.....	35
Gráfico 3 Estado Conyugal.....	36
Gráfico 4 Cuál es el nivel de educación que usted tiene	37
Gráfico 5 Cuál es su auto-identificación étnica.....	38
Gráfico 6 La vivienda donde usted vive es.....	39
Gráfico 7 Su vivienda está construida de	40
Gráfico 8 Cuenta con servicios básicos su vivienda.....	41
Gráfico 9 Qué tipo de agua tiene en su vivienda para el consumo familiar	42
Gráfico 10 Qué tipo de servicios de telefonía dispone.....	43
Gráfico 11 Cuántas personas viven en su casa incluido usted	44
Gráfico 12 Cuándo algún miembro de su familia incluido usted se enferma donde se hacen atender.....	45
Gráfico 13 Además de ser un comerciante de mariscos, que otra actividad económica ejerce	46
Gráfico 14 Otros ingresos familiares.....	47
Gráfico 15 Según el rango establecido, indique su gasto mensual:.....	48
Gráfico 16 De qué manera se encuentran distribuidos sus gastos mensuales (USD).....	50
Gráfico 17 Pertenece usted a alguna asociación o sindicato	51
Gráfico 18 Pertenece usted o forma parte de algún partido político	52
Gráfico 19 Es creyente de algún tipo de religión	53
Gráfico 20 Practica usted algún deporte.....	54
Gráfico 21 Cuál es su lugar de nacimiento.....	55
Gráfico 22 Cuántos años tiene usted de residencia en el Cantón Buena Fe.....	56
Gráfico 23 Cuántos años lleva usted realizando la actividad de comercialización de mariscos	57
Gráfico 24 Según el rango de edad indique, ¿Cuántos años lleva usted haciendo uso de este espacio único	58
Gráfico 25 Antes de incursionar en el comercialización de mariscos, que otra actividad desempeñaba.....	59

Gráfico 26	En el negocio de la comercialización de mariscos usted es	60
Gráfico 27	Cuál es su horario de trabajo en el negocio.....	61
Gráfico 28	Cuántos días a la semana labora usted en el negocio	63
Gráfico 29	Además de usted: Cuántas personas labora en su negocio.....	64
Gráfico 30	Qué clase de mariscos es la que usted oferta.....	65
Gráfico 31	Quiénes son sus principales clientes	66
Gráfico 32	Quiénes son sus principales compradores diarios	67
Gráfico 33	A Qué marisco es el que más acogida tiene	68
Gráfico 34	B Qué marisco es el que más acogida tiene	69
Gráfico 35	Les da crédito a sus clientes	70
Gráfico 36	Cada cuántos días surte usted su negocio.....	71
Gráfico 37	Según el siguiente rango de edad, indique: Cuánto invierte semanalmente para la compra de mariscos para su negocio.....	72
Gráfico 38	Cuál es su nivel de promedio de venta diario (en USD)	74
Gráfico 39	Según el siguiente rango establecido, indique: Cuál es su promedio mensual de ganancias (en USD)	75
Gráfico 40	Su fuente de financiamiento es.....	76
Gráfico 41	Cuál es la modalidad de pago del crédito recibido.....	77
Gráfico 42	Qué tipo de bienes posee la el funcionamiento del negocio.....	78
Gráfico 43	La instalación de su negocio es	79
Gráfico 44	El lugar donde funciona su negocio cuenta con servicios básicos	80
Gráfico 45	Tiene usted permisos de funcionamiento de su negocio	81
Gráfico 46	Tiene las siguientes herramientas de trabajo en su negocio	82
Gráfico 47	Dónde y cómo guarda los mariscos para su conservación, es propio o alquilado ...	83
Gráfico 48	A quién le compra usted el marisco	84
Gráfico 49	Cuál es la condición de pago de la persona que le suministra el marisco	85
Gráfico 50	Cómo califica usted el precio en USD de la compra de mariscos.....	86
Gráfico 51	Cómo califica los ingresos del negocio.....	87
Gráfico 52	Por qué ubicó el negocio en este sitio (orden de importancia).....	89
Gráfico 53	Por qué trabaja en este negocio	90
Gráfico 54	Cuáles son sus expectativas en el corto y mediano plazo	91

Gráfico 55 Si le ofrecieran convertir su negocio informal en una microempresa aceptaría	92
Gráfico 56 Conoce algún plan de la alcaldía del Cantón Buena Fe que proyecte mejoras para la actividad que usted desempeña	93
Gráfico 57 Cuáles son los principales problemas que afectan su actividad	94

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Localización del Cantón Buena Fe.....	28
Ilustración 2 Comerciante Marcos Bravo.....	105
Ilustración 3 Comerciante Luis Arteaga.....	106
Ilustración 4 Comerciante Lery Arteaga.....	107
Ilustración 5 Comerciante Carmen Mendoza.....	108

CÓDIGO DUBLIN

Título:	“Análisis socioeconómico de los comerciantes informales de mariscos del Cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos, 2016”		
Autor:	Vicente Gerónimo López Alarcón		
Palabras claves:	Aspectos socioeconómicos	Comerciantes informales	Mariscos
Fecha de publicación:			
Editorial:	Quevedo: UTEQ, 2016.		
Resumen	<p>Resumen: El estudio realizado en base a un Análisis Socioeconómico en los comerciantes informales de mariscos del cantón Buena Fe, se lo llevó a cabo para poder identificar cuáles eran los factores que engloban el crecimiento económico, cultural y social, de las personas que se dedican a dicha actividad económica. Un análisis bien desarrollado necesita de una serie de recursos que permitió lograr los objetivos planteados, entre esos el estudio de los aspectos económicos, sociales, culturales y políticos de los comerciantes informales dedicados a la venta de mariscos.</p> <p>Por medio de la investigación realizada se pueden encontrar falencias que a su vez sirvieron para reforzar los aspectos socioeconómicos brindándoles pautas que les permitan tener mayores ingresos.</p> <p>Abstract: The study carried out on the basis of a Socioeconomic Analysis of informal seafood merchants in the Canton of Buena Fe, was carried out in order to identify the factors that encompass economic, cultural and social growth, economic activity. A well-developed analysis needs a series of resources to achieve the objectives, including the study of the economic, social, cultural and political aspects of informal seafood retailers.</p> <p>Through the research carried out, it is possible to find shortcomings that in turn served to reinforce the socioeconomic aspects by providing guidelines that allow them to have higher incomes</p>		
Descripción	141 hojas: dimensiones 29 x 21 cm CD (grabado con documento formato en Word)		
URI:			

INTRODUCCIÓN

El sector informal viene desempeñando el rol de absorber y amortiguar los impactos de una crisis económica y social cuya problemática que exige una solución urgente y eficaz, tanto para el sector informal como para la comunidad, al organizar a la vez el espacio público y poder brindar una mejor calidad de vida a todos los involucrados.

El desafío es fomentar y crear una mejor cultura organizacional, para que más trabajadores informales encuentre formas organizadas, pues este tipo de actividades no cumplen con ciertas características económicas y administrativas propias de una economía formal, por ejemplo, no utilizan tecnologías complejas ni formas avanzadas de producción no tienen un división del trabajo establecido, y no están construidas jurídicamente como las empresas modernas.

El interés de este proyecto es aproximarse a este sector para plantear soluciones ante la problemática de ventas ambulantes específicamente en el Cantón Buena Fe, para lo cual se realizará una metodología de investigación y análisis de campo, que abordará temas desde la perspectiva social (estructura empresarial) y administrativa en la economía informal (jerarquías e ingresos entre otros). Además se realizaron estudios sobre procesos socioeconómicos en este sector, en el ámbito cultural y social.

Mediante un investigación cualitativa de los vendedores ambulantes, se podrá realizar una aproximación global de la situación como: inseguridad, ocupación del espacio público y nivel de vida.

La recopilación de información y desarrollo de las diferentes etapas del proceso generarán como resultado la organización de políticas públicas de forma apropiada, tanto para el vendedor ambulante como para la comunidad y municipio mediante el trabajo sincronizado de cada una de las partes que permitan mitigar problemas de fondo como la falta de educación, seguridad social, vivienda y la ocupación del espacio público.

CAPITULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de Investigación

1.1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad en el Cantón Buena Fe no existe un mercado que brinde seguridad y que resalte una buena imagen para que puedan ser adquiridos la variedad de productos que ofrecen los comerciantes de mariscos. La mayor parte de los comerciantes optan por comprar los productos para su comercialización en varias ciudades entre ellas Santo Domingo de Los Tsachilas, Posorja y Esmeraldas, debido a variedad y calidad que brindan.

Se han presentado una serie de inconvenientes a la hora de la comercialización de los mariscos por lo que al no tener un mercado mejorado impide a que las personas puedan acceder a ellos, el deterioro del mercado anterior era muy evidente y proyectaba una muy mala imagen, por ende el GAD Municipal tomó una medida en que consistía en crear un mercado provisional, pero la solución no era la adecuada por lo que no había orden, limpieza ni medidas de precaución, es por esa razón que la mayor parte de los comerciantes decidieron recorrer las calles, barrios y sectores donde habían mayor concurrencia de personas para poder vender sus productos, esto llevó consigo muchos malestares como multas y sanciones puesto que no es permitido realizar dichas acciones de “comercializar en lugares inadecuados”.

Otra de las razones que han afectado seriamente a los comerciante de mariscos es que ellos no reciben apoyo técnico y carecen de créditos, no les brindan conocimientos acerca de temas muy importantes como los aspectos contables, legales y tributarios, sintiéndose muy vulnerables en la realización de sus actividades diarias (venta de mariscos), provocándoles cierto temor ya que dicha actividad sirve para cubrir sus gastos familiares.

Los mariscos son considerados altamente perecibles, es por esa razón que se debe tener conocimientos acerca del correcto cuidado que debe dárseles, para que de esta forma logren conservar su calidad, y poder lograr una estabilidad económica en sus respectivos negocios. El fin de dicha investigación es para conocer la situación social, económica, política y cultural que viven los comerciantes informales en esta actividad económica y lograr pautas que corroboren a llevar una mejor relación cliente – consumidor.

1.1.2 Formulación del Problema

¿Cuál es la situación que presentan los comerciantes informales de mariscos en el ámbito social, económico y cultural en el Cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos, 2016?

1.1.3 Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son los aspectos socioeconómicos que forman parte de los comerciantes informales del Cantón Buena Fe, 2016?
- ¿De qué forma se abastecen los comerciantes informales de mariscos y cómo influye en sus economías?
- ¿Cuáles son los clientes potenciales y la relación que mantienen con los comerciantes?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Realizar un análisis socioeconómico de los comerciantes informales de mariscos del Cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos, 2016.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los aspectos sociales, culturales y económicos de los comerciantes informales de mariscos del Cantón Buena Fe.
- Conocer los principales productos que venden, como se abastecen los comerciantes informales de mariscos del Cantón Buena Fe y su incidencia en la economía.

- Determinar quiénes son sus principales clientes y como es la relación con los comerciantes informales.

1.3 Justificación

La realización de esta investigación es para el conocimiento de todos los aspectos globales con los que se asocian los comerciantes de mariscos del Cantón Buena Fe, es decir el ámbito económico, social, cultural y político, permitiendo establecer cuáles son las necesidades que viven las personas evidenciando su realidad, ya sea en los sectores públicos y privados. El objetivo de dicha investigación fue para buscar mejoras que permitan al sector comercial a expandirse y general liquidez.

Los beneficiados de este estudio son los comerciantes informales de mariscos porque les permitirá descubrir las falencias o aciertos a la hora de vender sus productos. Fue importante conocer cuál es el proceso que realizan los comerciantes a la hora de vender sus productos, es decir identificar las personas que abastecen los mariscos, de manera que ellos brinden un servicio de calidad presentando las respectivas medidas y condiciones de entrega del producto.

Fue factible conocer quiénes son sus clientes potenciales ya que entorno a ellos gira el comercio, de esta forma se puede conocer como es el impacto que ellos generan en las personas que realizan dicha actividad.

Si bien es cierto la economía actual se encuentra afectando de manera general al Ecuador pero aun así se siguen buscando medidas para contrarrestar los malestares correspondientes esa es una de las razones por la cual, todos los comerciantes informales de mariscos del Cantón Buena Fe fueron participe en la realización de este proyecto, por tal razón otorgaron información real y veraz sobre cómo afectan los factores socioeconómicos en el actividad que realizan.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Economía

La economía es aquella ciencia encargada de estudiar la aplicación de recursos escasos entre usos alternativos para la satisfacción de necesidades múltiples; además es aquella encargada de describir y comprender los principios generales relacionados con la distribución y producción de los recursos. En un sentido más general, el objetivo de la economía como ciencia es comprender el proceso de creación y destrucción de valor así mismo los agentes e instituciones intervinientes y los fenómenos relacionados. Según un artículo tomado de internet cuyo autor es **(Sabino, 2010)**. Describe a la economía como el “Conjunto de actividades relacionadas a la producción y distribución de riquezas, las que conforman el sistema económico. Realizar un ahorro o incrementar la eficiencia en la utilización de un recurso”.

Como suele suceder con prácticamente todas las disciplinas científicas, muchos de los economistas consideran que no exista una definición única, de todo lo que engloba a la economía que satisfaga en su totalidad y que pueda sintetizar perfectamente el variado campo de interés de esta ciencia surgida como una reflexión particular dentro de los campos de la política, filosofía, social y moral.

El término tiene al menos algunos significados diferentes. Es considerada como un sinónimo de la ciencia económica, en otro sentido se utiliza para designar el sistema económico existente ya sea de una región o un país. **(Rodriguez, 2009)**

2.1.2 Estudio Económico

Basado en el estudio de las cuentas de explotación, el cual alcanza el análisis sobre el cual alcanza el análisis sobre el nivel de actividad, los costes, márgenes y beneficios con el fin de emitir un diagnóstico al respecto. **(Santamdreun, 2012)**

Método para separar, examinar y evaluar cuantitativa y cualitativamente, las interrelaciones que se dan entre los distintos agentes económicos, los fenómenos y las situaciones que de ella se derivan; tanto al interior de la economía como en su relación con el exterior. **(Hérendez, 2011)**

2.1.3 Educación

En términos muy vagos y genéricos podríamos decir que se trata de aquel conjunto de intervenciones educativas realizadas a una persona. Se trata de un sistema formado por un conjunto de factores y agentes que intervienen coordinadamente, dicho sistema no está constituido por componentes idénticos sino por diversos conjuntos diferenciados como: medio socio-ambiental de pertenencia; característica de los sujetos, acción educativa propiamente dicha mecanismos institucionales y/marco normativo (legal, político, organizativo) que determina la intervención ambiental. **(Zabala, 2009)**

La educación que tiene por objeto general formar al hombre, es una obra inmensa; esencialmente varia en sus formas en sus medios, en sus progresos y en sus épocas. Es la unidad simple y profunda que la constituye, se sujeta a las condiciones del tiempo, de lugar y de método: toma diferentes caracteres, según las diversas edades, según las diversas naturalezas, según las diversas necesidades y según los estados. **(Cardedera, 2011)**

2.1.4 Salud

El concepto de salud ha ido modificándose a lo largo del tiempo, surgiendo así múltiples definiciones, a continuación destacamos las consideraciones más relevantes. La organización mundial de la salud (OMG) definió en 1946 la salud como el estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente ausencia de enfermedades o afecciones. **(Aceveom, Martínez, & Juan, 2008)**

Posteriormente, Milton Terris propuso definirla como un estado de bienestar físico, mental y social con capacidades de funcionamiento no solamente en ausencia de enfermedades o afecciones.

La salud es el grado en que las personas o grupo es capaz de realizar sus aspiraciones y satisfacer sus necesidades y enfrentarse adecuadamente al ambiente. La salud por lo tanto debe de considerarse como un recurso más de la vida cotidiana y no como un objeto de la vida; la salud no es un concepto negativo (ausencia de enfermedad), por el contrario es positivo, ya que engloba tantos recursos personales y sociales como capacidades físicas. **(Aceveom, Martínez, & Juan, 2008)**

Los sistemas sanitarios deben dar respuesta a los sistemas de salud existentes y contribuir a mejorar la salud de la comunidad complementando otras políticas, públicas y privadas a conseguir el máximo desarrollo social y económico de un país y a incrementar el nivel de vida y bienestar de su población. **(Estebanez, 2011)**

2.1.5 Vivienda

Con carácter general se considerara vivienda habitual del contribuyente la edificación que constituya su residencia durante un plazo continuado de al menos tres años. Para que la vivienda constituya la residencia habitual debe ser habitada de manera efectiva y con carácter permanente. **(Cayón, 2008)**

La vivienda se define como el elemento base del habitat: es la casa rural con sus dependencias, la casa urbana, que puede incluir varios alojamientos. Presenta para el geógrafo un doble carácter cuantitativo y dimensional y cultural: ambos se confunden en la misma forma de la casa que corresponde al mismo tiempo a una norma de contenido y a un medio cultural.

Representativa de una cultura, la casa se integra en el paisaje rural y el país a secas: casa normada, renana, o choza de la sabana. Las palabras que definen las viviendas pueden evitar tipos de construcción modos de utilización de un material. **(George, 2011)**

2.1.6 Arrendamiento

Contrato entre dos partes, arrendador y arrendatario, a través del cual el primero cede al segundo el disfrute de un bien, la ejecución de una obra o la prestación de un servicio durante un plazo y un precio prefijado. **(Santandreun, 2012)**

(Sepúlveda, 2014) define al arredramiento como un “Contrato en donde una de las partes, denominada arrendador, trasfiere por un periodo de tiempo determinado el derecho a utilizar ya sea un servicio o un activo físico a la otra parte, el arrendatario, quien a su vez debe pagar por la cesión temporal de ese derecho un precio que es previamente estipulado entre ellos.”

Es aquella cesión temporal de la propiedad de un bien o de cierto pago ya sea anual o mensual, llamado arrendamiento. El contrato consiste en un arriendo en donde se establece entre la persona que cede un bien y el arrendador, y quien la persona que lo recibe, el arrendatario, por lo general en un periodo fijo de tiempo, aunque hay ocasiones que existen arrendamientos que se renueva automáticamente y que no cesan hasta la denuncia de una de las partes. El relacionado con el valor de los intereses que devengaría una suma de dinero equivalente al valor del bien arrendado. **(Sabino, 2010)**

Acuerdo por lo que un agente obtiene el uso de alguna propiedad de otro agente por un periodo de tiempo determinado a cambio de un cargo fijo acordado que generalmente es pagado en plazos periódicos. **(Pearce, 2013)**

2.1.7 Servicios Básicos

Los servicios básicos en la población son las obras de infraestructura necesarias para contar con una vida saludable, y evitar así el deterioro de la misma. Entre dichos servicios podemos

mencionar, agua potable, alcantarillado sanitario, energía eléctrica, telefonía. **(EPMAPAP, 2016)**

Son aquellos servicios en donde sin importar el lugar donde vivan, todas las personas deberían tener acceso a ellos, ya que garantiza un mínimo de calidad de vida para realizar su desarrollo personal a partir de allí. Los servicios básicos deben ser considerados accesibles para todo el mundo. Independientemente de su situación geográfica o de su nivel de vida, todos los ciudadanos tienen ese derecho el que consiste en poder acceder a los servicios definidos como básicos. **(Enseñeira Sem Fronteiras Galcia, 2013)**

2.1.8 Pobreza

Situación en la cual se encuentran varias personas, familias o grupos cuyos recursos (materiales, culturales y sociales) no les permite alcanzar el estilo de vida mínimamente aceptable en el país, estado o región en el que habitan. En este sentido, existen diferentes enfoques para medir la pobreza aunque fundamentalmente se pueden agrupar en tres: pobreza absoluta (basada en la insuficiencia de recursos materiales para satisfacer las necesidades básicas del individuo) pobreza relativa (en relación con el uso y costumbres de la mayoría del grupo o la población) y la pobreza como percepción subjetiva o insatisfactoria. **(Alvarez, 2010)**

En términos general, la pobreza se requiere a la insatisfacción de requerimientos universales y cuya medida es la integridad física y psicológica de las personas. Se trata de necesidades que todos por compartir la condición de seres humanos tienen derechos a satisfacer, lo que subraya la idea de que la dignidad humana está vinculada a las necesidades de carácter universal y también a la universalidad de los derechos que la garantizan. La satisfacción de estas necesidades constituye por tanto un derecho y una meta ineludible. **(Cortes, Mires, & Valenzuela, 2013)**

Es definida por lo general por un indicador cuyas siglas son CBU (Canasta Básica Universal), se la puede definir como aquella que incluye un conjunto de bienes que son necesarios para

cubrir con las necesidades alimenticias y no alimenticias vitalmente esenciales de un grupo familiar. Si por diversas circunstancias el ingreso mensual de un núcleo familiar no alcanza a cubrir el costo de la CBU, se lo cataloga por debajo de la línea de pobreza. En un caso que se considerara extremo que el ingreso mensual no alcanzara para cubrir con la adquisición de los alimentos necesarios para vivir que se encuentran incluidos en dicha canasta, se estaría hablando de una situación muy seria denominada indigencia. **(Sabino, 2010)**

Privación de aquellos bienes y servicios que son necesarios para satisfacer las necesidades básicas de las personas. Como lo indica su propia definición, es de índole relativa: se define si es pobre o rico en este contexto con respecto a la situación de otros países o personas, ya que la misma idea de necesidades “básicas” es imprecisa ya que los individuos o grupos de personas jamás pueden satisfacer sus necesidades básicas por completo. **(Rodríguez, 2009)**

2.1.9 Calidad de Vida

La calidad de vida es un concepto central de la problemática del medio ambiente y el desarrollo sustentable. La calidad de vida representa al más que un “nivel de vida” privado. Exige, entre otros elementos, la máxima disponibilidad de la infraestructura social y pública para actuar en beneficio del bien común y para mantener el medio ambiente sin mayores deterioros y contaminación. Pero la calidad de vida exige también un sinnúmero de factores relativos, la mayor parte de ellos no cuantificables conceptualmente, que contribuyan a la satisfacción de los deseos y aspiraciones, además de las necesidades humanas. **(Chagollan, Avila, Del Campo, Reyes, & Cervantes, 2009)**

La calidad de nuestra vida puede ser mala, buena o regular. No precisamente puede ser solo buena, puede llegar a ser muy buena, extraordinaria o excelente y este sería el máximo nivel de calidad. Como también puede ser mala, muy mala, pésima, etc.

Para definir la vida existen múltiples acepciones, así que solo se va a señalar 3 aspectos considerados para definir la vida:

- La vida solo sucede en el tiempo presente, no existe en el pasado, ni en el futuro, lo único real es aquí y ahora, el pasado está muerto y el futuro todavía no llega.
- Somos responsables de vivir la vida como queramos bien o mal, sanos o enfermos. No existe el destino manifiesto, ni mala suerte que nos cae, nosotros la generamos, tampoco hay castigo divino, tenemos el libre albedrío para decidir cada momento de nuestra vida y
- La vida la percibimos por los 5 sentidos, sin embargo nosotros mismos los limitamos, solo vemos y oímos lo que queremos ver u oír y solo tenemos una percepción limitada de la realidad, además la percepción que tenemos no es pura o real ya que todo lo que percibimos lo matizamos con nuestra fantasía o nuestros recuerdos. **(Bernal, 2014)**

Hace referencia a la cantidad de bienes y servicios que con un ingreso determinado es posible consumir y en términos más generales, al estilo de vida material y a las necesidades que es posible satisfacer en promedio, los habitantes de un país o los integrantes de un sector social, un grupo o una determinada familia. **(Rodríguez, 2009)**

2.1.10 Ingresos

Flujo de recursos que recibe un agente económico, correspondiente a las remuneraciones por la venta o arrendamiento de los factores productivos que posee. El ingreso puede ser pagado en bienes y servicios o en dinero.

También se puede considerar ingreso todas las transferencias que reciben los agentes económicos, tales como subsidios, donaciones y otras. El ingreso puede adoptar las formas de salarios, intereses, dividendos, rentas o beneficios. Hay que distinguir entre ingreso bruto e ingreso neto; este último es igual al primero menos los impuestos.

Otra distinción útil es entre ingreso corriente e ingreso permanente. El ingreso corriente es el pago que efectivamente recibe en cada periodo el agente económico. En cambio, el ingreso

permanente corresponde al retorno que debería recibir el agente económico por el stock del capital físico y humano que posee. **(Sepúlveda, 2014)**

Los ingresos son los aumentos del patrimonio neto correspondiente a una empresa durante un periodo de tiempo determinado. Los ingresos más importantes, o habituales, son: ingresos por venta o prestaciones de servicios, ingresos de gestión, subvenciones, donaciones y legados e ingresos financieros.

Los ingresos se valorarán cuando se haya devengado, al producirse la entrega del bien o la prestación del servicio o cuando se tenga una seguridad razonable de que el ingreso se va a cobrar. **(Tarodo & Sanchez, 2012)**

Es toda aquella Remuneración total parcial percibida por un trabajador durante un periodo de tiempo, por la compensación a un trabajo realizado o ya sea de servicios prestados. **(Empresa Informativa, 2015)**

2.1.11 Egresos

Salida, partida de descargo. Costo o gasto necesario para desarrollar actividades comerciales de una empresa, se lo puede definir también como la erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún concepto. **(Hérrandez, 2011)**

2.1.12 Utilidad

Se llama utilidad en economía a aquella capacidad que tiene un servicio o mercancía para dar satisfacción a una necesidad. La ciencia económica hace abstracción de consideraciones morales o éticas en cuanto a definir lo que es una necesidad; por ende se considera por tal cualquier servicio o bienes que tenga un hecho el consumidor. **(Empresa Informativa, 2015)**

Valor subjetivo o provecho para un sujeto. La ganancia ya sea material, estética o moral procedente de una acción o atribuida a un objeto o un proceso. Además la utilidad económica frecuentemente está bien definida (esto es el beneficio o la ganancia en moneda de curso legal). **(Bunge, 2011)**

2.1.13 Ganancias

Las ganancias son consideradas un sinónimo de la utilidad, provecho o beneficio de orden económico obtenido por una empresa en el transcurso de sus operaciones diarias. Dicho vocablo sirve también para designar, en un sentido más concreto, es aquella diferencia que se obtiene entre el precio al que se vende el producto (o servicio) y el costo del mismo. La ganancia es el fin principal de toda empresa o firma que debe hacer uso, es por tanto que la combinación óptima de los diversos factores productivos para reducir sus costos lo más posible, atrayendo a su vez a los demandantes de los bienes o servicios que produce con la finalidad de vender estos al mayor precio posible. **(Rodríguez, 2009)**

2.1.14 Capital Humano

Son aquellos conocimientos, habilidades y entrenamientos poseídos por unas personas que se capacitan para realizar labores productivas con distintos grados de especialización y complejidad. Al igual que la creación del capital físico, la acumulación de capital humano en las personas requiere de un determinado periodo de tiempo para lograr la adquisición de ciertas destrezas, permitiendo así el incremento de los flujos de ingresos que ellos ganen. **(Empresa Informativa, 2015)**

2.1.15 Asociación

Persona jurídica formada por un cierto número importante de personas físicas o jurídicas, que se constituyen en un grupo, para la defensa de unos intereses comunes. **(Santandreun, 2012)**

Contrato en virtud del cual varios individuos convienen en reunirse de manera permanente para realizar un fin común que no esté prohibido por la ley y que no tenga carácter preponderantemente económico. La palabra asociación tiene un doble significado: el lato y el restringido. El significado comprende toda agrupación de personas física, realizadas con un cierto propósito de permanencia para el cumplimiento de una finalidad cualquiera, de un interés común para los asociados, siempre que sea ilícito. **(Hérmendez, 2011)**

2.1.16 Cooperativa

Es todo tipo de organización económica cuya propiedad pertenece a aquellos que utilizan sus servicios. Los socios o miembros de una cooperativa generalmente escogen una equipo gerencial o una administración que gestiona los asuntos corrientes y que rinde cuenta antes de la asamblea. Las ganancias obtenidas en una cooperativa generalmente repartida entre sus miembros o socios al final de cada ejercicio contable en proporción al consumo realizado por cada uno. **(Rodríguez, 2009)**

Es aquella organización empresarial que tiene por objetivo el beneficio de las personas que componen, y que se caracteriza por cada miembro, tiene un voto al aporte que tenga en la cooperativa o al margen del capital. Esta forma de organización permite unir a las personas que carecen de escasos recursos económicos que se encuentran en una situación similar para aprovechar las ventajas de una operación más eficiente en mayor escala. **(Empresa Informativa, 2015)**

2.1.17 Comercialización

En términos generales los procesos necesarios para llegar a los bienes del productor al consumidor. Todas las grandes empresa, compañías, organizaciones o firmas modernas tienen diversos departamentos o cargos, en donde usualmente realizan las siguientes actividades: investigación de mercados, que sirve para conocer las necesidades de los individuos o grupos de personas, identificando cuáles son sus hábitos de consumo y cuál será la posible aceptación de los nuevos productos o servicios, la publicidad que sirva para difundir y estimular las

ventas captando así a nuevos clientes ya que ese es el objetivo principal de todas las empresas; en sí mismas, que por lo general se hacen a mayoristas aunque en otras ocasiones directamente a los minoristas o al consumidor final. **(Rodríguez, 2009)**

Es el proceso cuyo objetivo consiste en hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. Involucra actividades como la compra-venta al por mayor y al por menor, así como también otros aspectos que influyen como la publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento. **(Empresa Informativa, 2015)**

Poner en marcha un conjunto de estrategias para dar un producto o servicio a las condiciones óptimas para su venta. **(Santamdreun, 2012)**

2.1.18 Actividad Económica

Es considerada una actividad económica toda aquella acción humana que se encuentre dirigida a la creación de valor, en la forma de bienes y servicios, que se servirá para la satisfacción de necesidades humanas. **(Rodríguez, 2009)**

Conjunto de acciones que realizan los hombres u organizaciones para satisfacer sus propias necesidades mediante la realización de una tarea para su propio consumo o intercambio. **(Santamdreun, 2012)**

Actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades humanas en un periodo de tiempo. Involucra los aspectos sociales de tales actividades y también proporciona un cierto nivel de vida a la población. Por lo tanto, la actividad económica abarca los aspectos de producción, consumo, intercambio y distribución. **(Sepúlveda, 2014)**

Se clasifica en tres sectores: Sector primario: Comprende la extracción y explotación de de los recursos del sueño, subsuelo, ríos y mares para el consumo directo de la población o industria. Pertenece a este sector la agricultura, ganadería, avicultura, explotación forestal, acuicultura,

minería, pesca y piscicultura. Otros productos como los minerales y metales tienen transformación en bienes mediante procesos industriales convertidos en materia prima para el servicio de la industria.

