



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

**DE INGENIEROS EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA, MENCIÓN CPA**

**TÍTULO DEL PROYECTO:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ASESORIA CONTABLE TRIBUTARIA Y FINANCIERA PARA LAS PYMES DEL  
CANTÓN NARANJITO.**

**AUTORES:**

**Olaya Coloma Evelyn Magaly**

**Sánchez Sánchez Norma Marianela**

**ASESOR:**

**Eco. Erika Romero**

**Milagro, Julio del 2012**

**Ecuador**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR**

En mi calidad de Tutor de Proyecto de Investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comercial de la Universidad Estatal de Milagro.

### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de tesis de grado con el título **Estudio de Factibilidad de una Empresa de Asesoría Contable Tributaria y Financiera para las Pymes del Cantón Naranjito.**

Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

---

ECO.ERIKA ROMERO

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Los autores de esta investigación declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Julio del 2012

---

Olaya Coloma Evelyn Magaly  
C.I. 0924888662

---

Sánchez Sánchez Norma Marianela  
C.I.1206004143



## **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

### **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría- C.P.A otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[ ]
DEFENSA ORAL	[ ]
TOTAL	[ ]
EQUIVALENTE	[ ]

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño

A ti DIOS Mío, que me diste la oportunidad de vivir, la fortaleza necesaria para salir siempre adelante pese a las dificultades presentadas, gracias por ayudarme a levantarme de mis fracasos, por aprender de ellos y colocarme en el mejor camino, iluminando cada paso de mi vida, dándome la salud, esperanza y bendiciones para concluir con mi proyecto y objetivo propuesto.

A mi esposo quien me ha dado su apoyo y comprensión absoluta fortaleciendo mis deseos de superación tanto personal como profesional; a mis hijas Alejandra y Rafaela quienes con su inocencia mis niñas me han dado hermosos momentos que he vivido día a día junto a ellas y han sido mi motivación para alcanzar mis metas.

A mis padres por creer en mí, por su paciencia, por su comprensión y su amor, quien con sus consejos y ayuda me dio el impulso en la culminación de mi carrera universitaria; a mis hermanos quien ha vivido de cerca los distintos procesos de mi vida, gracias por su apoyo incondicional.

Este Proyecto lo quiero compartir con mucho amor a todos ustedes, quienes han sido parte importante en mi vida. MUCHAS GRACIAS!!!

## DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico con todo mi amor a DIOS por haberme permitido llegar a este punto y haberme dado la vida para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. A la Virgen María porque Al igual que al lado de su hijo Jesucristo, siempre ha sentido conmigo brindándome su amor incondicional de madre.

En especial a la persona quien más ha luchado por mí a mi Mamá Señora Celia Coloma, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por su ejemplo de perseverancia y constancia, por sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por enseñarme a ser quien soy, pero más que nada por su amor incondicional.

A mi padre por haberme dado la vida.

A mis abuelitos Sr. Leoncio Coloma y Sra. Teresa Plúas por ser fuente de motivación, apoyo, y por dejarme la herencia más importante la familia y la educación.

A mi hermana Verónica Olaya su esposo Alejandro y mis hermosos sobrinos Alejandra y Saúl, por su amor inexplicable y su comprensión.

A mi amor eterno Ronald Guerrero, por siempre estar a mi lado, brindándome todo su amor, entrega, dedicación sobre todo por brindarme su inmenso amor, conocimiento y sobre todo tenerme mucha comprensión y paciencia durante estos años de vida y quien ha sido una pieza clave en mi vida.

A las personas más importantes de mi vida mis hijos Nathaly y Vickmar es obvio que sin ustedes este sueño nunca hubiera podido ser completo. Sencillamente ustedes son la base de mi vida.

A toda mi familia mis tíos, tías amigos. Los amo con todo mi corazón.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por su infinito amor y porque en todo momento nos ha demostrado que se encuentra entre nosotros, dándonos la fortaleza necesaria para seguir adelante en nuestra carrera.

A nuestros padres, hermanos, por todo el apoyo demostrado en la realización de esta tesis y a lo largo de nuestras vidas.

A la Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales, por darnos la oportunidad de formarnos como profesionales.

A nuestra tutora Ec. Erika Romero por su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacitación para guiar nuestras ideas, sinceramente ha sido un aporte invaluable en la realización de nuestra tesis.

**Las Autoras**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORES**

Lic.

Jaime Orozco Hernández MS.c.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro.

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autores del Trabajo realizado como requisito previo a la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Estudio de Factibilidad de una empresa de Asesoría Tributaria y Financiera para las Pymes del Cantón Naranjito, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, Julio del 2012.

---

Olaya Coloma Evelyn Magaly  
C.I. 0924888662

---

Sánchez Sánchez Norma Marianela  
C.I.1206004143



## ÍNDICE GENERAL

### A.- PÁGINAS PRELIMINARES:

Carátula.....	i
Certificación de aceptación de tutor.....	ii
Declaración de autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria.....	v
Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Cesión de derechos del autor a la UNEMI.....	viii
Índice General.....	ix
Índice de cuadros.....	xii
Índices de Gráficos.....	xiv
Índice de figuras.....	xv
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii

### B. TEXTO:

Introducción.....	17
-------------------	----

### CAPÍTULO I.- EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	17
1.1.1 Problematización.....	18
1.1.2 Delimitación del problema.....	19
1.1.3 Formulación del problema.....	19
1.1.4 Sistematización del problema.....	20
1.1.5 Determinación del tema.....	20
<b>1.2 OBJETIVOS.....</b>	<b>20</b>

1.2.1 Objetivo General.....	20
1.2.2 Objetivos Específicos.....	20
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO II.- MARCO REFERENCIAL</b>	
<b>2.1 MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>22</b>
2.1.1 Antecedentes histórico.....	22
2.1.2 Antecedente referenciales.....	23
2.1.3 Fundamentación.....	24
<b>2.2 MARCO LEGAL.....</b>	<b>55</b>
<b>2.3 MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>62</b>
<b>2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES.....</b>	<b>66</b>
2.4.1 Hipótesis General.....	66
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	66
2.4.3 Declaración de las variables.....	66
2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	67
<b>CAPÍTULO III.- MARCO METODOLOGICO</b>	
3.1 Tipo y diseño de investigación y sus perspectiva general.....	68
3.2 Población y muestra .....	69
3.2.1 Característica de la población.....	69
3.2.2 Delimitación de la población.....	70
3.2.3 Tipo de la muestra.....	70
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	71
3.2.5 Proceso de selección.....	72
<b>3.3. LOS METODOS Y LAS TECNICAS.....</b>	<b>72</b>
<b>3.4 PROCESAMIENTOS DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>73</b>
<b>CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b>	
4.1 ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	74
4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA.....	85
4.3.RESULTADOS.....	88
4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPOTESIS.....	89
<b>CAPITULO V.- PROPUESTA</b>	
5.1 TEMA.....	90

5.2 JUSTIFICACIÓN.....	91
5.3 FUNDAMENTACIÓN.....	92
5.4 OBJETIVOS.....	97
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	97
5.4.2 Objetivo Específicos de la propuesta.....	97
5.5 UBICACIÓN.....	97
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	101
5.7 DESCRIPCIÓN DE LAPROUESTA.....	102
5.7.1 Actividades.....	122
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	129
5.7.3 Impacto.....	136
5.7.4 Cronograma.....	138
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	139
CONCLUSIONES.....	140
RECOMENDACIONES.....	142

## **C. MATERIALES DE REFERENCIA**

1. Bibliografía y Lincografía.....	143
2. Anexos.....	144
Anexo 1: Formato de Encuestas.....	145
Anexo 2: Inversión Activos Fijos.....	148
Anexo 3: Depreciación de los Activos Fijos.....	148
Anexo 4: Detalle de Gastos.....	149
Anexo 5: Costo de Ventas.....	150
Anexo 6: Presupuesto de Ingresos.....	150
Anexo 7: Proyección de los ingresos.....	151
Anexo 8: Permisos para el correcto funcionamiento.....	153
Anexo 9: Permiso de dirección de higiene municipal.....	156
Anexo 10: Permiso de funcionamiento del MSP.....	157
Anexo 11: Afiliación a la cámara de comercio.....	158

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro N° 1</b>	
Operacionalización de las variables.....	66
<b>Cuadro N° 2</b>	
Población.....	70
<b>Cuadro N° 3</b>	
Encuesta realizada los microempresarios para investigar porque mantiene un lento crecimiento en el mercado.....	76
<b>Cuadro N° 4</b>	
Encuesta realizada para detectar si al mantener poca actividad comercial genera menos ventas.....	77
<b>Cuadro N° 5</b>	
Encuesta orientada a medir los niveles de conocimiento contables, tributarios y financieros que tienen los microempresarios.....	78
<b>Cuadro N° 6</b>	
Encuesta orientada para investigar la escasa participación en el mercado .....	80
<b>Cuadro N° 7</b>	
Encuesta orientada a conocer la opinión de los microempresarios si es importante conocer las necesidades de su empresa y que correcciones tomar.....	80
<b>Cuadro N° 8</b>	
Encuesta dirigida a identificar como llevar el control contable de las microempresarios.....	81
<b>Cuadro N° 9</b>	
Encuesta orientada a la necesidad de su negocio para tener mas rentabilidad.....	82
<b>Cuadro N°10</b>	
Encuesta orientada en obtener asesoría.....	83
<b>Cuadro N° 11</b>	

Encuesta orientada a determinar si las microempresas cuentan con algún tipo de asesoría.....	84
<b>Cuadro N° 12</b>	
Encuesta para el pago de servicios prestados .....	85
<b>Cuadro N° 13</b>	
Correlación 1.....	87
<b>Cuadro N° 14</b>	
Correlación 1.....	87
<b>Cuadro N° 15</b>	
Correlación 2.....	88
<b>Cuadro N° 16</b>	
Correlación 2.....	88
<b>Cuadro N° 17</b>	
Verificación de hipótesis.....	90
<b>Cuadro N° 18.</b>	
FODA.....	118
<b>Cuadro N° 19</b>	
Estrategias FOFA-DODA .....	119
<b>Cuadro N° 20</b>	
Estrategias FOFA-DODA.....	121
<b>Cuadro N° 21</b>	
Matriz FODA OFENSIVA.....	122
<b>Cuadro N° 22</b>	
Matriz FODA OFENSIVA.....	123
<b>Cuadro N° 23</b>	
Desarrollo y precios de los servicios.....	127
<b>Cuadro N° 24</b>	
Personal de la Empresa Asesora.....	132
<b>Cuadro N° 25</b>	
Inversión del proyecto.....	133
<b>Cuadro N° 26</b>	
Financiamiento /Proyecto.....	134
<b>Cuadro N° 27</b>	

Taza CFN.....	134
<b>Cuadro N° 28</b>	
Préstamo Bancaria.....	134
<b>Cuadro N° 29</b>	
FLUJO/Caja Proyectado.....	135
<b>Cuadro N° 30</b>	
Balance General.....	136
<b>Cuadro N° 31</b>	
Estado/Perdida y Ganancia.....	137
<b>Cuadro N° 32</b>	
Índice Financiero.....	137
<b>Cuadro N° 33</b>	
Razones financiera.....	138
<b>Cuadro N° 34</b>	
Diagrama de Grantt.....	141

## ÌNDICE DE GRÁFICOS

### **Gráfico N° 1**

Encuesta realizada los microempresarios para investigar porque mantiene un lento crecimiento en el mercado.....76

### **Gráfico N° 2**

Encuesta realizada para detectar si al mantener poca actividad comercial genera menos ventas.....77

### **Gráfico N° 3**

Encuesta orientada a medir los niveles de conocimiento contables, tributarios y financieros que tienen los microempresarios.....78

### **Gráfico N° 4**

Encuesta orientada para investigar la escasa participación en el mercado .....80

### **Gráfico N° 5**

Encuesta orientada a conocer la opinión de los microempresarios si es importante conocer las necesidades de su empresa y que correcciones tomar.....80

### **Gráfico N° 6**

Encuesta dirigida a identificar como llevar el control contable de las microempresa.81

### **Gráfico N° 7**

Encuesta orientada a la necesidad de su negocio para tener mas rentabilidad.....82

### **Gráfico N° 8**

Encuesta orientada en obtener asesoría.....83

### **Gráfico N° 9**

Encuesta orientada a determinar si las microempresas cuentan con algún tipo de asesoría.....84

### **Gráfico N° 10**

Encuesta para el pago de servicios prestados .....85

## RESUMEN

El desequilibrio que presentan las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) en el Ecuador en los temas contables se ha incrementado actualmente en el país debido a la transición de las Normas de Contabilidad hacia las aplicadas internacionalmente. Asimismo, la parte tributaria se ve claramente afectada por los constantes cambios en las leyes y las diversas resoluciones que emiten la Administración Tributaria; en el último año por ejemplo, se han realizado nuevas reglamentaciones concernientes a los porcentajes de retención, inclusión de gastos deducibles en la declaración de Impuesto a la Renta, cambios en los códigos tributarios en los diversos formularios, amnistía tributaria, derogación de multas, regulaciones en precios de transferencias e impuesto a los consumos especiales, etc.

Finalmente, la carencia de una estrategia de negocio debido a la no existencia de una cultura organizacional, hacen necesaria la incursión en el mercado de una compañía que ofrezca servicios de asesoría contable tributaria y financiera con características de disponibilidad, conveniencia, personalización, compromiso, precio, calidad, reputación, confianza y rapidez, garantizando una eficiente ejecución de las operaciones empresariales.

El nombre escogido para la compañía es ConTriServ, que se proyecta como una empresa especializada en la prestación de servicios de Consultoría esencialmente en tres líneas estratégicas como Consultoría en Contabilidad y Tributación, y Consultoría en Finanzas.

Se ha determinado la oportunidad de negocio a través de un estudio de mercado de tipo exploratorio, empleando el sondeo como herramienta para recolección de información, opiniones y tendencias del mercado objetivo.



## **ABSTRACT**

The imbalance presented by Small and Medium Enterprises (PYMEs) in Ecuador in the accounting issues has increased in the country today due to the transition of accounting standards to those applied internationally. Also, the tax is clearly affected by the constant changes in laws and the resolutions to issue the Tax Administration in the last year for example, there have been new regulations concerning retention rates, including deductible expenses the declaration of income tax, tax code changes in various forms, tax amnesty, abolition of fines, regulations on transfer pricing and special consumption tax, etc.

Finally, the lack of a business strategy due to the absence of an organizational culture make it necessary to venture into the market for a company that offers consulting services tax accounting and financial characteristics of availability, convenience, personalization, commitment, price , quality, reputation, reliability and speed, ensuring efficient execution of business operations.

The name chosen for the company is ConTriServ, projected as a company specialized in providing consulting services primarily in three strategic areas such as Accounting and Tax Consulting and Finance Consulting. It has been determined business opportunity through market research, exploratory, using the survey as a tool for gathering information, views and trends in target market.

## INTRODUCCIÓN

El sector de pequeñas y medianas empresas (PYMEs) en Ecuador constituye un importante aporte a la dinámica de la economía nacional, por ello es fundamental implementar acciones encaminadas a mejorar su competitividad e incrementar su participación en el comercio nacional e internacional, promocionando el desarrollo de mecanismos que permitan la transferencia y uso de tecnología en estas empresas.

Las PYMEs en el Ecuador son aproximadamente 15.000, con un promedio de 22 empleados, se concentran en mayor proporción en las ciudades de mayor desarrollo (Quito y Guayaquil) 77%. Para los asesores de la Cámara de la Pequeña Industria de Guayas (CAPIG) Pequeña Empresa es una unidad de producción que tiene de 5 a 40 y un máximo de 50 empleados, su capital no tiene piso pero su patrimonio tiene un techo de \$ 150.000. En relación con la teneduría de libros contables por parte de las PYMEs, apenas el 39% de las mismas llevan registros, mientras que el 61% restante no lo hace. Además de este hecho, cabe indicar que del 39% que los lleva, el 87% lo hace por cuenta propia y el 13% lo hace por cuanto es un requerimiento legal para la realización de sus actividades normales. Este hecho indica que no existe una política contable suficientemente específica para este tipo de empresas.

Es por esto que la creación de una empresa de Asesoría Contable, Tributaria y Financiera para las PYMEs tiene como objetivo llegar a este nicho de mercado que no ha sido explotado conformado especialmente por las pequeñas y medianas empresas de Naranjito (PYMEs).

Las partes Contable, Financiera y tributaria de todo ente económico constituye la piedra angular del éxito, ya que nos permite cuantificar, medir y mejorar los resultados económicos expresados en términos monetarios, debido a la falta de un registro contable y tributario en las pymes surge el proyecto de crear una empresa asesora Contable, Financiera y Tributaria ya que este es un mercado insatisfecho a pesar de que juegan un rol importante dentro de la economía ecuatoriana.

Es aquí cuando nace la oportunidad de ingresar a este mercado en expansión, Esto se podrá hacer aplicando los conceptos y herramientas contables, financieras y fiscales para que así las empresas contratantes de la asesoría tengan la posibilidad de realizar un análisis profundo de su situación económica actual y futura.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1. PROBLEMATIZACIÓN.-**

El crecimiento de la PYMES en el cantón Naranjito, es motivo fundamental para la implementación de una empresa de asesoría contable empresarial que ayude a la competitividad de estas en dicho cantón.

Las partes Contable, Financiera y tributaria de todo ente económico constituye la piedra angular del éxito, ya que nos permite cuantificar, medir y mejorar los resultados económicos expresados en términos monetarios, debido a la falta de un registro contable y tributario en las pymes surge el proyecto de crear una empresa asesora Contable, Financiera y Tributaria ya que este es un mercado insatisfecho a pesar de que juegan un rol importante dentro de la economía ecuatoriana.

Lo anterior es uno de los aspectos más importantes para las empresas en los actuales momentos y así de esta manera contribuimos a una cultura tributaria y una economía competitiva en el mercado.

Tener una asesoría de como llevar sus registros contables, tributarios y financieros contribuirá a brindar un mejor servicio y a incrementar sus ingresos, aprovechando de manera más óptima las oportunidades de negocios, estar en posibilidades de competir exitosamente en el mercado, y en general a contribuir a la supervivencia y desarrollo de la empresa.

Las PYMES por lo general no cuentan con un departamento financiero (a excepción de las grandes empresas que cuentan con auditores, abogados etc.) debido a que

muchos empresarios tienen la idea equivocada, de que las compañías por ellos dirigidas son islas excluidas del entorno que los rodea. Piensan que porque entre comillas no obtienen pérdidas su negocio marcha muy bien, creen innecesaria la contabilidad porque piensan conocerla sin ni siquiera haberla estudiado, o quizás los costos de contratar a alguien son muy elevados.

### **Pronóstico.**

De continuar ejerciendo las microempresas bajo el mismo ritmo de trabajo están destinadas a mantener una limitada participación en este mercado, corriendo el riesgo también de llegar a la quiebra de sus negocios, generando de esta forma mucho desempleo en este cantón.

### **Control de pronóstico.**

Para evitar del pronóstico establecido, es necesario que se fortalezcan las actividades de estas microempresas, a través de adecuados controles contables tributarios y financieros, mediante la aplicación de asesorías y consultorías para lograr el desarrollo y crecimiento de sus negocios, impulsándolos a una continua evolución e innovación que les auguren un posicionamiento respetable y permanente en este mercado.

#### **1.1.2. Delimitación del problema**

##### **Espacio**

**País:** Ecuador

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Naranjito

**Sector:** Comercial

**Área temática:** Microempresa.

#### **1.1.3. Formulación del problema**

¿De qué manera el sector de las pymes del cantón Naranjito está perdiendo participación en el mercado por la falta de registros contables y tributarios en sus actividades comerciales?

#### **1.1.4. Sistematización del problema**

¿De qué manera la falta de control contable, tributario y financiero, afecta la economía de las Pymes?

¿Qué consecuencia ha traído la falta de conocimientos contables, tributarios y financieros por parte de los microempresarios en las Pymes del Cantón Naranjito?

¿La falta de controles contables, tributarios del cantón Naranjito influyen en la débil participación que tienen en el mercado?

¿Qué sucede si las Pymes no cumplen con las normas tributarias vigentes en nuestro país?

#### **1.1.5. Determinación del tema**

Factibilidad de la implementación de una empresa de asesoría contable tributaria y financiera para las pymes del cantón naranjito.