Sector secundario: Comprende las actividades para la transformación de materias primas en otros bienes útiles. Denominado sector industrial como las agroindustrias, la extracción de minerales e hidrocarburos y el cultivo de bosques industriales. Sector terciario: Comprende la distribución, comercialización y suministros de bienes y servicios. Este sector no produce bienes sino ofrecer servicios y apoyo a los sectores primarios y secundarios, realizando las siguientes actividades: depósitos y almacenamientos de mercancías, transporte de personal y mercancías, comercio de mercancías, embarque y desembarque de mercancías, suministro de servicio médico y odontológico, educativo y empresarial. **(Hérmendez, 2011)**

2.1.19 Asignación de recursos

La asignación de recursos económicos consiste en la distribución existente entre diversos usos. El problema de la asignación de recursos se plantea porque la existencia de estos es limitada, en tanto en los deseos humanos y en las necesidades que no lo son; de allí surge la necesidad de combinar los recursos disponibles adecuadamente de modo que la máxima utilidad del consumidor o la ganancia del productor. **(Rodríguez, 2009)**

Los recursos económicos disponibles para cualquier sociedad son relativamente escasos en dependencia con las múltiples necesidades que se deben satisfacer con ellos, es importante determinar en qué cantidades y a qué usos se van a destinar los distintos factores productivos. Es decir, la asignación de recursos consiste en resolver los empleos que se les dará a los distintos factores de la producción y qué cantidades de ellos se utilizarán en distintas actividades. Una asignación óptima de factores producidos se logra al obtener una mayor cantidad de bienes producidos con el mínimo de recursos posibles, lo que implica canalizar los recursos productivos hacia aquellas actividades con las más altas rentabilidades posibles.

Requiere de diseño de mecanismo todo sistema económico que le permita resolver este problema. Existen básicamente dos métodos que consisten en: permitir que la asignación se realice por decisión de una autoridad central, como dejar que esta decisión se tome en forma descentralizada por los miles de agentes o en las economías socialistas centralizadas. **(Escobar & Cuartas, 2008)**

2.1.20 Capital

El capital es considerado tan importante en la ciencia económica, ya que admite diversas definiciones según el enfoque que se quiera adoptar. Este vocablo es el lenguaje cotidiano comúnmente utilizado especialmente en los economistas, que suelen abarcar un conjunto de significados próximos pero no idénticos.

Desde un punto de vista empresarial el capital está constituido por un fondo unitario que integran todos los bienes invertidos en una empresa que se utiliza para la producción y por lo tanto para la obtención de rentas y ganancias o por un objeto de valores. **(Rodríguez, 2009)**

Es considerada la suma de todos aquellos recursos, bienes y valores movilizadas para la constitución o puesta en marcha de una empresa. Es una razón económica, cantidad invertida en una empresa por los propietarios, socios o accionistas. **(Empresa Informativa, 2015)**

Término fundamental en economía que designa el conjunto de los bienes de producción e intermedios que deben producir otros y permitir el consumo y la inversión. Recursos financieros de los que dispone una unidad económica o persona física para realizar una inversión o actividad. Patrimonio que se posee y que es susceptible de generar una renta o beneficios. **(Santandreun, 2012)**

Es catalogado como uno de los factores de producción que comprende un conjunto de bienes materiales que habiendo sido creados por el hombre, son utilizados para producir servicios o bienes. Existen dos características importantes del capital que consiste en su creación que involucra un costo, ya que es muy necesario utilizar recursos que podrían destinarse al

consumo humano; y su aplicación al proceso de producción incrementa la productividad de los otros factores productivos, tales como la tierra y el trabajo.

Estos aumentos de productividad son los beneficios que compensan los sacrificios de la creación de capital. Normalmente se hace una distinción entre capital fijo, que incluye maquinarias, edificios, etc., y capital circulante que comprende materias primas, productos semi-terminados y otros, que son usados rápidamente. El concepto tiene varias acepciones: Contablemente sinónimo de patrimonio de la empresa, sinónimo de riqueza y sinónimo de los saldos monetarios o dinero que posea una persona o empresa. **(Escobar & Cuartas, 2008)**

2.1.21 Crédito

El crédito tiene un sinnúmero de significados, todos ellos se encuentran relacionados a las operaciones que incluyen préstamos de diversos tipos. En un sentido muy estricto del crédito es aquella concesión de un permiso dado por una persona a otra con el fin de obtener la posesión de algo perteneciente a la primera sin tener que pagar el momento de recibirlo; dicho en otra manera, el crédito es aquella transferencia de bienes, servicios, o dinero efectivo ya sea por un bienes o servicios o dinero en efectivo a recibir en el futuro. **(Rodríguez, 2009)**

Es toda aquella obtención de recursos en el presente sin efectuar un pago de manera inmediata, bajo la promesa de restituirlos en el futuro o en condiciones previamente establecidas. Pueden referirse a bienes y servicios o ser recursos financieros.

Es fundamental en toda una economía moderna que reviste diversas formas entre las que destacan el crédito de un consumo extendido a los individuos o grupos de personas para poder financiar el consumo de sus bienes; el crédito comercial extendido consiste en aquellos oferentes de materias primas a las empresas o por estas a los vendedores mayoristas; y el crédito bancario es aquel que consiste en préstamos a diversos agentes económicos. **(Sepúlveda, 2014)**

2.1.22 Interés

Es catalogado interés aquel costo de dinero cuyo precio debe pegarse como una retribución de un préstamo monetario. **(Sabino, 2010)**

Es aquel precio que se cancela por el uso de un dinero. Generalmente se expresa como por tanto por ciento representado en porcentaje ya sea anual, mensual, semanal o diario sobre la suma prestada, por ejemplo. El porcentaje antes mencionado se le domina tasa de interés; la misma tasa de interés, que en principio, depende de la valoración que haga quien presta el dinero con respecto al riesgo de no recuperarlo; cuanto mayor el riesgo mayor tendrá que ser el interés. **(Rodriguez, 2009)**

Es el costo que se paga a un tercero por utilizar recursos monetarios de su propiedad. Es la remuneración por el uso del dinero o también se lo puede definir como el pago por el uso del dinero. **(Empresa Informativa, 2015)**

2.1.23 Amortización

Acto de amortizar. Expresión contable de la depreciación, en términos económicos, que experimentan los bienes por el paso del tiempo o por el efecto de obsolescencia. En cuanto a amortización económica en términos técnicos corresponde a la devaluación de un bien por su uso en términos económicos-financieros se refiere a la cuota de amortización equivalente a la recuperación de la inversión; deducción del montante inmovilizado que constituye un coste deducible fiscalmente para la empresa. **(Santandreun, 2012)**

Este vocablo tiene dos acepciones, próximas no idénticas. Una parte se refiere a la reducción parcial que se va haciendo de una deuda, con unos pagos sucesivos mediante las cuales se va devolviendo el capital. Por otra parte, se define amortizar a aquel proceso a través de los cuales se va apartando fondos para cancelar un activo ya adquirido en un número determinado de años, generalmente el tiempo de su vida activa esperada.

Se va separando cantidades regulares, generalmente de carácter anual, para acumular la suma que resultará necesaria al final de un periodo de amortización, para adquirir el activo que se va depreciando. Para este cálculo de dicha suma, es necesario tener en cuenta la tasa de interés, así como también los efectos de inflación y los aumentos de precios que pueden provenir del mejoramiento técnico de los bienes que se usaran para la reposición de los que van amortizando. **(Sabino, 2010)**

Son aquellas reducciones de carácter graduales que se van realizando a una deuda a través de pasos periódicos sobre un capital prestado. Es definida como la recuperación de los fondos invertidos en un activo de una empresa. O como también se la puede definir como la devolución de una deuda o de un capital tomado en préstamo más los respectivos intereses correspondiente, si es que ellos existen. Dicha extinción de la deuda puede hacerse de una sola vez o mediante pagos parciales en periodos de tiempo previamente establecidos. Otra acepción del término es la de recuperación de fondos invertidos en una empresa. **(Escobar & Cuartas, 2008)**

Es definido como aquella devolución total o parcial de un préstamo. Registrando de manera contable la apreciación de un bien. **(Rodríguez, 2009)**

2.1.24 Autofinanciamiento

Denominación que reciben los beneficios generados por la empresa, que no son objeto de distribución a los accionistas y por consiguiente se reinvierten en la misma, contribuyendo reservas. **(Santandreun, 2012)**

Generación interna de fondos propios como consecuencia de beneficios no distribuidos y amortizados. Es, por tanto, la parte del flujo de caja producido por la empresa que se retiene en la misma. **(Escobar & Cuartas, 2008)**

Práctica de utilizar las ganancias obtenidas a los ahorros acumulados para hacer las inversiones a una empresa o unidad familiar necesita realizar. Hasta que las economías

modernas desarrollaron el crédito, a través de los organismos denominados bancos y en los mercados accionarios, el autofinanciamiento fue considerado como el modo fundamental de operación. En esta actualidad casi ninguna empresa se autofinancia, pues en su totalidad recurren en parte a diversas formas de financiamiento externo para realizar sus inversiones. **(Rodríguez, 2009)**

Conservación de los beneficios obtenidos, en la sociedad durante un periodo de tiempo y sin distribuir con el fin de financiar el crecimiento bruto del negocio. Así, con estas políticas, las empresas evitan endeudarse interna o externamente y a cambio los accionistas deberán arriesgar una parte o la totalidad de sus dividendos que en otra forma se podía dar. **(Hérrnandez, 2011)**

2.1.25 Demanda

(Sabino, 2010). En su artículo define a la demanda como que “Está construida por las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir cada nivel de precios. Implica entonces no solamente la intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización”.

Es una cantidad de mercancías que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un determinado momento. La demanda, es considerada como un concepto económico, que no se equipara simplemente en el deseo o necesidad que exista por un bien, sino mas bien que requiere además que los consumidores o demandantes tengan la capacidad efectiva y el deseo de pagar por dicho bien. La demanda total que existe en una economía que se denomina demanda agregada y resulta un concepto importante dentro de los análisis macroeconómicos. **(Rodríguez, 2009)**

Es aquella cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupos de personas que están dispuestos a adquirir un determinado precio, por una unidad de tiempo. Reflejando la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien por parte de todas las

personas que manifiesta una necesidad que pueda ser satisfecha por el consumo referido bien. **(Empresa Informativa, 2015)**

2.1.26 Mercado

Históricamente un mercado era considerado un lugar (espacio físico) donde vendedores y compradores realizaban sus transacciones; en la actualidad su aceptación implica el proceso de convergencia de la oferta y la demanda, donde cada bien o servicio de la economía aplica la existencia de un mercado en particular. La intersección de las funciones de oferta y demanda de cada mercado determinará la conformación de un precio de equilibrio y una cantidad de equilibrio. **(Sabino, 2010)**

El mercado en términos generales se le considera como el contexto dentro del cual se toma lugar la compra y la venta de mercancías, o donde se encuentran quienes demandan bienes y servicios con quienes los ofrecen. Aunque en castellano el vocablo mercado se designa frecuentemente el lugar físico donde se realizan tales transacciones comerciales, el concepto económico es mucho más abstracto; se refiere al conjunto de interacciones humanas que si bien tienen algún punto de referencia no deben por fuerza limitarse a un lugar determinado. **(Rodríguez, 2009)**

2.1.27 Pescado

Pescado es un concepto que deriva del latín piscatus. Se trata del nombre que recibe el pez que, una vez extraído de su hábitat (océano, río, lago, etc.) puede convertirse en alimento para el ser humano. Los pescados suelen calcificarse como azules (los animales que tienen un elevado nivel de grasas, como la sardina o la caballa) o blancos (de poca grasa: el abadejo, la merluza y otros).

Para obtener pescado, por lo tanto, hay que pescar. La pesca puede realizarse de múltiples maneras, tanto a nivel artesanal como industrial. Mientras que una persona puede capturar

unos pocos peces con una caña o una red, los grandes barcos pesqueros los atrapan en grandes toneladas y permiten el desarrollo de una industria millonaria. **(Perez & Gardey, 2015)**

2.2 Marco referencial

2.2.1 Análisis Socioeconómico

Para realizar un análisis económico se debe tomar en cuenta ciertas medidas económicas como el deterioro de la salud y sus perturbaciones económicas. Estos factores no pueden cuantificarse con facilidad, pero se intentara equilibrar con los beneficios económicos tangibles, tales como el aumento de producción, los ingresos mayores oportunidades de empleo entre otros. **(Ramirez, 2012)**

Las actividades económicas que mayor acogida tiene la provincia de Los Ríos son la agricultura, silvicultura, caza y pesca según a la información obtenida mediante el censo del INEC, se pudo constatar que las actividades productivas tienen gran uso de suelo agropecuario en el cantón para la industrialización de productos alimenticios. **(Minsiterio de coordinacion de la produccion, 2011)**

Al realizar un análisis en el sector comercial se pueden identificar cuáles son los factores que determinan el movimiento de la economía y quienes son las personas que realizan dicha actividad. Desde los clientes internos involucrados hasta los clientes externos pueden estar afectados por mala organización, productos de baja calidad, malestar a nivel micro y macro. Por esta razón el cantón Buena Fe de la Provincia de Los Ríos, se planteó un esquema socioeconómico donde se realizó un diagnóstico de los pro y contra; es un procedimiento de rutina que se evalúa en empresas grandes y pequeñas.

2.2.2 Comerciantes Minoristas

El **(Diario la Hora, 2015)** en su edición menciona que “Se dictamino que los comerciantes no podían estar en áreas públicas abiertas, por ende tenía que ser llevado a lugares aptos como un

mercado para su actividad comercial, según la investigación de esta información la Federación provincial de comerciantes tomo en discusión los derechos y deberes que tienen como comerciantes minoristas hacia la calidad de productos y consumidores finales en un centro de abastos correspondientes para seguir funcionando con su actividad.”

La falta de atención hacia el grupo de minoristas a provocado muchísimo malestar porque no les están dando la debida atención que se merecen ya que ellos son un punto clave para mover la economía del país. No existe una buena organización y ordenamiento para que ellos puedan realizar sus actividades económicas por lo que hacen dar a entender que la municipalidad no está tomando cartas en el asunto.

Teniendo en cuenta que los minoristas son un punto clave en la estabilidad de la economía del país se debe realizar un mejor trato con ellos y así poder realizar planificaciones de mejoras para su normal desenvolvimiento en sus actividades diarias.

CAPITULO III

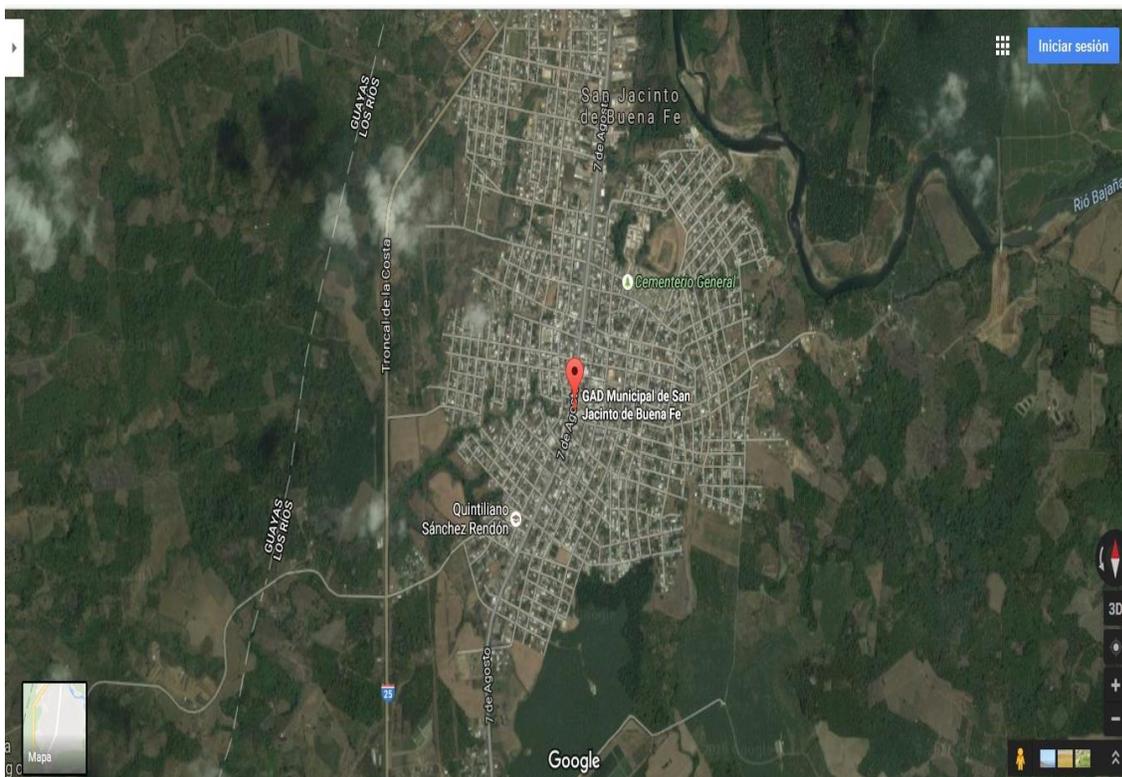
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización

Se realizó la investigación en el cantón Buena Fe, con la colaboración de los comerciantes informales que se dedican a la venta de mariscos en el antiguo mercado central y sectores aledaños a este. Con una duración 150 días para la realización de este estudio.

El cantón Buena Fe se lo conoce como la ciudad más amable del Ecuador, y que a su vez conforma uno de los 13 cantones de la provincia de Los Ríos, se encuentra localizado en la región litoral del país y sus límites son por el norte con la provincia de Santo Domingo de Los Tsachilas, al sur con los cantones Quevedo y Quinsaloma, al este con la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas y el cantón Valencia y al oeste con la provincia de Manabí.

Ilustración 1 Localización del Cantón Buena Fe



Fuente: Internet (Google Maps)

3.2 Tipos de Investigación

3.2.1 Bibliográfica

Se tomó en cuenta para esta investigación referencias bibliográficas como libros, información de internet, artículos científicos entre otros que permitieron diseñar el marco teórico acerca todo lo que engloba un análisis socioeconómico de los vendedores informales de marisco.

3.2.2 Descriptiva

Fue muy importante la utilización de este tipo de investigación ya que se necesitaba conocer acerca de los aspectos sociales, económicos y culturales, así como también sus principales obstáculos y necesidades. Por tal razón se implementó la aplicación de las encuestas a los comerciantes informales que se dedican a la venta de mariscos en el antiguo mercado central y zonas aledañas a este.

3.2.3 De Campo

Se realizó mediante la visita a cada uno de los comerciantes informales de mariscos pertenecientes al cantón Buena Fe, ubicados en el antiguo mercado central y sectores aledaños a este, donde se procedió a realizárseles encuestas a los dueños de los negocios para la realización del análisis socioeconómico de cada uno de ellos.

3.3 Métodos de Investigación

3.3.1 Método de observación

Con el método de observación directa se observó se pudo evidenciar los problemas que tienen al ejercer su actividad laboral, cuando se visitó a cada uno de los comerciantes informales de marisco del cantón Buena Fe.

3.3.2 Método inductivo

El método inductivo sirvió para indagar acerca de los aspectos económicos, sociales y culturales de los comerciantes informales de marisco del cantón Buena Fe.

3.3.3 Método deductivo

A partir del método inductivo se dedujo las características socioeconómicas de los comerciantes informales, así mismo se pudo evidenciar las falencias que presentan las personas a la hora de ejercer su actividad, laborando en cada uno de sus locales y a su vez tomar decisiones en base a los resultados obtenidos con esta investigación

3.4 Fuentes de Recopilación de Información

3.4.1 Fuentes Primaria

La herramienta utilizada fue un cuestionario para la realización de las encuestas, las mismas que fueron aplicadas a cada uno de los comerciantes informales que se dedican a la venta de mariscos en el cantón Buena Fe.

3.4.2 Fuentes Secundarias

Se utilizó la información de libros, revistas, artículos científicos e internet, con lo que se realizó el marco teórico, conceptual y referencial de la presente investigación.

3.5 Diseño de la Investigación

Se entrevistó a los 30 personas que se dedican a la comercialización de mariscos de manera informal en el antiguo mercado central y sitios aledaños, pertenecientes al cantón Buena Fe, mediante la investigación directa e investigación propia se conoció que existen 30

comerciantes informales quienes en esta investigación serán la población y como se trata de una población muy pequeña esta será igual a la muestra.

3.6 Instrumentos de evaluación

3.6.1 Encuestas

Se aplicó encuestas a los 30 comerciantes informales que se dedican a la venta de mariscos en el antiguo mercado central y sectores aledaños del cantón Buena Fe, conformado por un cuestionario de 58 preguntas, las mismas que tienen poseen datos muy importantes para la realización del análisis socioeconómico y así conocer sobre cuáles son los aspectos y económicos, culturales y sociales de cada uno de ellos.

3.7 Tratamiento de los datos

Para el tratamiento de datos, se empleó el programa Excel para la respectiva tabulación con los resultados obtenidos de las encuestas y de esta manera proceder con los gráficos en barra para hacer una interpretación de cada una de las preguntas del cuestionario realizado a los comerciantes informales.

3.8 Recursos Humanos y Materiales

3.8.1 Recursos Humanos

Las personas que se detallan a continuación fueron las que trabajaron para que se pueda llevar a cabo esta investigación.

- El autor
- El director del proyecto de titulación
- Los 30 comerciantes informales

3.8.2 Materiales

Tabla 1 Materiales

MATERIALES	CANTIDAD
Resmas de hojas A4	2
Empastados	1
Tinta Impresoras	4 Colores
Libros	Varios
Lapiz	2
Borrador	1
Lapiceros	2
Carpetas	1
CD	5

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de la Tabulación, Análisis e Interpretación Aplicada a los Comerciantes Informales de Mariscos del Cantón Buena Fe.

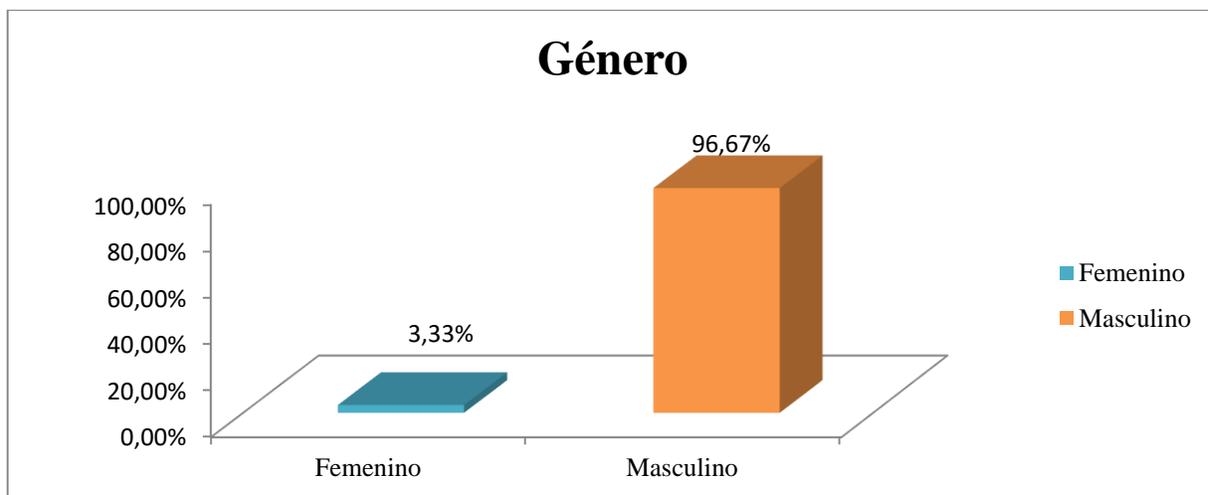
A continuación se muestra los resultados obtenidos en base a las encuestas realizadas, demostrando las opiniones reales de los comerciantes informales que se dedican a la venta de mariscos, en el antiguo mercado central y en los sitios cercanos a este.

Tabla 2 Género

Variables	Valor Absoluto	Porcentajes
Femenino	1	3,33%
Masculino	29	96,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 1 Género



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

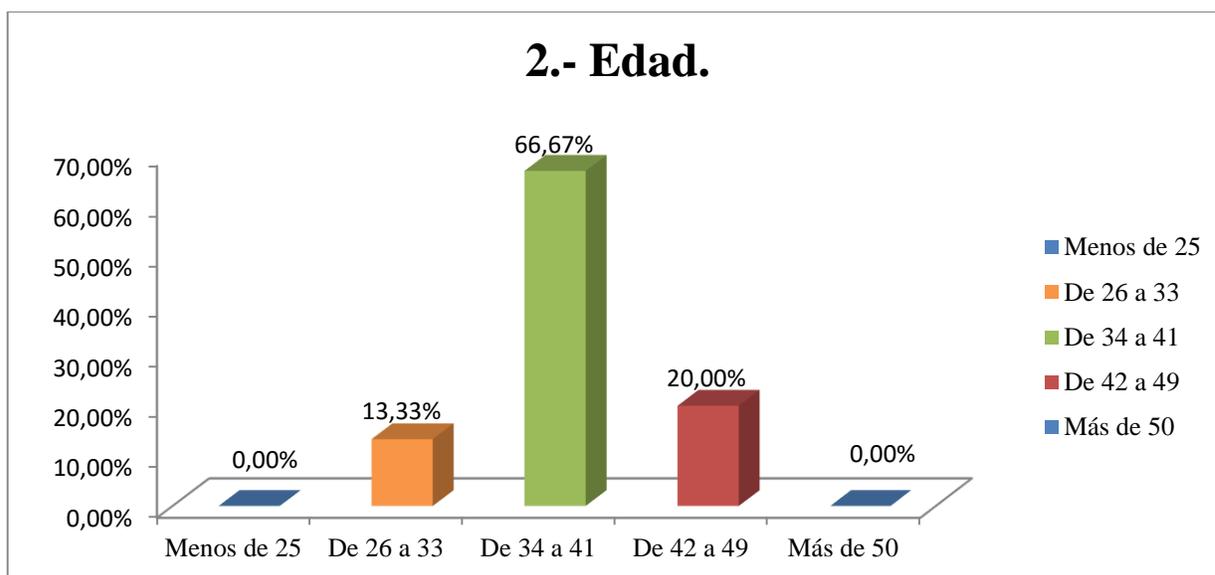
Interpretación: El **96,67%** de las personas encuestadas son de género masculino, mientras que el **3,33%** está compuesto por el género femenino.

Tabla 3 Edad

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Menos de 25	0	0,00%
De 26 a 33	4	13,33%
De 34 a 41	20	66,67%
De 42 a 49	6	20,00%
Más de 50	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 2 Edad



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

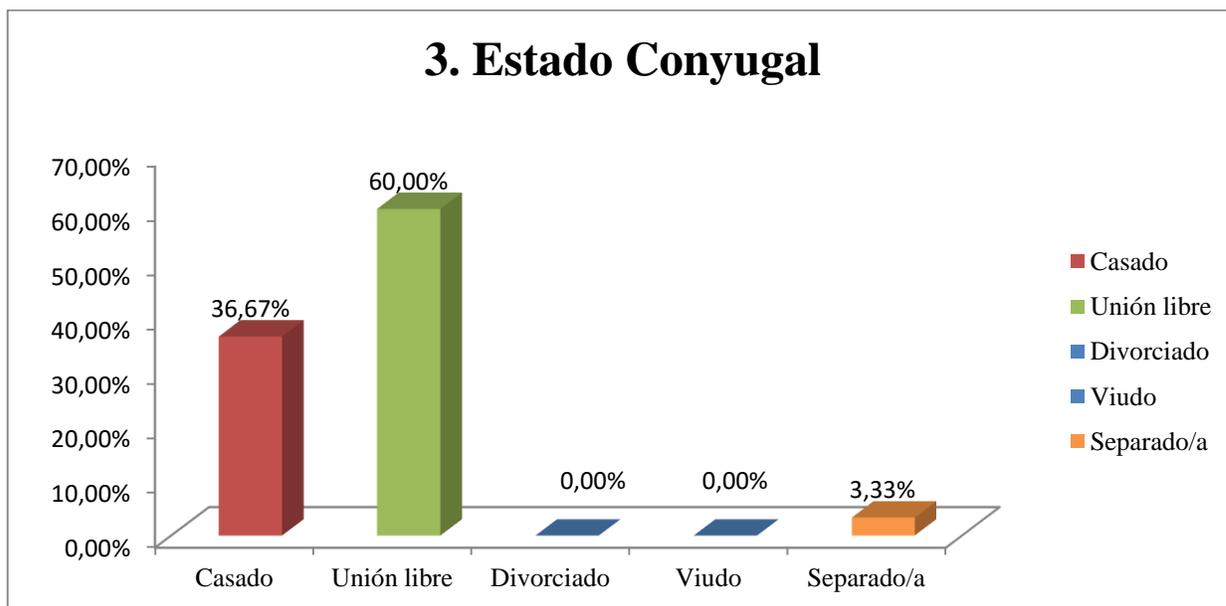
Interpretación: El **67,67%** de las personas encuestadas se encuentran en un rango de edad de 34 a 41, el **20%** en un rango de 42 a 49, y el **13,33%** en un rango de 26 a 33 años, mientras que los rangos de edad de menos de 25 y más de 50 están representados en un **0%**

Tabla 4 Estado Conyugal

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Casado	11	36,67%
Unión libre	18	60,00%
Divorciado	0	0,00%
Viudo	0	0,00%
Separado/a	1	3,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 3 Estado Conyugal



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

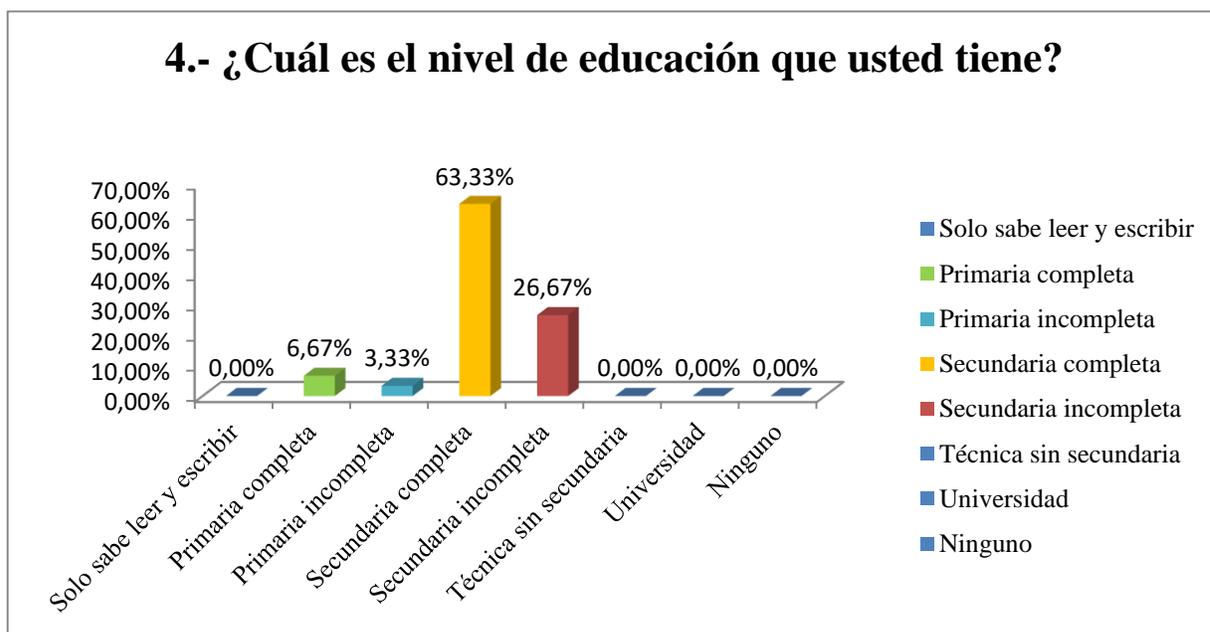
Interpretación: El **60%** de los encuestados respondieron que son de unión libre, **36,67%** son casados, el **3,33%** de los comerciantes son separados y el **0%** está representado en divorciados y viudos.

Tabla 5 Cuál es el nivel de educación que usted tiene

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Solo sabe leer y escribir	0	0,00%
Primaria completa	2	6,67%
Primaria incompleta	1	3,33%
Secundaria completa	19	63,33%
Secundaria incompleta	8	26,67%
Técnica sin secundaria	0	0,00%
Universidad	0	0,00%
Ninguno	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 4 Cuál es el nivel de educación que usted tiene



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: El **63,33%** de las personas encuestadas respondieron que tienen la secundaria completa, el **26,67%** posee una secundaria incompleta, el **6,67%** cuentan con un primaria completa el **3,33%** está conformado por las personas que poseen una primaria incompleta, cabe recalcar que las opciones de solo saber leer y escribir, técnica sin secundaria, universidad y ninguno están representadas por el **0%**.

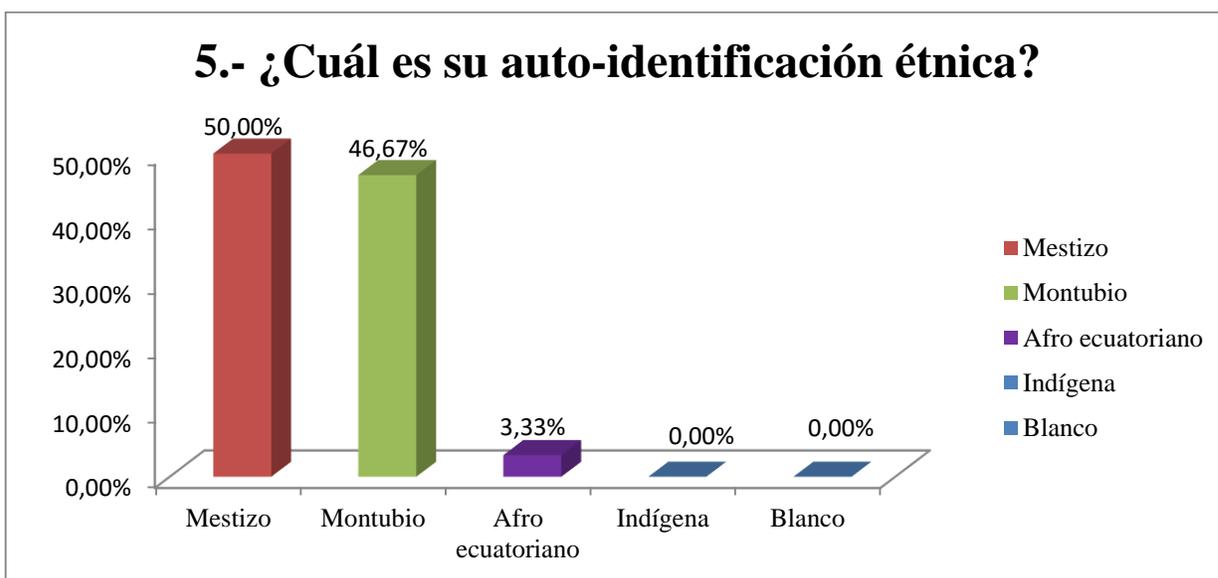
Tabla 6 Cuál es su auto-identificación étnica

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Mestizo	15	50,00%
Montubio	14	46,67%
Afro ecuatoriano	1	3,33%
Indígena	0	0,00%
Blanco	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 5 Cuál es su auto-identificación étnica



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Interpretación: El **50%** de los comerciantes encuestados se identifican como mestizos, el **46,67%** como montubios, el **3,33%** se identifican como afro ecuatorianos y las opciones de indígenas y blancos están representadas por el **0%**.

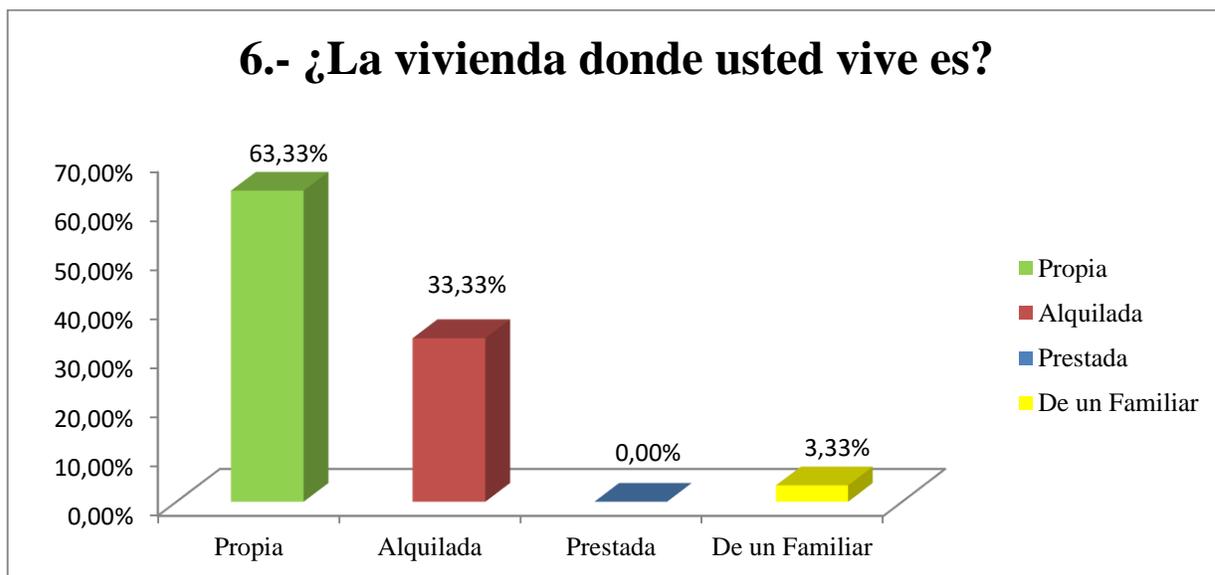
Tabla 7 La vivienda donde usted vive es

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Propia	19	63,33%
Alquilada	10	33,33%
Prestada	0	0,00%
De un Familiar	1	3,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 6 La vivienda donde usted vive es



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Interpretación: De las encuestas realizadas se tuvo como resultado que el **63,33%** de las personas tienen vivienda propia, el **33,33%** poseen una vivienda alquilada, el **3,33%** poseen una vivienda que es de un familia, mientras que el **0%** de es de la opción de vivienda prestada.

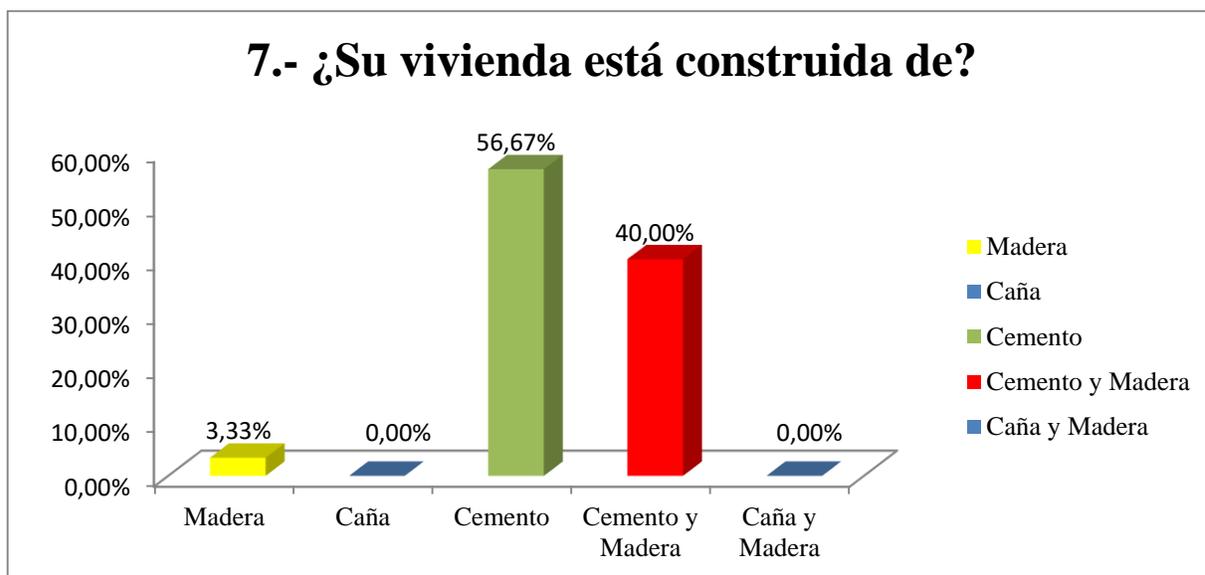
Tabla 8 Su vivienda está construida de

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Madera	1	3,33%
Caña	0	0,00%
Cemento	17	56,67%
Cemento y Madera	12	40,00%
Caña y Madera	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 7 Su vivienda está construida de



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

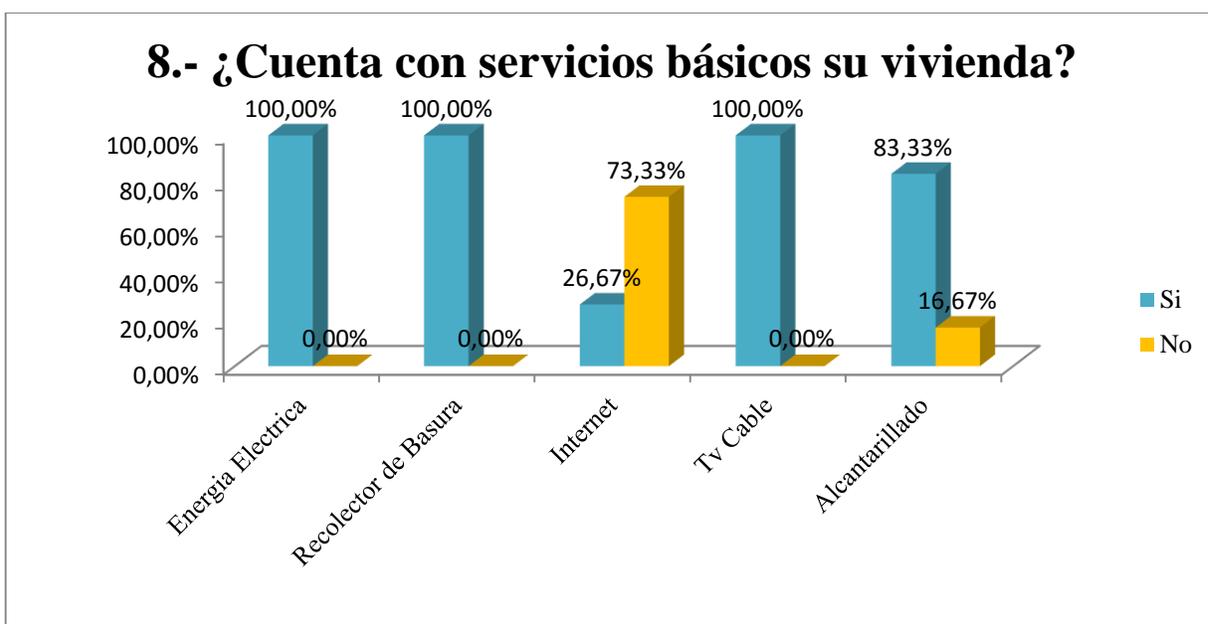
Interpretación: El **57,67%** de las personas encuestadas respondieron que sus viviendas son construidas con cemento, el **40%** de respondió que son casas mixtas es decir de cemento y madera, el **3,33%** poseen viviendas de maderas, por último las opciones de caña, y caña y madera están representadas con el **0%**.

Tabla 9 Cuenta con servicios básicos su vivienda

VARIABLES	SI	PORCENTAJES	NO	PORCENTAJES	TOTAL
Energía Eléctrica	30	100,00%	0	0,00%	30
Recolector de Basura	30	100,00%	0	0,00%	30
Internet	8	26,67%	22	73,33%	30
Tv Cable	30	100,00%	0	0,00%	30
Alcantarillado	25	83,33%	5	16,67%	30

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 8 Cuenta con servicios básicos su vivienda



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

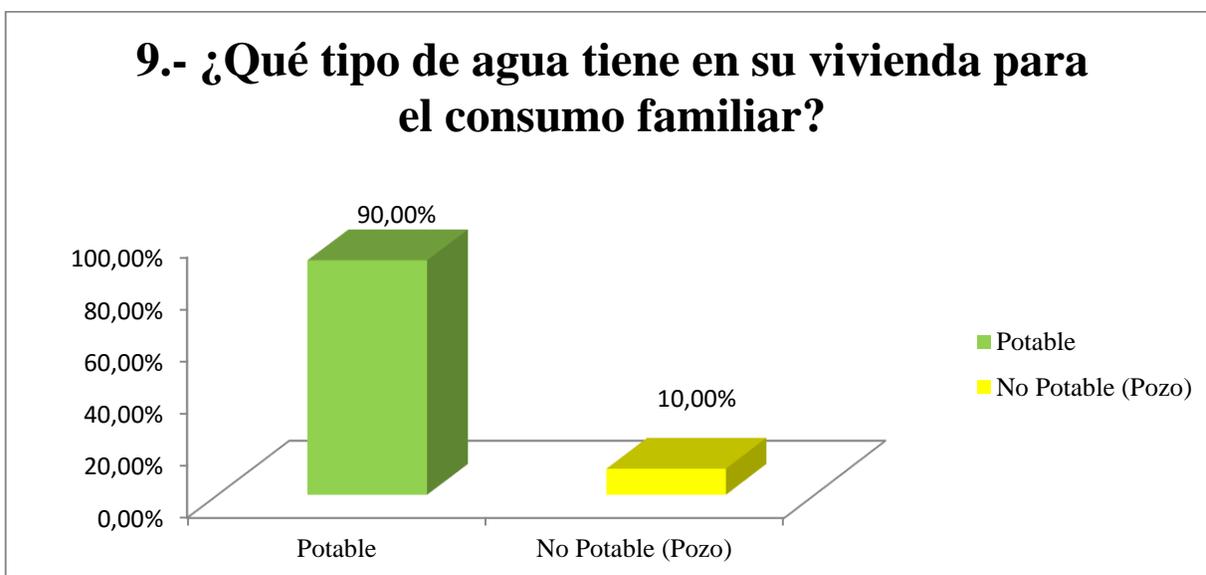
Interpretación: Los porcentajes representado por el **100%** corresponden a energía eléctrica, recolector de basura y tv cable, eso quiere decir que **SI** cuentan con estos servicios, mientras que el **26,67%** **SI** cuenta con internet y el **73,33%** **NO** cuenta con ese servicio, según las encuestas también se pudo comprobar que el **83,33%** **SI** cuenta con alcantarillado mientras que el **16,67%** **NO** cuenta con dicho servicio.

Tabla 10 Qué tipo de agua tiene en su vivienda para el consumo familiar

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Potable	27	90,00%
No Potable (Pozo)	3	10,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 9 Qué tipo de agua tiene en su vivienda para el consumo familiar



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: El **90%** de las personas encuestadas respondió que el poseen agua potable y que el **10%** posee agua de pozo.

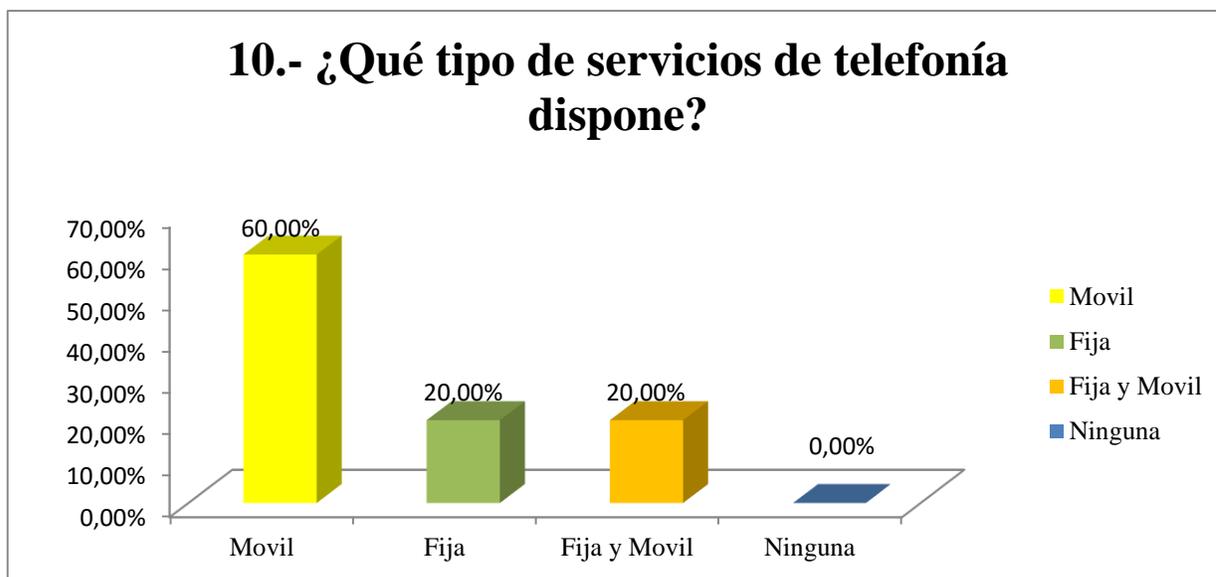
Tabla 11 Qué tipo de servicios de telefonía dispone

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Móvil	18	60,00%
Fija	6	20,00%
Fija y Móvil	6	20,00%
Ninguna	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 10 Qué tipo de servicios de telefonía dispone



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Interpretación: El **60%** de los comerciantes poseen telefonía móvil para comunicarse, mientras que el **20%** posee fijo y el **20%** restante respondió que poseen ambas tanto móviles como fijos.

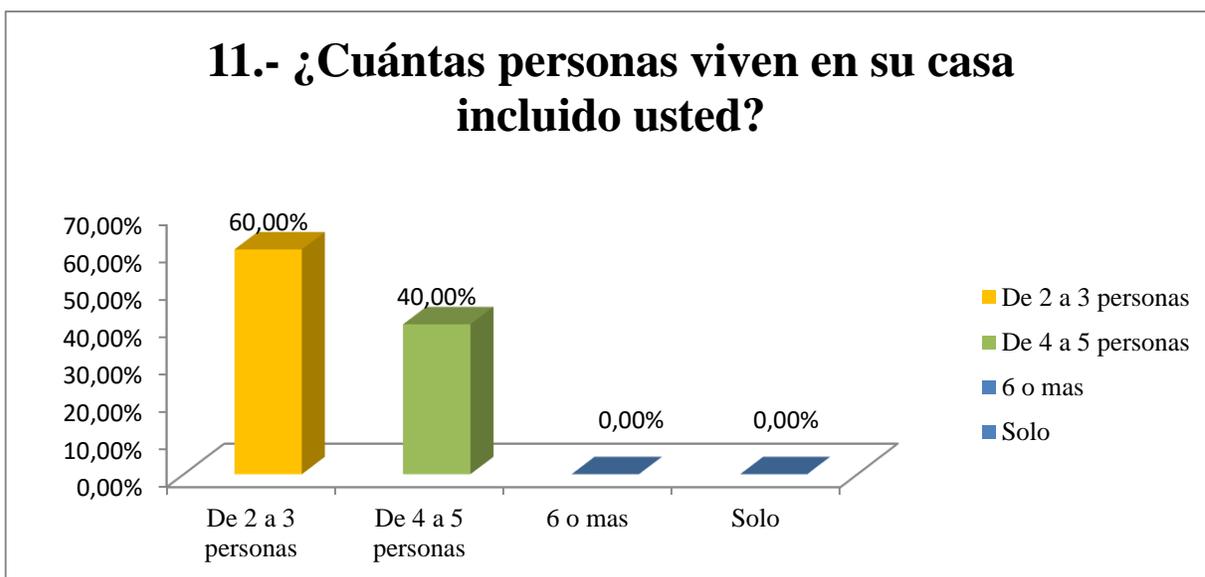
Tabla 12 Cuántas personas viven en su casa incluido usted

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
De 2 a 3 personas	18	60,00%
De 4 a 5 personas	12	40,00%
6 o mas	0	0,00%
Solo	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 11 Cuántas personas viven en su casa incluido usted



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Interpretación: En base a los resultados obtenidos con las personas encuestadas, dio como resultado que el **60%** de los hogares está conformado de 2 a 3 personas, mientras que el **40%** respondió que estaban conformado sus hogares de 4 a 5 personas, mientras que las opciones de 6 o más y solo está representando por el **0%**.

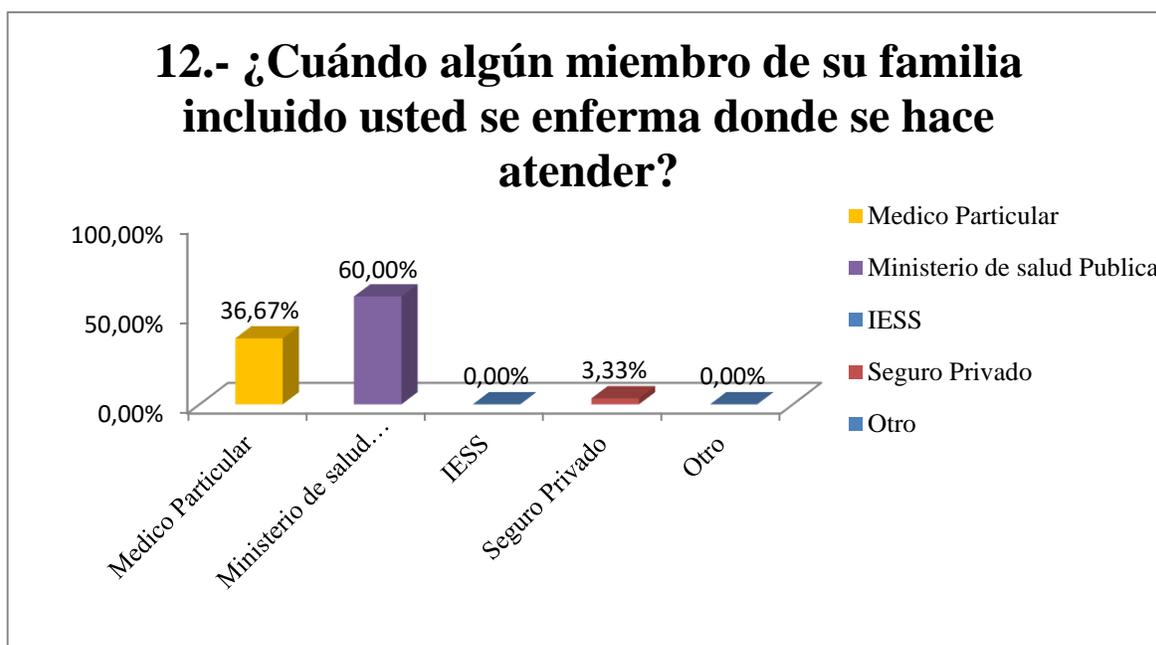
Tabla 13 Cuándo algún miembro de su familia incluido usted se enferma donde se hacen atender

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Médico Particular	11	36,67%
Ministerio de salud Publica	18	60,00%
IESS	0	0,00%
Seguro Privado	1	3,33%
Otro	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 12 Cuándo algún miembro de su familia incluido usted se enferma donde se hacen atender



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Interpretación: Los resultados obtenidos a través de las encuestas dieron como resultado que el **60%** de las personas encuestadas ya sean ellos o su familia cuando presentan alguna enfermedad se hacen atender por medio del Ministerio de Salud Pública, mientras que el **36,67%** de las personas se hacen atender por un médico particular y el **3,33%** de hace atender a través de una seguro privado.

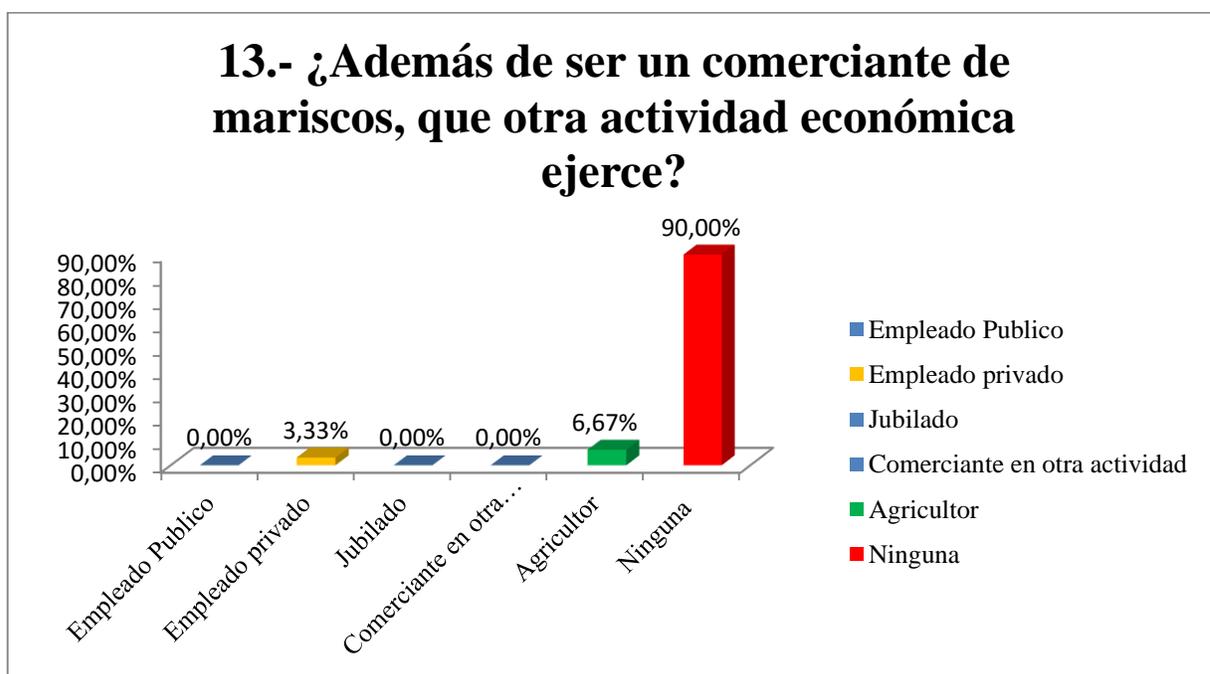
Tabla 14 Además de ser un comerciante de mariscos, que otra actividad económica ejerce

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Empleado Publico	0	0,00%
Empleado privado	1	3,33%
Jubilado	0	0,00%
Comerciante en otra actividad	0	0,00%
Agricultor	2	6,67%
Ninguna	27	90,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 13 Además de ser un comerciante de mariscos, que otra actividad económica ejerce



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

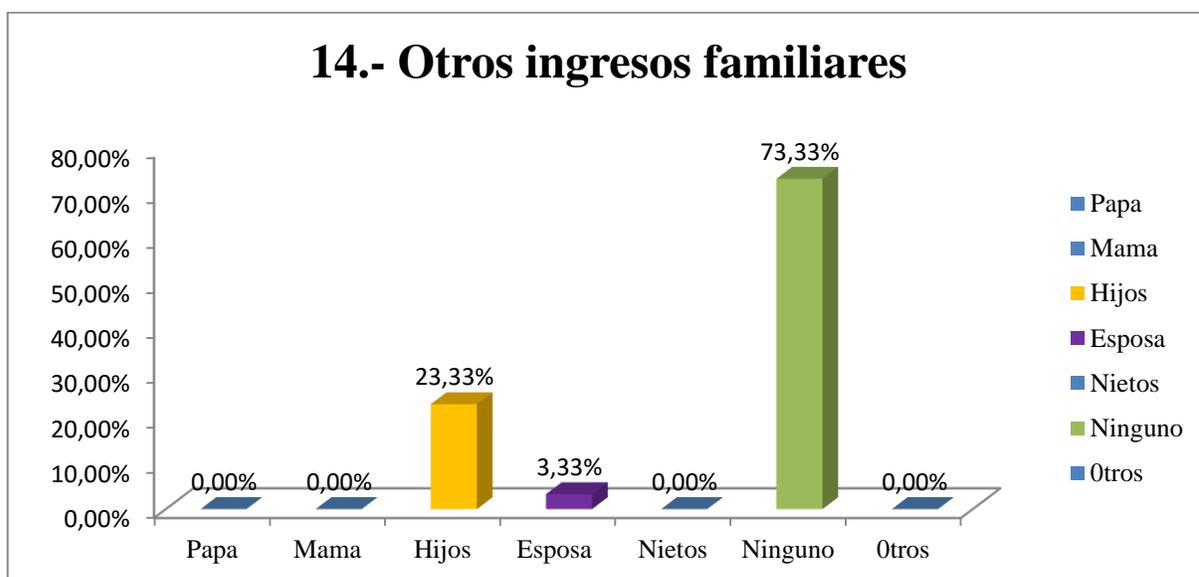
Interpretación: El **90%** de los encuestados respondió que no realiza otra actividad económica a parte de la comercialización de mariscos, el **6,67%** se dedica a la agricultura y el **3,33%** son empleados privados. Las opciones de de empleado público, jubilado y comerciante en otra actividad no fueron respondidas por lo tanto están representadas con el **0%**.