### **1.2 OBJETIVOS**

#### **Objetivo General**

Concienciar a los microempresarios de las Pymes del Cantón Naranjito, mediante la aplicación de conceptos y herramientas contables, financieras y fiscales para mejorar su situación económica actual y futura

#### **Objetivos Específicos**

- ✚ Clasificar a las empresas que tienen o no un servicio de asesoría contable, financiera y fiscal.
- ✚ Determinar si las PYMEs han utilizado los servicios de una empresa asesora contable, financiera y fiscal.
- ✚ Determinar si las PYMEs han tenido problemas por falta de un departamento de un departamento de asesoría contable, financiera y fiscal.

- ✚ Determinar si las PYMEs estarían dispuestas a que una empresa asesora contable, financiera y fiscal se encargue de llevarle la contabilidad, pago de los respectivos impuestos y mejorar su situación financiera.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN.**

Naranjito es un sector ampliamente comercial, por ello, el impulso para el cambio, innovación y progreso en nuestra economía procederá de las pequeñas y medianas empresas. El estudio investigativo está orientado al sector microempresarial del cantón de Naranjito, debido a la frágil participación de estos microempresarios, establecidos en este casco comercial, los cuales no presentan un mayor desarrollo en el ejercicio de sus actividades pues la falta de conocimientos en procesos contable, tributario y financiero que afecta en la operatividad de sus negocios, lo cual le está causando deficiencias en su economía, por lo tanto está en riesgo su permanencia en este mercado competitivo.

La finalidad de la presente investigación es implementar una empresa de asesoría contable y tributaria que ayude a los micro empresarios de las Pymes a llevar su negocio de una manera adecuada y sobre todo darles las facilidades al desarrollo y expansión su empresa en el mercado.

La información establecida sobre este estudio se la extraerá de libros, informaciones bibliográficas, linkográfica y encuestas que permita fundamentar el tema planteado, a través de estas fuentes teóricas se enriquecerá el marco teórico de la investigación.

La investigación tiene la finalidad de dar solución eficaz y oportuna a los problemas que afectan a los microempresarios de este cantón, optimizando satisfactoriamente las deficiencias contables, tributarias y financieras que se puedan presentan, con el objetivo primordial de generarles beneficios tanto personales como financieros y económicos que les permita crecer a nivel organizacional.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEORICO**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos.**

Luego de varios años de investigación sobre la pymes, se ha concluido que un gran porcentaje de ellas son negocios familiares y normalmente unipersonales. De alguna manera, todos deseamos tener nuestro propio negocio y que el fruto de nuestro trabajo sea para nuestra familia. La mayoría de personas desea poner su empresa por una o varias de las siguientes razones:

- Para no tener que rendir cuentas a nadie.
- Para tomar decisiones libremente.
- Por un deseo de realización personal.
- Por un deseo de independencia.
- Para satisfacer al mercado con un producto o servicio especial.
- Para tener ingresos económicos mayores que los actuales.
- Para disponer libremente del tiempo.

Es así como hoy en día podemos decir que las pymes es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende más del 50% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos somos grandes emprendedores. Decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en empresarios de microempresas.

Pero, una gran mayoría de estos emprendedores se lanzan al vacío sin paracaídas, es decir, sin los suficientes conocimientos y análisis sobre la viabilidad de su proyecto micro empresarial y terminan en el cementerio empresarial. En éste caso

están también un buen número de profesionales universitarios, que sólo fueron educados para empleados. Como consecuencia de esta falta de preparación se estima que un 60% de microempresas recién creadas, quiebran en el transcurso del primer año de su nacimiento. Hay un permanente suicidio colectivo empresarial. Cuestiones básicas y elementales, son ignoradas. Valores y actitudes empresariales son olvidados. Los emprendedores suicidas consideran que todo es cuestión de dinero, sin percatarse que ellos son los principales actores en la empresa.

Consideramos que al igual que toda edificación, la empresa necesita de una infraestructura y base necesaria para su sustento. Es indispensable tener una partida de nacimiento (estatuto de constitución) donde expresemos nuestros objetivos, nuestros recursos materiales, financieros y humanos que incorporamos a la microempresa, nuestra organización y conformación.

Al no existir una ley sobre la creación y funcionamiento de la microempresa, nuestro proyecto tiene como propósito la formalización de la microempresa, mediante el cumplimiento de ciertos requisitos básicos para el funcionamiento, que le evite multas y sanciones. La propuesta es que toda actividad económica puede desarrollar su actividad como Empresa Civil, para lo cual necesitamos llenar el estatuto de constitución y reconocerlo ante un juez de lo civil.

Esta forma de crear la microempresa facilitará y consolidará a los próximos empresarios de la microempresa, para iniciar un camino seguro en su primera etapa, y tener la suficiente experiencia para cuando se convierta en un empresario de una mediana o gran empresa. La creación de la microempresa es por lo tanto sólo un medio y no un fin.

### **2.1.2 Antecedentes referenciales**

Para poder aplicar nuestra investigación recurrimos a tomar como referencia a la empresa **Intelligent Management Group**, una empresa que ofrece los servicios de asesoría contable.



**IMGroup** es una empresa consultora, que brinda servicios de asesoría a empresas y cualquier persona que busca mejorar la gestión de su negocio y resolver los problemas que se puedan presentar en ellos.

Es una empresa que ofrece servicios de out sourcing financieros, administrativos y de marketing. IMGroup entrega soluciones para que los clientes puedan enfocarse y concentrar sus esfuerzos en crecer y ser más competitivos.

Somos especialista en ASESORIA. Financiera, contable, tributaria, laboral, fiscal y jurídica.

#### **Nuestro servicio:**

1.- Gestión Laboral Nóminas y seguros sociales. Convenios y normas laborales. Inscripción de Empresas en la Seguridad Social, Contratos de trabajo, prórrogas y preavisos, Contratos y retribuciones a directivos, Inspecciones laborales. Actos de Conciliación.

2.- Gestión Financiera Valoración de empresas, Análisis financiero de activos, Elaboración de proyectos, Análisis y calificación de riesgos, Levantamiento de inventarios, Transparencia y eficiencia en sus cuentas

3.- Gestión Contable y Financiera Elaboración de contabilidades, pequeñas y medianas empresas Confección y gestión de balances, Declaración de Impuestos, IVA, ICE, RENTA personas naturales y jurídicas Elaboración presupuestos, Asesoramiento Interpretación de balances y cuentas de resultados. Legalización de libros para su presentación en el Registro Mercantil. Preparación y control de contabilidad ejecución presupuestaria. Análisis de la rentabilidad de la empresa a través de ratios. Preparación de informes financieros para juntas directivas y demás asistencias en la parte contable, tributaria y financiera que su empresa requiera.

#### **2.1.3 Fundamentación**

##### **Fundamentación Científica de la Investigación**

###### **La microempresa**

La microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aproximadamente. Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin

empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

**Características de la microempresa:**

- La microempresa es una unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales, que se dedican a la producción, servicios y/o comercio.
- Puede formarse con un número ilimitado de socios.
- Genera autoempleo o tiene hasta diez trabajadores.
- Su capital de operación va desde \$200.00 hasta \$20,000.00 dólares, libre de inmuebles y vehículos.
- Se encuentra registrada en la Cámara de Microempresas de su jurisdicción.

**Ventajas De La Microempresa:** <sup>1</sup>

- ✚ Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- ✚ Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- ✚ Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.

**Desventajas de la microempresa:**

- ✚ Utilizan tecnología ya superada
- ✚ Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- ✚ Dificultad de acceso a crédito.
- ✚ La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.

**La pequeña empresa**

Son parte importante de la economía Mundial. Encontramos en ellas los siguientes tipos:

**Empresas de estilo de vida:**

---

<sup>1</sup> <http://www.conocimientosweb.net/ziplarticle437.html>  
<http://www.clubensayos.com/imprimir/Clasificación-De-Empresas-ELSalvador/5245.ttml>.

Estas tienen como propósito ofrecerle a su propietario un modo de vida confortable. Ej. Una pizzería de un barrio, el florista que vende en una esquina, etc.

### **Empresas de alto crecimiento:**

Buscan superar su condición de empresa pequeña lo antes posible. Son manejadas por un equipo de personas. Otro de sus propósitos es alcanzar grandes utilidades de inversión.

### **Ventajas de la pequeña empresa.**

✚ Motiva a los empleados de corporaciones a formar empresas propias, debido a los bajos salarios y sueldos por la agravación que sufre la economía.

**Generación de empleos:** Se le atribuye a las pequeñas empresas el mayor porcentaje de generación de empleos de un país. Es por esto que son consideradas como una importante red de seguridad de la sociedad.

**Fomento de la innovación:** Ej. La navaja de afeitar de seguridad, el reloj de cuerda automática, el helicóptero, el acero inoxidable, la fotocopiadora, etc.

**Satisfacción de las necesidades de las grandes compañías:** ya que surgen como distribuidoras de las empresas de mayor tamaño, agentes de servicios y proveedores.

**Ofrecimiento de bienes y servicios especializados:** Pues las pequeñas empresas resuelven las necesidades especiales de los consumidores. Ej. Arreglar un reloj, comprar un disfraz, etc.

Constituye una importante herramienta de la economía de servicios, la cual ha ido a través de los años desplazando la economía de escala de las grandes empresas.

**Consta de una técnica de manufactura asistida por computadora:** La cual le permite ser tan eficientes como las grandes empresas.

Poseen organización y estructura simples, lo que le facilita el despacho de mercancía rápido y ofrecer servicios a la medida del cliente.

### **Desventajas de la pequeña empresa.**

- ✚ Pagan compensaciones en efectivo y prestaciones laborales relativamente bajas.
- ✚ El 25% de estos empleos generados son de medio tiempo.
- ✚ Sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo, por tener un bajo nivel de educación.
- ✚ Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.

### **Ejemplos de pequeñas empresas:**

- ✓ Cafeterías
- ✓ Zapatería
- ✓ Tiendas de ropa
- ✓ Casinos.

### **LA MEDIANA EMPRESA.**

#### **Características:**

**Cuantitativa:** Calidad del personal o facturación

**Cualitativa:** Indica que una empresa es mediana si cumple con dos o más de las siguientes características:

- ✓ Administración independiente (generalmente los gerentes son también propietarios).
- ✓ Capital suministrado por propietarios.
- ✓ Fundamentalmente área local de operaciones.
- ✓ Tamaño relativamente pequeño dentro del sector industrial que actúa.
- ✓ Entre 50 y 500 empleados

### **Ventajas de la mediana empresa.**

- ✚ Aseguran el Mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de la mano de obra.
- ✚ Tienen un efecto socioeconómico importante ya que permite la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.
- ✚ Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado favoreciendo las conexiones laborales ya que, en general, sus orígenes son unidades familiares.
- ✚ Presentan mayor adaptabilidad tecnológica a menor costo de infraestructura.
- ✚ Obtienen economía de escala a través de la economía interempresarial, sin tener que reunir la inversión en una sola firma.

### **Desventajas de la mediana empresa.**

- ✚ Falta de financiamiento adecuado para el capital-trabajo como consecuencia de la dificultad de acceder al Mercado financiero.
- ✚ Tamaño poco atrayente para los sectores financieros ya que su capacidad de generar excedentes importantes con relación a su capital no consigue atrapar el interés de los grandes conglomerados financieros.
- ✚ Falta del nivel de calificación en la mano de obra ocupada.
- ✚ Dificultades para desarrollar planes de investigación
- ✚ Se le dificulta a la mediana empresa hacer frente a las complicadas y cambiantes formalidades administrativas y fiscales, a las trabas aduaneras, todo lo cual le insume costo de adecuación más alto que las grandes empresas y les dificulta poder mantenerse en el Mercado.

### **Ejemplo de medianas empresas:**

- ✓ Instituciones educativas
- ✓ Minas de explotación
- ✓ Líneas de transporte terrestre
- ✓ Industrias

### **La grande empresa.**

Se compone básicamente de la economía de escala, la cual consiste en ahorros acumulados por la compra de grandes cantidades de bienes. Estas corresponden a las grandes industrias metalúrgicas, automovilísticas, distribuidoras y generadoras de energía, compañías de aviación.

En su mayoría son inyectadas por el Estado y generan una minoría de los empleos de un país. Su número de empleados oscila entre los 300 y 500.

### **Ventajas de la grande empresa.**

- ✚ Favorecen la balanza comercial con las exportaciones de los bienes generados.
- ✚ Poseen facilidad de financiamiento, por dar mayor garantía a los conglomerados financieros del pago de la deuda.
- ✚ Constan de la mayoría de profesionales de una sociedad.
- ✚ Se forman de sustanciosos montos de capital.
- ✚ Las barreras de entrada son relativamente escasas debido a la gran cantidad de mano de obra.
- ✚ Está basada en esquemas automatizados con mecanismos de control formalizados.

### **Desventajas de la grande empresa.**

- ✚ Son víctimas del descenso de la economía lo cual genera la disminución en los salarios y sueldos.
- ✚ No satisfacen las necesidades especiales de una sociedad, por ser consideradas como una actividad no rentable.
- ✚ Se ve acechada por la burocratización
- ✚ Los circuitos de información y las redes de comunicación son lentos y complejos.

✚ Desajustes entre las decisiones tomadas por los mandos medios y el empresario.

### **Ejemplo de grandes empresas:**

- ✓ Industrias Metalúrgicas
- ✓ Industrias distribuidoras de energía

### **Características de los microempresarios**

Un estereotipo común del microempresario destaca características como una gran necesidad de realizaciones, la disposición de tomar riesgos moderados, una fuerte confianza en sí mismo y una pasión por el negocio. Al analizar a los microempresarios encontraremos individuos que, en gran parte, se ajustan a esta imagen. Sin embargo, debemos hacer dos advertencias. Primero, todavía carecemos de pruebas de la importancia de estas características. Segundo, hay excepciones a toda regla, e individuos que no se ajustan al molde de todas maneras pueden ser empresarios de éxito.

### **Oportunidades de negocio**

Las oportunidades de negocio se deben crear, es por ello que generalmente, los administradores con iniciativa, son quienes buscan éstas oportunidades. Primero, observan el mercado y después, buscan situaciones dentro de las cuales puedan operar con éxito una idea de negocio.

Es necesario destacar que “sólo unos cuantos negocios tienen perspectivas de crecimiento”, ya que estas tienen una base de conocimiento de administrar un negocio. Desde el punto de vista de financiero, la empresa se puede concebir como entidades que tienen dos bases de valor separadas, pero relacionadas entre sí: los activos actuales, que proporcionan utilidades y flujos de efectivos, y las oportunidades de crecimiento que representan inversiones que incrementarán las utilidades futuras y los flujos de efectivo.

### **Recompensas y desventajas de ser microempresarios.**

Los individuos se ven atraídos hacia la actividad empresarial por diversos incentivos poderosos. Algunos se ven especialmente atraídos por una clase de incentivo, en tanto que otros se ven atraídos por alguna mezcla de posibles satisfacciones. Estas recompensas pueden agruparse en tres categorías básicas:

- ✓ La recompensa de las ganancias
- ✓ La recompensa de la independencia
- ✓ La recompensa de una forma de vida satisfactoria

#### **La recompensa de las ganancias**

Los resultados financieros de cualquier negocio deben compensar a su propietario por invertir su tiempo personal (equivalente a un salario) y ahorros personales (intereses o dividendos o equivalentes) antes de que se obtengan ganancias reales. Los empresarios esperan un rendimiento que no solo les compense por el tiempo y dinero que invierten, sino también que les premie bien, por los riesgos e iniciativa que toman al operar sus propios negocios.

#### **La recompensa de la independencia**

La libertad de operar independientemente es otra recompensa de ser empresario. Muchos de nosotros tenemos un gran deseo de tomar nuestras propias decisiones, asumir riesgos y cosechar las recompensas. Ser el propio patrón de uno mismo parece ser un ideal atractivo.

Algunos empresarios usan su independencia para lograr flexibilidad en su vida personal y hábitos de trabajo.

Es evidente que la mayoría de los empresarios no llevan su búsqueda de flexibilidad hasta estos extremos. Pero los empresarios en general aprecian la independencia inherente a una carrera empresarial. Pueden hacer las cosas en su propio estilo,



cosechar sus propias ganancias y establecer sus propios horarios y formas de trabajo.

Desde luego, la independencia no garantiza una vida fácil. La mayoría de los empresarios trabajan muy duro durante largas horas. Pero sí tienen la satisfacción de tomar sus propias decisiones dentro de las restricciones impuestas por los factores económicos y otros factores ambientales.

### **La recompensa de una forma de vida satisfactoria**

Los empresarios hablan frecuentemente de la satisfacción que experimentan en sus propios negocios; algunos incluso se refieren al trabajo que hacen como "diversión." Parte de su disfrute puede derivarse de su independencia, pero algo de ello refleja la satisfacción personal del propietario al trabajar con los productos y servicios de la compañía. Un empresario también puede disfrutar de ser el jefe, asistir al Club Rotario y servir como líder cívico en la comunidad. Muchas compañías empresariales se vuelven grandes, pero aquellas que permanecen relativamente pequeñas suelen recibir el nombre de negocios de estilo de vida.

### **Las desventajas de ser microempresario**

Aunque las recompensas de ser microempresario son atractivas, también hay costos asociados con la propiedad de un negocio. Comenzar y operar un negocio propio suele exigir un trabajo duro, largas horas y mucha energía emocional. Los microempresarios tienen la amarga experiencia de sufrir tensiones personales, así como la necesidad de invertir mucho de su propio tiempo y trabajo. Muchos de ellos describen sus carreras como emocionantes, pero muy exigentes.

La posibilidad del fracaso del negocio es una amenaza constante para los microempresarios. No hay ninguna garantía de éxito, ni siquiera de una salida decorosa para un microempresario que fracasa, los empresarios deben asumir diversos riesgos relacionados con el posible fracaso. A nadie le gusta ser un

perdedor, pero ésa es siempre una posibilidad para una persona que comienza un negocio.

En consecuencia, cuando se decide sobre una carrera empresarial uno debe sondear los aspectos positivos y negativos. Las desventajas del trabajo arduo, la tensión emocional y el riesgo requieren cierto grado de compromiso y algún sacrificio de parte de usted, si es que espera cosechar las recompensas.

### **Crecimiento de la empresa**

En los últimos años las empresas han sido las más innovadoras, esto se debe a que han sabido manejar apropiadamente los cambios económicos, sociales y han promovido la creación de nuevos empleos. El crecimiento de la microempresa no es una meta. Las microempresas han logrado con la contribución de la gente y los diversos tipos de recursos que exista un servicio diferenciado. Por lo tanto, el crecimiento no es el objetivo clave de la compañía. El crecimiento es necesario para su supervivencia.

### **El plan de la microempresa**

Cada negocio empieza con una idea y un plan de la empresa es necesario para guiar la investigación y el desarrollo de esta idea. Si usted estuviera planeando unas vacaciones con su familia en un área que nunca ha visitado, haría preguntas acerca de los lugares para quedarse, cosas para hacer, lugares para comer, clima, etc. Si el área suena atractiva, entonces usted planea cómo llegar allá. Si decide manejar, ahora es el tiempo para estudiar el mapa de carreteras y planear su viaje. Un plan del negocio es el mapa de carreteras para el éxito de su empresa. Al escribir un plan del negocio, usted considerará todas las partes de su empresa en detalle. Usted observará cuidadosamente su empresa, la industria, su competencia, sus clientes, y su habilidad para triunfar.

### **Plan de negocios**

Un plan de negocios es un documento que contiene puntos tales como propuestas de un nuevo negocio o mejoramiento de uno ya existente, pronóstico de ventas y análisis financiero, evaluación de riesgos a la nueva inversión. Se tiene por objetivo conseguir la financiación de nuevas iniciativas empresariales o suministrar a la dirección una perspectiva a futuro.

Es un instrumento de planificación estratégica orientado a los negocios. Debe ser escrito y contener, de forma amplia y detallada, la visión y misión de lo que un empresario quiere realizar.

Las proyecciones generalmente se basan en teorías no comprobadas y buenos deseos u orientación estratégica. El objetivo fundamental es el de “tomar como punto de partida la posesión actual de la microempresa, trazar el camino y conducir hacia las metas gerenciales”.<sup>2</sup>

Cuenta con estrategias que sirven como herramientas internas para la empresa, así como para su uso externo. O sea, tiene una función interna y una función externa.

Al escribir un Plan de Negocios, usted someterá a prueba su idea de negocios. Usted puede analizar un grupo de ideas de negocios y reflexionar sobre cómo las pondría en práctica. Más tarde, cuando pueda ser evaluada la factibilidad de esas ideas y cuando tenga la información necesaria disponible, entonces el Plan de Negocios puede ser usado para obtener financiamiento.

El Plan de Negocios puede servir como una herramienta de planificación para describir sus operaciones de negocios. Este responderá a las siguientes preguntas:

✓ ¿Dónde estamos ahora?

✓ ¿Hacia dónde vamos?

---

2H.A. <http://www.slideshare.net/danielitolv/plan-de-negocios-look-m-111791555>

[http://www.educación.ucv.cl/prontus\\_educación/site/artic/20070718/asocfile/ASOCFI LE120070718164602.pdf](http://www.educación.ucv.cl/prontus_educación/site/artic/20070718/asocfile/ASOCFI LE120070718164602.pdf)

✓ ¿Cómo lo alcanzaremos?

El Plan de Negocios es un mapa con señales y puntos importantes, con los cuales se puede monitorear y evaluar el progreso.

### **Administración en una microempresa**

Si una compañía es muy pequeña, es posible que su fundador sea el administrador clave y tal vez el único. Sin embargo, en la mayoría de las compañías, otras personas comparten papeles de liderazgo con el propietario o propietarios. En consecuencia, el concepto de una empresa de administración es relevante para los pequeños negocios. Por lo general, el equipo de administración, como lo vemos aquí, incluye tanto a los administradores como a otros profesionales o personas claves que ayudan a darle a una nueva empresa su rumbo general.

Los fundadores de nuevas empresas no siempre son buenos miembros de la organización. Como se describió anteriormente, son creativos, innovadores, son individuos que asumen riesgos y que tienen el valor de luchar por sí mismos. Ciertamente, con frecuencia se ven impulsados a ser empresarios por diversos hechos que les han sucedido, hechos que algunas veces significan que para ellos es difícil ajustarse a los papeles convencionales de una organización. En consecuencia, los fundadores pueden no ser capaces de apreciar el valor de las buenas prácticas de administradores profesionales.

Algunos empresarios tienen un enfoque profesional hacia la administración, y algunos administradores corporativos son empresarios en el sentido de ser innovadores y estar dispuestos a asumir riesgos. Sin embargo, el estilo menos que profesional de un fundador a menudo actúa como obstáculo en el crecimiento del negocio. Desde el punto de vista ideal, el fundador puede agregar básicos que le dieron al negocio un inicio exitoso.

### **Aspectos administrativos**

En ésta sección se debe ubicar los aspectos administrativos del proyecto, ésta etapa tiene una mayor importancia para aquellos proyectos que se presentan para obtener financiación, total o parcial.

**Recursos humanos.**

Relacionar las personas que participarán: asesores, equipo de recolección de datos, etc., especificando la calificación profesional y su función en la investigación.

**Presupuesto.**

Se debe presentar un cuadro con los costos del proyecto indicando las diferentes fuentes, si existen, y discriminando la cuantía de cada sector en la investigación.

Presentar un cronograma financiero que cubra todo el desarrollo del proyecto.

**Cronograma.**

Es un plan de trabajo o un plan de actividades, que muestra la duración del proceso investigativo. El tipo de Cronograma recomendado para presentar el plan de actividades que orienten un trabajo de investigación es el de GANTT. Las actividades aquí indicadas no son definitivas. La especificación de las actividades depende del tipo de estudio que se desea realizar.

**Ventajas**

1. Fácil de organizar y flexible
2. El propietario tiene control y responsabilidad.
3. Restricciones legales mínimas
4. Ingreso gravado como ingreso personal
5. Mínimos costos de organización

**Desventajas**

1. El propietario es personalmente responsable por las deudas y reclamos
2. El negocio termina con el propietario
3. Habilidad limitada para aumentar el capital

**Organización de una microempresa**

Aunque un empresario puede darle dirección a la empresa mediante su liderazgo personal, también debe definir las relaciones entre actividades de la empresa y entre los individuos en la nomina de la empresa. Sin alguna clase de estructura

organizacional, al final las operaciones se volverán caóticas y sufrirá el estado de ánimo del personal.

En las pequeñas compañías, la estructura organizacional tiene a evolucionar con poca planeación consciente. Ciertos empleados comienzan a realizar funciones específicas cuando la compañía es nueva, y las conservan conforme crece. Otras funciones se distribuyen entre diferentes puestos, aun cuando puedan haberse vuelto críticas como resultado del crecimiento de la compañía.

Esta evolución natural no es mala. En general, hay un fuerte elemento de realismo característico en estos arreglos organizacionales. La estructura se forja en la experiencia de trabajar y crecer, más que derivarse de un libro de texto u otra carta de organización de la empresa. No obstante, las estructuras no planeadas rara vez son perfectas, y el crecimiento suele crear una necesidad de cambio organizacional. Por lo tanto, el empresario debe examinar las relaciones estructurales de tiempo en tiempo y hacer los ajustes que se necesiten para un eficaz trabajo en equipo.<sup>3</sup>

## **Organización formal e informal**

### **Organización formal**

Organización formal significa casi siempre la estructura intencional de papeles en una empresa formalmente organizada. Sin embargo, describir una organización como “formal” no significa que hay algo inherentemente inflexible o indebidamente limitante en ella. Si el administrador organiza bien, la estructura debe proporcionar un ambiente en el que el desempeño individual, tanto actual como futuro, contribuya con la mayor eficacia a alcanzar las metas del grupo.

La organización formal debe de ser flexible. En las organizaciones más formales debe darse cabida a la discrecionalidad para aprovechar los talentos creativos y reconocer las preferencias y capacidades individuales.

---

<sup>3</sup>H.A. <http://nathan.webcindario.com/aric1.htm>.

## **Organización informal**

La organización informal se puede describir como una red de relaciones personales y sociales no establecidas ni requeridas por la organización formal pero que se producen espontáneamente a medida que las personas se asocian entre sí.

Las organizaciones informales podrían conceptuarse como redes de alianza o esferas de influencia, que existen aunque no se hayan tomado en cuenta en el organigrama formal.

Dentro de la organización existe el influjo de las presiones informales, que está integrada por pequeños grupos de amistad, proximidad, tipo de trabajo, similitud de objetivos, etc. Estas estructuras particulares suelen no coincidir con los agrupamientos que se han asignado de manera formal. La imposición de una estructura formal y de canales de comunicación formal puede alterar gravemente la productividad y la cooperación.

## **Como organizar correctamente mi empresa o negocio**

Una empresa mal estructurada es sinónimo de caos y falta de eficiencia. Evite que esto le suceda a su negocio.

La mayoría de las empresas que no son rentables experimentan problemas serios en la forma cómo organizan el trabajo diario. Esto se puede observar en negocios donde los trabajadores asumen tareas que no les competen, o bien, nadie sabe qué es lo que tiene que hacer.

Se entiende por organización el proceso de ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de un organismo, de tal manera que estos puedan alcanzar los objetivos de mejor manera. Por ello, una buena organización en la empresa es fundamental para conseguir las metas propuestas.

Estos son algunos pasos para lograrlo:

**1. Tener claro los objetivos.** El primer paso para darle una estructura a su empresa es tener bien definidas la misión, visión y <sup>4</sup>objetivos a alcanzar y comunicarlos correctamente al resto de sus miembros. Deben ser sencillas, entendibles y fáciles de memorizar. Una vez claros estos aspectos, se podrá definir qué funciones o tareas son claves para lograr los objetivos propuestos.

**2. Tener claros los recursos de la empresa.** El segundo paso consiste en examinar a sus trabajadores: ver cuántos y quiénes son, si está empezando, ver cuántos necesita y cuáles son sus capacidades y talentos. También deberá tener claras las herramientas con las que cuenta su empresa para lograr sus resultados, para así minimizar sus costos.

**3. Haga una lista con las actividades a realizar.** Una vez claros los objetivos a alcanzar y los recursos, haga una lista de las actividades o tareas de la empresa. Defina cuáles son prioritarias y cuáles dependen de otras, así como cuántas personas son necesarias para ejecutar cada actividad. Por ejemplo, si se trata de una empresa de delivery, deberá apuntar las tareas necesarias para un buen servicio, como recepción de llamados, despacho de los productos, servicio post-venta, etc. Lo importante es que no quede ninguna tarea fuera. Puede consultar a otros empresarios del rubro para ver cómo ha estructurado su negocio y tener una idea al respecto.

**4. Divida estas actividades en unidades.** Especifique en qué consisten, cuánto tiempo se necesita para ejecutarlas y cuáles son los objetivos de cada una, en concordancia con las metas finales de la empresa.

**5. Asigne cada actividad a la persona idónea.** Elija a la persona que podría ejecutar de mejor forma cada tarea, según sus habilidades, conocimientos y motivaciones. Escoger a la persona correcta es fundamental para lograr los resultados esperados, por lo que no se apresure en hacerlo. Asegúrese de que sus empleados han comprendido perfectamente lo que se les pide y están de acuerdo.

---

<sup>4</sup> <http://ingsoftware072301.obolog.com>



**6.- Elija al líder.** En las empresas, es necesario tener una persona a la cabeza de todo. Si la empresa es pequeña y tiene pocos empleados, podrán ser dirigidos por un solo jefe, pero si va aumentando el número de trabajadores, tendrá que pensarse en mandos intermedios.

**7. Mantenga al día la organización de la empresa.** Esté atento a los cambios. Con el tiempo, la actual organización de la empresa puede ser inadecuada por las condiciones internas o cambios externos. Renueve su empresa según sus necesidades.

### **Principios de la organización**

El diseño de organizaciones implica fundamentalmente establecer la interrelación que presentan los principios de organización al desarrollo del nuevo sistema. La finalidad de estos principios ha sido guiar a los demás en la organización y en la forma de crear sistemas de organización óptimos.

Las principales guías <sup>5</sup>para el establecimiento de una correcta organización son:

- La organización debe ser una expresión de los objetivos.
- La especialización individual, el desarrollo de funciones particulares debe ser requerida en lo posible.
- La coordinación de personas y actividades y la unidad en el esfuerzo, son propósitos básicos de la organización.
- La máxima autoridad debe descansar en ejecutivo, el jefe más alto con líneas claras de autoridad para cada uno dentro del grupo.
- La definición de cada puesto, sus diferencias, autoridad, responsabilidad y relaciones, deben ser establecidas por escrito y puestas en conocimiento, de todos los miembros del grupo.
- La responsabilidad del superior por lo que respecta a la actuación de sus subordinados, es absoluta.
- La autoridad debe tener una responsabilidad correspondiente.

---

sH.A. <http://www.seribd.com/doc/97034693/Log-integral-2>

- Por lo que respecta a la capacidad de control, ninguna persona debe supervisar más de cinco.
- Es esencial que las distintas unidades de organización se mantengan en proporción a su autoridad y responsabilidad.
- Toda organización exige una continuidad en su proceso y estudio y en nuevas técnicas o aplicaciones.

Otros principios o elementos que pueden ser tomados en consideración para el establecimiento de toda organización son:

- Toda organización deberá establecerse con un objetivo previamente definido y claro, incluyendo las divisiones que sean básicas al mismo.
- La responsabilidad siempre deberá ir acompañada por la autoridad correspondiente.
- La delegación de la autoridad deberá ser descendiente para su actuación.
- La división del trabajo adecuada evitará duplicidad de funciones.
- Cada empleado deberá ser responsable ante una sola persona.
- No deberán ser responsables ante una misma persona más empleados de la que ésta pueda supervisar eficazmente.
- Las críticas a los subalternos, siempre que sea posible, deberán ser en privado.
- Debe estructurarse una organización lo más sencilla posible.
- Ningún jefe puede invadir la esfera de acción que no le corresponda, ni ser crítico ni ayudante de otro a la vez.

## **Funciones**

El método más importante para dividir el trabajo y que todas las organizaciones lo utilizan es la división por funciones.

Agrupar actividades relacionadas facilita la supervisión, porque disminuye la cantidad de conocimientos que el jefe de un departamento debe de dominar al fin de supervisar eficientemente.

Cuando una empresa se inicia la estructura de la organización se basa en realidad en la respuesta a la pregunta: ¿qué funciones principales tendrá que llevar a cabo la

empresa industrial? Estas serían por lo menos elaborar el producto, venderlo, e investigar los resultados.

En las empresas de servicios es más rápido y la división sería: servicios al consumidor, ventas de servicios, y nuevamente controlar los resultados.

### **Selección de un lugar<sup>6</sup>**

La escogencia del lugar es importante para el éxito de su negocio y debe ser determinado temprano en el proceso de planeación. Los requerimientos del lugar variarán dependiendo del tipo de mercancías y bienes ofrecidos por el negocio. Usted debe considerar el negocio teniendo en cuenta clientes, proveedores, empleados y regulaciones del gobierno. Usted debe hacer un esquema de las necesidades del negocio y seleccionar un lugar que mejor cumpla esos requerimientos. Adicionalmente, usted debe evaluar las opciones de comprar o rentar el sitio del negocio.

Si renta el local usted debe determinar: ¿Cómo es calculada la renta? ¿Es la renta razonable para el área? ¿Quién es responsable de las mejoras? ¿Quién será el propietario de esas mejoras? ¿Hay opciones de expansión? ¿Hay algunas restricciones en el uso de la propiedad? ¿Cuáles son las condiciones de renovación? Un agente licenciado en inmuebles comerciales podrá responder esas preguntas y guiarlo a usted a través del proceso de renta.

### **Promocionar la empresa**

La mayoría de los propietarios de pequeñas empresas ven la promoción y publicidad como un “lujo” que no pueden sostener. Desafortunadamente, esto usualmente resulta en promoción no efectiva y pobres resultados. Usted debe evaluar sus potenciales clientes y competencia y los productos y servicios del negocio para determinar una estrategia de promoción. Usted puede entonces desarrollar un presupuesto para determinar el método de promoción más efectivo en costo.

---

<sup>6</sup><http://cba.winthrop.edu/SBDC/Steps>

Muchas empresas pequeñas promocionan efectivamente a través de los medios locales tales como el periódico diario o semanal, guías de compras, folletos, radio y correspondencia directa. Empresas más especializadas pueden publicitar en revistas de comercio, directorios de negocios, guías de viaje, y publicaciones turísticas. Un negocio pequeño puede también ganar reconocimiento uniéndose a la cámara local de comercio y puede también donar bienes y servicios a eventos de caridad. Promocionar el negocio no tiene que ser costoso. Pero usted debe desarrollar un presupuesto y un plan para alcanzar efectivamente su mercado objetivo.

### **Objetivos de la publicidad**

Como meta principal la publicidad trata de vender mediante la información, persuasión y recordatorio de la existencia o superioridad del producto o servicio de una empresa, a los consumidores.

Para que tenga éxito debe apoyarse en la calidad del producto y en un servicio eficiente, la publicidad no puede acarrear sino un éxito transitorio a un producto inferior, debe visualizarse siempre como complemento de un buen producto y nunca como sustituto de un mal producto.

En ocasiones la publicidad puede parecer un derroche de dinero, es cara y agrega poca utilidad al producto. Pero la alternativa principal a la publicidad la constituyen las ventas personales, que frecuentemente son más costosas y consumidoras de tiempo.

### **Dirección de la empresa<sup>7</sup>**

Dirigir la empresa es una habilidad que solamente puede ser ganada a través de la experiencia. El nuevo propietario debe ofrecer dirección y control al negocio. Los administradores de microempresas son usualmente muy hábiles en su oficio y frecuentemente involucran mucho de ellos mismos en las operaciones del día a día en lugar de la administración global del negocio. Ellos se las arreglan de crisis en

---

<sup>7</sup>H.A. <http://www.ec.globedia.com/montar-microempresa-casera-parte-1>

crisis o de evento en evento sin intentar conducir las operaciones con un plan estratégico. Pero es muy importante para un propietario de un negocio pequeño ver “el gran cuadro”. Las habilidades técnicas ciertamente son importantes.

Sin embargo, muchos negocios pequeños fracasan porque las funciones de la compañía no están coordinadas con un propósito común. Para maximizar la eficiencia, usted debe constantemente monitorear y evaluar las actividades para determinar el mejor uso del dinero, materiales y mano de obra. Usted debe establecer objetivos medibles tales como el volumen específico de ventas en dólares o la limitación de tiempo para un trabajo particular. El plan del negocio debe frecuentemente revisar y actualizar la ejecución del negocio de acuerdo a las metas expresadas.

Finalmente, usted debe aprender a delegar ciertas obligaciones de manera que pueda concentrarse en las operaciones de conjunto y la dirección de la empresa.

### **Actividades de contabilidad de las pequeñas empresas**

La mayoría de los propietarios- administradores de pequeños negocios no son contadores expertos, no debe esperarse que lo sean o ni siquiera que quieran serlo. Pero cada uno de ellos debe saber suficiente sobre el proceso contable, incluida la formulación de estos financieros para reconocer que métodos de contabilidad son los mejores para su compañía.

### **Principios básicos de la contabilidad**

Los principios de contabilidad son conceptos básicos que establecen la delimitación e identificación del ente económico, las bases de cuantificación de las operaciones y la presentación de la información financiera cuantitativa por medio de los estados financieros.

Los principios de contabilidad que identifican y delimitan al ente económico y a sus aspectos financieros son:

\*Entidad.

\*Realización.

\*Período Contable.

\*Los principios de contabilidad que establecen la base para cuantificar las operaciones del ente económico y su presentación son:

\*El valor histórico original.

\*El negocio en marcha.

\*Dualidad económica.

\*El principio que se refiere a la información es el de:

\*Revelación suficiente.

\*Los principios que abarcan las clasificaciones anteriores como requisitos generales del sistema son:

\* Importancia relativa.

\* Consistencia.

### **La contabilidad en la microempresa**

Posiblemente usted, como la mayoría de los dueños de las empresas familiares o pequeñas que existen en el país, maneje los recursos con que cuenta su negocio, basándose solamente en la experiencia y el sentido común. Como conoce a fondo su negocio, sabe aproximadamente cuánto se ha vendido, cuánto deben los clientes y cuanto dinero hay en caja.

Sin embargo, para conocer en forma clara y precisa la situación financiera de su empresa y administrar mejor sus recursos, le conviene aplicar la contabilidad en el manejo de su negocio. La contabilidad **registra, clasifica y resume** las operaciones económicas que realiza la empresa, con el objeto de obtener información financiera necesaria para tomar decisiones.

Es muy importante que mantenga presente la objetividad en la toma de decisiones que afectan el funcionamiento de la empresa.

Para controlar cada uno de los movimientos económicos que realiza la empresa, existen diversos tipos de control que pueden establecerse para su operación y desarrollo. Es muy sencillo, todo es cuestión de decidirse a llevarlos a cabo.

La idea de que sólo un profesional puede realizar las tareas de control y registro de las operaciones que realiza la empresa, ha ocasionado que la contabilidad de las microempresas se descuide o de plano se deje de lado. Sin embargo, no es preciso que intervenga un profesional para poner en marcha estos controles. Puede hacerlo usted mismo, su esposa, o cualquier otra persona de confianza que conozca el tipo y las características del negocio.

El propósito de este manual consiste en proporcionarle una serie de herramientas para organizar y registrar la información contable de su empresa, información útil para la toma de decisiones.

La sencillez de la información que se presenta, aunada a su experiencia y al conocimiento que tiene de su empresa, le permitirán una lectura amena, y sin duda lo más importante, llevar a la práctica lo que se indica.

### **Requerimientos básicos de los sistemas contables**

Un sistema de contabilidad estructura el flujo de la información financiera para proporcionar cuadro completo de las actividades financieras de una empresa. Puede ser que una cuantas empresas muy pequeñas no requieran estos financieros formales. Sin embargo, la mayoría necesita por lo menos estos financieros mensuales.

Con independencia de su nivel de refinamiento, el sistema contable de un pequeño negocio debe lograr los siguientes objetivos:

- Ofrecer un cuadro completo y correcto de los resultados operativos
- Permitir una rápida comparación de los resultados actuales con los resultados operativos y las metas presupuestales de años anteriores.
- Ofrecer estados financieros para uso de la administración, banqueros y posibles acreedores.
- Facilitar el archivo inmediato de los reportes y las declaraciones de impuestos para las dependencias gubernamentales encargadas de la regulación y del cobro de impuestos.

- Revelar fraudes, robos, desperdicios y errores en los riesgos por parte de los empleados

## **Balance general**

### **¿Qué es el Balance General?**

Es un resumen claro y sencillo sobre la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. Su elaboración podrá ser mensual, semestral o anual de acuerdo con las necesidades del propio microempresario. También se lo denomina Estado de Situación Patrimonial.

El Balance General muestra a una fecha determinada todos los bienes y derechos propiedad de la empresa (**ACTIVO**), así como todas sus obligaciones ciertas y aquellas que puede llegar a tener (contingentes) (**PASIVO**) y por último el patrimonio neto de la empresa (**CAPITAL**).

El Balance General responde a las preguntas:

¿Con cuántos recursos cuenta la empresa para la realización de sus actividades.