Tabla 15 Otros ingresos familiares

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Papa	0	0,00%
Mama	0	0,00%
Hijos	7	23,33%
Esposa	1	3,33%
Nietos	0	0,00%
Ninguno	22	73,33%
Otros	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 14 Otros ingresos familiares



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

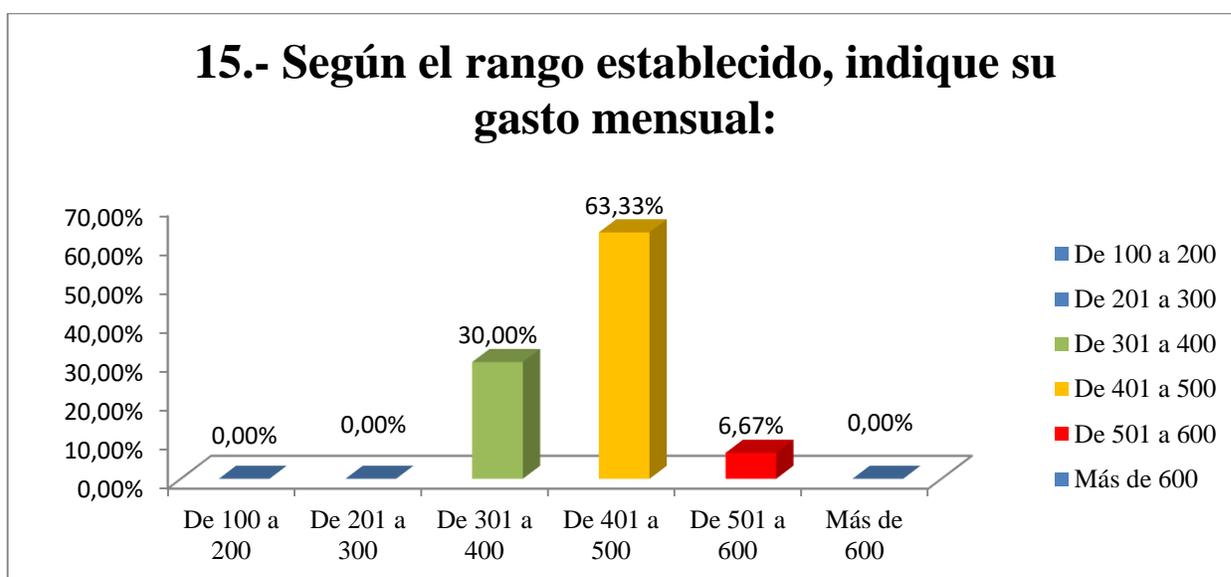
Interpretación: El **73,33%** de los encuestados respondió que no tienen otros ingresos a parte de la comercialización de mariscos, mientras que el **23,33%** respondió que reciben ayuda de sus hijos que gana \$ 360 (un salario básico unificado), mientras que el **3,33%** respondió que recibe ayuda de sus esposa con una salario de \$ 400 (porque es maestra).

Tabla 16 Según el rango establecido, indique su gasto mensual:

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
De 100 a 200	0	0,00%
De 201 a 300	0	0,00%
De 301 a 400	9	30,00%
De 401 a 500	19	63,33%
De 501 a 600	2	6,67%
Más de 600	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 15 Según el rango establecido, indique su gasto mensual:



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: En base a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas se obtuvo que el **63,33%** de las personas tienen un rango de \$401 a \$500 de gasto mensual, mientras que el **30%** tienen un rango que gasto que va desde los \$301 a \$400 mensuales, y el **6,67%** de las personas respondieron que tienen un gasto mensual e \$500 a \$600.

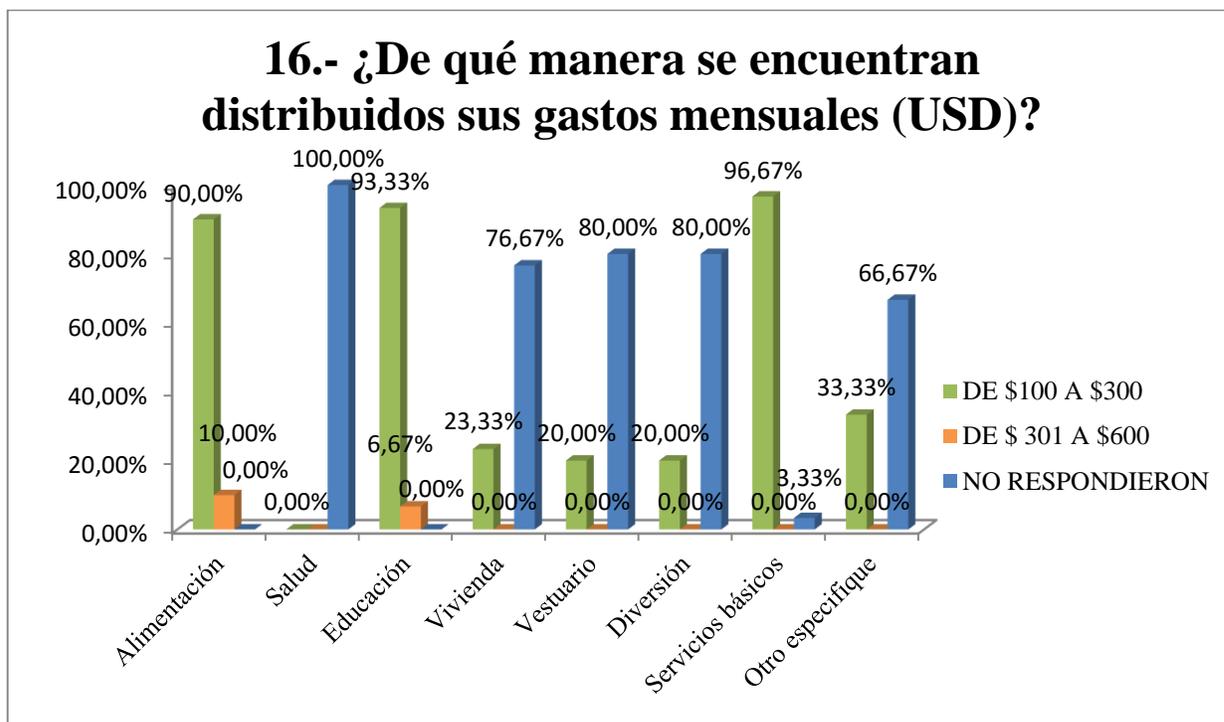
Tabla 17 De qué manera se encuentran distribuidos sus gastos mensuales (USD)

VARIABLES	DE \$ 100 A \$ 300	DE \$301 A \$600	NO RESPONDIERON	TOTAL	PORCENTAJES DE \$ 100 A \$ 300	PORCENTAJES DE \$ 301 A \$ 600	PORCENTAJES DE \$ NO RESPONDIERON
Alimentación	27	3	0	30	90,00%	10,00%	0,00%
Salud	0	0	30	30	0,00%	0,00%	100,00%
Educación	28	2	0	30	93,33%	6,67%	0,00%
Vivienda	7	0	23	30	23,33%	0,00%	76,67%
Vestuario	6	0	24	30	20,00%	0,00%	80,00%
Diversión	6	0	24	30	20,00%	0,00%	80,00%
Servicios básicos	29	0	1	30	96,67%	0,00%	3,33%
Otro	10	0	20	30	33,33%	0,00%	66,67%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 16 De qué manera se encuentran distribuidos sus gastos mensuales (USD)



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

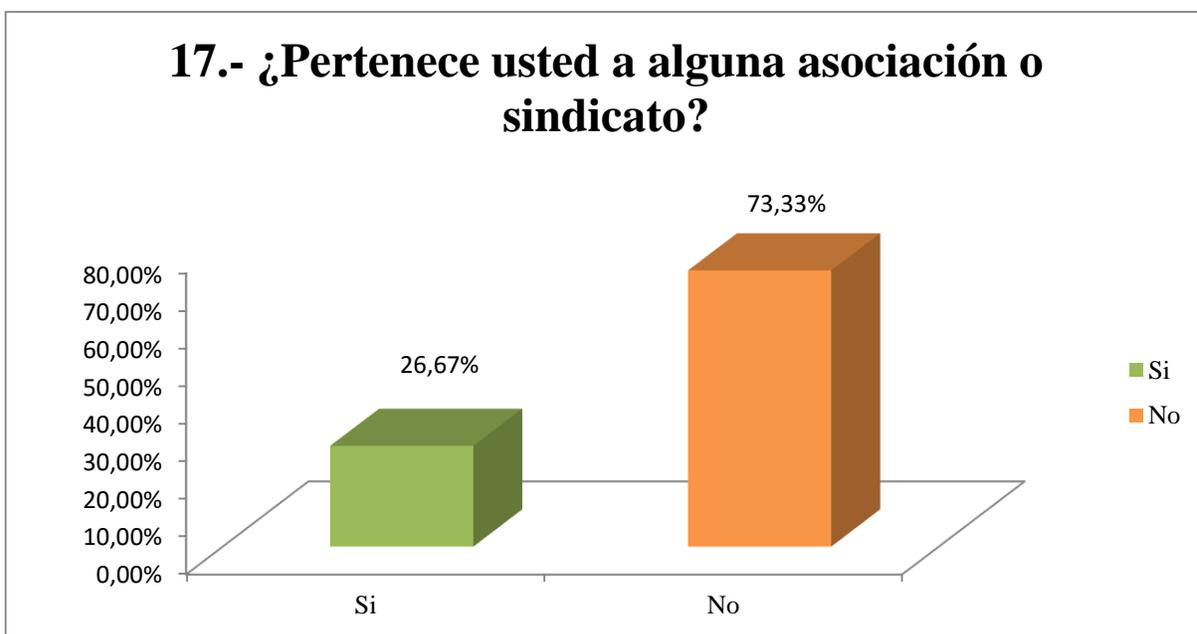
Interpretación: EL **90%** de las personas encuestadas respondió que gastan en un rango de \$100 a \$300 en alimentación, mientras que el **10%** gastan de \$301 a \$600, el **100%** de los encuestados decidió no responder de cuanto es el gasto mensual en salud, el **93,33%** gasta en un rango de \$100 a \$300 mensuales mientras que el **6,67%** gasta de \$301 a \$600, el **23,33%** gasta de \$ 100 a \$300 en vivienda, mientras que el **76,67%** no respondió, el **20%** tanto en vestuario como en diversión de \$100 a \$300 mientras que el **80%** decidió no responder, el **96,67%** de las personas encuestadas respondió que gastan de \$100 a \$300 en servicios básicos, mientras que el **3,33%** opto por no responder y por último el **33,33%** de los encuestados respondió que gasta de \$100 a \$300 en otras cosas personales, mientras que el **66,67%** decidió no dar respuesta alguna.

Tabla 18 Pertenece usted a alguna asociación o sindicato

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	8	26,67%
No	22	73,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 17 Pertenece usted a alguna asociación o sindicato



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

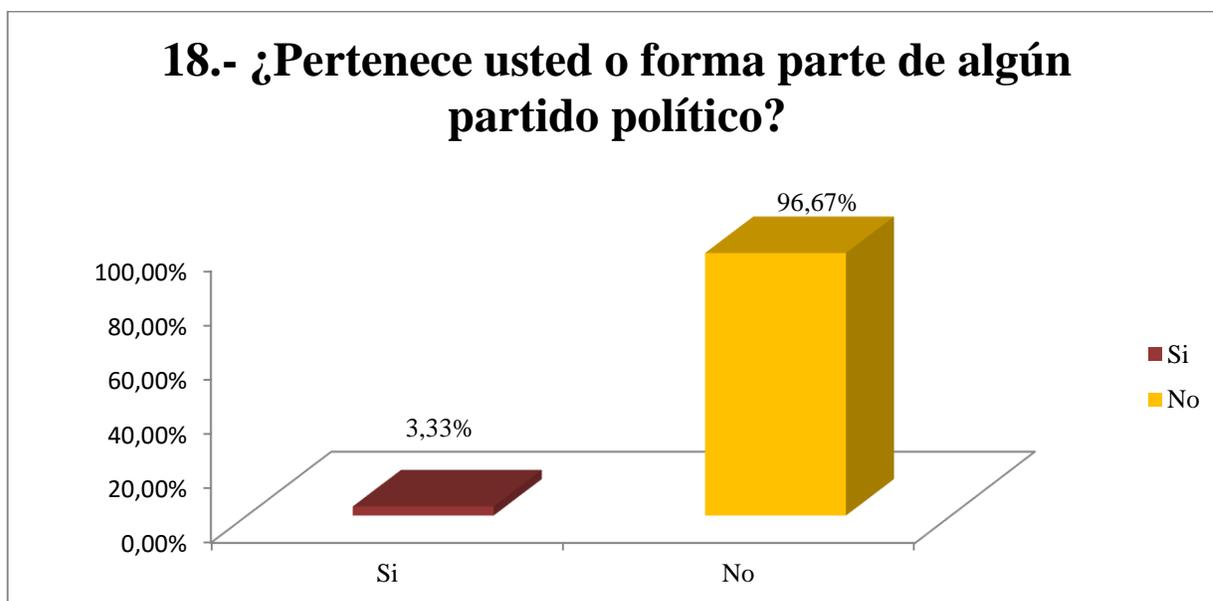
Interpretación: El **73,33%** de las personas encuestadas respondió que si pertenecen a una asociación cuyo nombre es “Asociación 7 de Agosto”, por lo tanto el **26,67%** respondió que no pertenecen a ninguna asociación o sindicato.

Tabla 19 Pertenece usted o forma parte de algún partido político

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	1	3,33%
No	29	96,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 18 Pertenece usted o forma parte de algún partido político



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: El **96,67%** de las personas encuestadas respondieron que no pertenecen a ningún partido político, mientras que el **3,33%** representado por 1 persona respondió que pertenece al partido político CREO.

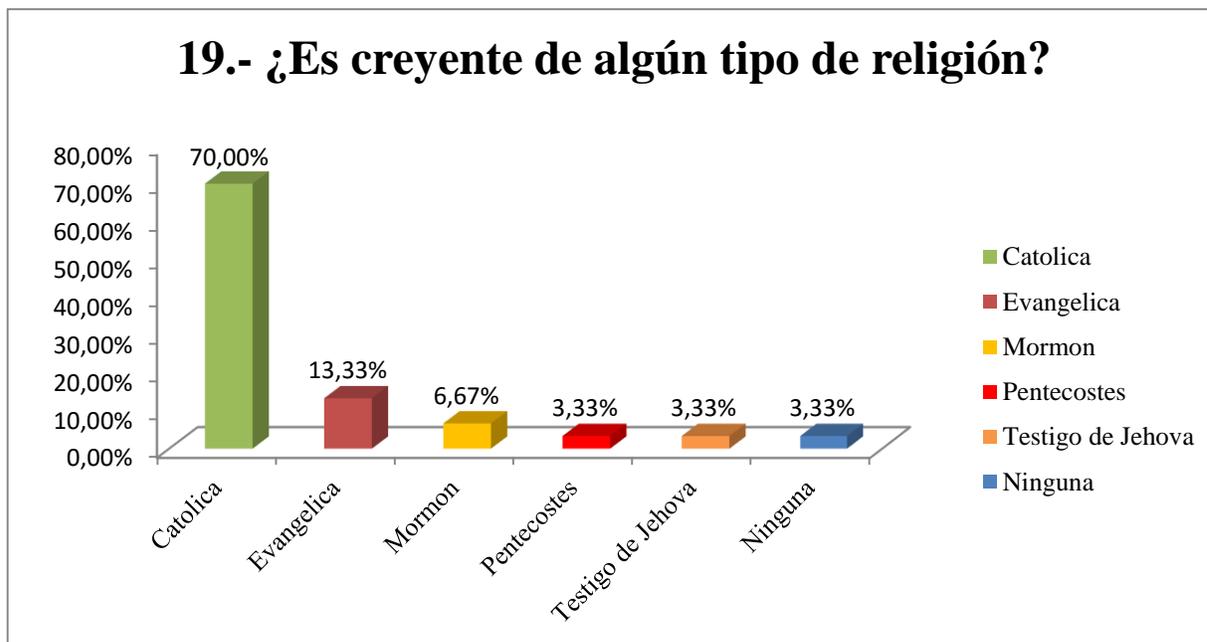
Tabla 20 Es creyente de algún tipo de religión

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Católica	21	70,00%
Evangélica	4	13,33%
Mormón	2	6,67%
Pentecostés	1	3,33%
Testigo de Jehová	1	3,33%
Ninguna	1	3,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 19 Es creyente de algún tipo de religión



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

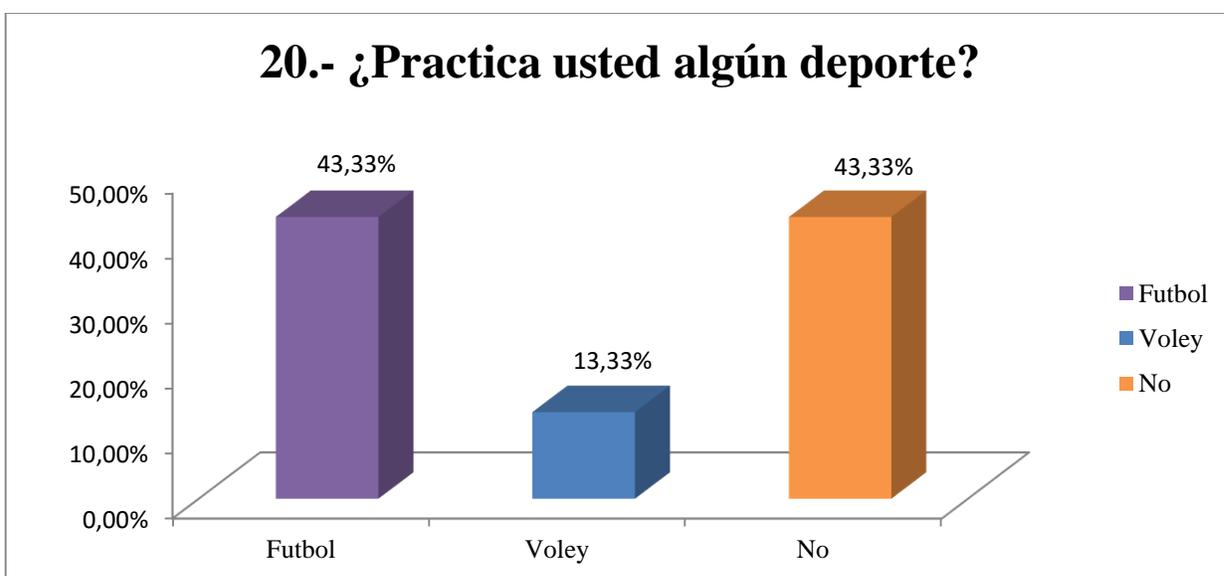
Interpretación: De las 30 personas encuestadas 29 contestaron que si practican o profesa una religión por lo tanto están distribuidas de la siguiente manera; el **70%** respondió que su religión practicante es la católica, el **13,33%** evangélica, el **6,67%** pertenecen a los mormones, tanto la religión pentecostés y testigos de Jehová están representados por el **3,33%** y de las 30 personas solo hubo una persona que no practica ninguna religión representada en el **3,33%**.

Tabla 21 Practica usted algún deporte

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Futbol	13	43,33%
Vóley	4	13,33%
No	13	43,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 20 Practica usted algún deporte



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

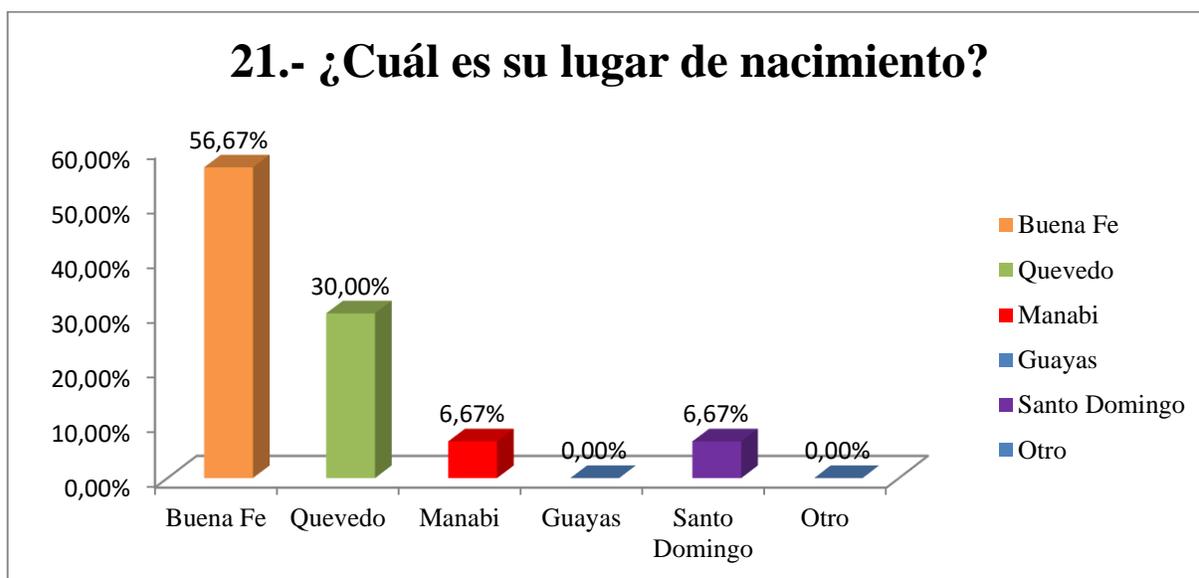
Interpretación: De las 30 personas encuestadas 17 respondieron que si practican aun deporte representados en un **43,33%** Fútbol y el **13,33%** practica Vóley, mientras que las 13 personas de 30 respondieron que no practican ningún deporte representado en un **43,33%**.

Tabla 22 Cuál es su lugar de nacimiento

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Buena Fe	17	56,67%
Quevedo	9	30,00%
Manabí	2	6,67%
Guayas	0	0,00%
Santo Domingo	2	6,67%
Otro	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 21 Cuál es su lugar de nacimiento



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

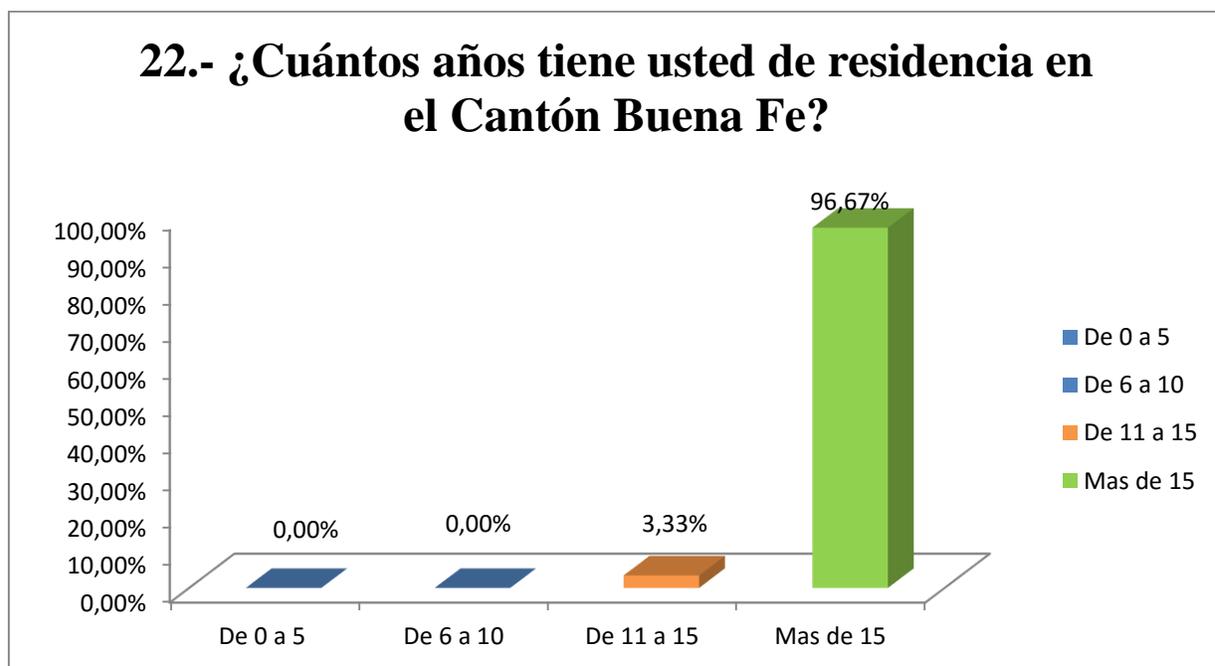
Interpretación: En base a los resultados obtenidos en las encuestas a las personas que se dedican a la comercialización de mariscos el **56,67%** respondieron que su lugar de nacimiento es en la ciudad de Buena Fe, el **30%** nació en Quevedo, el **6,67%** está representado por las personas que nacieron tanto en Manabí al igual que Santo Domingo de los Tsachilas

Tabla 23 Cuántos años tiene usted de residencia en el Cantón Buena Fe

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
De 0 a 5	0	0,00%
De 6 a 10	0	0,00%
De 11 a 15	1	3,33%
Más de 15	29	96,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 22 Cuántos años tiene usted de residencia en el Cantón Buena Fe



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: Los resultados obtenidos en las encuestas determinaron que el **96,67%** de las personas tienen más de 15 años de residencia en Buena fe, mientras que el **3,33%** de las personas tienen de 11 a 15 años.

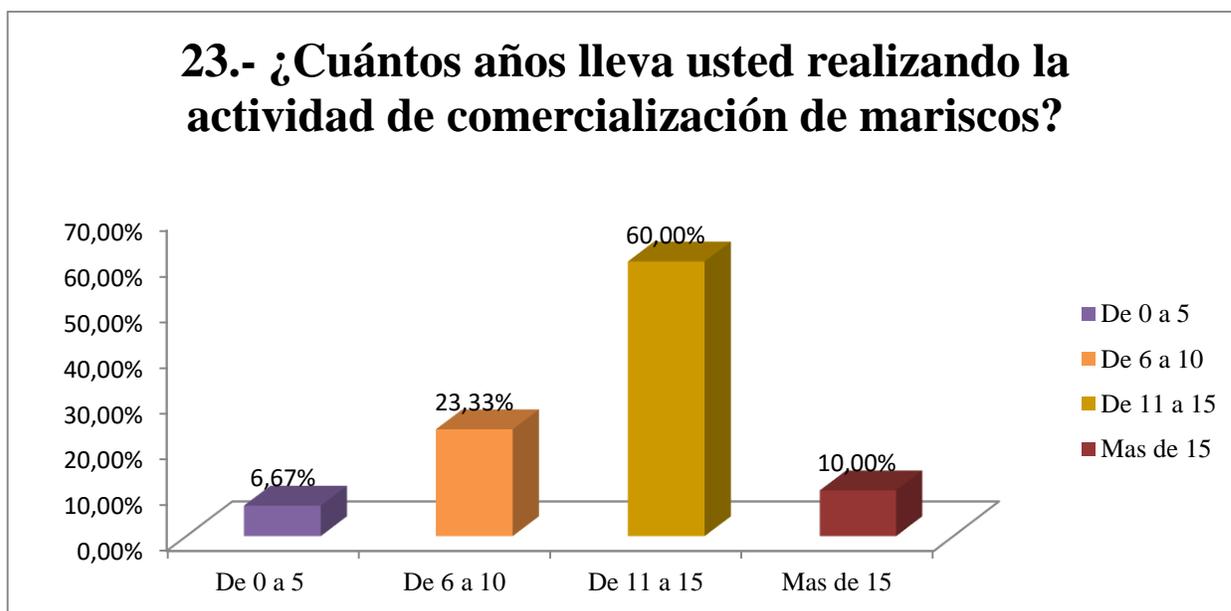
Tabla 24 Cuántos años lleva usted realizando la actividad de comercialización de mariscos

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
De 0 a 5	2	6,67%
De 6 a 10	7	23,33%
De 11 a 15	18	60,00%
Más de 15	3	10,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 23 Cuántos años lleva usted realizando la actividad de comercialización de mariscos



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

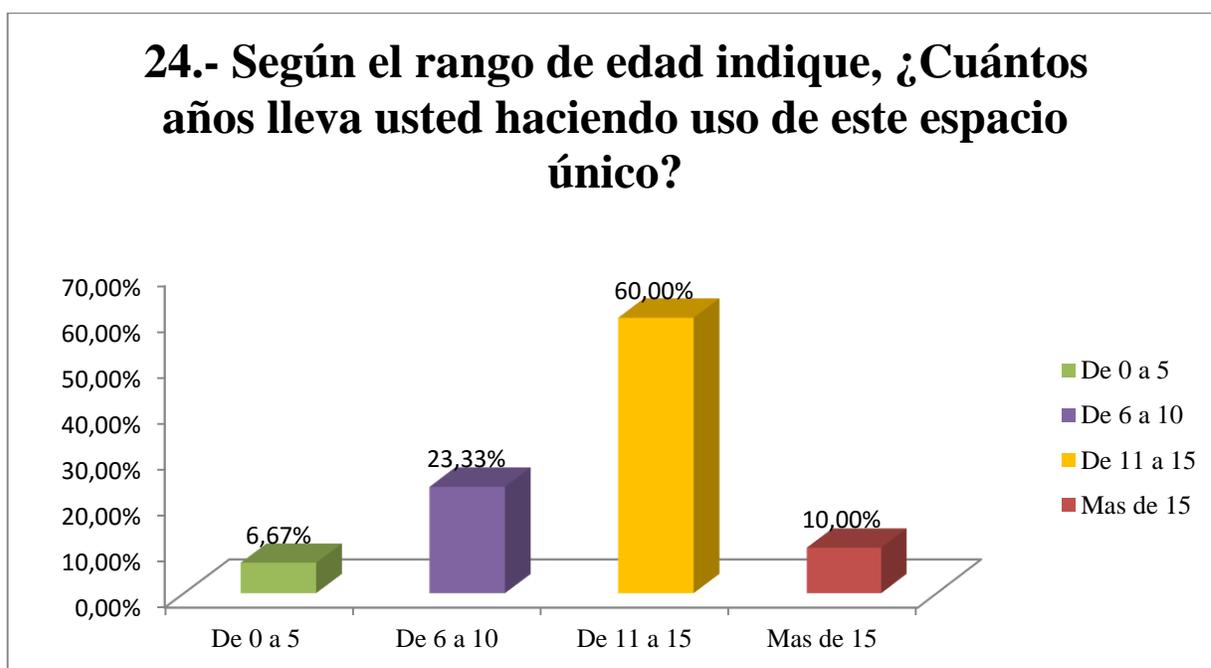
Interpretación: El **60%** de los encuestados respondió que tienen de 11 a 15 años realizando la actividad de comercialización de mariscos, el **23,33%** respondió que de 6 a 10 años, el **10%** son personas que realizan esta actividad más de 15 años, y el **6,67%** de las personas de 0 a 5 años.