¿Cuánto se debe de esos bienes?

¿Con cuánto participa el dueño de la empresa?

Para facilitar la claridad e interpretación del Balance General, los datos económicos se agrupan en **ACTIVOS**, **PASIVOS** y **CAPITAL** o Patrimonio Neto.

### **Activo<sup>8</sup>**

Son los objetos de valor que posee el negocio. Los bienes y derechos que posee la microempresa para operar.

### **Pasivo**

Son las obligaciones que tiene la empresa y que en un plazo debe pagar con dinero, productos o servicios.

---

<sup>8</sup>H.A. <http://fcausa.contact.unam.mx/2006/1241/docs/unidad3.pdf>.

<http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/pdf/recursos/r71174.PDF>

<http://www.scrib.com/doc/95869141/activo-y-pasivo>



## **Capital**

Son los recursos de la empresa, los cuales incluyen las aportaciones del empresario, más las ganancias o menos las pérdidas que sufre el aporte inicial. Para determinar el capital existente, es decir el patrimonio neto de la empresa, se resta al total de los recursos (ACTIVO) el total de obligaciones (PASIVO).

## **Activo (Recursos) - PASIVO (Obligaciones)**

### **Capital (Patrimonio Neto)**

El balance general muestra la posición financiera de una compañía en un momento particular en el tiempo. Esto es como tomar una fotografía de los récords de la compañía en el último día del año. Los activos son básicamente cosas de las que usted es propietario. Ellos representan reclamaciones de acreedores externos en sus activos. Participación del propietario es el valor de los activos de los que usted actualmente es propietario – el valor neto de los activos después de pagar deudas. La ecuación básica en la contabilidad de partida doble es que la suma de los activos iguala la suma de las deudas (pasivo) y capital. La columna de la izquierda (activos) debe ser igual a la columna de la derecha (pasivos y capital).

### **Activo**

Los activos se agrupan de acuerdo con su grado de disponibilidad para convertirse en dinero en efectivo (liquidez).

#### **Activo Circulante.**

Son los valores que tienen liquidez inmediata o que pueden convertirse en dinero en efectivo, mientras está funcionando el negocio.

- Dinero en caja.
- Dinero en bancos.
- Inversiones en valores de inmediata realización.
- Cuentas por cobrar (clientes).
- Inventarios (en depósito) de materia prima, producción en proceso y producto terminado.

### **Activos Fijos.**

Son bienes que se han adquirido para utilizarlos en las actividades propias del negocio y que son necesarios para transformar, vender y distribuir los productos. Estos bienes sufren pérdidas de valor por el simple paso del tiempo, su uso u obsolescencia tecnológica.

- El terreno (constituye una excepción, ya que no pierde valor con el paso del tiempo).
- Los edificios.
- Maquinaria y equipo.
- Equipo de oficina.
- Equipo de transporte.

### **Otros Activos.**

Son aquellos pagos que hace por anticipado la empresa por la prestación de un servicio o por la adquisición de un bien que no se utiliza de inmediato sino en el transcurso de un tiempo determinado y que finalmente se convierten en GASTOS afectando los resultados de la empresa. Por ejemplo:

- Alquileres pagados por anticipado.
- Patentes y marcas.
- Primas de seguro

### **Pasivo**

Los pasivos se clasifican de acuerdo con el grado de exigibilidad en que haya que cubrirlos.

#### **Pasivo Circulante.**

Son las deudas que la empresa tiene que pagar en un periodo menor de un año. La lista del pasivo circulante se suele hacer de acuerdo con la exigibilidad que tengan esas deudas.

- ✓ Proveedores.
- ✓ Créditos bancarios a corto plazo.
- ✓ Impuestos por pagar.

- ✓ Acreedores diversos.
- ✓ Documentos por pagar

### **Pasivo a Largo Plazo.**<sup>9</sup>

Son aquellas deudas que se deben pagar en un periodo mayor de un año.

- Obligaciones con bancos a largo plazo.
- Documentos por pagar.
- Otros.

### **Otros Pasivos.**

Incluye las obligaciones derivadas de cobros anticipados por la entrega de productos o la prestación de servicios.

- Anticipos de clientes.
- Alquileres cobrados por anticipado.
- Otros.

### **Estado de resultado**

El estado de ingresos mide la rentabilidad de un negocio en un período de tiempo. Este período debe ser un mes o un año. Esto es similar a tomar una película de video de la compañía sobre el año.

Los ingresos representan entradas de activos por ejecutar alguna actividad, tales como vender un producto o prestar un servicio. Los ingresos no necesariamente significan efectivo recibido. Los gastos representan costos incurridos para producir ingresos. El ingreso neto representa el exceso de ingresos sobre gastos por un

---

<sup>9</sup>H.A. <http://cba.winthrop.edu/sbdc/Steps>

<http://mexico.smetodKit.org/mexico/es>

<http://content/es/3650/La-Contabilidad-en-la-empresa>

período dado. El ingreso neto es sumado al balance de capital relacionado en el balance general.

### **¿Qué es un estado de resultados?**

Es un informe que permite determinar si la empresa experimentó utilidades o pérdidas en un periodo determinado. Cuando ese lapso comprende un año de operaciones se lo conoce como ejercicio económico.

Estará usted de acuerdo en que es tan importante saber qué se tiene, qué se debe a quién, cómo saber si su negocio rinde utilidades. En el Balance General sólo se indica en forma global la utilidad o pérdida que aumenta o disminuye el capital, en tanto que en el Estado de Resultados se analizan con detalle las operaciones que dieron origen a los ingresos y a los gastos, con el objeto de llegar al resultado que se indica en el Balance General.

El Estado de resultados muestra, siguiendo una secuencia ordenada, cómo se llegó a ese resultado:

Ingresos o Ventas Netas

- Costo de Ventas

Utilidad Bruta

- Gastos Operativos

Utilidad Operativa

- Gastos Financieros

Resultado antes de Impuestos

(Puede ser utilidad o pérdida)

#### **Ingresos**

Corresponden a las ventas que realiza la empresa y que se derivan de la actividad principal de la misma.

#### **Costo de Ventas**

Son todas las erogaciones que se relacionan directamente con la producción. Se obtienen de la siguiente manera.

### **Utilidad Bruta**

Es el resultado de restar a los ingresos o ventas, el costo de ventas.

### **Gastos Operativos**

Son todas aquellas erogaciones indispensables para la operación que no están asociadas con la producción, sino con las actividades propias de ventas y la administración del negocio.

#### **Algunos ejemplos son:**

Sueldos y/o comisiones a vendedores.

Publicidad.

Papelería (facturas, etc.)

Teléfono

Alquiler del local de ventas.

### **Utilidad Operativa**

Es el resultado de resta a la utilidad bruta los gastos de operación.

### **Gastos Financieros**

Son los intereses sobre créditos otorgados por bancos, financieras, préstamos.

### **Utilidad antes de impuestos**

Resulta de resta a la utilidad de operación los gastos financieros.

### **Recomendaciones a observar en la elaboración de estado de resultados**

- Los estados de resultados que se elaboren deben de reflejar sólo la situación de la empresa; no deben incluir información relativa a la situación particular de los socios, ni tampoco considerar información de otras empresas en la que los socios también tengan participación.
- La información que sirva de base para elaborar los estados financieros debe comprender sólo la que se haya generado en el período que se considera (mes, trimestre, semestre o año).

- Las adquisiciones de activo (materia prima, maquinaria, etc.) deben registrarse al costo de adquisición.
- Registre las operaciones en el momento en que se realicen. No posponga su registro para una fecha posterior, porque podría omitirlo y por lo tanto la información financiera que obtenga no será válida.

### **Estado de capital**

El estado de capital muestra los cambios en la cuenta de capital del propietario en un período de tiempo. Es similar al estado de ingresos en el que es como tomar una película de video de la compañía en un año. El Ingreso Neto aumenta el capital del propietario. Los retiros de efectivo por el propietario disminuyen el balance. El balance final del capital es relacionado en el balance general.

### **Estado de flujos de caja**

El estado de flujos de caja muestra los movimientos actuales de efectivo durante el año. Es usado para ilustrar las entradas y salidas de efectivo en la compañía. Este estado es muy importante para las instituciones prestamistas. Este estado mostrará si la compañía tiene el efectivo disponible y puede pagar sin fallar el dinero prestado.

### **Resumen<sup>10</sup>**

Lo que vimos anteriormente nos permite:

- Conocer la situación financiera de una empresa.
- Determinar si la operación de la misma está reportando utilidades o pérdidas.
- Tomar decisiones que permitan mejorar la rentabilidad de la empresa, ampliar sus operaciones o contribuir a su consolidación o desarrollo.

### **Principales pasos para iniciar una microempresa**

1. Autoevalúese para conocer sus potencialidades y debilidades

---

<sup>10</sup> <http://www.members.tripod.com/aromaticas/Contabilidad.htm>

2. Piense en 10 actividades económicas y escoja una de ellas sobre la base de que la conoce, le gusta hacer y hay demanda
3. Realice una investigación de mercado, para asegurarse de que existe necesidad de su producto o servicio
4. Asista a centros especializados que le puedan dar un apoyo y capacitación en áreas técnicas o de gestión empresarial
5. Escoja adecuadamente el nombre de su empresa
6. Separe los bienes personales de los empresariales.
7. Establezca previamente el costo de sus productos o servicios, para establecer un precio real.
8. Elabore políticas de crédito para sus clientes.
9. Efectúe una campaña publicitaria.
10. Abra las puertas de su negocio entre bombos y platillos.

### **La competencia y el mercado, la oferta y la demanda**

Se ofrecerán mercancías mientras haya necesidad de ellas, y esto no será establecido más que por quien llamamos benefactor, esto es, la sociedad entera, que es una realidad mucho más abarcadora que el indefinido (hasta hoy) concepto de “mercado”. El benefactor deberá exigir a los demás y a sí mismo (ahora podrá hacerlo) que se satisfagan sus necesidades, sus gustos y sus caprichos, en ese orden: y el benefactor somos todos. Tendrá las herramientas apropiadas para ello, la información, la educación y, sobre todo, un real poder de compra, el suficiente poder adquisitivo.

Como él es el objeto de la nueva economía, haciéndose así justicia con su<sup>11</sup> real valer, y además por tener ahora un poder de compra necesario y suficiente, su exigencia se transforma en orden, no en falsas leyes. El productor de un bien cualquiera, como benefactor que también es, asumirá ahora una responsabilidad nueva, que antes no tenía, no sólo sobre la calidad de ese bien que produce sino también sobre su precio o costo social de producción, ya que él mismo disfrutará de este derecho como benefactor de otras mercancías.

---

<sup>11</sup>H.A. <http://www.monografias.com>

Repetimos que una necesidad es aquello que a alguien le falta y que, conjuntamente, otros tienen. Es obvio que no puede haber necesidad –en su acepción económica normal– de algo que aún no existe. Por lo tanto ya hay una “oferta” de la mercancía que suple esa necesidad y una “demanda” suficiente como para hacerla “rentable”. Si así no fuera, habría entonces un “mercado apetecible” a disposición. La producción de alimentos, de medicamentos, de viviendas, su abundancia, su súper producción, es la tarea prioritaria, hasta que se alcance a todos, sin excepción, tratando siempre de evitar los perjuicios que pueda generar su posible explotación irracional o exagerada. Para esta economía, no obstante, es mejor pecar de súper producción que de escasez: la abundancia, en todo sentido, es una de sus metas. Así ha de suceder con toda actividad humana.

La necesidad de algo que aún no existe es para esta economía y su sociedad un reto, un desafío a vencer.

La “competencia” entre productores cabrá cuando ya no existan necesidades que saciar, sino solamente gustos y caprichos. Esa posibilidad se alcanza más pronto de lo que se piensa, más rápido de lo que se cree y más fácilmente de lo que se sueña. Pero el primer logro y el principal es que el benefactor no es más el rehén de esa competencia.

El desempleo no puede existir, por lo que no habrá “competencia” entre desempleados, terminándose así con otra manera de usurpación del poder adquisitivo, que no fue nunca otra cosa que la apropiación de beneficios sin devolución ni generación de riqueza.

Para el ciclo económico el concepto de mercado es muy diferente que para la llamada “economía de mercado”. No posee el sentido religioso de un ente supra social. Y es muy fácil explicar por qué: el ciclo demuestra que no existe la “ley” de la oferta y la demanda, base teológica de la “existencia” de ese ser todopoderoso.

Para el ciclo económico el mercado (en sentido general) es un sinónimo de comercio o de comercialización. Entonces, el “mercado” queda definido a priori como la porción de la sociedad, integrante de un Estado nacional, que en un momento cualquiera está intercambiando mercancías y servicios. El mercado no posee



características propias distintas a la de la sociedad que lo conforma; sólo es (o podría ser) una parte de ella. Esa fracción de la sociedad no tiene límites definidos, porque ella misma y sus integrantes varían continuamente. El mercado sólo puede ser tomado en un sentido general, puesto que esa condición de intercambio que lo define, siempre se está realizando.

Para esta economía lo que se llama “demanda” no es más que las necesidades, gustos o caprichos que tiene el benefactor y que aún no se han satisfecho. En tanto que la “oferta” son los diferentes bienes que el productor ha puesto en venta. Generalmente están directamente relacionados con las necesidades actuales del benefactor. La significación de ambas palabras, demanda y oferta, sólo tiene sentido si el benefactor tiene un poder adquisitivo tal que haga que estas realmente existan.

Mientras haya actividad económica habrá “oferta”, habrá “demanda”, y habrá “mercado”. Pero estos no serán libres mientras el hombre no sea libre, mientras no se libere de la necesidad, mientras no sea digno... Mientras no sea hombre.

En definitiva, la aplicación de este sistema asegura la existencia de un mercado libre, pero en un nivel de desarrollo mayor, mucho más alto del que dicen haber alcanzado los neoliberales. Porque no solo permite la libertad del oferente sino la verdadera libertad del demandante al darle a este la única herramienta que le permite alcanzarla: la seguridad absoluta de que ya no tendrá necesidades pues contará con un nivel adecuado de ingresos, avalado por un poder adquisitivo certificado.

### **2.1.3 MARCO LEGAL**

Consideramos que todo negocio por más pequeño que sea, necesita de una infraestructura y base necesaria para su sustento. Es por ello que resulta indispensable el establecer su respectivo estatuto de constitución donde podamos formular nuestros objetivos, recursos materiales, financieros y humanos que se utilizan en la creación y organización de una empresa.

En el siguiente apartado se tratan los distintos requisitos legales necesarios e indispensables para la correcta formalización y posterior funcionamiento de la

empresa, que en este caso corresponde a la Implementación de una empresa de asesoría contable, tributaria y financiera.

## **TRAMITES DE CONSTITUCIÓN**

### **SECCION VI**

#### **DE LA COMPAÑIA ANONIMA**

##### **2. DE LA CAPACIDAD**

**Art. 145.-** Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

##### **3. DE LA FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

**Art. 146.-** La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

**Art. 147.-** Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuota parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrían constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañía, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

**Art. 149.-** Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en

el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

**Art. 151.-** Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución **Art. 148.-** La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

**Art. 152.-** El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

**Art. 153.-** Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- La denominación, objeto y capital social;
- Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- El domicilio de la compañía.

## TRÁMITES LEGALES

### RUC

Permite que le negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos.

### COMPAÑÍAS ANÓNIMAS

#### Inscripción:

- Copia de cédula vigente legible y certificado de votación (último proceso electoral) del Representante Legal.
- Original y copia del nombramiento del Rep. Legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Poder general o especial (fecha actualizada, nombres completos y # de CI del autorizado), la carta tendrá vigencia 30 días calendario.
- Formularios 01-A Y 01-B (Resolución 279-2010).
- Original y copia de la planilla de cualquier servicio básico (último trimestre) a nombre de la Compañía o del Representante Legal o el contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato a nombre de la Compañía.
- Original del Registro de Sociedades (datos generales y accionistas).
- Original y copia de la escritura de la de Constitución con su respectiva resolución e inscripción en el Registro Mercantil.
- Original y copia de cédula vigente legible de quien realiza el trámite.
- Original del certificado de votación (último proceso electoral) del autorizado.

**Primer caso:** Cuando no hay ningún cambio y el RUC está actualizado desde el 2004 en adelante. Actualizaciones antes de este año, deben aplicarse los requisitos de inscripción.

- Formularios 01-A Y 01-B (Resolución 279-2010).
- Copia de cédula vigente legible y certificado de votación (último proceso electoral) del Representante Legal.
- Original y copia del nombramiento vigente, inscrito en el Registro Mercantil.

- Carta de autorización con reconocimiento de firma (fecha actualizada, nombres completos y # de CI del autorizado), la carta tendrá vigencia 30 días calendario.
- RUC actualizado del contador (2004 en adelante).
- Original y copia de cédula vigente y legible de quien realiza el trámite.
- Original del certificado de votación (último proceso electoral) del autorizado.

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS.-** La empresa tiene las siguientes obligaciones

Tributarias:

- Anexo de compras de retenciones en la Fuente por Otros Conceptos
- Anexo Relación de Dependencia
- Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades
- Declaración de Retenciones en la Fuente
- Declaración Mensual de IVA

### **Permiso y Patente Municipal**

La solicitud de la presente es un trámite que debe realizarse en el departamento de las patentes municipales antes de instalar un local, previa revisión del plano regulador de la municipalidad respectiva, y cuya obtención permite llevar a cabo la actividad comercial dentro de los límites de una comunidad.

### **Requisitos:**

- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

El valor por doce meses de la presente será de un monto equivalente entre el dos y medio por mil y el cinco por mil del capital propio de cada contribuyente dependiendo de la municipalidad y el rubro, la que no podrá ser inferior a una ni superior a cuatro mil unidades tributarias mensuales.

### **Permiso de Dirección de Higiene Municipal**

Este permiso será otorgado luego de que todos los empleados sin excepción alguna se sometan a exámenes médicos para comprobar su estado de salud.

**Requisitos:**

- Especie de habilitación y funcionamiento.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

Su valor es de \$5,00 y tiene validez de un año el documento deber ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuere requerido por las respectivas autoridades.

**Afiliación a la Cámara de Comercio**

Emitido por la Cámara de Comercio donde se va a realizar las actividades comerciales es decir en la ciudad de Milagro.

**Requisitos:**

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula y certificado de votación del representante legal.
- Planilla de luz.
- Pago de suscripción en relación al Capital social.
- Pago trimestral de las cuotas de aportación o contribución.

**Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública**

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud previamente cumplido los incisos anteriores.

**Requisitos:**

- Permiso de dirección de higiene municipal.
- Registro único de contribuyentes.
- Copia de la cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- Documento de afiliación a la cámara de comercio.

## **Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

Este permiso es emitido por el cuerpo de bomberos de la localidad, previa inspección de los encargados del respectivo establecimiento.

### **Requisitos:**

1. Solicite inspecciones de establecimiento comercial( valor especie valorada \$ 1.50) sea por:
  - Primera vez
  - Renovación
  - Cambio de propietario
  - Cambio razón social
  - Traslado de establecimiento
2. Copia certificado de funcionamiento año anterior
3. Original/ copia cedula de propietario o Rep. Legal
4. Copia de RUC
5. Original y copia de Carnet de Junta Nacional de Defensa de Artesanos. (si es afiliado).
6. Realizada la inspección, cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar lo siguientes requisitos:
  - Presentar informe de la inspección.
  - Original y copia de factura de compra o recarga de extintor(es) y otros.

El permiso debe ser exhibido en un lugar visible al igual que los extintores de incendio u presentado cuando fuere requerido por las respectivas autoridades.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL.**

**Administración.-** Es donde se lleva a cabo un control de la empresa u organización por medio de procesos específicos.

**Asesoría.-** Es el lugar que por medio de un asesor nos transmite sus conocimientos para la buena administración de una empresa, la cual este asesor solo da consejos, ideas pero nunca órdenes, además son independientes a la empresa.

**Comerciantes formales.**-Son comerciantes que se rigen en el ámbito comercial bajo las normas específicas y este tipo de comercio se ampara en las leyes vigentes del país.

**Comerciantes informales.**-El comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y leyes del país.

**Competencia.**-Es la capacidad efectiva para llevar a cabo una actividad laboral plenamente identificada, la competencia no es una probabilidad de éxito en la ejecución de un trabajo.

**Control Administrativo.**-Es controlar la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño de los subordinados para asegurar que los objetivos de la empresa sean alcanzados.

**Control.**-El control es muy utilizado en una organización para verificar la situación real de la empresa ya que no existe un mecanismo que informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

**Coordinación.**-Integración de las actividades de partes independientes de una organización con el objetivo de alcanzar las metas seleccionadas.

**Cuota de ventas.**-Es la meta de ventas para un línea de productos, una división de una empresa o un vendedor. Es un instrumento administrativo para estimular el esfuerzo de ventas.

**Demanda de la empresa.**-Es la participación de la empresa en la demanda del mercado y que dependerá de la forma como sean percibidos sus productos, servicios, precios, comunicaciones y distribución, en comparación con la oferta de la competencia.

**Demanda total del mercado.**-La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

**Demanda.**-Consiste en desear productos específicos que están respaldados por la capacidad y la voluntad de adquirirlos.



**Deseo.**-Consiste en anhelar los satisfactores específicos para satisfacer necesidades profundas. Los deseos humanos son muchos y continuamente están siendo modelados y remodelados por las fuerzas sociales e instituciones.

**Dirección.**-Función que consiste en dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea.

**Eficaz.**-Es la persona o subordinado que logra hacer que ese objetivo llegue a cumplirse por medio de su capacidad para llegar a su propósito.

**Eficiente.**-Persona que se desempeña en su lugar de trabajo con los conocimientos necesarios para el cumplimiento de su labor.

**Equipo de administración.**-Gerentes y otro personal clave que le da a una empresa su dirección general.

**Estrategia.**-La estrategia son decisiones que determina el propósito de la empresa u organización, asignando recursos y programas de acción para lograr una ventaja surgida en el medio externo de la empresa, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización.

**Exigencia.**-Son deseos respaldados por el poder adquisitivo.

**Intercambio.**-Es el acto de obtener de alguien un producto que se desea ofreciendo algo a cambio. El intercambio se describe como un proceso de generación de valor, es decir, cuando ambas partes quedan en mejor situación de la que se encontraban antes de llevarlo a cabo.

**Marketing.**-Es un proceso interno de una empresa donde realiza actividades mercantiles con el propósito de satisfacer la demanda de un bien o servicio de los consumidores potenciales en un tiempo determinado.

**Mercadeo.**-Es una serie de actividades que realizan personas, empresas u organizaciones para realizar el intercambio de mercancías en mercados específicos.

**Mercado disponible calificado.**-Es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta de mercado en particular.

**Mercado disponible.**-Es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos y acceso a una oferta de mercado específica.

**Mercado en el que se penetra.**-Es el conjunto de consumidores que ya ha comprado el producto.

**Mercado meta.**-Es la parte del mercado disponible calificado que la empresa decidió servir. Recuerde que la empresa debe escoger las necesidades del cliente que ha de satisfacer y las que no. Toda organización tiene un conjunto finito de recursos y capacidades y, por lo tanto, solo puede atender a cierto grupo de clientes y satisfacer una serie limitada de necesidades. Una decisión fundamental es seleccionar el mercado meta.

**Mercado potencial.**-Es el conjunto de clientes que manifiesta un grado suficiente de interés en una determinada oferta del mercado.

**Mercado total.**-Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.

**Necesidad.**-La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos satisfactores básicos. Ejemplo: vestido, seguridad, sentido de pertenencia. Las necesidades humanas básicas son pocas.

**Negocios de estilo de vida.**-Negocio que se acomoda bien con el estilo de vida del propietario, y lo satisface porque refleja los intereses del propietario

**Organización.**-Proceso para comprometer a dos o más personas que trabajan juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

**Planificación.**-Procedimiento para establecer objetivos y un curso de acción adecuado para lograrlos.

**Potencial de ventas de la empresa**<sup>12</sup>.-Es el límite aproximado de la demanda de la empresa conforme ésta aumenta sus esfuerzos de mercadeo en relación con sus competidores. Este potencial es menor que el mercado potencial no importa que los gastos de mercadeo de la empresa aumenten de manera considerable en relación con la competencia.

---

<sup>12</sup><http://www.dmccolombia.com/web/index.php.200803069/Nuestros-Servicios/Diccionario/Page-9.html>

**Presupuesto de ventas.**-Es un cálculo prudente del volumen de ventas esperado y que se utiliza principalmente para tomar decisiones de compras, producción y flujos de efectivo. Los presupuestos de ventas son generalmente un poco más bajos que el pronóstico de ventas de la empresa.

**Producto.**-Es todo aquello que puede ofrecerse para satisfacer una necesidad o un deseo.

**Pronóstico de ventas de la empresa.**-Es el nivel esperado de ventas de la empresa con base en su plan de mercadeo y en el entorno de mercadeo esperado.

**Pronóstico del mercado.**-Es la demanda de mercado que corresponde a un determinado nivel de gasto en mercadeo en la industria.

**Tamaño del mercado.**-Es el número de compradores que pudieran existir para una oferta de mercado en particular.

**Transferencia.**- Cuando entregamos un obsequio o una contribución de beneficencia y no esperamos recibir nada tangible a cambio.

**Valor percibido.**-Es la estimación que hace el consumidor de la capacidad total del producto para satisfacer sus necesidades.

**Pymes.**- es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos.

## **2.3. HIPÓTESIS Y VARIABLES.**

### **2.3.1 Hipótesis general**

El bajo nivel de conocimientos contables, tributarios y administrativos, genera un escaso aprovechamiento de oportunidad de negocio de las actividades comerciales, del sector microempresarial del Cantón Naranjito.

### **2.3.2 Hipótesis Particulares**

- ✓ Las deficiencias de conocimientos contables y tributarios de las Pymes de Naranjito, genera una menor participación en el mercado.
- ✓ La falta de controles tributarios ocasionan sanciones del Servicio de Rentas Internas provocando hasta la clausura de la empresa.
- ✓ El desconocimiento de las herramientas contables y tributarias orientan a la evasión de impuestos delito penado por el estado.
- ✓ El desconocimiento de los ingresos de sus negocios ocasionan a que la empresa se limite e impida su expansión

### **2.3.3 Declaración de Variables**

#### **Variables Independientes**

- ❖ Falta de control.
- ❖ Falta de conocimientos
- ❖ Asesoramientos técnicos

#### **Variables Dependientes**

- ❖ Participación en el mercado
- ❖ Limite de expansión
- ❖ Optimizar Conocimientos

### 2.3.4 Operacionalización de las Variables.

**Cuadro 1.** Operacionalización de las Variables

VARIABLES	DEFINICION	INDICADORES
<b>INDEPENDIENTES</b>		
Falta de control.	La competencia es vista como una oportunidad o una capacidad para poner en escena una situación problemática y resolverla, para explicar su solución y para controlar y posicionarse de esta.	Sistema en funcionamiento
Falta de conocimientos	Desconocimiento de las herramientas de contabilidad y tributación , para mejorar los ingresos de la empresa	Encuestas a los microempresarios
Asesoramiento	Es recibir consejos y conocimientos de profesionales que ofrecen servicios de asesoramiento y gestión en diversos temas en los que son especialistas.	Asesoría contable y tributaria
<b>DEPENDIENTES</b>		
Participación en el mercado	Es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad en la Administración de una empresa.	Clientes- Proveedores
Limite de expansión	Limites que se estableces a una empresa, impidiendo que la misma pueda darse una oportunidad de negocio en otras plazas.	Sector Empresarial
Optimizar Conocimientos	Mejorar el funcionamiento profesional a través de una gestión perfeccionada de los recursos. La optimización puede realizarse en distintos niveles, aunque lo recomendable es concretarla hacia el final de un proceso.	Estado de resultados

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL**

Representa el método, técnica o camino que utilizaremos, los cuales son variados, teniendo una clara definición del problema o tema de estudio, es una guía para los encargados de desarrollarlo y un instrumento útil para orientar la práctica empresarial.

##### **Aplicada**

Es esta actividad se tiene por finalidad la búsqueda y la aplicación de los conocimientos para el enriquecimiento del acervo empresarial, acercándonos más a la realidad y tener claro que se pretende construir para tener resultados óptimos al servicio del desarrollo total.

##### **Descriptiva**

Trabaja sobre la realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta, buscando desarrollar las respuestas a los hechos que se detallan después de su observación.

##### **Cualitativa**

Se efectúa registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas para comprender la vida empresarial, entendiendo así las cualidades que caracterizan un determinado problema.

Se trata de desprenderse y superar el saber inmediato, para poder llegar al conocimiento profundo, científico de la realidad.

### **Cuantitativa**

Se verifica la información para estudiar los elementos necesarios para determinar las características más relevantes del tema a investigar a través de las encuestas e indicadores para la extracción de datos representativos.

A la vez se determina la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede.

### **Contexto de campo**

Se trabaja en el ambiente en que conviven las personas y fuentes de donde se obtendrán los datos más relevantes para su análisis para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado ya que la ejecutaremos en el lugar de los hechos con los involucrados en las pequeñas empresas de la ciudad.

Esta investigación contribuye a la ampliación del conocimiento de las Pymes en el sector empresarial por lo que como investigadores desarrollamos conocimientos impulsados acordes a los métodos de trabajo.

## **3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA**

### **3.2.1 Característica de la población**

Población es la representación total del fenómeno a estudiar, donde las delimitaciones poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación. Recalcando si bien es cierto que la implementación de un sistema contable concuerda con una serie determinada de especificaciones, saber qué demandan los consumidores y cuáles serían las estrategias competitivas que se implementarían para contrarrestar estos efectos y satisfacer las peticiones.

Las personas relacionadas al sector agrícola se caracterizan por un manejo hábil para una buena comunicación, tener ideas originales y factibles.

### 3.2.2 Delimitación de la población

Desde el punto de las Pymes, el mercado está formado por las empresas que ofertan el servicio considerado, está compuesto por el número de organizaciones y/o las personas que demandan dichos servicios, por ello, para que exista un mercado no basta con que existan necesidades sino que es necesario además que exista una capacidad económica para adquirir los bienes y servicios.

La delimitación debe realizarse teniendo en cuenta el servicio que presta el producto, es decir, la necesidad que este satisface a un grupo de clientes determinados en forma finita por una o más características que lo componen.

**Cuadro 2.** Población

<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Microempresarios	200	100%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	100%

La población donde se realizará la investigación es el sitio donde se delimitó el problema, que es el sector Pymes del Cantón Naranjito.

Fuente: Pymes del Cantón Naranjito-Cámara de Comercio.

### 3.2.3 Tipo de muestra

Los elementos de la muestra son seleccionados siguiendo un procedimiento que brinde a cada uno de los elementos de la población una probabilidad conocida de ser incluidos en la muestra.

Existe la posibilidad de definir inequívocamente un conjunto de muestras mediante la aplicación del procedimiento a una población. El método de estimación se realiza en base a la muestra, siendo único para cualquiera de las posibles muestras de



manera probabilística, asegurando así la representatividad de las muestras extraídas.

### **Muestreo aleatorio estratificado:**

Simplifica los procesos y suelen reducir el error muestral para un tamaño dado de la muestra, asegurando la estratificación de diferentes categorías, Lo que se pretende con este tipo de muestreo es asegurarse de que todos los estratos de interés estarán representados adecuadamente en la muestra.

### **3.2.4 Tamaño de la muestra**

Cuando la población es finita y se conoce con certeza su tamaño:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

Donde:

n : tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p=0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q= 0,5

E: error, se considera el 5%, E=0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z=1,96

$$n = \frac{351 (0,5) (0,5)}{(130 - 1) \frac{0,05}{1,96} (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{351 (0,25)}{350 \frac{0,0025}{3,84} 0,25}$$

$$n = \frac{87,75}{\frac{0,875}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{87,75}{\frac{0,875}{6} + 0,25}$$

$$n = \frac{87,75}{0,477865}$$

$$n = \mathbf{184}$$

### 3.2.5 Proceso de selección

Se lo eligió de manera probabilística a través de selección sistemática de elementos muestrales, los cuales son la apreciación de la procedencia de las muestras, puesto que relevan los resultados con un margen de error mínimo, concretando los errores posibles.

### 3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

#### 3.3.1 Métodos teóricos

Son fundamentales para la obtención y análisis de datos.

**Método inductivo.-** Será explicado al haberse efectuado el estudio de cada actividad que corresponde a las pequeñas empresas, identificando así cuales con las características que deben formar parte de la propuesta.

**Método deductivo.-** Brinda la posibilidad de hacer un análisis sobre cada una de las causas que afectan a la problemática de las pequeñas empresas y en base a eso, concluir con la necesidad de crear la implementación del sistema propuesto.

**Método histórico.-** Ha presentado grandes aportes a la investigación debido a que nos dota de información acerca del funcionamiento del ámbito empresarial dentro de la ciudad.

**Método lógico.-** Se fundamenta en la explicación y análisis de la información obtenida a través de las encuestas, dando lugar así a presentar las características necesarias como parte del trabajo.

### **3.3.2 Métodos empíricos**

Son los que permiten obtener información para establecer cómo deben funcionar las empresas del sector agrícola como impacto dentro de la región 5.

**Entrevista.-** se la emplea con las personas con el fin de obtener información entendida de la investigación y los pedidos que la comunidad exige. Constituyéndose como una técnica indispensable para obtener datos que de otro modo sería difícil de conseguir.

**Observación directa.-** es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; ya que se obtiene mayor números de datos, determinando el objeto, situaciones que se presenta determinando así la forma con que se van a registrar los datos para elaborar conclusiones acorde a los resultados obtenidos en el proceso investigativo.

**Encuesta.-** una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan para la investigación. El instrumento a utilizar es el cuestionario ya que es el que nos permite una respuesta correcta mediante preguntas que se le entregara a cada uno de los encuestados.

### **3.3.3 Técnicas e instrumentos**

Las técnicas son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento. Encuestas, entrevistas, observaciones y todo lo que se deriva de ella, como objeto para lograr información sobre rasgos definidos. A través de preguntas, actividades, que son observadas y evaluadas por el investigador. Se han creado y desarrollado millones de tesis que se ajustan a la necesidad u objetivos del investigador.

El cuestionario es un instrumento básico, en él se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables, definiendo el contenido y las formas de preguntas que se formula.

### **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

El sistema para realizar las estadísticas se efectuará en Excel como una optimización de procesos usando herramientas para obtener datos y análisis de la causa, para maximizar beneficios en mejoras de calidad a través de gráficos pastel y/o barra, organigramas, tabla de datos, etc., como herramientas excelentes de la visualización del progreso del trabajo en lo que se refiere a las pequeñas empresas.

Los procedimientos estadísticos deben mostrarse, en forma organizada, clara y precisa, debe reflejar la estructura lógica y el rigor científico del proceso de investigación desde la elección de un enfoque metodológico específico (preguntas con hipótesis fundamentadas correspondientes, diseños de la muestra) hasta la forma como se van a analizar, interpretar y presentar los resultados.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

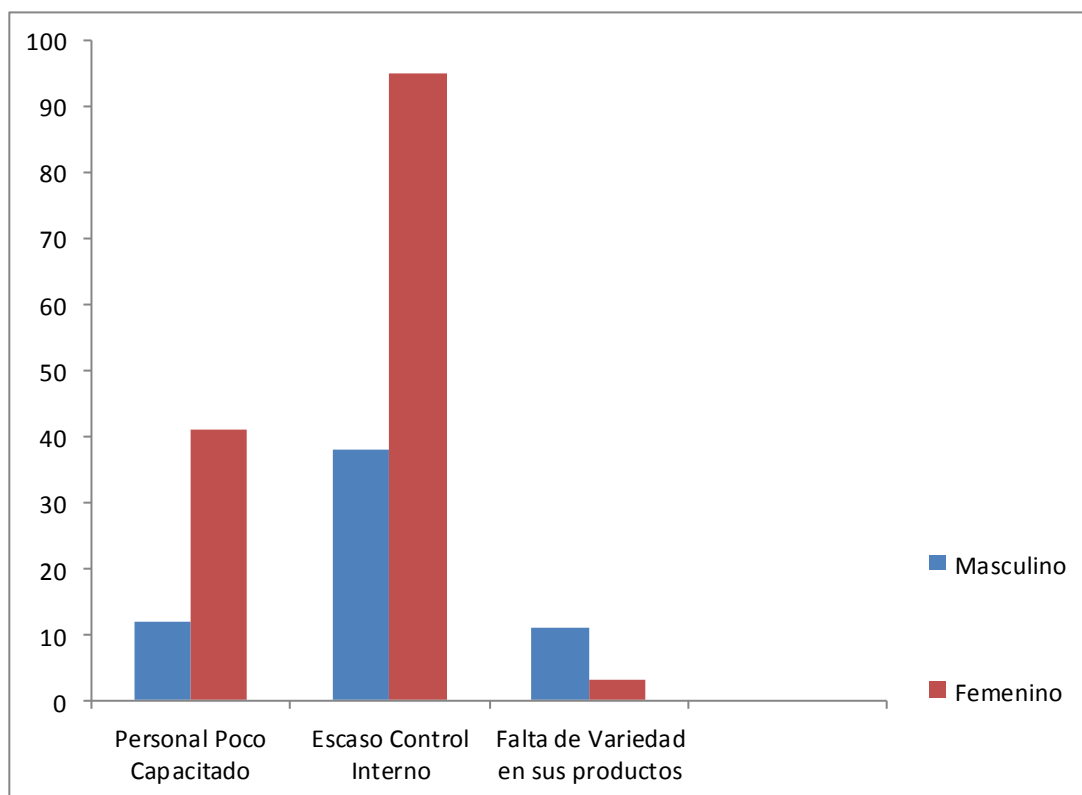
#### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

**Pregunta 1.-** ¿Cuál cree usted que el desconocimiento de herramientas contables y tributarias por parte de los microempresarios mantiene un lento crecimiento en el mercado?

**Cuadro 3.** Encuesta realizada a los microempresarios para investigar porque mantienen un lento crecimiento en el mercado

Causas por las que los microempresarios mantienen un lento crecimiento	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Personal poco capacitado	12	41	53	27%
Escaso controles sobre sus ingresos	38	95	133	67%
Falta de Asistencia	11	3	14	7%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 1.** Estadística de la hipótesis general (Causa)



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### **Análisis**

En el cantón Naranjito, los microempresarios creen que la causa por la que mantienen un lento crecimiento en el mercado es el escaso control sobre sus ingresos con un 67% escaseando los procesos de efectividad en las operaciones y confiabilidad de la información contable, contra un 27% que piensa que se debe a la falta de personal capacitado que brinde estos servicios y así mismo un 7% piensa que es por falta de asistencia en estos servicios, para lo cual estiman que con una asesoría para su negocio y el conjunto de métodos y medidas adoptadas dentro sus recursos (Activos), verificando así el cumplimiento de metas y objetivos programados podrán cumplirlo.

**Pregunta 2.-** ¿Cree usted que mantener poca actividad comercial en su negocio, genera un escaso aprovechamiento de ventas?

**Cuadro 4.** Encuesta realizada para detectar si al mantener poca actividad comercial genera menos ventas.

Mantener poca actividad comercial genera pocas ventas	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Si	155	40	195	98%
No	2	3	5	2%
<b>Total General</b>	<b>157</b>	<b>43</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 2.** Estadística de la hipótesis general (Efecto)



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

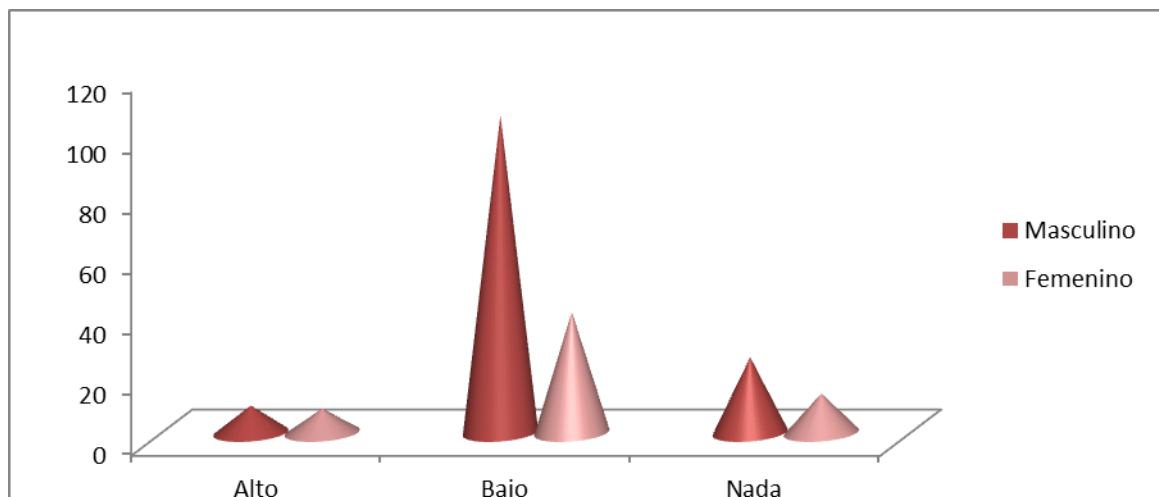
El 98% de los encuestados están totalmente de acuerdo que la poca actividad en el mercado genera como consecuencia un escaso aprovechamiento de ventas, debido a que los negocios actualmente no son tan estables contra el 2% que opina lo contrario, para aquellos comerciantes que pretenden sobrevivir en un negocio pequeño deberán anticiparse a los cambios y adaptarlos a los planes de acuerdo a las demandas o necesidades de los consumidores y nuestra capacidad de técnicas para cubrirlas.