Tabla 25 Según el rango de edad indique, Cuántos años lleva usted haciendo uso de este espacio único

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
De 0 a 5	2	6,67%
De 6 a 10	7	23,33%
De 11 a 15	18	60,00%
Más de 15	3	10,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 24 Según el rango de edad indique, ¿Cuántos años lleva usted haciendo uso de este espacio único



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: En base a los resultados obtenidos de las encuestas, se determinó que el **60%** de las personas llevan de 11 a 15 años utilizando el espacio público, el **23,33%** lo utiliza de 6 a 10 años, el **10%** lo utiliza más de 15 años y por último el **6,67%** está representado por las personas que lo ha utilizado de 0 a 5 años.

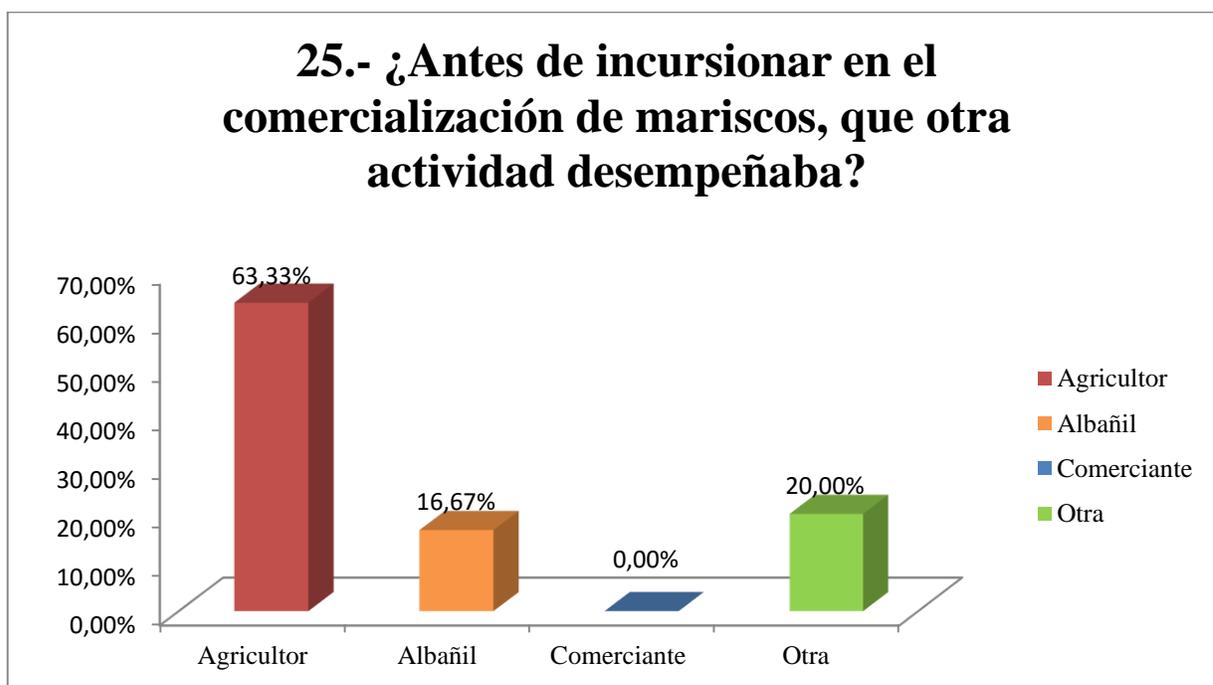
Tabla 26 Antes de incursionar en el comercialización de mariscos, que otra actividad desempeñaba

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Agricultor	19	63,33%
Albañil	5	16,67%
Comerciante	0	0,00%
Otra	6	20,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 25 Antes de incursionar en el comercialización de mariscos, que otra actividad desempeñaba



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

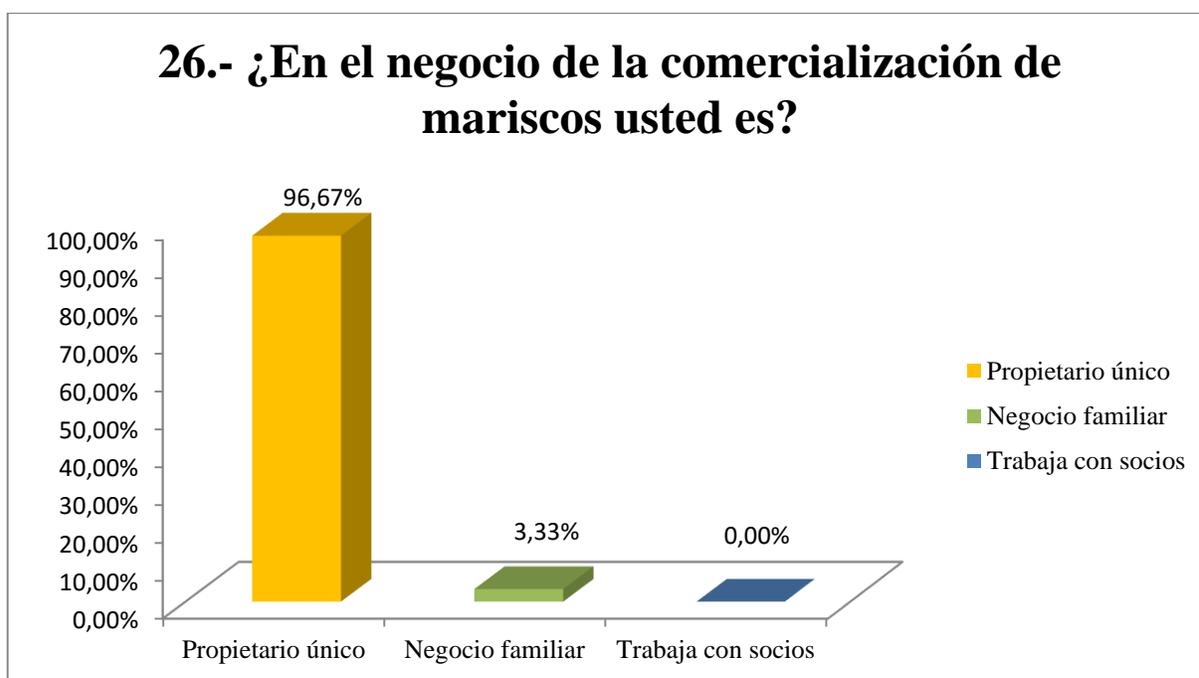
Interpretación: El **63,33%** de las personas encuestadas respondieron que se dedicaban a la actividad de la agricultura, el **20%** a otra actividad, y el **16,67%** de respondieron que se dedicaban a la albañilería.

Tabla 27 En el negocio de la comercialización de mariscos usted es

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Propietario único	29	96,67%
Negocio familiar	1	3,33%
Trabaja con socios	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 26 En el negocio de la comercialización de mariscos usted es



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

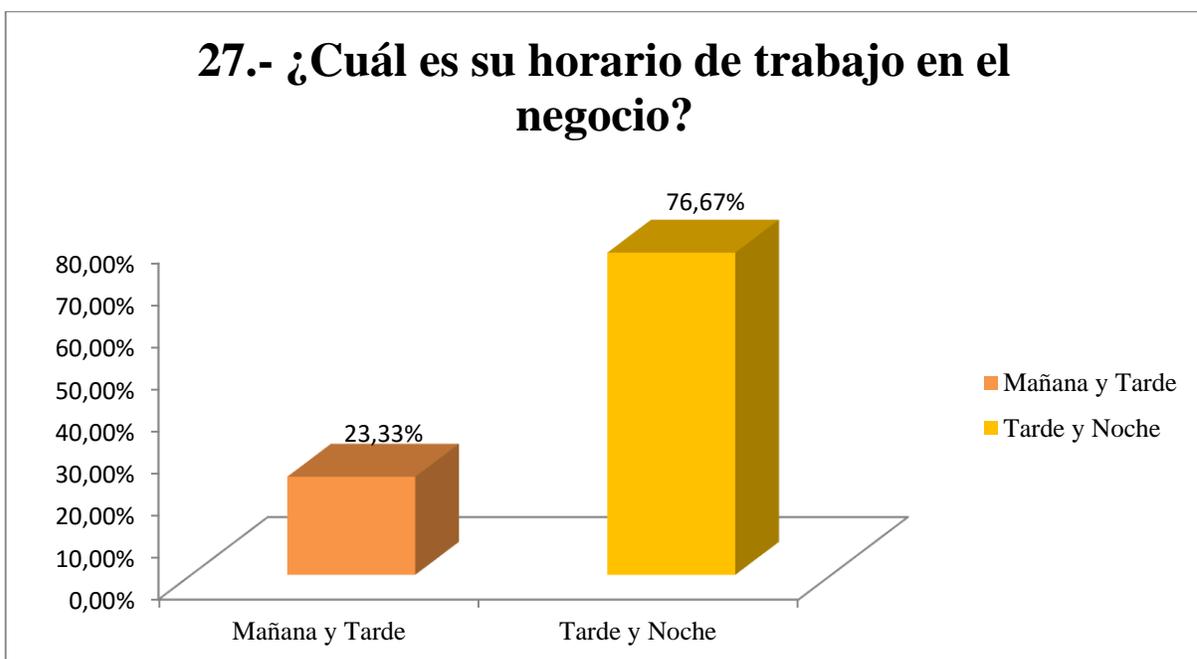
Interpretación: El **96,67%** está representado por las personas que son ellos mismos los propietarios, el **3,33%** respondieron que es un negocio familiar.

Tabla 28 Cuál es su horario de trabajo en el negocio

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Mañana y Tarde	7	23,33%
Tarde y Noche	23	76,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 27 Cuál es su horario de trabajo en el negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: En bases a los resultados obtenidos de las personas que se dedican a la comercialización de mariscos se obtuvo que el **76,67%** trabajan en el horario de la tarde y noche y el **23,33%** trabaja en el horario de la mañana y tarde.

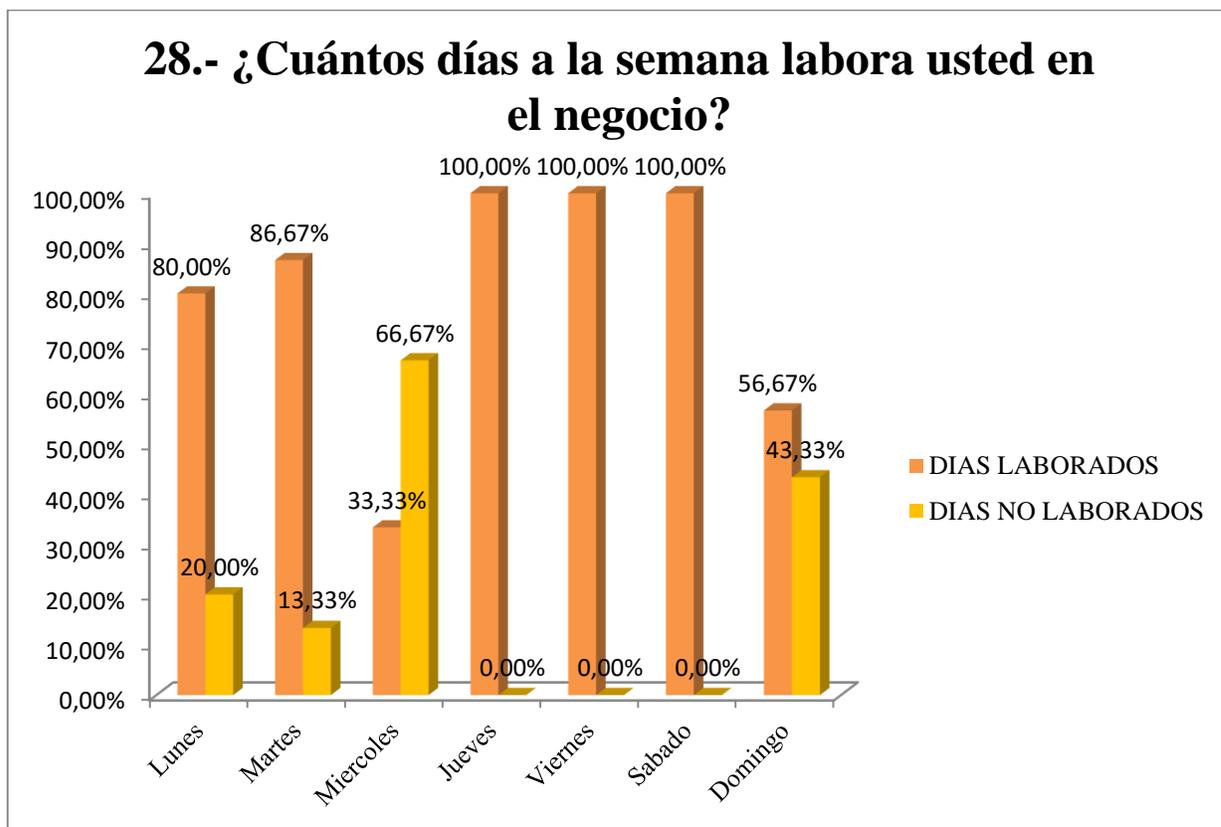
Tabla 29 Cuántos días a la semana labora usted en el negocio

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO DIAS TRABAJADOS	VALOR ABSOLUTO DIAS NO TRABAJADOS	TOTAL	PORCENTAJES DIAS TRABAJADOS	PORCENTAJES DIAS NO TRABAJADOS
Lunes	24	6	30	80,00%	20,00%
Martes	26	4	30	86,67%	13,33%
Miercoles	10	20	30	33,33%	66,67%
Jueves	30	0	30	100,00%	0,00%
Viernes	30	0	30	100,00%	0,00%
Sabado	30	0	30	100,00%	0,00%
Domingo	17	13	30	56,67%	43,33%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 28 Cuántos días a la semana labora usted en el negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: De las 30 personas encuestadas el **80%** respondió que labora los días lunes mientras que el **20%** no lo hace; el **87,67%** labora los días martes, mientras que el **13,33%** no lo hace. El **33,33%** de las personas encuestadas respondió que si labora los días miércoles, mientras que el **66,67%** respondió que no lo hace; el **100%** de los encuestados respondieron que los días jueves, viernes y sábados si laboran porque son los días que mayor acogida, mientras que el **56,67%** respondió que si laboran los días domingos mientras que el **43,33%** de las personas encuestadas respondió que no labora los domingo.

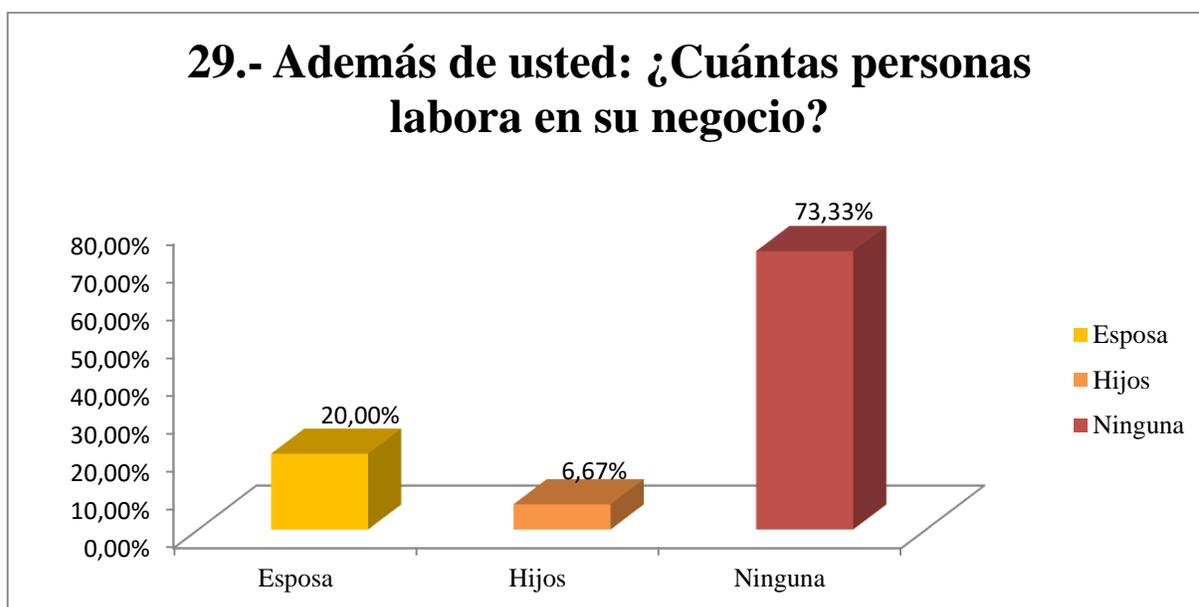
Tabla 30 Además de usted: Cuántas personas labora en su negocio

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Esposa	6	20,00%
Hijos	2	6,67%
Ninguna	22	73,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 29 Además de usted: Cuántas personas labora en su negocio



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

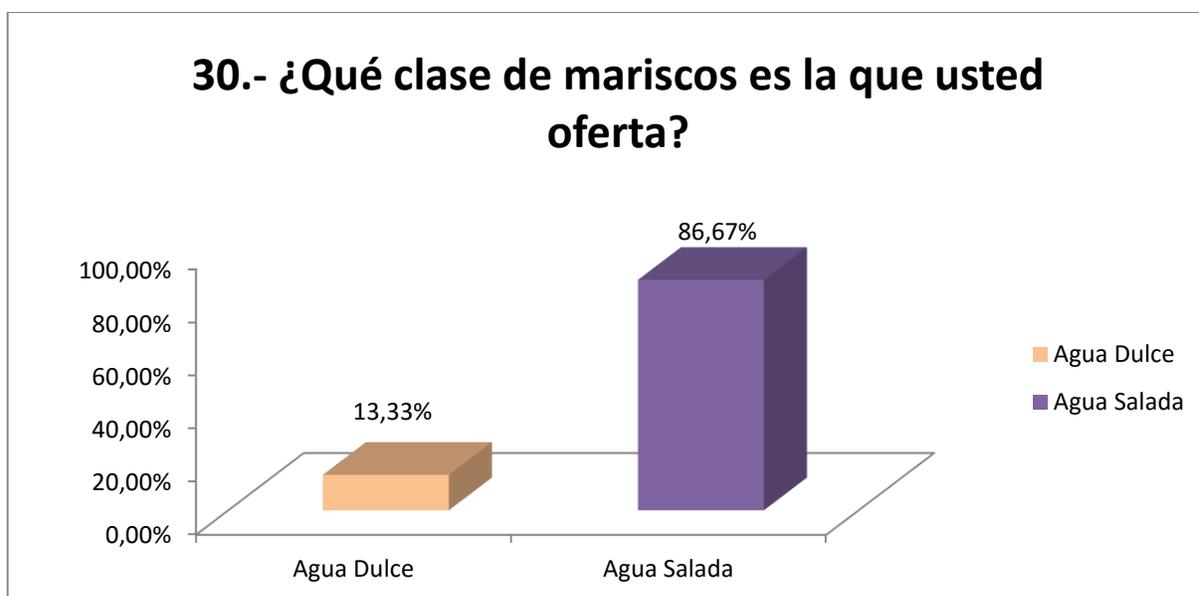
Interpretación: El **73,33%** de las personas encuestadas respondió que no cuenta con ninguna persona para laborar en su negocio, mientras que el **20%** respondieron que a sus esposas y el **6,67%** de las personas respondieron que tienen a sus hijos laborando en su negocio.

Tabla 31 Qué clase de mariscos es la que usted oferta

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Agua Dulce	4	13,33%
Agua Salada	26	86,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 30 Qué clase de mariscos es la que usted oferta



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

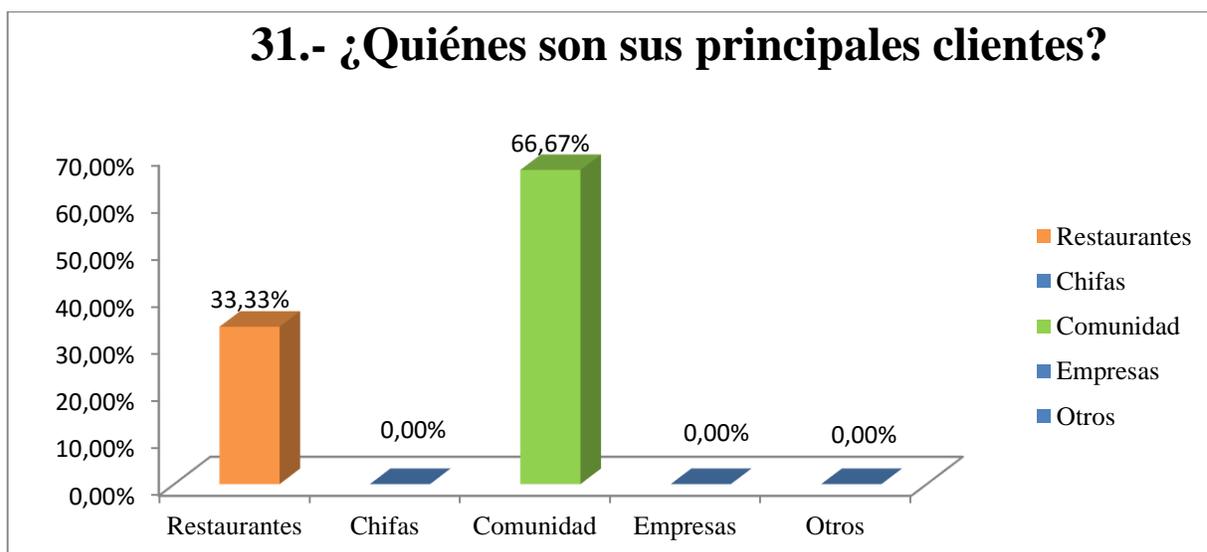
Interpretación: Con los resultados obtenidos con las encuestas realizadas se determinó que el **86,67%** de las personas que se dedican a la comercialización de mariscos los vende de agua salada mientras que el **13,33%** de las personas venden mariscos de agua dulce.

Tabla 32 Quiénes son sus principales clientes

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Restaurantes	10	33,33%
Chifas	0	0,00%
Comunidad	20	66,67%
Empresas	0	0,00%
Otros	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 31 Quiénes son sus principales clientes



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

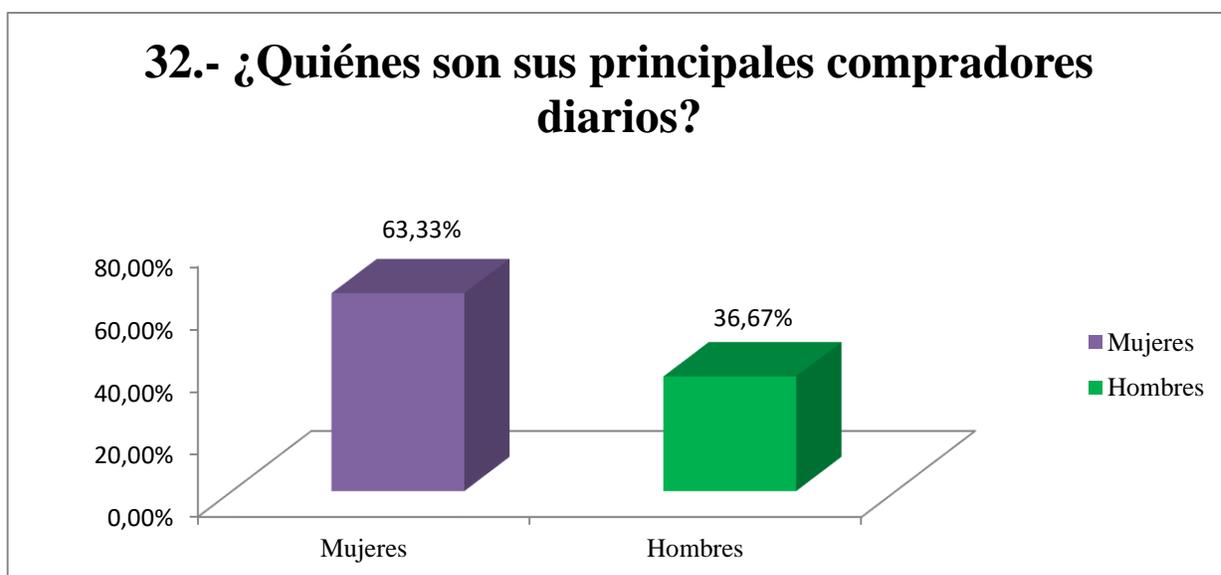
Interpretación: Los principales clientes de los comerciantes de mariscos es la comunidad representada con un **66,67%** y el **33,33%** está representando a los restaurantes cabe mencionar que las personas que contestaron con esta opción también vende a la comunidad.

Tabla 33 Quiénes son sus principales compradores diarios

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Mujeres	19	63,33%
Hombres	11	36,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 32 Quiénes son sus principales compradores diarios



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

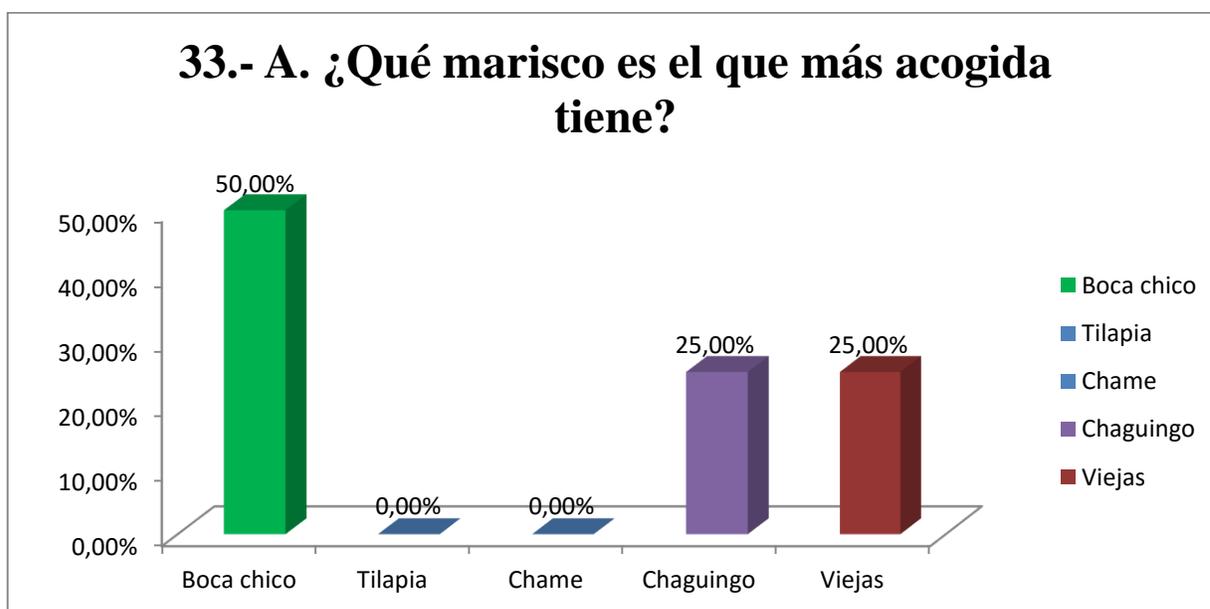
Interpretación: En base a las encuestas se pudo determinar que el **63,33%** de los compradores son mujeres, mientras que el **36,67%** de los encuestados están representados por los hombres.

Tabla 34 A Qué marisco es el que más acogida tiene

AGUA DULCE		
VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Boca chico	2	50,00%
Tilapia	0	0,00%
Chame	0	0,00%
Chaguingo	1	25,00%
Viejas	1	25,00%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 33 A Qué marisco es el que más acogida tiene



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: De las 4 personas que se dedican a la comercialización de mariscos de agua dulce el de mayor acogida es el boca chico con un **50%**, mientras que las chaguingo y las viejas están representadas con un **25%**.

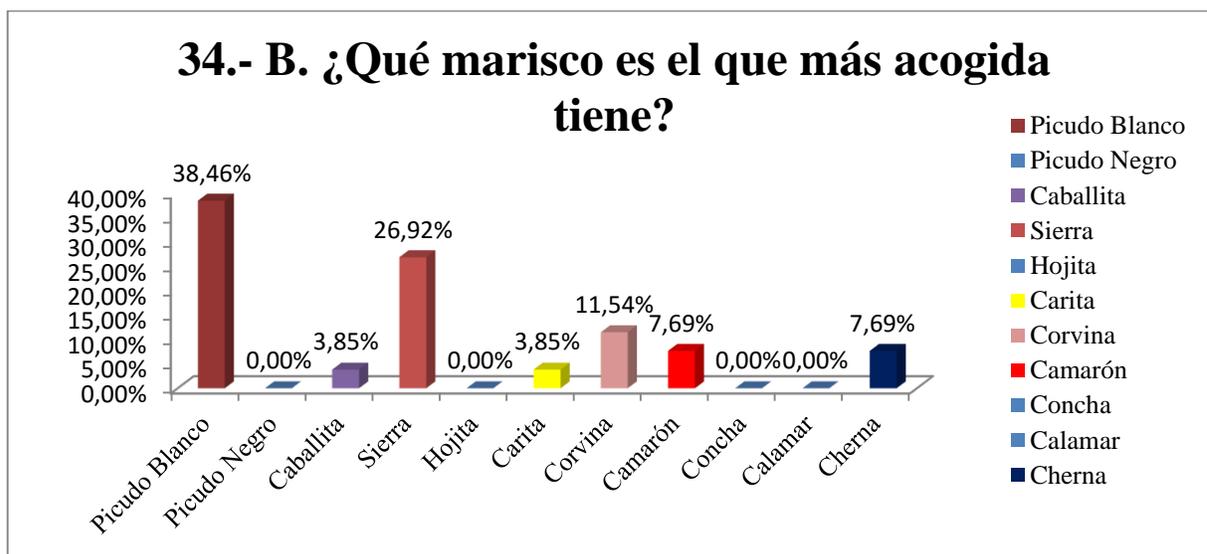
Tabla 35 B Qué marisco es el que más acogida tiene

AGUA SALADA		
VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Picudo Blanco	10	38,46%
Picudo Negro	0	0,00%
Caballita	1	3,85%
Sierra	7	26,92%
Hojita	0	0,00%
Carita	1	3,85%
Corvina	3	11,54%
Camarón	2	7,69%
Concha	0	0,00%
Calamar	0	0,00%
Cherna	2	7,69%
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 34 B Qué marisco es el que más acogida tiene



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

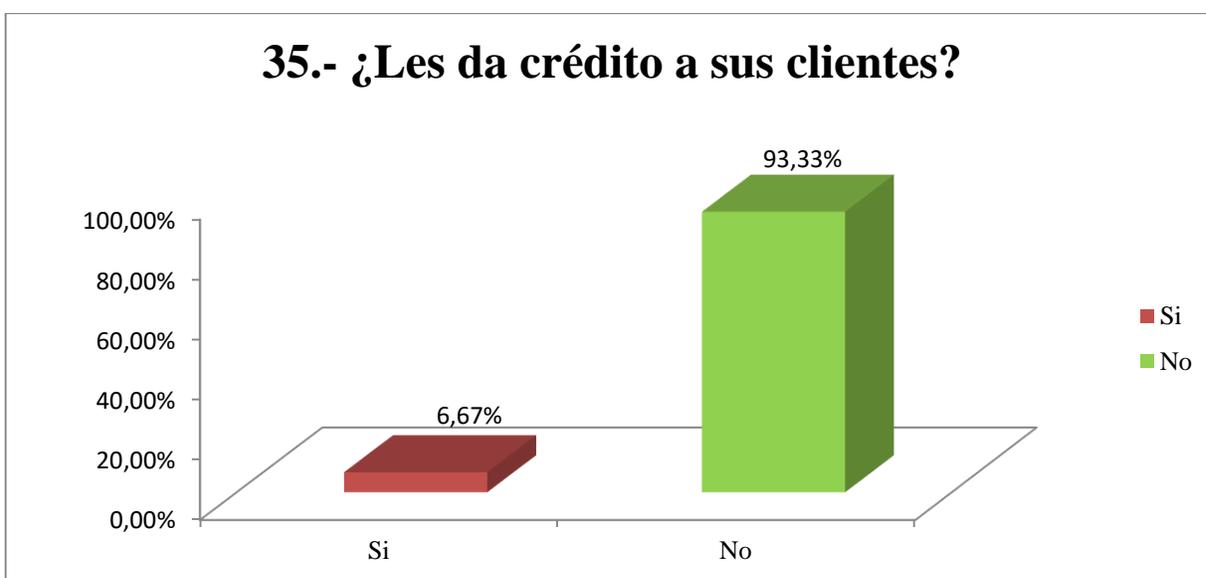
Interpretación: De las 26 personas encuestadas que se dedican a la comercialización de mariscos de agua salda el **38,46%** de las personas compran el picudo blanco, el **26,92%** está representado por la sierra, el **11,54%** esta representado por la corvina, el **7,69%** está representado por el camarón así como la Cherna, y por el ultimo tanto la carita como la caballita están representados por el **3,85%**.