**Pregunta 3.-** ¿Respecto a la actividad económica, que nivel de conocimientos contables, tributarios y financieros tiene usted?

**Cuadro 5.** Encuesta orientada a medir los niveles de conocimiento contables, tributarios y financieros que tienen los microempresarios.

Nivel de conocimientos contables, tributarios y financieros	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Alto	8	9	17	9%
Bajo	40	105	145	73%
Nada	13	25	38	18%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 3.** Estadística de la primera hipótesis particular (Causa)



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

En esta encuesta podemos verificar la falta de conocimiento que tienen los microempresarios con un 73%, contra el 18 % que no saben absolutamente nada y así mismo son tan solo un 9% de los encuestados que tienen conocimientos sobre las herramientas contables, tributaria y financieras que tienen que emplear en sus microempresas desean ser permanentes en un mercado competitivo.

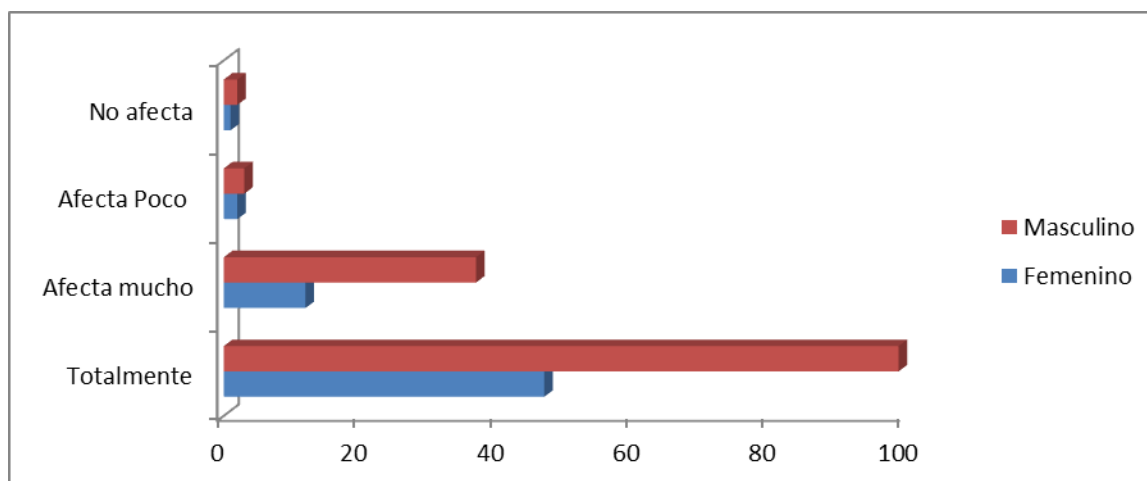
**Pregunta 4.-** ¿Cree usted que la falta de conocimientos de los microempresarios genera una escasa participación en el mercado?



**Cuadro 6.** Encuesta realizada para investigar la escasa participación en el mercado

Falta de conocimientos de los microempresarios	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Totalmente	47	99	146	73%
Afecta mucho	12	37	49	25%
Afecta poco	2	3	5	2%
No afecta	1	2		
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 4.** Estadística de la primera hipótesis particular (Efecto)



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

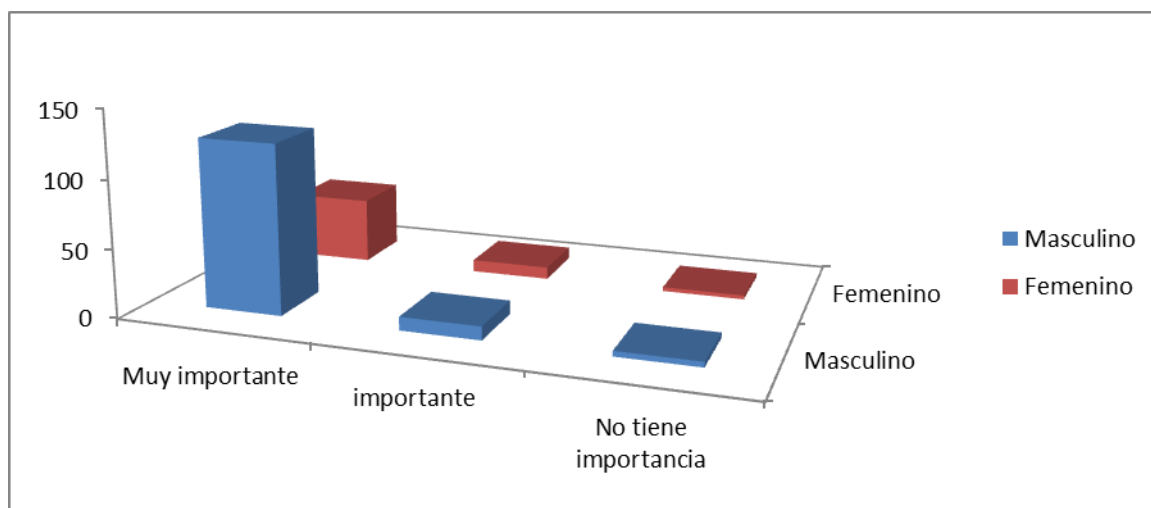
En la encuesta se puede notar que un 73% está de acuerdo que el no conocer sobre contabilidad y tributación afecta su participación en el mercado, contra un 25% que considera que si afecta pero un poco y de la misma manera el 2% de los encuestados piensan que el desconocer el tema no les afecta sus ingresos en sus microempresa ni tampoco resta participación en el mercado donde se desenvuelven.

**Pregunta 5.-** ¿Considera usted necesario que los microempresarios conozcan las necesidades de su empresa y que medidas corregir a tiempo?

**Cuadro 7.** Encuesta orientada a conocer la opinión de los microempresarios si es importante conocer las necesidades de su empresa y que correcciones tomar

Conocer las necesidades de su empresa y las acciones correctivas	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Muy importante	49	125	174	87%
Importante	9	10	19	10%
No tiene importancia	3	4	7	3%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 5.** Estadística de la segunda hipótesis particular (Causa)



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

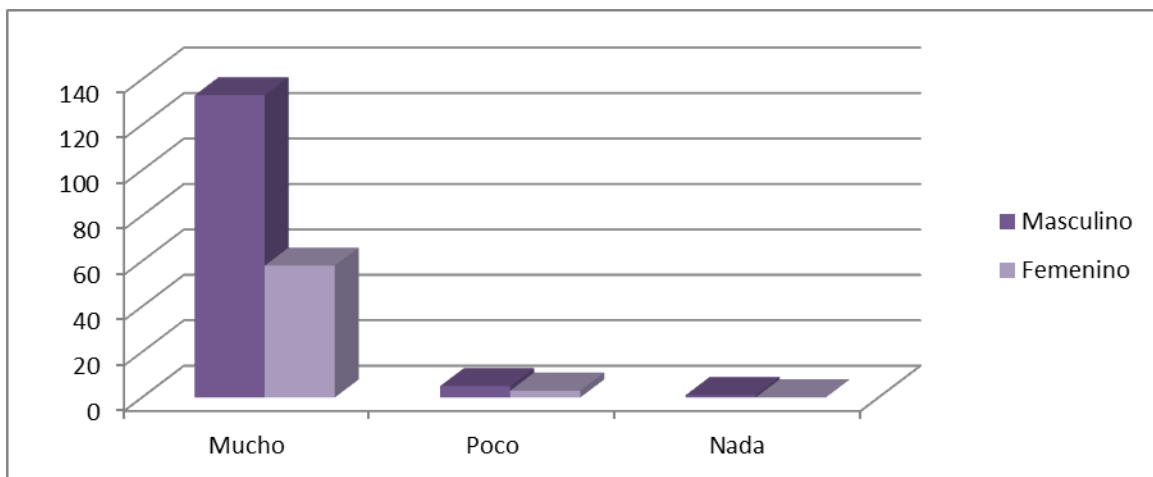
Todo comerciante está de acuerdo que su negocio debe estar encaminada en la satisfacción del cliente y conocer así mismo los requerimientos de su empres por lo que el 87% considera muy importante, contra el 10% que opina que es importante, pero no necesario y así de la misma forma no tiene nada de importancia un 3% motivos por los cuales acortan la vida de las microempresas en el sector donde se desenvuelven y hacen que su ciclo en el mercado empresarial se acorte hasta la consecuencia de llegar a la quiebra y cerras su negocio.

**Pregunta 6.-** ¿Cómo su empresa lleva el control Contable, Tributario y Financiero?

**Cuadro 8.** Encuesta dirigida a identificar como llevan el control contable las microempresas

Determinar como es el control contable en las Pymes	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Interno	3	5	16	8%
Externo	0	1	184	92%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 6.** Estadística de la segunda hipótesis particular (Efecto).



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

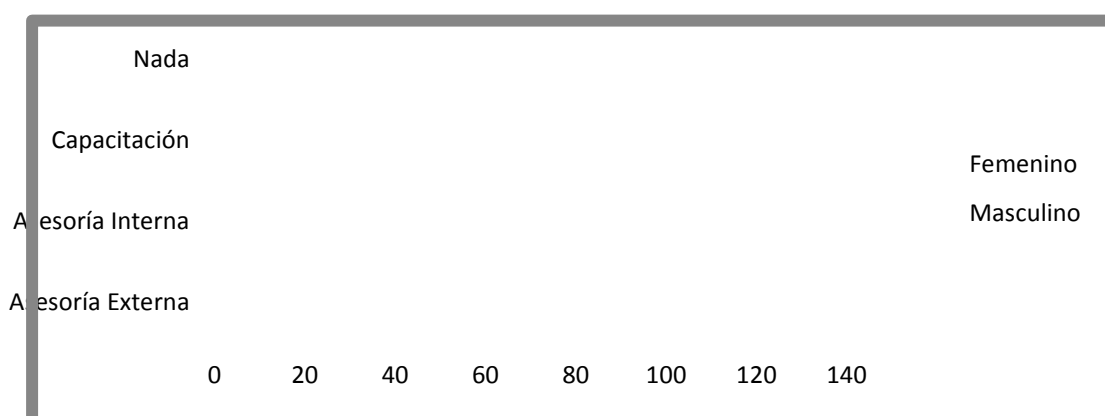
El 92% de los microempresarios llevan el control contable y tributario externamente, o sea que contratan los servicios por fuera de la empresa, lo cual nos da gran oportunidad de negocio en el mercado a nosotros como empresa, debido a que el tan solo el 8% de los microempresarios encuestados lo llevan internamente, los mismo que solo llevan un registro de ingresos, lo cual no les permite conocer sus verdaderos ingresos y la oportunidad que tuvieran en el mercado si estuvieran al tanto no tan solo d sus ingresos, si no también de sus egresos para obtener un estado equilibrados de la estabilidad económica de la misma.

**Pregunta 7.-** ¿Qué tipos de cambios cree usted que necesita su negocio para tener más rentabilidad?

**Cuadro 9.** Encuesta orientada a la necesidad de su negocio para tener más rentabilidad

Mala comunicación entre vendedor y comprador	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Asesoría Externa	52	132	184	92%
Asesoría Interna	9	6	15	8%
Capacitación	0	1	1	1%
Nada	0	0		
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 7.** Estadística de la tercera hipótesis particular (Causa)



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

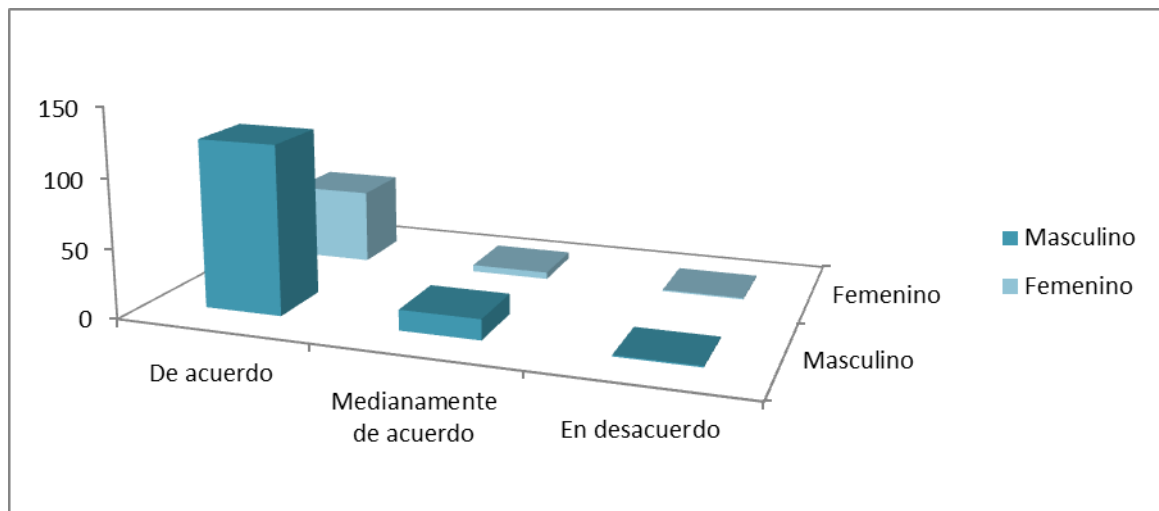
En la encuesta realizada a los microempresarios sobre como obtener más rentabilidad para su empresa el 92% piensan que deberían buscar asesoría externa de alguna empresa que preste este servicio siempre y cuando sea a precios accesible a su economía, contra un 17% que piensan que deberían contratar personal que labore para su empresa, y así mismo el 1% de los encuestados piensan que deben capacitarse ellos mismos para darse el servicio a su microempresa.

**Pregunta 8.-** ¿Está de acuerdo en obtener asesoría contable externa?

**Cuadro 10.** Encuesta orientada en obtener asesoría contable

Asesoría Contable	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
De acuerdo	55	123	178	89%
Medianamente de acuerdo	5	15	20	10%
En desacuerdo	1	1	2	1%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 8.** Estadística a la hipótesis general de adquirir el servicio



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

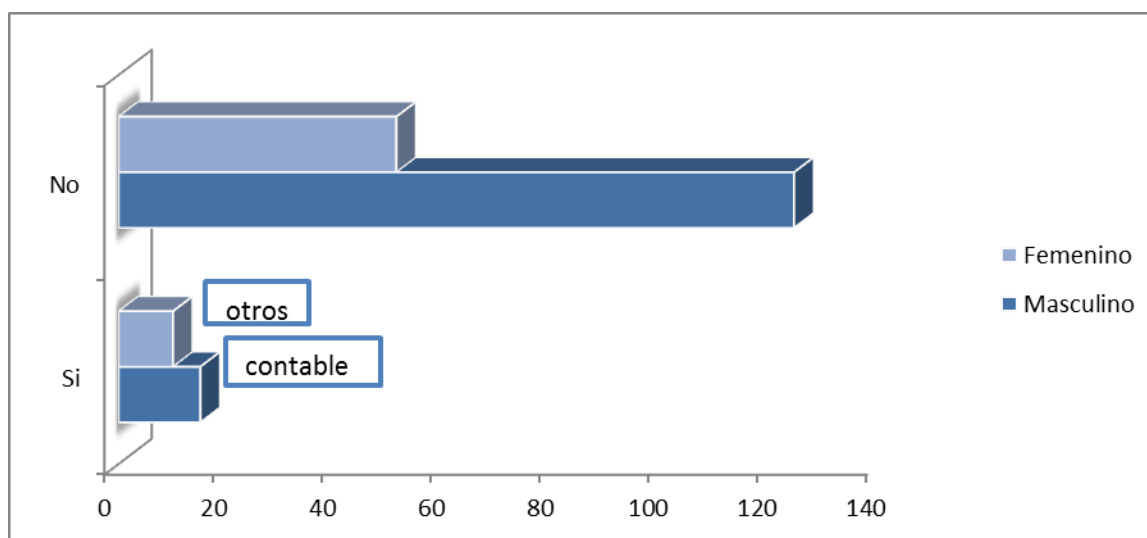
Analizando esta pregunta podemos constatar que el 89% de los encuestados están de acuerdo a adquirir asesoría contable tributaria externa contra un 10% que están medianamente de acuerdo, porque se sienten inseguros al pensar que al adquirir el servicio les va a generar gastos a su empresa y así mismo un el 1% considera totalmente en desacuerdo porque no ven la necesidad de adquirir asesoría externa porque piensan que sus negocios están bina si en la situación que viven en el diario medio laboral que se desempeñan sus microempresas.

**Pregunta 9.-** ¿Cuenta con algún tipo de asesoría en su empresa?

**Cuadro 11.** Encuesta orientada a determinar si las microempresas cuentan con algún tipo de asesoría

Asesorías en su empresa	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Si	10	15	25	12%
No	51	124	175	88%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 9.** Estadística orientada a determinar si las microempresas cuentan con algún tipo de asesoría



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

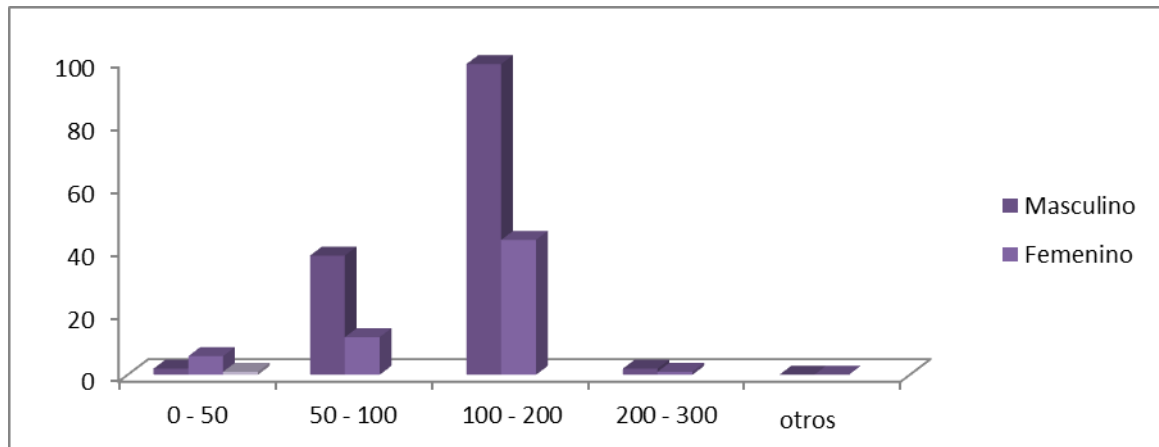
El 88% de los microempresarios encuestados han manifestado que no cuentan con ningún tipo de asesoría en su empresa ya que la mayoría contratan a una persona para que le preste el servicio profesional y el 12% manifiesta lo contrario, pero han manifestado también que si les conviene contratar un servicio de asesoría para ellos mismos puedan aprender y realizar sus conocimientos cada vez que sea necesario sin necesidad de cancelar a otra persona.

**Pregunta 10.-** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio contable y financiero?

**Cuadro 12.** Encuesta para el pago del servicio prestado.

Pago por servicio prestado	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
0 a \$50	6	2	8	4%
\$50 a \$100	12	38	50	24%
\$100 a \$ 200	43	99	142	71%
\$ 200 a \$ 300	1	2	3	1%
OTROS	0			
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Figura 10.** Estadística para el pago del servicio prestado.



**Fuente:** Encuesta realizada por Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### Análisis

En el presente grafico nos indica que un 71% de los encuestados económicamente activa desea invertir en adquirir un servicio de asesoría contable , tributario y financiero entre 100 y 200 dólares , para el crecimiento de su negocio contra el 24% que mencionó que estaría dispuesto a pagar entre 50 y 100 dólares y así mismo tan solo el 4% no pagaría más de 50 dólares y tan solo el 1% pagaría entre 200 y 300 dólares resumiendo el rol importante de las Pymes dentro de la economía del cantón Naranjito.