Tabla 36 Les da crédito a sus clientes

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	2	6,67%
No	28	93,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 35 Les da crédito a sus clientes



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

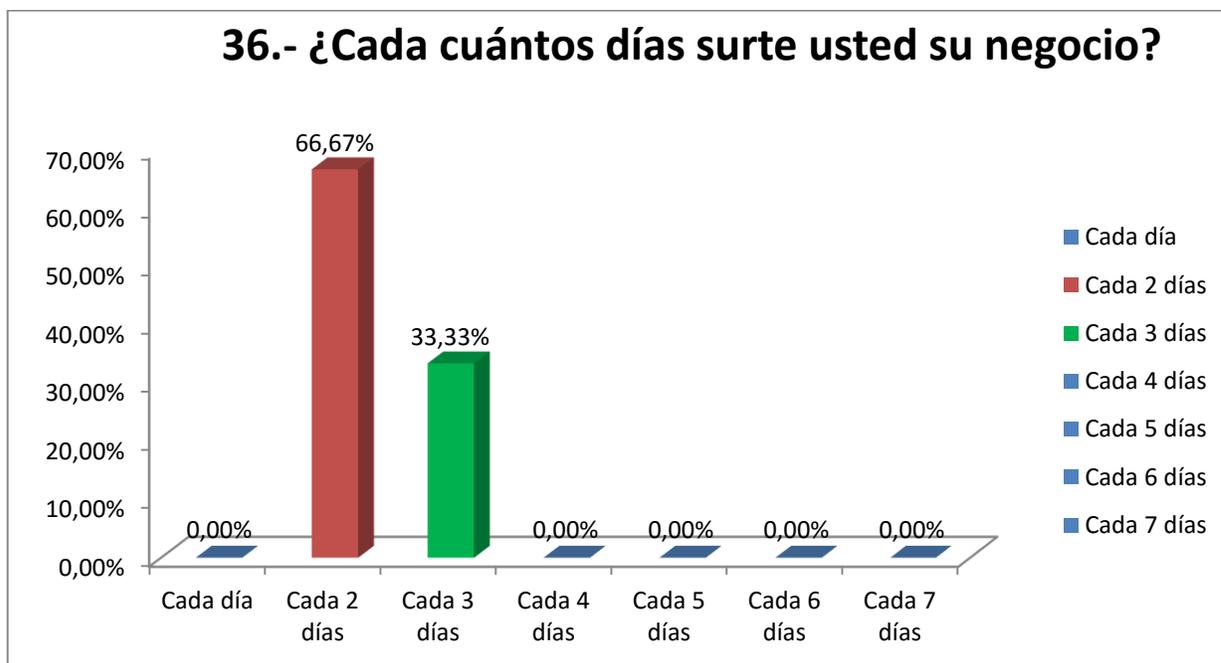
Interpretación: De las 30 personas encuestadas el **93,33%** de las personas respondieron que no acostumbran a dar crédito a los clientes, mientras que el **6,67%** de las personas respondieron que si acostumbran a dar crédito y que por lo general son dos días.

Tabla 37 Cada cuántos días surte usted su negocio

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Cada día	0	0,00%
Cada 2 días	20	66,67%
Cada 3 días	10	33,33%
Cada 4 días	0	0,00%
Cada 5 días	0	0,00%
Cada 6 días	0	0,00%
Cada 7 días	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 36 Cada cuántos días surte usted su negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

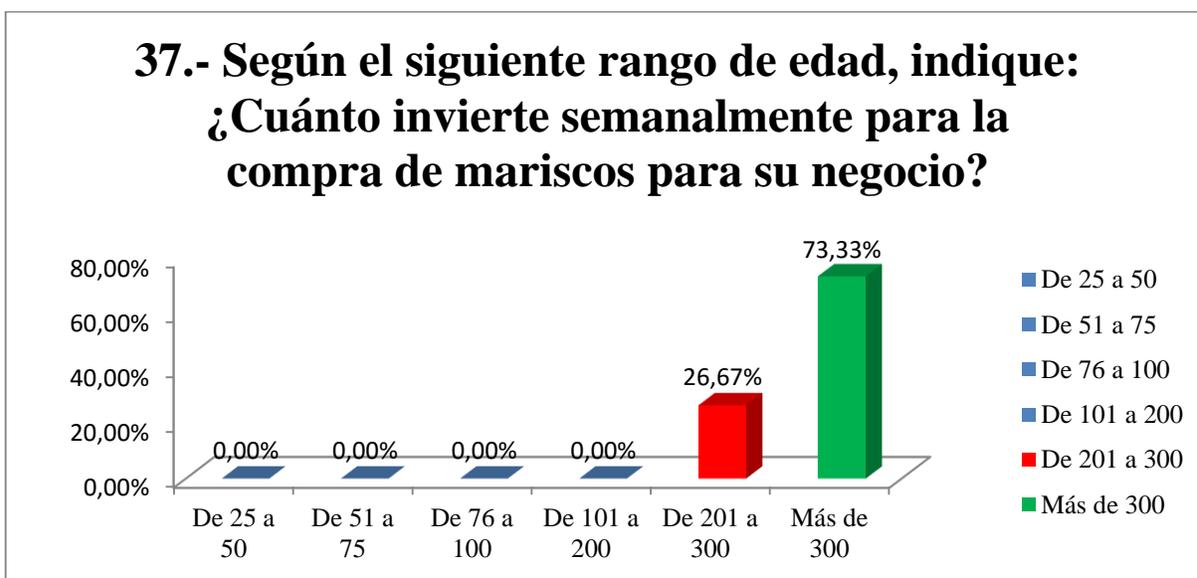
Interpretación: El **66,67%** de las personas encuestadas respondió que acostumbran a surtir sus negocios cada 2 días, mientras que el **33,33%** de las personas acostumbran a hacerlo cada 3 días.

Tabla 38.- Según el siguiente rango de edad, indique: Cuánto invierte semanalmente para la compra de mariscos para su negocio

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
De 25 a 50	0	0,00%
De 51 a 75	0	0,00%
De 76 a 100	0	0,00%
De 101 a 200	0	0,00%
De 201 a 300	8	26,67%
Más de 300	22	73,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 37 Según el siguiente rango de edad, indique: Cuánto invierte semanalmente para la compra de mariscos para su negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: Con las encuestas realizadas a las personas que se dedican a la comercialización de mariscos el **73,33%** respondieron que gastan más de \$ 300 y **26,67%** de las personas respondieron que gastan entre \$200 a \$300.

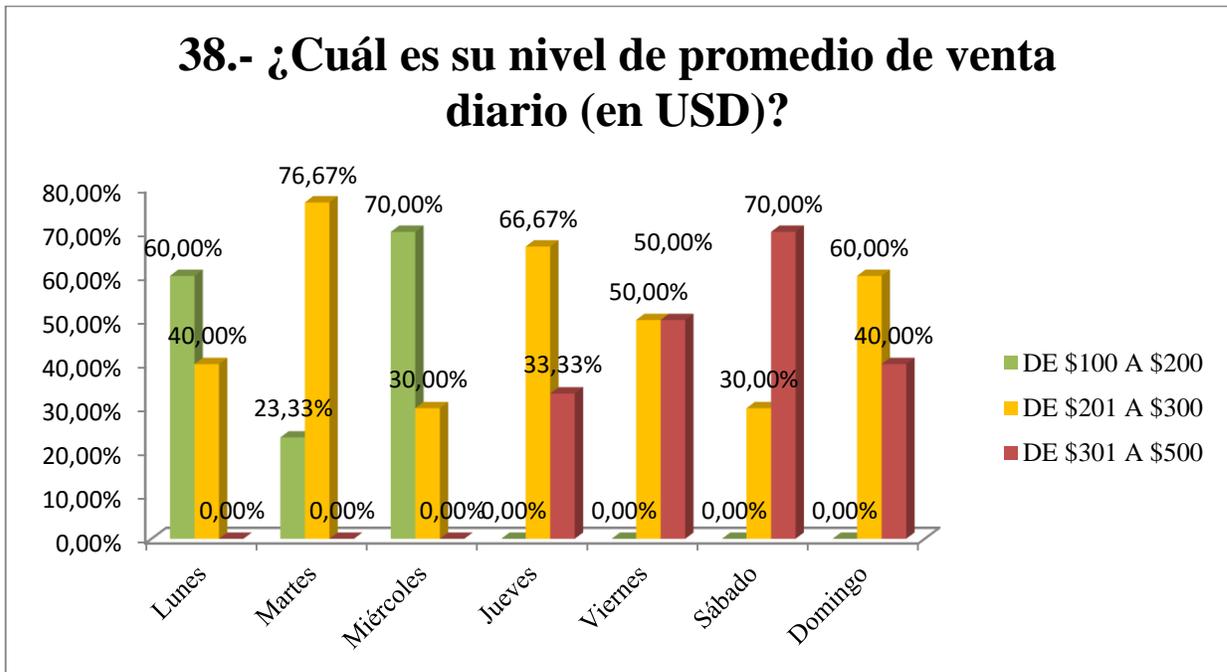
Tabla 39 Cuál es su nivel de promedio de venta diario (en USD)

VARIABLES	DE \$100 A \$200	DE \$201 A \$300	DE \$301 A \$500	TOTAL	PORCENTAJES DE \$100 A \$200	PORCENTAJES DE \$201 A \$300	PORCENTAJES DE \$301 A \$500	TOTAL
Lunes	18	12	0	30	60,00%	40,00%	0,00%	100%
Martes	7	23	0	30	23,33%	76,67%	0,00%	100%
Miércoles	21	9	0	30	70,00%	30,00%	0,00%	100%
Jueves	0	20	10	30	0,00%	66,67%	33,33%	100%
Viernes	0	15	15	30	0,00%	50,00%	50,00%	100%
Sábado	0	9	21	30	0,00%	30,00%	70,00%	100%
Domingo	0	18	12	30	0,00%	60,00%	40,00%	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 38 Cuál es su nivel de promedio de venta diario (en USD)



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

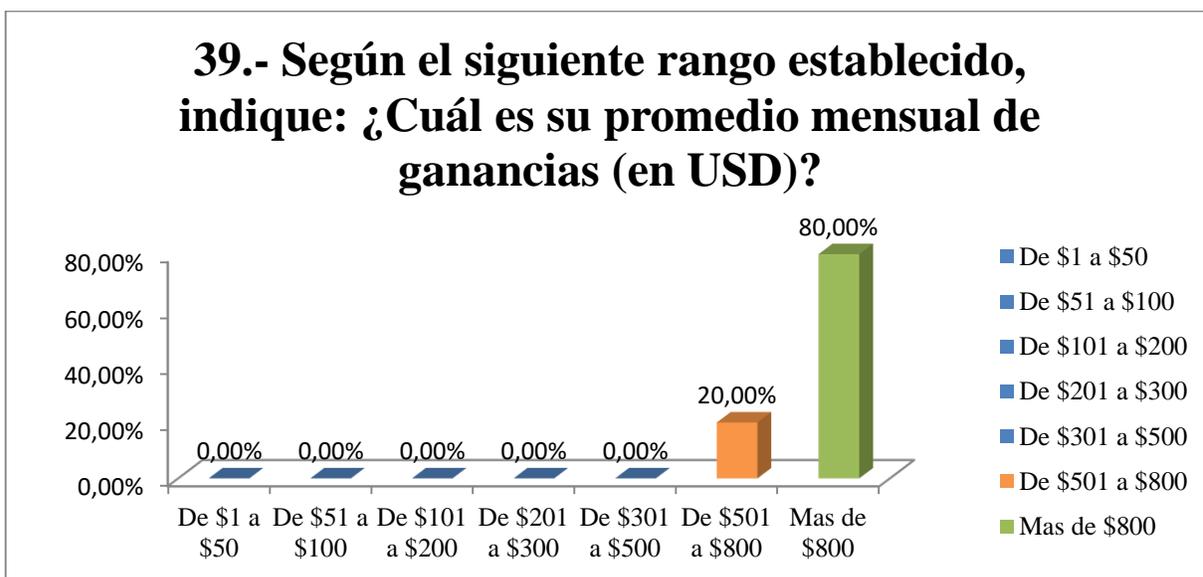
Interpretación: De las personas encuestas se obtuvo de información que los días **LUNES** el **60%** de los comerciantes tienen un promedio de venta de \$100 a \$200 y el **40%** de \$201 a \$300, los días **MARTES** el **23,33%** tienen un promedio de \$100 a \$200 y el **76,67%** de \$201 a \$300, los días **MIÉRCOLES** el **70%** de los comerciantes tienen un promedio de venta de \$100 a \$200 y el **30%** de \$201 a \$300, en cambio los días **JUEVES** el **66,67%** de las personas encuestadas respondieron que tienen un promedio de venta de \$201 a \$300 y el **33,33%** de \$301 a \$500, Los días **VIERNES** tanto el **50%** de los encuestados respondieron que tienen un promedio de \$201 a \$300, mientras que el resto del **50%** de los comerciantes tienen un promedio de \$301 a \$500, los días **SABADOS** **70%** de los comerciantes tienen un promedio de venta de \$201 a \$300 y el **30%** de \$301 a \$500, y por último los días **DOMINGOS** los comerciantes respondieron que el **60%** de los comerciantes tienen un promedio de venta de \$201 a \$300 y el **40%** de \$301 a \$500.

Tabla 40 Según el siguiente rango establecido, indique: Cuál es su promedio mensual de ganancias (en USD)?

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
De \$1 a \$50	0	0,00%
De \$51 a \$100	0	0,00%
De \$101 a \$200	0	0,00%
De \$201 a \$300	0	0,00%
De \$301 a \$500	0	0,00%
De \$501 a \$800	6	20,00%
Más de \$800	24	80,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 39 Según el siguiente rango establecido, indique: Cuál es su promedio mensual de ganancias (en USD)



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

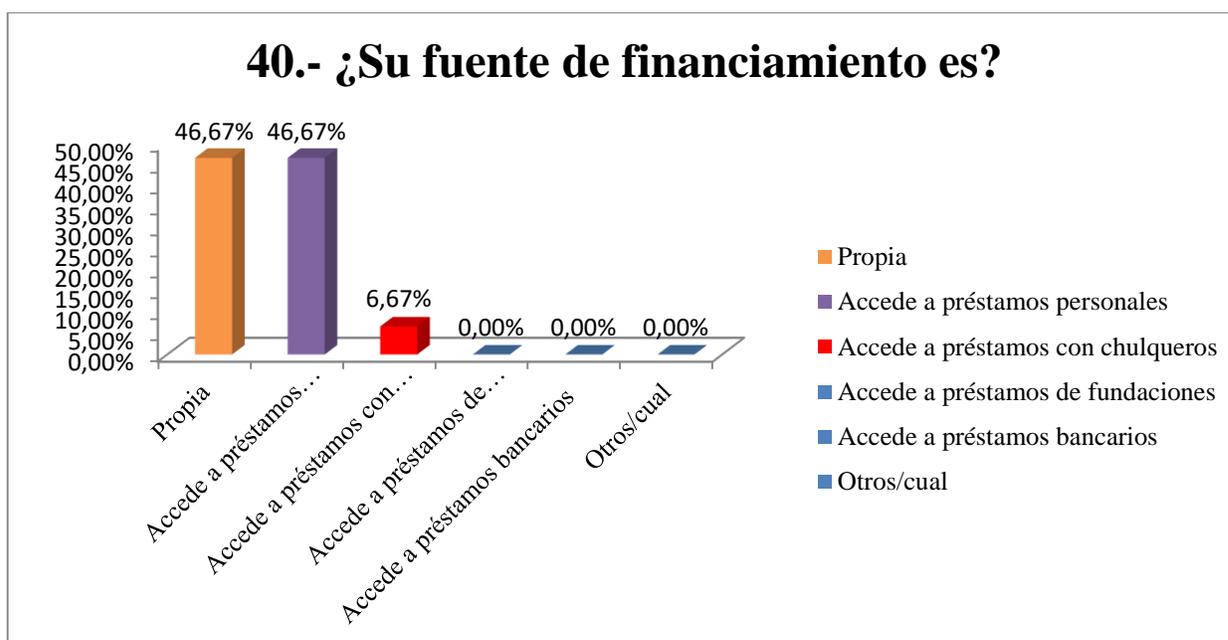
Interpretación: El **80%** de los comerciantes encuestados respondieron que tienen un promedio de ganancias de más de \$800 y los **20%** restantes de los comerciantes respondieron que tienen un promedio de ganancias de \$501 a \$800.

Tabla 41 Su fuente de financiamiento es

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Propia	14	46,67%
Accede a préstamos personales	14	46,67%
Accede a préstamos con chulqueros	2	6,67%
Accede a préstamos de fundaciones	0	0,00%
Accede a préstamos bancarios	0	0,00%
Otros/cual	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 40 Su fuente de financiamiento es



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: En base a las encuestas realizadas se obtuvo que los comerciantes tienen su fuente de financiación propia y de préstamos personales valorados en un **46,67%** cada uno y el **6,67%** de los comerciantes acceden a préstamos a chulqueros.

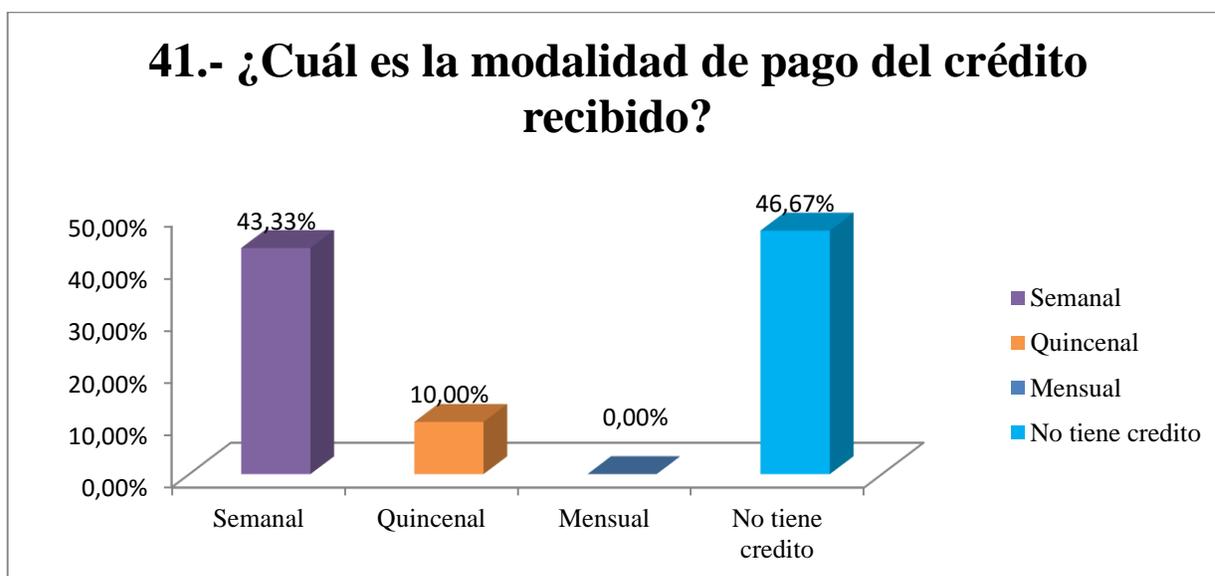
Tabla 42 Cuál es la modalidad de pago del crédito recibido

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Semanal	13	43,33%
Quincenal	3	10,00%
Mensual	0	0,00%
No tiene crédito	14	46,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 41 Cuál es la modalidad de pago del crédito recibido



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

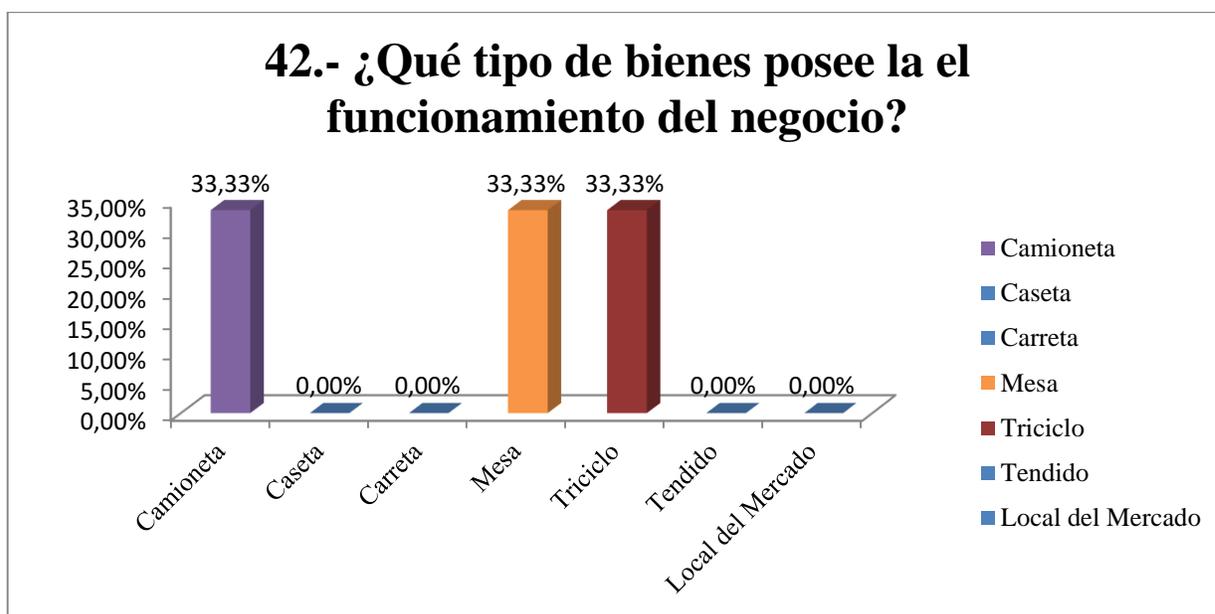
Interpretación: La modalidad de pago de los comerciantes que realizan créditos según los encuestados el **43,33%** lo realiza de manera semanal y el **10%** de manera quincenal, el porcentaje de **46,67%** está representado por las personas que no realizan o no tienen ningún tipo de crédito. Cabe mencionar que de las 16 personas que acceden al crédito 13 tienen que cancelar un porcentaje del 20% de interés y las 3 personas restantes pagan un interés del 15%.

Tabla 43 Qué tipo de bienes posee la el funcionamiento del negocio

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Camioneta	10	33,33%
Caseta	0	0,00%
Carreta	0	0,00%
Mesa	10	33,33%
Triciclo	10	33,33%
Tendido	0	0,00%
Local del Mercado	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 42 Qué tipo de bienes posee la el funcionamiento del negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

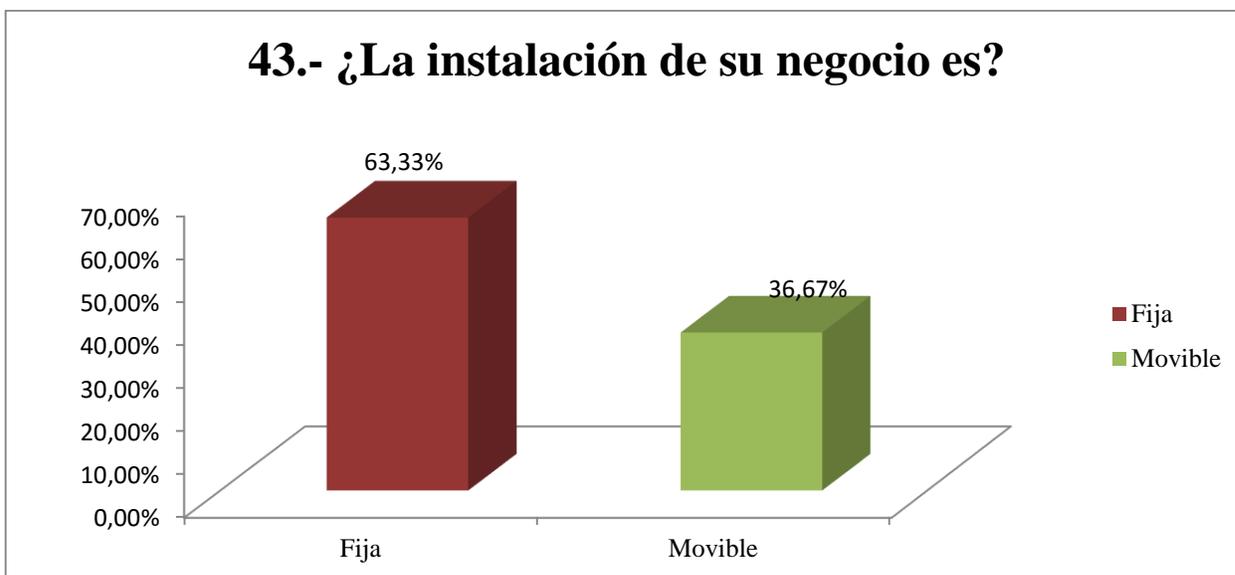
Interpretación: Los bienes que poseen los comerciantes para venta de mariscos pueden ser muchos pero las que más utilizan son las camionetas, mesas y triciclos todas representadas cada una en **33,33%**.

Tabla 44 La instalación de su negocio es

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Fija	19	63,33%
Movible	11	36,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 43 La instalación de su negocio es



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

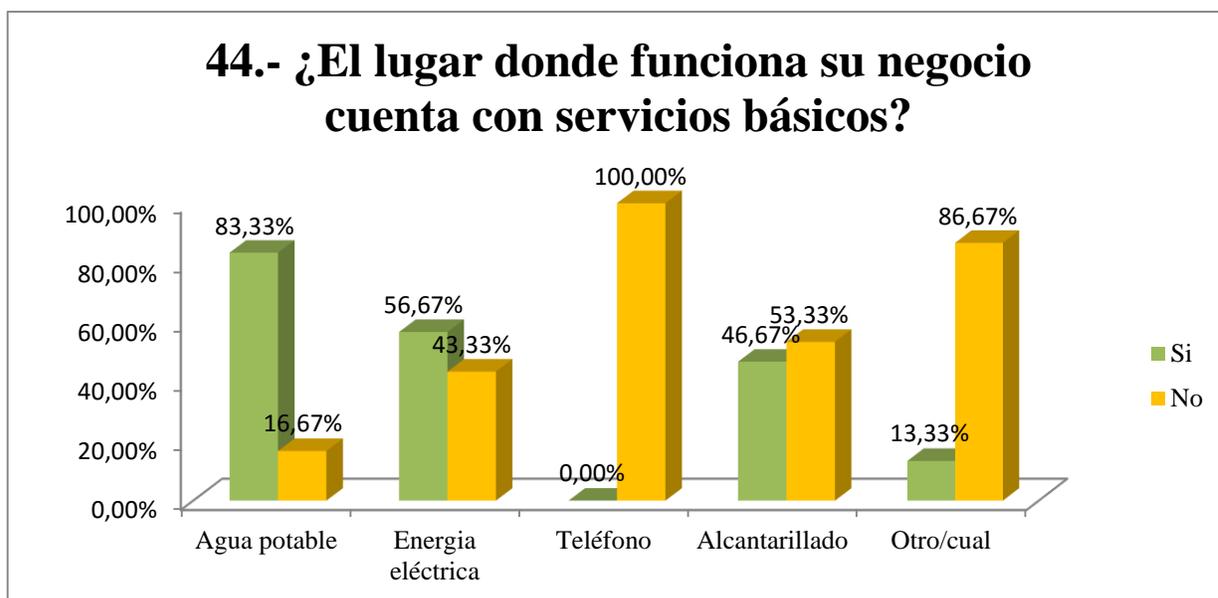
Interpretación: El **63,33%** de las personas respondieron que la instalación que utilizan para la comercialización de mariscos es fija mientras que el **36,67%** respondieron que la instalación que utilizan es movible.