### 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

En la actualidad se ha incrementado el número de microempresas, pese a las dificultades que se han generado tales como la falta de empleo, crisis económica, entre otros, muchas de estas han tenido que depositar su confianza a expertos para que les brinden asesoría administrativa, contable y financiera, sin embargo esto no garantiza que estos sean adecuadamente eficientes debido a la falta de actualización de sus conocimientos.

A medida que avanza el tiempo surgen nuevas leyes, reglamentos, normas por las cuales existe la obligación de actualizarse constantemente para poder resolver cualquier problema financiero.

La base de toda empresa es una eficiente administración estratégica compaginada con la productividad derivándose de esta manera la importancia del manejo adecuado de un proceso administrativo, por lo tanto este manejo permite mantener un control eficiente de las actividades y conocer el incremento del rendimiento de la productividad de la empresa.

Por tal motivo es importante crear una empresa que se dedique al asesoramiento de las microempresas tales como tributario, administrativo, contable en el cantón Naranjito para lo cual se ha tomado en cuenta una herramienta investigativa conocida como la encuesta, la misma dirigida a los microempresarios del cantón Naranjito con el objetivo de conocer exigencias y expectativas sobre este servicio, tomando en cuenta sus sugerencias.

### **Factores Internos**

- ✓ Recursos Monetarios de los microempresarios para adquirir los servicios de asesoría contable, tributaria y financiera.
- ✓ Estabilidad posicional en el mercado empresarial de la empresa Pymes
- ✓ Desconocimiento de los beneficios de adquirir los servicios de asesorías.

### **Factores Externos**

- ✓ Falta de empresas asesoras que presten el servicio.



- ✓ Desinformación de las empresas asesoras de los diferentes tipos de servicios que prestan.
- ✓ Alta demanda de competencia en el sector de la microempresa Pymes en el sector.

## CORRELACION 1

¿Cómo su empresa lleva el control Contable, Tributario y Financiero?

**Cuadro 13.** Correlación 1

Determinar como es el control contable en las Pymes	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Interno	3	5	16	8%
Externo	0	1	184	92%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

¿Cuenta con algún tipo de asesoría en su empresa?

**Cuadro 14.** Correlación 1

Asesorías en su empresa	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Si	10	15	25	12%
No	51	124	175	88%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

La relación que guardan estos resultados es que la mayoría de los encuestados han detectado en ambos casos la necesidad de recurrir a adquirir el servicio de asesoría contable, tributaria y financiera, por las falencias que presentan sus microempresas en el sector empresarial.

## CORRELACION 2

¿Cuál cree usted que el desconocimiento de herramientas contables y tributarias por parte de los microempresarios que mantiene un lento crecimiento en el mercado?

**Cuadro 15.** Correlación 2

Causas por las que los microempresarios mantienen un lento crecimiento	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Personal poco capacitado	12	41	53	27%
Escaso controles sobre sus ingresos	38	95	133	67%
Falta de Asistencia	11	3	14	7%
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

¿Cree usted que la falta de conocimientos de los microempresarios genera una escasa participación en el mercado?

**Cuadro 16.** Correlación 2

Falta de conocimientos de los microempresarios	Sexo		Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
	Femenino	Masculino		
Totalmente	47	99	146	73%
Afecta mucho	12	37	49	25%
Afecta poco	2	3	5	2%
No afecta	1	2		
<b>Total General</b>	<b>61</b>	<b>139</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Relacionando los resultados de estas dos preguntas podemos demostrar que un número importante de encuestados desconocen sobre las herramientas contables y tributaria que van a beneficiar a sus microempresas y ayudarlas a controlar su economía abriendo nuevas oportunidades en el sector empresarial.

### 4.3 RESULTADOS

De acuerdo a las encuestas realizadas la mayoría de microempresarios encuestados indicaron que tienen su negocio pero que no llevan un control de las actividades financieras, tributarias que realizan, muchas lo hacen empíricamente y otras simplemente no lo hacen por falta de conocimientos.

Otros de los encuestados manifestaron que contratan a un profesional para que realice algún trámite tributario o financiero que necesiten realizar pero que es difícil ya que tienen que dirigirse a otras ciudades para poder recibir este servicio.

Sin duda alguna los microempresarios esperan un servicio dado por profesionales que den una alternativa innovadora a lo que esperan con el objeto de satisfacer sus necesidades.

La mayoría de los encuestados manifestaron que estarían de acuerdo en contratar a una empresa que además de realizar el trabajo les de asesoramiento para que después ellos lo puedan realizar correctamente sin necesidad de contratar a un profesional.

Podemos decir que es viable y rentable ofrecer este tipo de servicio puesto que en la investigación realizada se revelaron resultados muy optimistas.

Y de las encuesta realizada hemos podido constatar de las dos preguntas claves para analizar nuestra propuesta de factibilidad donde la mayoría de encuestados están de acuerdo por adquirir el servicio con un 89% que están de acuerdo a adquirir asesoría contable tributaria externa contra un 10% que están medianamente de acuerdo, porque se sienten inseguros. Y así mismo un porcentaje considerable de 71% están dispuestos a pagar por este servicio de asesoría contable, tributario y financiero para sus pequeñas y medianas empresas del Cantón Naranjito.

#### **4.4 VERIFICACION DE LA HIPOTESIS**

**Cuadro 17.** Hipótesis y Verificación

HIPOTESIS	VERIFICACION
<p>El bajo nivel de conocimientos contables, tributarios y financieros, genera un mal manejo de las pequeñas y medianas empresas en el Cantón Naranjito.</p>	<p>Pregunta 4 y 3 nos ayuda a verificar q los microempresarios no tienes conocimiento de sobre temas de contables.</p>
<p>La falta de controles tributarios ocasiona problemas tributarios y violación a leyes estatales planteadas por el estado.</p>	<p>Pregunta 5 y 7 corrobora que no existen controles en la empresa Pymes, porque piensan que sus negocios pueden marchar sin controles que les orientes a obtener una mejor apreciación de como llevar una empresa</p>
<p>Desconocimiento de las herramientas contables y tributarias que conlleven a la puesta en marcha del negocio de manera eficiente y eficaz.</p>	<p>Pregunta 9 y 8 nos ayuda a verificar que los microempresarios desconocen sobre temas de tributación y urge la necesidad de herramientas que los guie hacer funcionar el negocio.</p>
<p>Desconocimiento sobre los ingresos de su empresa y de las medidas y acciones a tomar la mejora continua de su negocio.</p>	<p>Pregunta 4 y 7 muestra la relación en fin sobre la importancia de saber equilibrar su economía y como distribuir sus ingresos correctamente para crecer a nivel empresarial.</p>

## **CAPITULO V**

### **LA PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Creación de una Empresa de Asesoría Contable Tributaria y Financiera para las Pymes del Cantón Naranjito.

#### **5.2 JUSTIFICACIÓN**

La propuesta se formuló debido a la falta de controles contables tributarios y financieros al sector de las pequeñas y medianas empresas Pymes con respecto al tema planteado. Para realizar este trabajo se empezó estableciendo la problematización del trabajo propuesto, tomando en cuenta el sector micro empresarial para identificar una necesidad en esta plaza, efectivamente se pudo constatar que este casco comercial no carece de empresas Asesoras dirigidas al sector micro empresarial.

El concepto que tienen las PYMEs sobre los controles contables y tributarios se enmarcan a un pensamiento inadecuado sobre deben manejar sus ingresos económicos de su pequeña y mediana empresa, por lo que en la presentación de esta propuesta hemos enlistado las PYMEs acorde a sus actividades para detectar las necesidades de cada una de ellas y poder brindar un servicio personalizado.

Este tipo de pequeñas y mediana empresa tienen que aprender a sobrevivir y a ser competitivos en el mercado actual.

El objetivo central de este capítulo es determinar, gracias a la investigación de mercados y las encuestas realizadas, la existencia real de clientes para la asesoría que se va a ofrecer, la disposición de los clientes para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada, pero en si. El objetivo de llevar a cabo este estudio es para conocer que tan viable sería la creación de una empresa Asesora Contable, Tributaria y Financiera para las PYMEs.

Realizar una investigación de mercados implica una serie de pasos de mucha importancia, como plantear el cuestionario de preguntas, recolectar los datos, tabular los mismos, realizar una serie de análisis de datos y cruces gráficamente y analíticamente, amerita detenimiento, pero sin duda inferir sobre cuáles son los aspectos claves y consideraciones de importancia son imprecisas porque requieren del propio sentido común y además que con certeza no se puede determinar y asegurar el comportamiento y necesidades de las PYMEs, puesto que existen distintas ideologías y maneras de percibir y aceptar un servicio dentro del mercado como tal.

### **5.3 FUNDAMENTACIÓN**

Para fundamentar nuestro proyecto hemos planteado el conocimiento de determinados términos consolidados a nuestra propuesta.

**Administración.-** Es donde se lleva a cabo un control de la empresa u organización por medio de procesos específicos.

**Asesoría.-** Es el lugar que por medio de un asesor nos transmite sus conocimientos para la buena administración de una empresa, la cual este asesor solo da consejos, ideas pero nunca órdenes, además son independientes a la empresa.

**Competencia.-** Es la capacidad efectiva para llevar a cabo una actividad laboral plenamente identificada, la competencia no es una probabilidad de éxito en la ejecución de un trabajo.

**Control Administrativo.-** Es controlar la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño de los subordinados para asegurar que los objetivos de la empresa sean alcanzados.

**Control.-** El control es muy utilizado en una organización para verificar la situación real de la empresa ya que no existe un mecanismo que informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos

**Coordinación.**-Integración de las actividades de partes independientes de una organización con el objetivo de alcanzar las metas seleccionadas.

**Demanda de la empresa.**-Es la participación de la empresa en la demanda del mercado y que dependerá de la forma como sean percibidos sus productos, servicios, precios, comunicaciones y distribución, en comparación con la oferta de la competencia.

**Demanda.**-Consiste en desear productos específicos que están respaldados por la capacidad y la voluntad de adquirirlos.

**Dirección.**-Función que consiste en dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea.

**Eficaz.**-Es la persona o subordinado que logra hacer que ese objetivo llegue a cumplirse por medio de su capacidad para llegar a su propósito.

**Eficiente.**-Persona que se desempeña en su lugar de trabajo con los conocimientos necesarios para el cumplimiento de su labor.

**Estrategia.**-La estrategia son decisiones que determina el propósito de la empresa u organización, asignando recursos y programas de acción para lograr una ventaja surgida en el medio externo de la empresa, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización.

**Marketing.**-Es un proceso interno de una empresa donde realiza actividades mercantiles con el propósito de satisfacer la demanda de un bien o servicio de los consumidores potenciales en un tiempo determinado.

**Mercadeo.**-Es una serie de actividades que realizan personas, empresas u organizaciones para realizar el intercambio de mercancías en mercados específicos.

**Mercado potencial.**-Es el conjunto de clientes que manifiesta un grado suficiente de interés en una determinada oferta del mercado.

**Mercado total.**-Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.

**Negocios de estilo de vida.**-Negocio que se acomoda bien con el estilo de vida del propietario, y lo satisface porque refleja los intereses del propietario

**Organización.**-Proceso para comprometer a dos o más personas que trabajan juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

**Presupuesto de ventas.**-Es un cálculo prudente del volumen de ventas esperado y que se utiliza principalmente para tomar decisiones de compras, producción y flujos de efectivo. Los presupuestos de ventas son generalmente un poco más bajos que el pronóstico de ventas de la empresa.

**Producto.**-Es todo aquello que puede ofrecerse para satisfacer una necesidad o un deseo.

**Pronóstico de ventas de la empresa.**-Es el nivel esperado de ventas de la empresa con base en su plan de mercadeo y en el entorno de mercadeo esperado.

**Valor percibido.**-Es la estimación que hace el consumidor de la capacidad total del producto para satisfacer sus necesidades.

**Pymes.**- es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos.

### **5.2.1 Fundamentación Administrativa**



Como consecuencia de no utilizar los métodos de, técnicas y herramientas administrativas; se evidencia malas estrategias orientadas a saber: en que invertir y como administrar; en lo cual esto se refleja en el bajo aprovechamiento de fuentes de financiamiento existentes en el negocio; por lo que se requiere identificar los problemas y oportunidades que tiene su negocio y presentar propuestas administrativas para dar una opción a la solución que podrían ser:

- Análisis a las oportunidades de su negocio
- Investigación y selección de sus productos
- Diseño de estrategias para alcanzar al cliente.
- Programas de planeación para su objetivo.

Los microempresarios viven de su día a día, saben que existe la competencia pero no establecen políticas para contrarrestarla en su negocio.

### **5.2.2 Fundamentación Financiera**

No tienen los microempresarios una política para la determinación del porcentaje de rentabilidad a aplicar en sus productos, ya que el precio de venta es asignado por diferentes factores:

- Sugerido por el proveedor, quien argumenta que obtendrían un porcentaje determinado de ganancia por unidad vendida.
- De acuerdo a la zona en la que se desempeñan y a los precios que manejan los comerciantes aledaños.

Y a criterio personal:

- Los microempresarios no poseen un criterio generalizado para asignar el porcentaje de rentabilidad a aquellos productos que tienen una mayor rotación de los cuales generan más utilidad.

### **5.2.3. Fundamentación Económica**

La evaluación económico-financiera, pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque la función contable, administración y de los Servicios de Asesoría que vamos a ofrecer), así como otra serie de criterios que comparan flujos de beneficios y costos; esta evaluación permite determinar si conviene llevar a efecto un proyecto, o sea, si es o no rentable, y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o puede postergarse su inicio.

En presencia de varias alternativas de inversión, la más accesible es la obtención de un crédito bancario que nos va a costear el 70% de financiación de nuestro proyecto como un medio útil para dar a lugar a la implementación de esta propuesta en bases estimadas del Flujo de fondos del proyecto.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la base de la estimación del flujo de caja de los costos e ingresos generados por el proyecto durante su vida útil. Al proyectarlo, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

#### **5.2.4. Fundamentación Empresarial**

- ✓ Manejar bien las ideas y conceptos de cómo vamos a montar nuestra empresa, realizando los estudios de factibilidad.
- ✓ Tener claro y definido las proyecciones a futuro y las estrategias para nuestra empresa con miras a la expansión económica y social.
- ✓ Trazar las líneas de participación en el sector que vamos a ofrecer nuestros servicios.
- ✓ Determinar nuestro mercado empresarial donde vamos a atacar a la competencia, ofreciendo servicios de calidad a nuestros clientes
- ✓ Establecer mediante las herramientas necesarias un plan de contingencia para solucionar problemas empresariales a futuro y sobresalir de los mismos.
- ✓ Definir las metas y objetivos alcanzables según la actividad de nuestra empresa en este caso las asesorías contables, tributarias y financieras que vamos a brindar a las microempresas.

#### **5.4 OBJETIVOS**

#### **5.4.1 Objetivos General de la propuesta**

Desarrollar una nueva alternativa de negocio, mediante la implementación de una empresa dedicada al asesoramiento contable, tributario y financiero de los microempresarios, que nos permita lograr el crecimiento de los negocios del cantón Naranjito.

#### **5.4.2 Objetivos Específicos**

- ✚ Determinar que factores influyen en la decisión de aceptar el servicio de asesoría contable, financiera y fiscal.
- ✚ Determinar el grado de aceptación del servicio de asesoría contable, Tributaria y Financiera.
- ✚ Determinar si las PYMEs consideran costosos contratar a una empresa asesora
- ✚ Determinar si las PYMEs utilizarían los servicios de una empresa asesora contable, tributaria y financiera para un mejor control de su actividad económica.
- ✚ Determinar si las empresas que han o no contratado los servicios de una empresa asesora contable, tributaria y financiera, consideran que la creación de ConTriServ es innovadora, necesaria o repetida.

#### **5.5 UBICACION**

El establecimiento de Asesoría contable, tributaria y financiera, donde los interesados podrán confinar nuestros servicios, estará ubicado en las calles Av. 5 de Octubre entre 10 de Agosto y Pichincha.

**País:** Ecuador  
**Provincia:** Guayas  
**Cantón:** Naranjito  
**Dirección:** Av. 5 de Octubre entre 10 de Agosto y Pichincha.

**Figura 11.** Mapa de ubicación del Cantón Naranjito.



Por otra parte se requerirá que la ubicación con el mismo ofrezca oportunidades y desventajas para el emprendimiento del negocio. Así mismo facilite el reconocimiento y posicionamiento de la empresa de asesoría contable, tributaria y Financiera en el sector céntrico del Cantón Naranjito.

### **Ventajas**

El sector elegido nos ofrece algunas ventajas y/o oportunidades entre las cuales tenemos:

- Existe un aceptable número de microempresas, debido a que está ubicado en el casco comercial del centro del Cantón
- Contamos con instalaciones adecuadas y una buena imagen llamativa y confortable a nuestros futuros clientes.
- Una de nuestras mayores ventajas es la cercanía de los locales comerciales con las instalaciones de nuestra empresa.

### **Desventajas**

- Limitación de cubrir las demanda de la oferta, orientándonos a la contratación del personal, y de la misma manera, volver hacer una reestructuración de nuestro planificación estratégica en el mercado.
- Una de las posibles desventajas a futuro, puede ser el crecimiento competitivo en el mercado de las pequeñas y medianas empresas Pymes, quienes desean participar en este mundo de la asesoría contable, tributaria y financiera.

## **Infraestructura**

### **Capacidad del Establecimiento**

Para la llevar a cabo la ejecución del presente proyecto será necesario contar con un local que brinde las condiciones requeridas para un buen ambiente de trabajo y comodidad de nuestros clientes, requeridas para la imagen de nuestro servicio de asesoría contable y tributaria cubriendo las necesidades de nuestros futuros clientes. Y así mismo se ajuste a las necesidades monetarias planteadas en nuestro proyecto inicial y cumplan con los requerimientos de las necesidades de nuestra empresa.

### **Distribución de mobiliarios y equipos**

Los mobiliarios y equipos necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa de asesoría contable, tributaria y financiera son diversos los cuales están constituidos por bienes tangibles e intangibles como equipos de computación y equipos de oficina además de los software empleados para la parte contable y tributaria de las declaraciones realizadas por nuestros asesores contables, tributarios y financieros.

A continuación se detalla los recursos materiales que serán utilizados para el negocio para ofrecer los servicios de asesoría contable, tributaria y financiera:

### **Cuadro 18.. Mobiliarios y Equipos**

<b>MAQUINARIAS Y EQUIPO DE OFICINA</b>	
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>
01	Aires acondicionados
01	Copiadora
02	Extintores
03	Teléfonos
01	Dispensador de agua
02	Sumadoras
01	TV
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>	
04	Escritorios
04	Sillas giratorias
04	Sillas de espera
03	Archivadores
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	
04	Equipos de Computo
01	Impresoras multifunción
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	
04	PEN DRIVE
10	BORRADORES
05 RESMAS	RESMAS DE HOJAS
01 CAJA	ESFEROS
100	CARPETAS
10 CAJAS	CLIPS
02	PERFORADORA
02	GRAPADORA
01	INTERNET

**ELABORADO:**

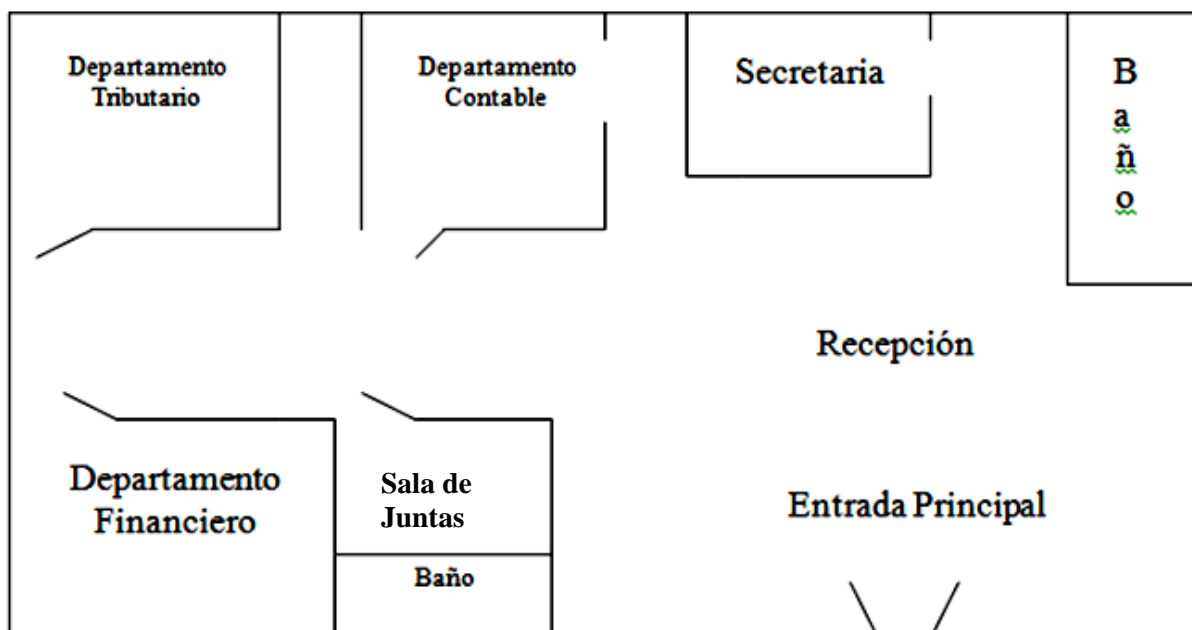
Norma Sánchez

Evelyn Olaya y

### **Software.**

- Programas Utilitarios: Microsoft Word, Excel, Microsoft Project.
- Internet Explorer.
- DIMM Formularios SRI.
- Validador anexos retenciones a la Fuente.
- Programa Contable: Monica, Tmax, Genesys, entre otros.