Tabla 45 El lugar donde funciona su negocio cuenta con servicios básicos

VARIABLES	SI	PORCENTAJES SI	NO	PORCENTAJES NO	TOTAL
Agua potable	25	83,33%	5	16,67%	30
Energía eléctrica	17	56,67%	13	43,33%	30
Teléfono	0	0,00%	30	100,00%	30
Alcantarillado	14	46,67%	16	53,33%	30
Otro/cual	4	13,33%	26	86,67%	30

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 44 El lugar donde funciona su negocio cuenta con servicios básicos



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

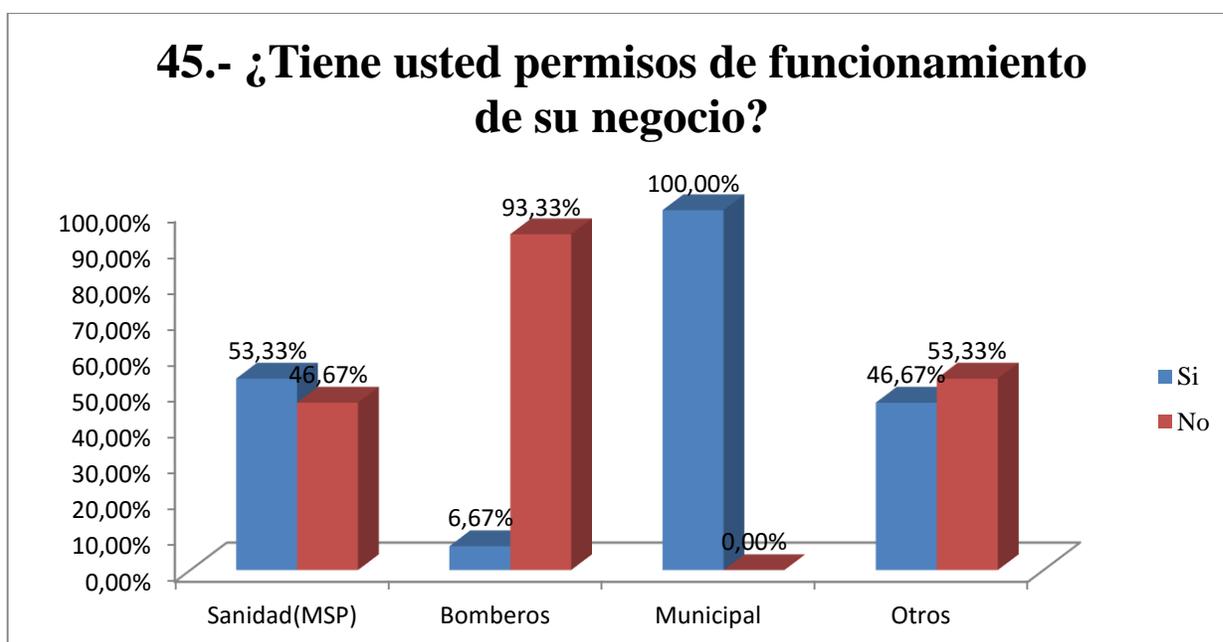
Interpretación: La pregunta hecha a los comerciantes es en base a los servicios básicos con los que cuenta el negocio, el **83,33%** contestó que si tienen agua potable mientras que el **16,67%** respondió que no, el **56,67%** de las personas respondió que si poseen el servicio de energía eléctrica mientras que el **43,33%** no, en cuanto al servicio telefónico el **100%** de los encuestados respondió que no tienen este servicio, los comerciantes también supieron manifestar que el **46,67%** si cuenta con alcantarillado mientras que el **53,33%** respondió que no, por ultimo adicionalmente se les pregunto si les hacían falta de un servicio adicional y el **86,67%** respondió que no mientras que el **13,33%** respondió que sí.

Tabla 46 Tiene usted permisos de funcionamiento de su negocio

VARIABLES	SI	PORCENTAJES SI	NO	PORCENTAJES NO	TOTAL
Sanidad(MSP)	16	53,33%	14	46,67%	30
Bomberos	2	6,67%	28	93,33%	30
Municipal	30	100,00%	0	0,00%	30
Otros	14	46,67%	16	53,33%	30

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 45 Tiene usted permisos de funcionamiento de su negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

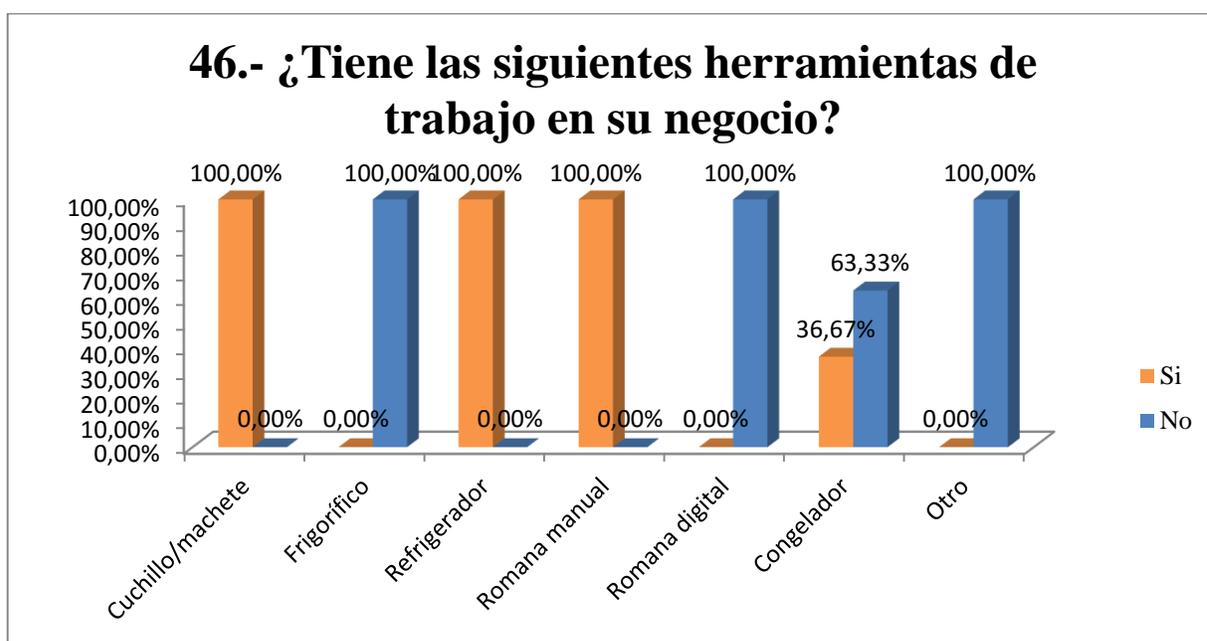
Interpretación: El **56,33%** de las personas encuestadas respondió que si posee el certificado de sanidad mientras que el **46,67%** respondió que no, el **6,67%** respondió que si tienen el permiso que emitido por el cuerpo de bomberos, mientras que el **93,33%** no lo tiene, con respecto al permiso municipal el **100%** de los encuestados respondió que si lo tenía, adicionalmente los comerciantes sin poseen más permiso además de los normalmente permitidos y están representados por el **46,67%** si tiene mientras que el **53,33%** no lo tiene.

Tabla 47 Tiene las siguientes herramientas de trabajo en su negocio

VARIABLES	SI	PORCENTAJES SI	NO	PORCENTAJES NO	TOTAL
Cuchillo/machete	30	100,00%	0	0,00%	30
Frigorífico	0	0,00%	30	100,00%	30
Refrigerador	30	100,00%	0	0,00%	30
Romana manual	30	100,00%	0	0,00%	30
Romana digital	0	0,00%	30	100,00%	30
Congelador	11	36,67%	19	63,33%	30
Otro	0	0,00%	30	100,00%	30

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 46 Tiene las siguientes herramientas de trabajo en su negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

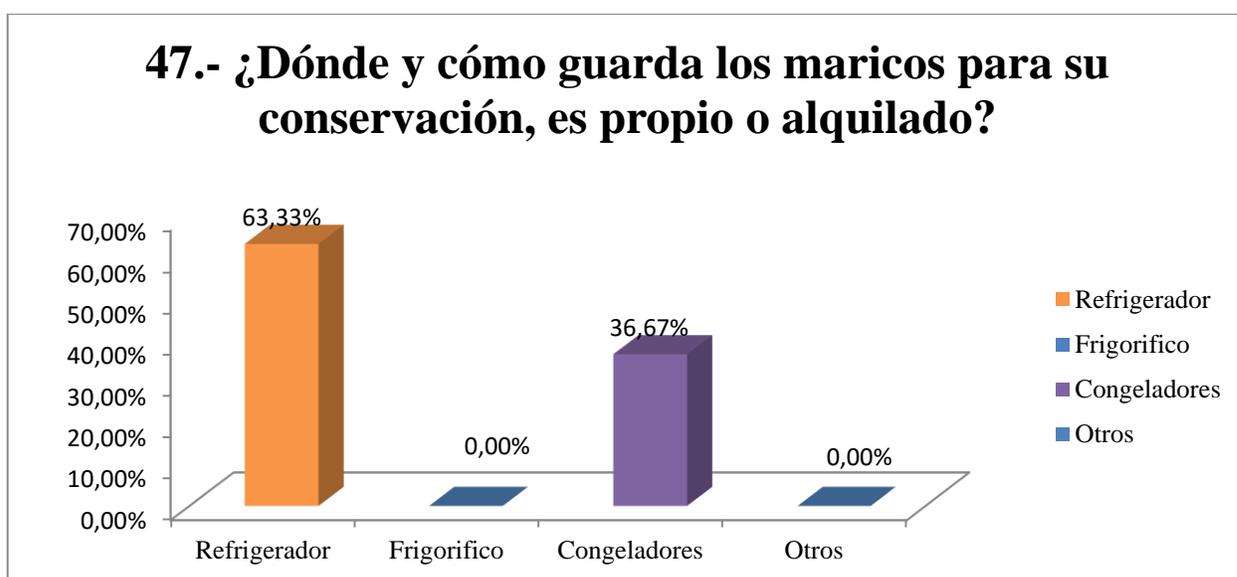
Interpretación: Existen muchas herramientas que pueden ser utilizadas por los comerciantes de mariscos pero las más utilizadas por ellos son los cuchillos/machetes, refrigerador y romana manual están representadas por el **100%**, mientras que el no cuentan con frigoríficos, romana digital, ni otras variedades de herramientas dentro del negocio, por lo tanto se los representa por el **100%**, pero el **36,67%** de los comerciantes respondió que si utilizan congeladores mientras que el **63,33%** respondió que no lo hace.

Tabla 48 Dónde y cómo guarda los mariscos para su conservación, es propio o alquilado

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Refrigerador	19	63,33%
Frigorífico	0	0,00%
Congeladores	11	36,67%
Otros	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 47 Dónde y cómo guarda los mariscos para su conservación, es propio o alquilado



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

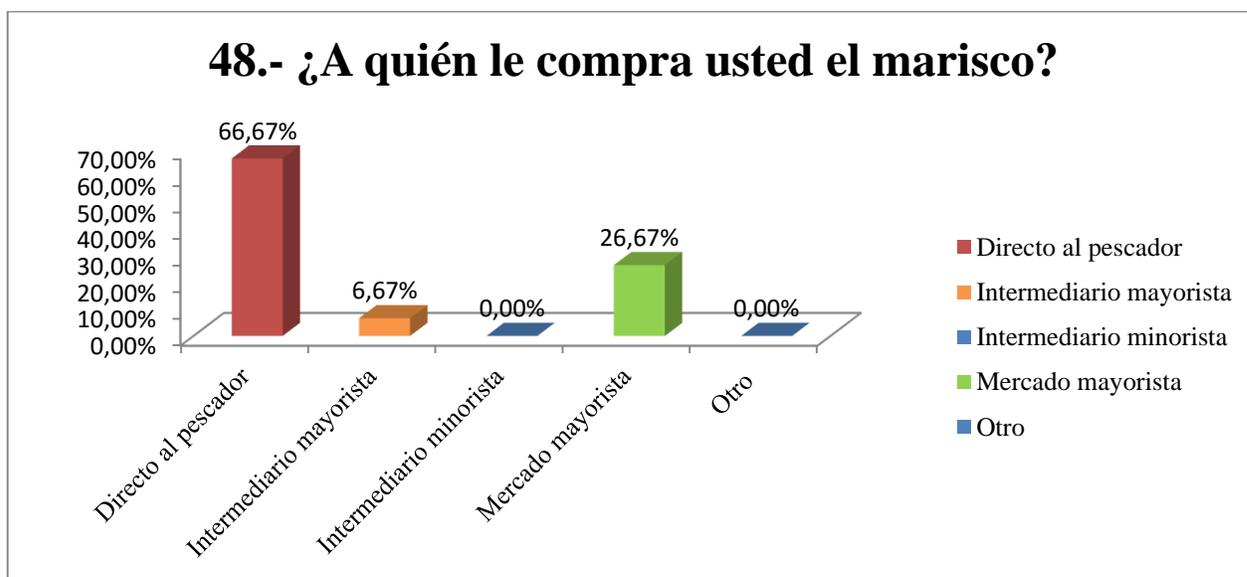
Interpretación: Todos los comerciantes respondieron que el lugar donde guardan los mariscos es propio, detallando que el **63,33%** opta por guardarlos en refrigeradores, mientras que el **36,67%** los guarda en congeladores.

Tabla 49 A quién le compra usted el marisco

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Directo al pescador	20	66,67%
Intermediario mayorista	2	6,67%
Intermediario minorista	0	0,00%
Mercado mayorista	8	26,67%
Otro	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 48 A quién le compra usted el marisco



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

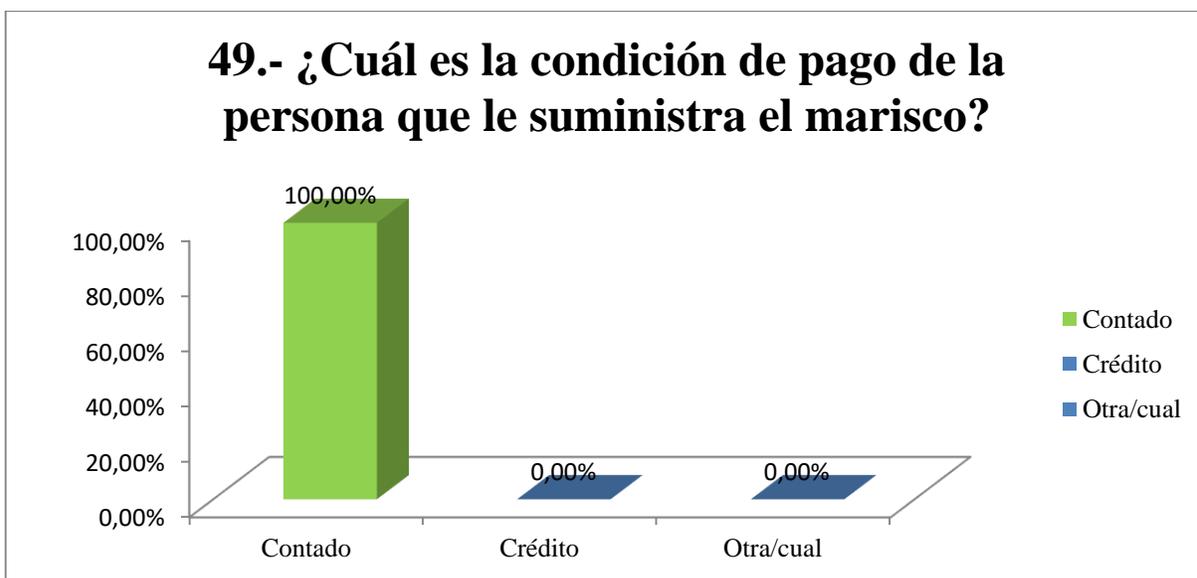
Interpretación: El **66,67%** de las personas encuestadas respondieron que compran directamente del pescador, esto quiere decir que 11 de los encuestados compran en Esmeraldas, 5 en Posorja, y 4 en Buena Fe. Mientras que el **26,67%** compra en el mercado mayorista ubicado en Santo Domingo de los Tsachilas, y el **6,67%** respondió que por medio de intermediarios mayoristas en Santo Domingo de los Tsachilas.

Tabla 50 Cuál es la condición de pago de la persona que le suministra el marisco

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Contado	30	100,00%
Crédito	0	0,00%
Otra/cual	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 49 Cuál es la condición de pago de la persona que le suministra el marisco



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

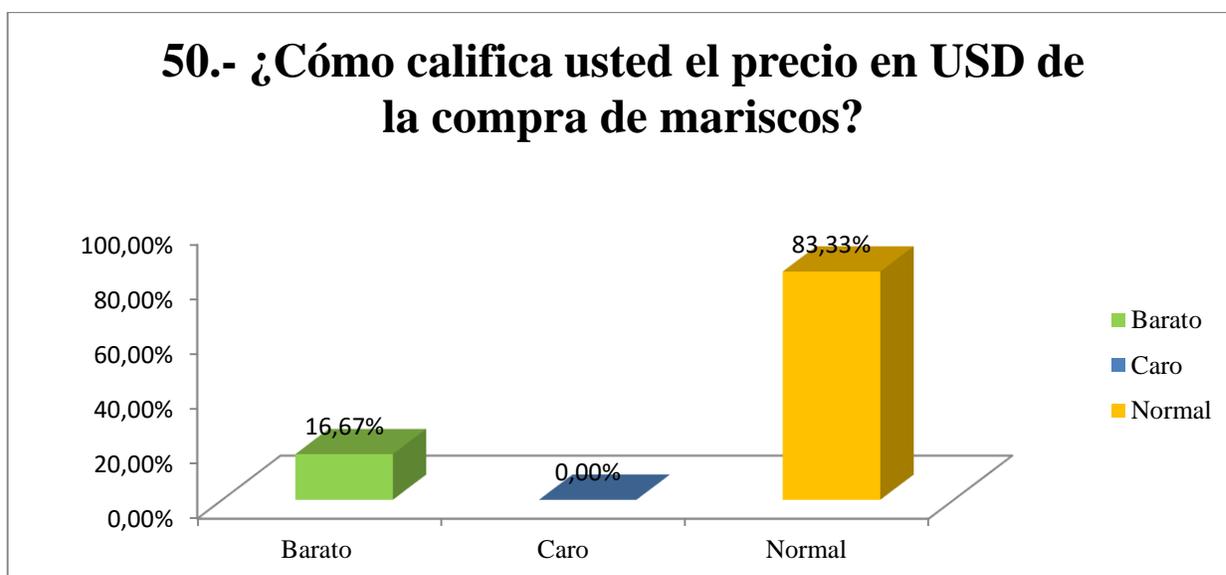
Interpretación: El **100%** de las personas encuestadas respondió que la modalidad de pago para la compra de mariscos es de contado.

Gráfico 50 Cómo califica usted el precio en USD de la compra de mariscos

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Barato	5	16,67%
Caro	0	0,00%
Normal	25	83,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Tabla 51 Cómo califica usted el precio en USD de la compra de mariscos



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

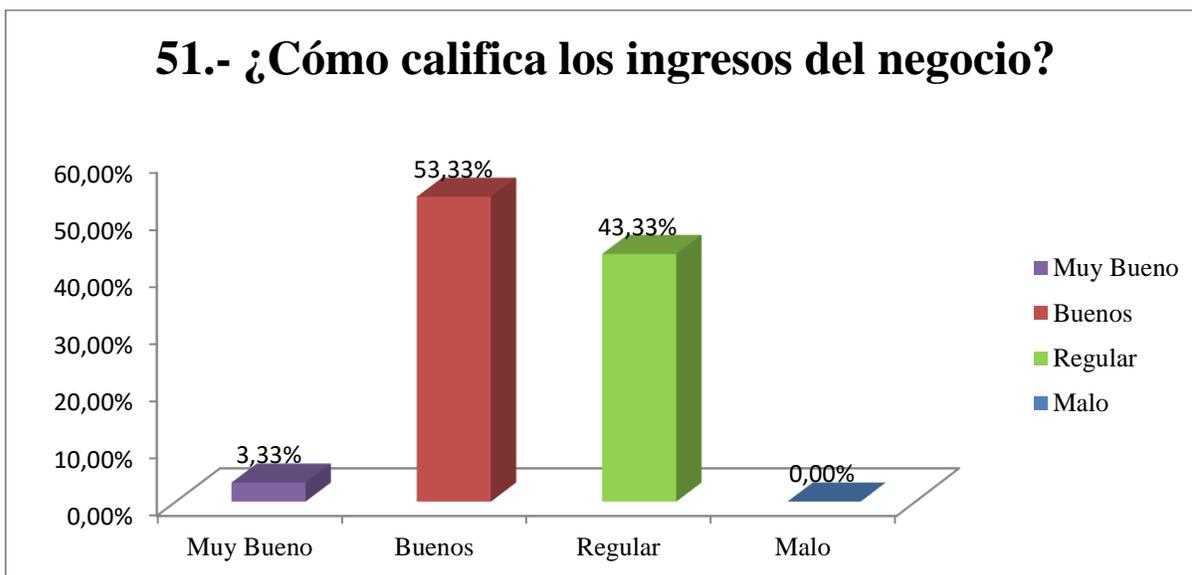
Interpretación: El **83,33%** de las personas encuestadas mencionaron que consideran que el precio en que compran los mariscos es normal, mientras que el **16,67%** lo considera que son precios baratos a diferencia de la competencia.

Tabla 52 Cómo califica los ingresos del negocio

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Muy Bueno	1	3,33%
Buenos	16	53,33%
Regular	13	43,33%
Malo	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 51 Cómo califica los ingresos del negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: En base a los resultados obtenidos se determinó que el **53,33%** de los comerciantes catalogan que sus ingresos son buenos, mientras que el **43,33%** considera que los ingresos son regulares y solo el **3,33%** considera que sus ingresos son muy buenos.

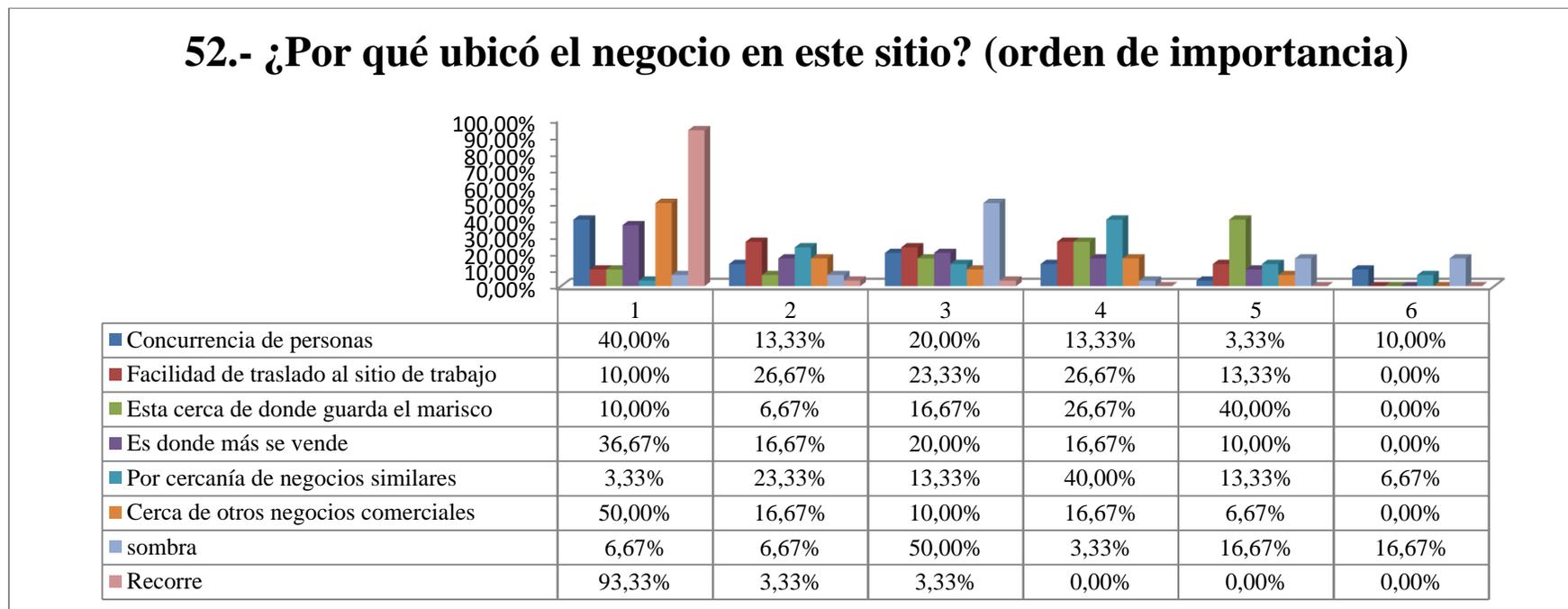
Tabla 53 Por qué ubicó el negocio en este sitio (orden de importancia)

VARIABLES	1	2	3	4	5	6	TOTAL	PORCEN TAJES DE 1	PORCEN TAJE DE 2	PORCEN TAJE DE 3	PORCEN TAJE DE 4	PORCEN TAJE DE 5	PORCE NTAJE DE 6	TOTAL
Concurrencia de personas	12	4	6	4	1	3	30	40,00%	13,33%	20,00%	13,33%	3,33%	10,00%	100%
Facilidad de traslado al sitio de trabajo	3	8	7	8	4		30	10,00%	26,67%	23,33%	26,67%	13,33%	0,00%	100%
Esta cerca de donde guarda el marisco	3	2	5	8	12		30	10,00%	6,67%	16,67%	26,67%	40,00%	0,00%	100%
Es donde más se vende	11	5	6	5	3		30	36,67%	16,67%	20,00%	16,67%	10,00%	0,00%	100%
Por cercanía de negocios similares	1	7	4	12	4	2	30	3,33%	23,33%	13,33%	40,00%	13,33%	6,67%	100%
Cerca de otros negocios comerciales	15	5	3	5	2		30	50,00%	16,67%	10,00%	16,67%	6,67%	0,00%	100%
sombra	2	2	15	1	5	5	30	6,67%	6,67%	50,00%	3,33%	16,67%	16,67%	100%
Recorre	28	1	1	0	0	0	30	93,33%	3,33%	3,33%	0,00%	0,00%	0,00%	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 52 Por qué ubicó el negocio en este sitio (orden de importancia)



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

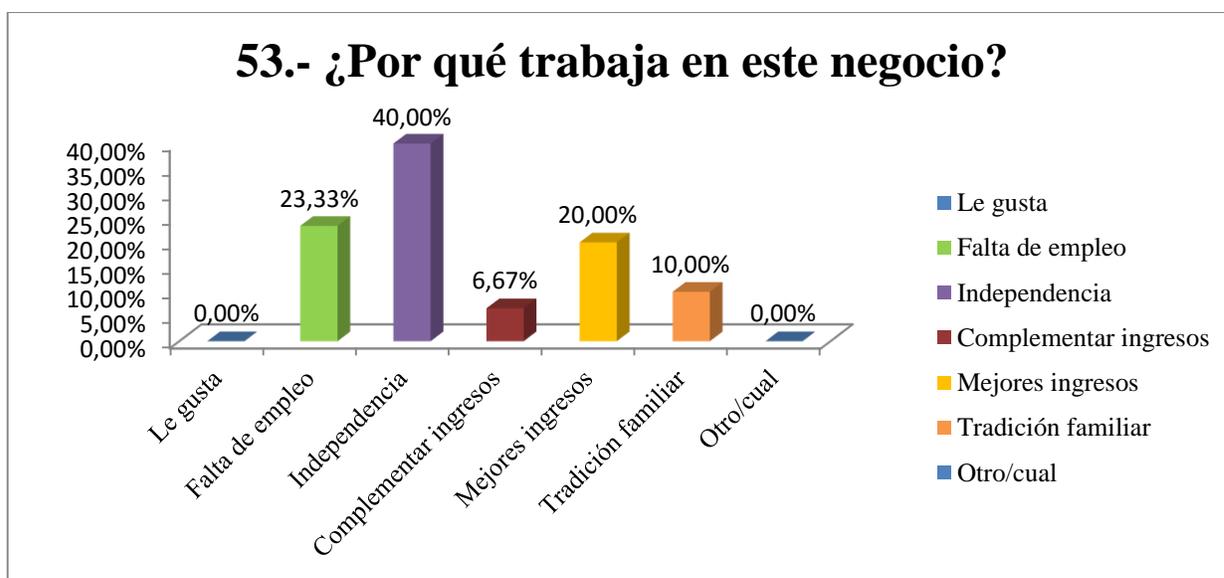
Interpretación: Se determinó que el **40%** califican de importancia 1 que acuden a los negocios, por la concurrencia de personas, el **26,67%** con importancia 2 y otro en cambio de importancia 4 por la facilidad del traslado, el **40%** da importancia 5 porque se encuentran cerca del lugar que guardan, el **36,67%** le da importancia 1 ya que determinan a que se debe a que es el lugar donde más venden, el **40%** determino que ubicaron el negocio por la cercanía de otros negocios similares dándole una importancia de 4, el **50%** respondió que colocaron el negocio en ese sitio por la cercanía de otros negocios comerciales por lo tanto le dieron una calificación de 1, el **50%** respondió que puede ser por la sombra dándole una importancia de 3, y el **93,33%** lo ubico en ese sitio porque recorre.

Tabla 54 Por qué trabaja en este negocio

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Le gusta	0	0,00%
Falta de empleo	7	23,33%
Independencia	12	40,00%
Complementar ingresos	2	6,67%
Mejores ingresos	6	20,00%
Tradición familiar	3	10,00%
Otro/cual	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 53 Por qué trabaja en este negocio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

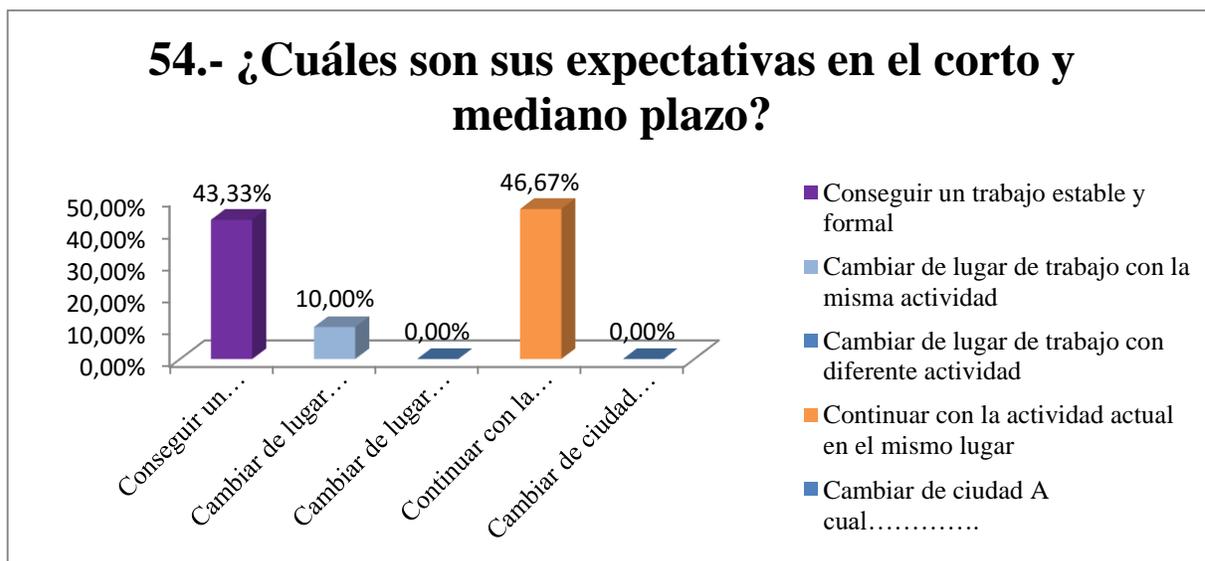
Interpretación: El **40%** de los encuestados respondió que trabaja en este negocio por dependencia, el **23.33%** respondió que por falta de más plazas de empleo, el **20%** respondió que por mejores ingresos, el **10%** respondió que labora en este tipo de negocios por tradición familiar, el **6,67%** trabaja en este negocio para complementar otros ingresos.

Tabla 55 Cuáles son sus expectativas en el corto y mediano plazo

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Conseguir un trabajo estable y formal	13	43,33%
Cambiar de lugar de trabajo con la misma actividad	3	10,00%
Cambiar de lugar de trabajo con diferente actividad	0	0,00%
Continuar con la actividad actual en el mismo lugar	14	46,67%
Cambiar de ciudad A cual.....	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 54 Cuáles son sus expectativas en el corto y mediano plazo



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

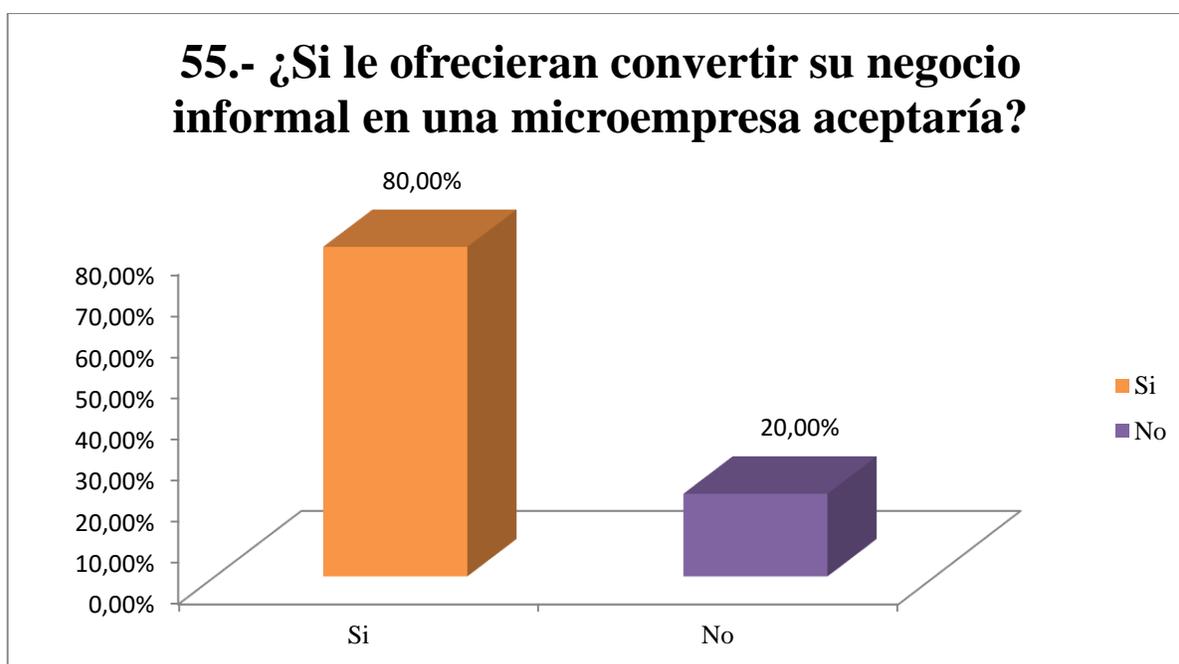
Interpretación: En base a los resultados obtenidos por las encuestas se determinó que el **46,67%** desea continuar con la actividad actual que realiza y en el mismo lugar, mientras que el **43,33%** tienen expectativas de conseguir un trabajo estable y formal, el **10%** de los comerciantes quieren continuar con la misma actividad pero en otro sitio.

Tabla 56 Si le ofrecieran convertir su negocio informal en una microempresa aceptaría

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	24	80,00%
No	6	20,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 55 Si le ofrecieran convertir su negocio informal en una microempresa aceptaría



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

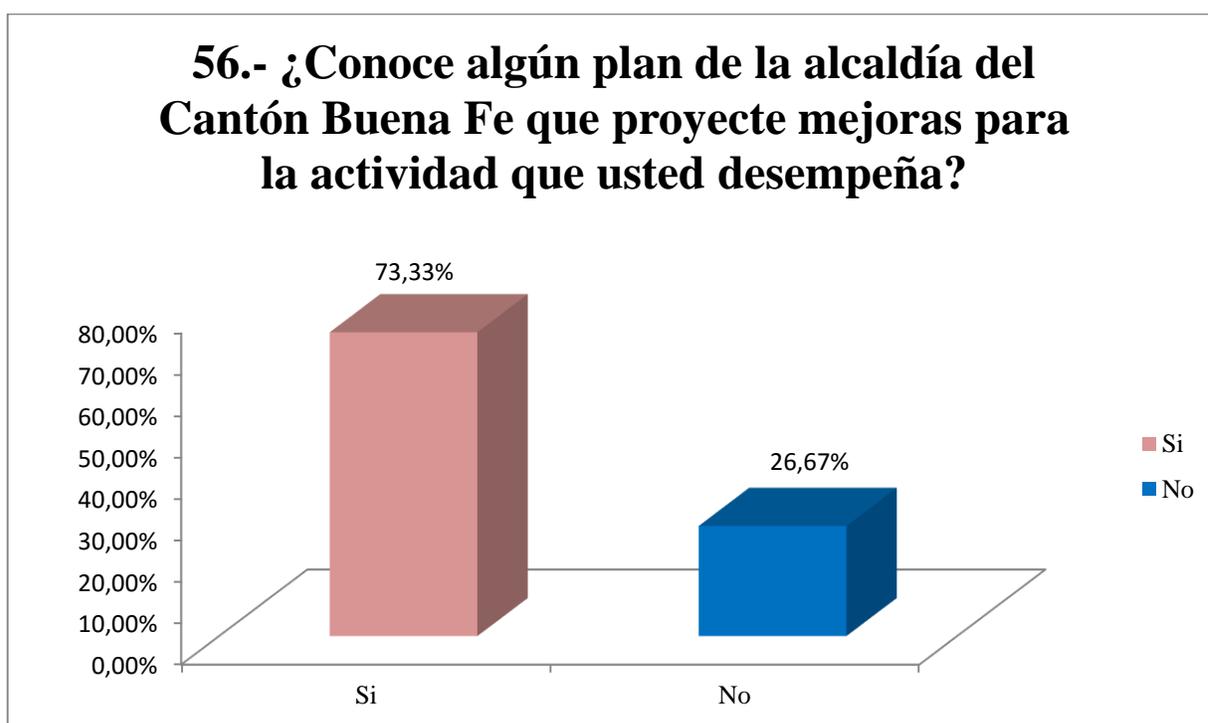
Interpretación: El **80%** de los comerciantes de mariscos respondieron que si les gustaría convertirse en una microempresa porque tendrían un mejor nivel de vida y podrían tener mejores ingresos, mientras que el **20%** respondió que no aceptarían la propuesta de crear una microempresa.

Tabla 57 Conoce algún plan de la alcaldía del Cantón Buena Fe que proyecte mejoras para la actividad que usted desempeña

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	22	73,33%
No	8	26,67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Gráfico 56 Conoce algún plan de la alcaldía del Cantón Buena Fe que proyecte mejoras para la actividad que usted desempeña



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Interpretación: El **73,33%** de las personas encuestadas respondieron que si conocen un plan a ejecutar por parte de la alcaldía que consiste en la construcción de un nuevo mercado, mientras que el **26,76%** no posee conocimientos respecto a ningún plan por parte de la alcaldía.

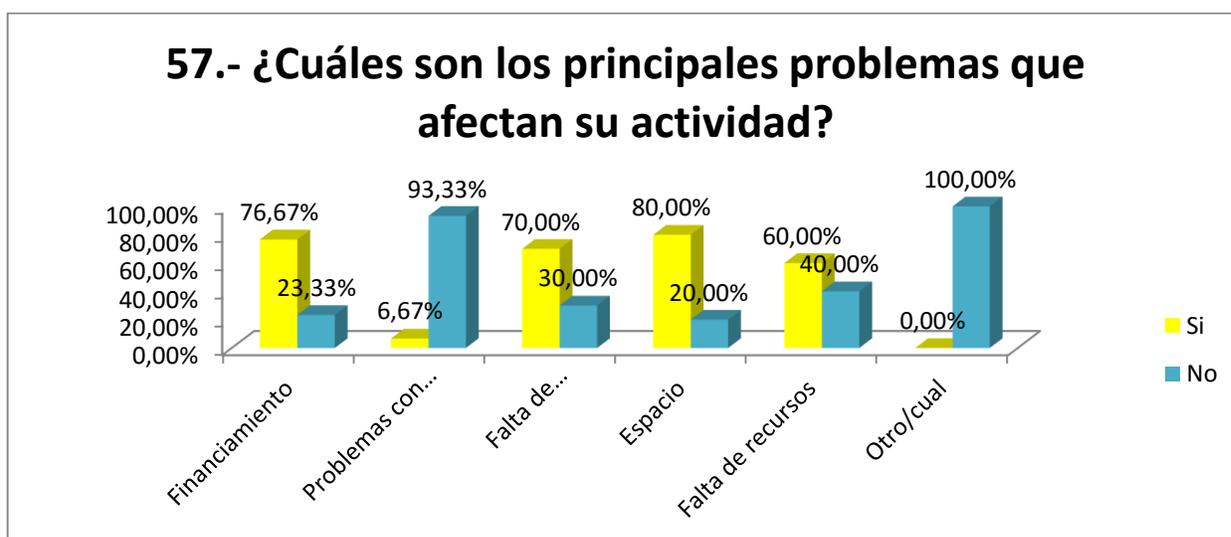
Tabla 58 Cuáles son los principales problemas que afectan su actividad

VARIABLES	SI	PORCENTAJES SI	NO	PORCENTAJES NO	TOTAL
Financiamiento	23	76,67%	7	23,33%	30
Problemas con municipales o legales	2	6,67%	28	93,33%	30
Falta de proveedores	21	70,00%	9	30,00%	30
Espacio	24	80,00%	6	20,00%	30
Falta de recursos	18	60,00%	12	40,00%	30
Otro/cual	0	0,00%	30	100,00%	30

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Gráfico 57 Cuáles son los principales problemas que afectan su actividad



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

Interpretación: Se hizo un análisis en base a los principales problemas que afectan la actividad de la comercialización de mariscos el **76,67%** respondió que el financiamiento si es un problema, mientras que el **23,33%** dijo que no, el **6,67%** de los encuestados respondieron que si presentan inconvenientes con los municipales, mientras que el **93,33%** respondió que no, el **70%** califica como un serio problema la falta de proveedores mientras que el 30% lo califica como que no es un problema, **80%** de los comerciantes menciono que consideran que el espacio es un problema mientras que el **20%** respondió que no lo es, **60%** califico como problema la falta de recursos mientras que el 40% restante mencionaron que no lo consideran un problema serio.

4.1.1 Conclusiones

- De los comerciantes informales del Cantón Buena Fe, hay un gran número que se dedican a la venta de toda clase de mariscos y en su mayoría de agua salada por libras, ya que existe una gran demanda de estos productos por parte de la comunidad y restaurantes.
- Al realizar las encuestas a los comerciantes informales de mariscos se encontró que el **63,33%** tienen un nivel de estudio de secundaria completa, además con respecto a los lugares donde viven o residen, la mayor parte posee vivienda propia y que han sido construidas con material de cemento, adicionalmente el **100%** de los encuestados poseen energía eléctrica, recolector de basura y tv cable el **83,33%** cuenta con alcantarillado mientras que el **16,67%** no cuenta con este servicio.
- Se encontró que con esta actividad los comerciantes informales de mariscos han incrementado sus ingresos debido a que la inversión es muy poca y se obtienen buenas ganancias sobre todo aquellos que compran directamente del pescados ya que en el caso de las personas que compran los productos a los intermediarios o en mercados mayoristas son estos quienes se llevan la mayor parte de la ganancia, adicionalmente se pudo comprobar que esta actividad tiene una gran ventaja debido a que no se necesita un gran número de personas para desempeñarla, ya que el mismo propietario puede hacer sin necesidad de contratar a alguien, evitando de esta manera generar un gasto innecesario.

4.2 Discusión

Realizar un estudio o un análisis económico significa que se realiza un revisión de una serie de factores que forman parte de cualquier actividad económica y que puede afectar directamente a las personas ya sea directa o indirectamente.

Dicha de esta manera (**Santandreun, 2012**), menciona que para saber cómo se encuentra una actividad económica es necesaria evaluar los costes, márgenes y beneficios con los que se encuentra laborando o practicando dicha actividad para de esta forma poder emitir un criterio formado sobre la situación actual.

Por ende al realizar un estudio sobre la situación actual que atraviesan los comerciantes de mariscos se puede confirmar la teoría de **Santandreun**, ya que sin dicho análisis no se pueden comprobar las falencias que se encuentran viviendo ellos, o sobre cómo son sus orígenes por la cual ellos se encuentran realizando dicha actividad.

Cabe mencionar que en la actualidad Ecuador se encuentra viviendo una serie de conflictos económicos, generados por varios factores es por esa razón que toda la población se encuentra sufriendo las consecuencias, generando cada vez poca rentabilidad en el comercio en comparación con años anteriores.

La falta de comunicación por parte del GAD municipal ha generado mucho malestar para los comerciantes de mariscos ya que no se sienten seguros porque no tienen un puesto fijo, y no se ha comentado sobre mejoras futuras para ellos, generando así cada vez más desconcierto, ya que esta actividad económica se ha convertido en su fuente de ingreso para sus respectivas familias.

Pese a que la situación de país no es muy buena en la actualidad los comerciantes tratan de generar ingresos desarrollando la actividad de comercialización de mariscos que les permite tener ingresos significativos para subsistir.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Mediante las encuestas se pudo determinar los aspectos económicos, sociales y culturales de las personas que se dedican a la comercialización de mariscos de manera informal, esta investigación sirvió de gran ayuda porque se pudo conocer como es la instrucción formal e informal de los comerciantes, su estilo de vida y mediante el desarrollo de su actividad laboral han crecido en economía es decir han aumentado sus ingresos permitiéndoles tener una mejor estabilidad económica.
- Los aspectos sociales analizados se observó que la mayoría de los comerciantes informales en un **63,33%** ha completado la secundaria, sumando a esto que con respecto al lugar donde viven es vivienda propia, lo preocupante del estudio es que el **16,36%** no poseen alcantarillado en sus hogares.
- Con respecto al abastecimiento o adquisición del marisco lo hacen mediante diferentes proveedores de productos. El **66,67%** dijeron que compran directamente del pescador, esto quiere decir que 11 de los encuestados compran en Esmeraldas, 5 en Posorja y 4 en Buena Fe. Mientras que el **26,67%** compra en el mercado mayorista ubicado en Santo Domingo de los Tsachilas, el **6,67%** respondió que obtienen la adquisición de los productos a través de intermediarios mayoristas en Santo Domingo de los Tsachilas.
- Se concluyó que los principales clientes y clientes principales son la comunidad representada con un **66,67%** y el **33,33%** está representado a los restaurantes cabe mencionar que las personas que contestaron en esta opción también venden a la comunidad.

5.2 Recomendaciones

- Hacer conocer el análisis socioeconómico a las autoridades del cantón para que tengan conocimiento acerca de los aspectos sociales y económicos permitiéndoles hacer logar fortalecer el crecimiento de la comercialización de mariscos.
- Es necesario fortalecer los aspectos sociales de los comerciantes informarles, creando proyectos en donde se enfoquen a otorgar una merecida calidad de vida, facilitándoles servicios básicos, mejor educación, entre otros.
- Buscar que en su mayoría las fuentes de financiamiento se las puedan realizar directamente con los pescadores ya que esto permitirá obtener productos frescos a menor costo y por ende se obtendrían mejores ingresos ya que los intermediarios mayoristas son quienes llevan la mayor parte de las ganancias.
- Diseñar estrategias de ventas mediante un estudio de mercado con el fin de buscar clientes potenciales tales como empresas privadas como grandes comisariatos, así mismo conservar a los clientes que visitan los locales.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFIA

6.1 Bibliografía

- Aceveom, G., Martinez, G., & Juan, E. (2008). *Manual de Salud Pública* (Primera edición ed.). (E. Grupo, Ed.) Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- Alvarez, S. (2010). *Diccionario de economía pública; Diccionario de economía y empresa* (Primera edición ed.). Madrid, España: Editorial del economista.
- Bernal, J. (2014). *Para mejorar tu calidad de vida*. Estados Unidos: Editorial Palibros.
- Bunge, M. (2011). *Diccionario de filosofía* (Cuarta Edición ed.). Mexico, Mexico: Siglo XXI.
- Cardedera, M. (2011). *Diccionario de Educación; Métodos de enseñanza* (Primera edición reimpresa ed., Vol. II). Madrid, España: A. Vicente.
- Cayón, A. (2008). *Código tributario; Códigos de ley* (Segunda edición ed.). Madrid, España: La ley.
- Chagollan, F., Avila, I., Del Campo, J., Reyes, S., & Cervantes, C. (2009). *Educación Ambiental* (Segunda Edición ed.). México: Ediciones Umbral.
- Cortes, R., Mires, L., & Valenzuela, M. E. (2013). *Mujeres, pobreza y mercado de trabajo* (Segunda edición ed.). (M. Valenzuela, Ed.) Lima, Perú: Organización Internacional de Trabajo.
- Diario la Hora. (17 de 11 de 2015). *Se crea federacion de comerciantes*. Recuperado el 04 de 12 de 2016, de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101885747/-1/Se_crea_federaci%C3%B3n_de_comerciantes.html#.V9df_VvhDMx
- Empresa Informativa. (15 de 03 de 2015). *MSQ. Estudio Contable*. Recuperado el 04 de 12 de 2016, de http://www.msq-estudio-contable.com/jus/upload/files/images/DICCIONARIO_CONTABLE.pdf
- Enseñeira Sem Fronteiras Galicia. (10 de 04 de 2013). *SLIDESHARE*. Recuperado el 04 de 12 de 2016, de <http://es.slideshare.net/esfgalicia/servicios-basicos>

- EPMAPAP. (02 de 01 de 2016). Recuperado el 04 de 12 de 2016, de Empresa publica municipal de agua potable y alcantarillado de Portoviejo: http://www.epmapap.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=116:productos&catid=40:productos&Itemid=193
- Escobar, H., & Cuartas, V. (2008). *Diccionario Económico Financiero* (Tercera Edición ed.). Medellín, Colombia: Universidad De Medellin.
- Estebanez, P. (2011). *Medicina Humanitaria* (Segunda Edición ed.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- George, P. (2011). *Diccionario de geografía; Edición Económica* (Tercera edición ed.). (E. Garcia, Ed.) Madrid, España: Ediciones AKAL.
- Hernández, G. (2011). *Diccionario de Economía* (Segunda Edición ed.). Medellín, Colombia: U. Cooperativa de Colombia.
- Minsiterio de coordinacion de la produccion, e. y. (01 de 05 de 2011). *Agenda para la transformacion productiva territorial de la Provincia de Los Rios*. Recuperado el 04 de 12 de 2016, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-LOS-RIOS.pdf>
- Pearce, D. (2013). *Economía moderna* (Primera edicion reimpressa ed.). Madrid: Ediciones Akal.
- Perez, J., & Gardey, A. (01 de 05 de 2015). *DEFINICION DE*. Recuperado el 09 de 12 de 2016, de <http://definicion.de/pescado/>
- Ramirez, C. (2012). *Seguridad industrial; Un enfoque integral* (Segunda edición ed.). México, Mexico: Editorial Limusa.
- Rodriguez, C. (01 de 04 de 2009). *EDUMED. NET*. Recuperado el 04 de 12 de 2016, de <http://www.eumed.net/diccionario/dee/dee.pdf>
- Sabino, C. (15 de 03 de 2010). Recuperado el 04 de 12 de 2016, de <http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/diccionario.pdf>

- Santamdreun, E. (2012). *Diccionario de terminos financieros*. Barcelona, España: Ediciones Granica S.A.
- Sepúlveda, C. (2014). *Diccionario de términos económicos* (Décima Segunda Edición ed.). Santiago, Chile: Editorial Universitaria.
- Tarodo, C., & Sanchez, O. (2012). *Gestión Contable* (Primera Edición ed.). Madrid, España: Ediciones Parainfo S.A.
- Zabala, M. (2009). *Didactica de la educación* (Cuarta Edición Reimpresa ed.). Madrid, España: Narcea S.A. de Ediciones.

CAPITULO VII

ANEXOS

7.1 Ilustraciones

Fotos de Realización de las Encuestas



Ilustración 2 Comerciante Marcos Bravo



Ilustración 3 Comerciante Luis Arteaga



Ilustración 4 Comerciante Lery Arteaga



Ilustración 5 Comerciante Carmen Mendoza

7.2 Cuestionario

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“Análisis socioeconómico de los comerciantes informales de mariscos del cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos, 2016.”

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

ESCUELA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

FORMULARIO DE ENCUESTA

DATOS GENERALES

	Numero de Cuestionario:
Fecha de Aplicación:	Cantón:
Nombre del entrevistado:	
Dirección del negocio:	

1.-Genero

Masculino

Femenino

2.- Dirección de su vivienda.....

Barrio.....teléfono.....

3.- Edad

Edad en años	
Menos de 25	
De 26 a 33	
De 34 a 41	
De 42 a 49	
Más de 50	

4.- Estado conyugal

Soltero	
Casado	
Unión libre	
Divorciado	
Viudo	
Separado/a	

5.- ¿Cuál es el nivel de educación que usted tiene?

Solo sabe leer y escribir	
Primaria completa	
Primaria incompleta	
Secundaria completa	
Secundaria incompleta	
Técnica sin secundaria	
Universidad	
Ninguno	

6.- ¿Cuál es su auto-identificación étnica?

Mestizo	
Montubio	
Afro ecuatoriano	
Indígena	
Blanco	

7.- La vivienda donde usted vive es:

Propia Alquilada Prestada De un familiar

8.- Su vivienda está construida de:

Madera Caña cemento cemento y madera caña y madera

9.- Con que servicios básicos cuenta su vivienda

Luz Recolector de basura Internet Tí/cable Alcantarillado

10.- Qué tipo de agua tiene en su vivienda para el consumo familiar?

Potable No potable

11.- ¿ Que tipo de servicio de telefonía dispone?

Movil	<input type="checkbox"/>
Fija	<input type="checkbox"/>
Fija y Movil	<input type="checkbox"/>
Ninguna	<input type="checkbox"/>

12.-¿Cuántas personas viven en su casa incluido usted?

De 2 a 3 personas	<input type="checkbox"/>
De 4 a 5 personas	<input type="checkbox"/>
6 o mas	<input type="checkbox"/>
Solo	<input type="checkbox"/>

13.- ¿Cuándo algún miembro de su familia incluido usted se enferma donde se hacen atender?

Médico Particular	<input type="checkbox"/>
Ministerio de salud Publica	<input type="checkbox"/>
IESS	<input type="checkbox"/>
Seguro Privado	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

14.- ¿A más de ser comerciante de marisco que otra actividad económica realiza?

		INGRESOS
Empleado Publico		
Empleado privado		
Jubilado		
Comerciante en otra actividad cual		
Ninguna		

15.- Otros ingresos familiares

PARENTESCO	Ingresos
Papa	
Mama	
Hijos	
Abuelos	
Nietos	
Otros	
Total	

16.- ¿Cuánto es su rango de gastos mensual?

De 100 a 200	
De 201 a 300	
De 301 a 400	
De 401 a 500	
De 501 a 600	
Más de 600	

17.-¿Cómo están distribuidos sus gastos USD/ mensual, semanal, diario?

	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL		
Alimentación					
Salud					
Educación					
Vivienda					
Vestuario					
Diversión					
Servicios básicos					
Otro especifique					

18.- Pertenece a alguna asociacion o sindicato

Si..... No.....

Cual.....

19.- Pertenece usted o forma parte de algún partido político

Si..... No.....

Cual.....

20.- Profesa usted a algún tipo de religión

Si..... No.....

Cual.....

21.- Practica usted algún deporte

Si..... No.....

Cual.....

22.- Cuál es su lugar de nacimiento

Buena Fe Quevedo Manabí Guayas Santo Domingo

23.- Cuantos años de residencia tiene en Buena Fe

De 0 a 5 De 6 a 10 De 11 a 15 Mas de 15

24.- Cuantos años lleva realizando esta actividad

De 0 a 5 De 6 a 10 De 11 a 15 Más de 15

25.-Cuantos años lleva utilizando es espacio público en este sitio

De 0 a 5 De 6 a 10 De 11 a 15 Más de 15

26.-Antes de ser comerciante de marisco que otras actividades desempeñaba

Agricultor Albañil Comerciante Otra Cual.....

27.-En el negocio de mariscos es usted:

Propietario único Negocio familiar Trabaja con socios

28.- Cuál es su horario de trabajo en el negocio

Mañana Tarde Noche
Otro.....

29.- Cuantos días a la semana labora usted en el negocio

Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado Domingo

30.-Además de usted cuantas personal laboran en su negocio

Nombre y apellido	Parentesco	Genero	tiempo dedicado al negocio	Sueldo	
				SI	NO

31.- Que clases de mariscos vende

	PRESENTACION			PRESENTACION	
AGUA DULCE	LIBRA	UNIDAD	AGUA SALADA	LIBRA	UNIDAD
Boca chico			Picudo Blanco		
Tilapia			Picudo Negro		
Chame			Cherna		
Chaguingo			Caballita		
Viejas			Sierra		
			Hojita		
			Carita		
			Corvina		
			Camarón		
			Concha		
			Calamar		

32.- Quienes son sus principales clientes

Restaurantes		
Chifas		
Comunidad		
Empresas		
Otros		

33.- ¿Cuáles son sus principales compradores diariamente?

	Hombres	Mujeres
Mañana		
Tarde		
Noche		

34.-¿Que marisco es el que más se vende?

Agua dulce		Cual	
Agua salada		Cual	

35.- Le da crédito a sus clientes

		A QUE TIEMPO
SI		
NO		

36.-¿Cada cuantos días surte el negocio?

Cada día	
Cada 2 días	
Cada 3 días	
Cada 4 días	
Cada 5 días	
Cada 6 días	
Cada 7 días	

37.-¿Cuánto dinero invierte semanalmente en la compra de marisco para el negocio?

Menos de 25	
De 25 a 50	
De 51 a 75	
De 76 a 100	
De 101 a 200	
De 201 a 300	
Más de 300	

38.- ¿Cuál es su nivel de promedio de venta diario (en USD)?

Lunes	
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	
Domingo	

39.- ¿Cuánto es su ganancia promedio en USD?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	

40.- Su fuente de financiación es

Propia		
Accede a préstamos personales		
Accede a préstamos con chulqueros		
Accede a préstamos de fundaciones		
Accede a préstamos bancarios		
Otros/cual		

41.- Cual es la modalidad de pago del crédito recibido

Semanal..... Quincenal..... Mensual..... Tasa de interés del crédito %.....

42.- Tipo de bienes donde funciona el negocio

Estado actual

Camioneta..... B..... R..... M..... Otra..... Cual..... B..... R.....
M.....

Caseta..... B..... R..... M.....

Carreta..... B..... R..... M.....

Mesa..... B..... R..... M.....

Triciclo..... B..... R..... M.....

Tendido..... B..... R..... M.....

Local de mercado

43.- La instalación del negocio es:

Fija..... Movable.....

44.- El lugar donde funciona el negocio cuenta con servicios básicos

Agua potable	
Luz eléctrica	
Teléfono	
Alcantarillado	
Otro/cual	

45.- ¿Con que permisos de funcionamiento cuenta su negocio?

Sanidad(MSP)	
Bomberos	
Municipal	
Otros	

46.- ¿Con que herramientas cuenta en su negocio?

Cuchillo/machete	
Frigorífico	
Refrigerador	
Romana manual	
Romana digital	
Refrigerador	
Otro	

47.-¿Dónde y cómo guarda los mariscos el lugar es propio o ajeno?

Refrigeradora congeladores frigoríficosotro Cual.....

48.-¿Cuánto le cuesta guardar el marisco la noche?

< de 5 dólares	
De 5 a 10 dólares	
De 11 a 15 dólares	
De 15 a 20 dólares	
NADA	

49.-¿A quién le compra usted el marisco?

	Lugar de la compra
Directo al pescador	
Intermediario mayorista	
Intermediario minorista	
Mercado mayorista	
Otro	

50.- ¿Cuál es la condición de pago de quien le suministra el marisco?

Contado			
Crédito		Tiempo:	Interés %:
Otra/cual			

51.- ¿Cómo califica el precio en USD/ de la compra del marisco?

Barato	
Caro	
Normal	

52.- ¿Cómo califica los ingresos del negocio?

Muy	
Bueno	
Buenos	
Regular	
Malo	

53.- ¿Porqué ubico el negocio en este sitio? (Orden de importancia)

Concurrencia de personas Facilidad de traslado al sitio de trabajo
 Presencia de centros comerciales..... Esta cerca de donde guarda el marisco
 Amigos en la zona Es donde más se vende
 Sombra Por cercanía de negocios similares
 Otro..... Cual.....

54.- ¿Por qué trabaja en este negocio?

Le gusta		
Falta de empleo		
Independencia		
Complementar ingresos		
Mejores ingresos		
Tradicón familiar		
Otro/cual		

55.- Cuales son sus expectativas en el corto y mediano plazo

- Conseguir un trabajo estable y formal
- Cambiar de lugar de trabajo con la misma actividad
- Cambiar de lugar de trabajo con diferente actividad
- Continuar con la actividad actual en el mismo lugar
- Cambiar de ciudad..... A cual.....

56.- Si le ofrecerían convertir su negocio informal en una microempresa aceptaría

Si..... No.....
 Porque.....

57.- Conoce algún plan de la alcaldía de Buena Fe que proyecte mejoras para la actividad que usted desempeña

Si..... No.....
 cual.....

58.- ¿Cuáles son los principales problemas que afectan su actividad?

Financiamiento	
Problemas con municipales o legales	
Falta de proveedores	
Espacio	
Falta de recursos	
Otro/cual	

OBSERVACIONES

.....

.....

.....

.....

..