**Figura 12.** Plano centro de distribución de La empresa de asesoría contable



**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

## 5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Los resultados arrojados por la investigación de mercados concluyen en la factibilidad del proyecto en la implementación de una empresa asesora Contable, Tributarias y Financiera para las PYMEs, contando con alta aceptabilidad dentro de las PYMEs

Para las PYMES contar con un departamento Contable indica costos operativos elevado por ésta razón necesitan contratar servicios externos de asesoría Contable, Tributaria y Financiera a costos bajos que les brinde mayor productividad a corto plazo.

Con el tratamiento de datos se ha determinado que el mercado se encuentra subatendido, ya que la mayoría de empresas de Control Externo solo se enfocan en empresas grandes e industriales

Para poder confirmar la factibilidad del proyecto propuesto se hizo uso de herramientas investigativas, obteniendo información selecta sobre los problemas antes mencionados, los resultados corroboraron que la implementación de una empresa asesora contable, tributaria y financiera tiene amplia perspectiva, en primer término esta plaza es comercial y en segundo lugar existe un alto nivel de

pequeñas y medianas empresas que requieren el servicio, por lo tanto sería óptimo implementar esta propuesta ya que existen razones suficientes para incursionar con esta nueva alternativa empresarial en el servicio de asesorías contables, tributarias y financieras, además de contar con un excelente recurso humano para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

### **Administrativo**

En el futuro, la producción de la organización está enfocada al mercado de las PYMEs, que lo comprende en el sector microempresarial del Cantón Naranjito y sus alrededores.

Para cumplir con los objetivos trazados y llevar a cabo la creación de la empresa nos hemos apoyado en los siguientes aspectos:

**Factibilidad Social:** La implementación de esta empresa de asesoría contable, tributaria y financiera es factible socialmente por que pretende mejorar el desarrollo del sector microempresarial del Cantón Naranjito.

**Factibilidad Económica:** La factibilidad económica se da por la adquisición del servicio por parte de los empresarios de las pequeñas y medianas empresas en nuestro cantón.

**Factibilidad Tributaria:** La factibilidad tributaria se encuentra en la generación de impuestos propios de toda actividad económica y el de contribuir a una cultura tributaria sana en el sector de las PYMEs.

## **5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA**

La propuesta planteada pretende la implementación de una empresa de asesoría contable, tributaria y financiera aplicada al sector de las PYMEs del Cantón Naranjito, con la finalidad de mejorar la situación económica y productiva de las PYMEs y del sector microempresarial de nuestro Cantón, aplicando diferentes estrategias las cuales ayudaran a mejorar el desarrollo mercantil de este sector.



## La empresa

### Nombre de la Empresa.

La empresa se asesoría contable, tributaria y financiera figurará con la Razón Social **ConTriServ** procedente de Contabilidad, Tributación y Servicio a disposición de las comunidades de las pequeñas y medianas empresas PYMEs.

### MISION

“Contribuir a la excelencia en el manejo contable, tributario y financiero de nuestros Clientes y de nuestra gente, con un personal altamente capacitado en todos los servicios prestados a contribuir con el desarrollo socio-económico de nuestro Cantón”

### VISION

Ser reconocidos como la Firma Líder de servicios de Asesoría Contable, Financiera y Fiscal en el campo de las PYMEs.

### Valores Corporativos

**Compromiso:** Honramos todas nuestras responsabilidades como un deber cívico con la Patria, para llevar bienestar y desarrollo a todos los rincones del país.

**Transparencia:** La información sobre nuestras acciones y resultados es clara, abierta y oportuna, siempre disponible al más exhaustivo escrutinio.

**Trabajo en equipo:** Actuamos en la unidad, sabiendo que la integración sin barreras y coordinada de nuestros esfuerzos es superior a la suma de los aportes individuales.

**Integridad:** Nuestras acciones y decisiones están siempre enmarcadas en la legalidad y en la ética, enfrentando con decisión la corrupción en todas sus formas.

**Respeto:** Otorgamos a todas las personas, dentro y fuera de la organización, la dignidad y consideración que nosotros deseáramos recibir, en todas las situaciones.

**Profesionalismo:** Como personas del más alto nivel de competencia, nos exigimos nuestro mejor producto técnico, administrativo o directivo. Es nuestro hábito el estar incesantemente aprendiendo y actualizando nuestras competencias.

**Pasión por la excelencia:** Es nuestro hábito cotidiano la búsqueda de una mejor forma de hacer las cosas y de la más alta calidad en nuestros servicios.

**Orientación a resultados:** La única medida de nuestro buen trabajo es la consecución de los objetivos buscados, en el marco de nuestros valores y principios.

### **Servicios que ofrecer**

A continuación se detalla los servicios a ofrecer por ConTriServ.

#### **Contabilidad**

- ✚ Elaboración de balances y estados
- ✚ Depreciaciones
- ✚ Análisis de transacciones
- ✚ Control de inventario
- ✚ Métodos de Costeo

#### **Auditoría**

- ✚ Control apropiado de transacciones
- ✚ Herramientas de supervisión y control
- ✚ Revisión de balances
- ✚ Determinar la veracidad de los estados financieros

## **Capacitación**

- ✚ Explicación de leyes Tributarias.
- ✚ Elaboración de formularios
- ✚ Explicación de normas contables
- ✚ Uso de programas contables

## **Asesoría Tributaria**

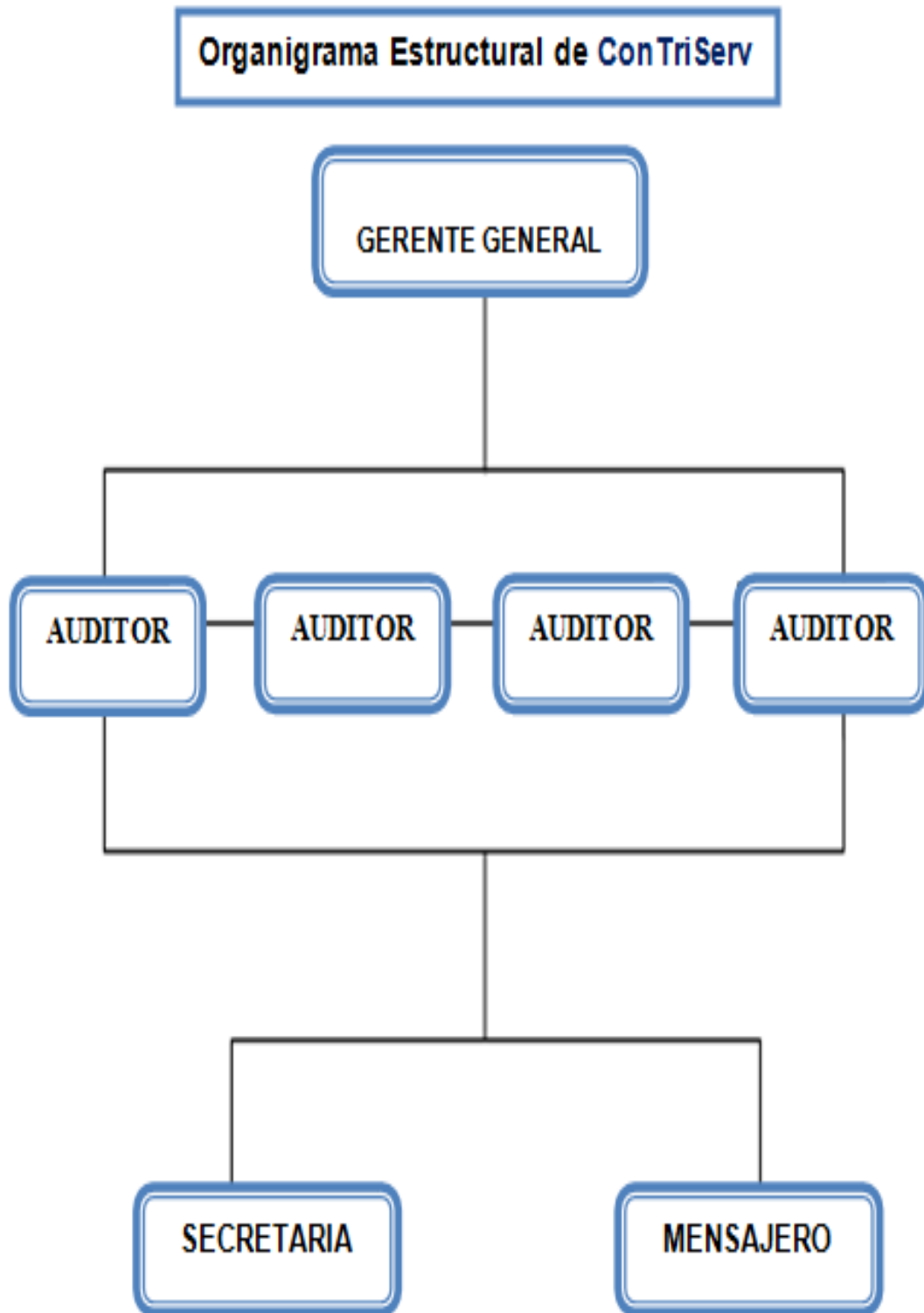
- ✚ Elaboración de formularios
- ✚ Dar solución a problemas internos
- ✚ Pagos de impuestos de acuerdo a la ley
- ✚ Liquidación de IVA e Impuesto a la Renta
- ✚ Facturas o Notas de Venta.

## **Asesoría Financiera**

- ✚ Búsqueda de Financiamiento
- ✚ Disminuir Costos
- ✚ Análisis de Ratios Financieros
- ✚ Análisis de Gastos.

Gráfico 1.

Organigrama



ELABORACIÓN: Evelyn Olaya y Norma Sánchez

## Descripción de Funciones

### MANUAL DE FUNCIONES



#### Objetivo Estratégico del cargo:

- Liderar el crecimiento y desarrollo de la institución
- Establecer esquemas de cambio para el mejoramiento en la funcionalidad de la empresa.

#### Funciones Específicas:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la institución.
- Responder por la marcha administrativa, y operativa de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir a los subordinados y empleados los objetivos de la empresa
- Aprobar los sumarios y contenidos teóricos de los recursos a ejecutarse.
- Supervisar y controlar la buena organización y ejecución de las estrategias que se desarrollen.
- Suscribir contratos y convenio que se establezcan con otras instituciones o personas.
- Actualizar y mantener bajo su custodia los inventarios de bienes y valores de la entidad.
- Contratar, remover y sancionar a los empleados de la empresa, cuyo nombramiento o remoción no sea de competencia de otro órgano de la entidad, y fijar sus remuneraciones.
- Suministrar la información de acuerdo con su competencia.
- Establecer las políticas que permitan la operatividad de la empresa.
- Generar un clima laboral positivo, motivante y desafiante.
- Apoyar y participar en las acciones estratégicas que orienten al personal a una filosofía de trabajo que busque el mejoramiento continuo de los procesos de la empresa.

**Línea de Autoridad:**

- Reporta a: Ninguno
- Supervisa a: Gerente de Comercialización/Venta y demás subordinados dentro de la empresa.

**Requisitos mínimos:****Formación:**

- Título profesional de Tercer Nivel en Administración de Empresas.
- Haber aprobado cursos de manejo gerencial.

**Experiencia:**

- Experiencia mínima 2 años en administración o dirección de empresas.

**Competencias Laborales:**

- Aptitudes para planificar y dirigir trabajos de grupo.
- Capacidad de mando.
- Excelentes relaciones personales.
- Disposición de tiempo completo.

**Edad:**

- De 30 años en adelante

**Sexo:**

- Indistinto



## TÍTULO DEL CARGO: CONTADOR-AUDITOR



### Objetivo Estratégico del cargo:

- Elaborar, revisar y comunicar que todas las transacciones se realicen de forma correcta, además de elaborar estados financieros que suministre información acerca de la liquidez y solvencia de la empresa para futuras negociaciones.

### Funciones Específicas:

- Recopilar información para elaborar registros contables.
- Elaborar estados financieros.
- Conciliar las cuentas bancarias.
- Elaborar la declaración de impuestos.
- Elaborar roles de pago personal.
- Mantener y custodiar la documentación contable y los documentos.
- Realizar los depósitos bancarios.
- Ordenar y separar facturas.
- Revisar y registrar documentos de compra.
- Cancelación de servicios básicos.
- Cuadre de caja chica.

### Línea de Autoridad:

- Reporta a: Al Jefe Administrativo Financiero, La Junta Directiva, al tesorero
- Supervisa a: La labor del personal profesional, técnico y lo referente con la contabilidad.

### Requisitos mínimos:

#### Formación:

- Título de contador público.

**Experiencia:**

- Experiencia mínima 1 año en actividades de contabilidad.
- Analizar las tendencias contables, fiscales y financieras a los diferentes problemas d estas áreas.
- Combinar conocimientos de diversas disciplinas: contabilidad, derecho, economía, informática, matemáticas psicología y sociología para solucionar problemas financieros.

**Competencias Laborales:**

- Seguridad en sí mismos (autoestima).
- De ética profesional y personal.
- De apertura al campo.
- De iniciativa y emprendedora.
- De compromiso y responsabilidad.
- De servicio a los demás.
- Conducir y participar en grupos multidisciplinarios para fundamentar toma de decisiones.

**Edad:**

- De 25 años en adelante

**Sexo:**

- Indistinto.





### **Objetivo Estratégico del cargo:**

- Apoyar en el manejo de la documentación, así como en las coordinaciones delegadas por el Director Administrativo.

### **Funciones Específicas:**

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la Dirección del Centro.
- Preparar la documentación y los informes que corresponden a la Dirección del Centro.
- Receptar las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al Director del Centro; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales.
- Archivar la documentación del Director del Centro.
- Orientar al usuario que acude a la Dirección Administrativa, con buen trato y calidez.

### **Línea de Autoridad:**

- Reporta a: Director
- Supervisa a: Todas las unidades administrativas y académicas del Centro.

### **Requisitos mínimos:**

#### **Formación:**

- Título profesional de Tercer Nivel en Secretaria Ejecutiva.
- Dominio de Office (Excel, Word, Power Point).

#### **Experiencia:**

- Experiencia mínima 1 año

**Competencias Laborales:**

- Buena presencia.
- Experiencia como Asistente y/o Secretarias.
- Proactiva, con predisposición para aprender.
- Excelente comunicación a todo nivel.
- Buen trato.

**Edad:**

- De 20 a 27 años

**Sexo:**

- Femenino



## TÍTULO DEL CARGO: MENSAJERO



### **Objetivo Estratégico del cargo:**

- Recepción y envío de documentos a los diferentes edificios empresariales y control de documentos

### **Funciones Específicas:**

- Cumplir a cabalidad las labores encomendadas por parte del personal correspondiente de la empresa.
- Entregar los documentos a tiempo a los puntos de destino de recepción.
- Llenar los registros de control de actividades por parte de la empresa.
- Brindar soporte a la Administración en cuanto a sugerencias para la mejora continua de la entidad.
- Velar por salvaguardar la integridad física y custodia de los documentos que la empresa le encomiende.

### **Línea de Autoridad:**

- Reporta a: Auditores-Secretaria
- Supervisa a: Ninguno

### **Requisitos mínimos:**

#### **Formación:**

- Conocimiento de la Ciudad
- Alto sentido de Responsabilidad
- Licencia tipo A
- Poseer moto

**Experiencia:**

- Experiencia mínima 6 mese en adelante

**Competencias Laborales:**

- Excelente relación con los clientes.
- Conocimiento de la calles de recorrido de nuestra ciudad.
- Excelente comunicación a todo nivel.
- Buen trato.

**Edad:**

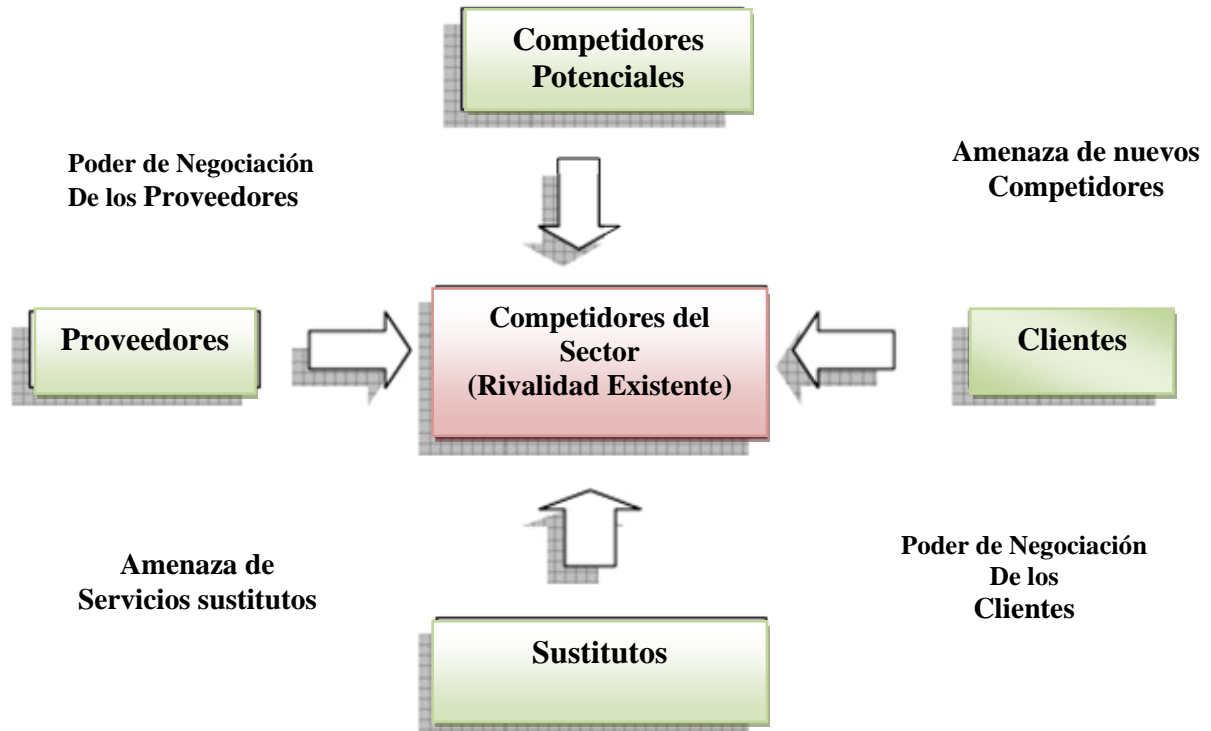
- De 25 a 35 años

**Sexo:**

- Masculino.

## Análisis Porter

Gráfico 2



ELABORACIÓN: Evelyn Olaya y Norma Sánchez

Un punto importante a considerar es el análisis de la competencia, para ello se ha considerado el Análisis Porter como una herramienta para el cumplimiento de objetivos. Entre la principal competencia que se encuentran trabajando dentro del mercado de la PYMES están los Contadores y en una menor proporción empresas asesoras.

Mediante el estudio realizado en el transcurso de éste proyecto se ha detectado como barrera de entrada para la conformación de este tipo de empresas: el efecto experiencia, es por esto que Morán & asociados deberá tener estrategias de promoción para lograr la atención de las PYMEs y poco a poco ir obteniendo experiencias.

### **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Las barreras de entrada para los nuevos competidores es baja ya que se requiere más del conocimiento intelectual que de infraestructura física para poder iniciarse en este tipo de negocios.

Para tratar de evitar esto o que ocurra en lo más mínimo posible, tenemos un factor diferenciador de la competencia ya existente, rapidez, precios accesibles, calidad, accesibilidad.

### **Amenaza de Productos / Servicios Sustitutivos.**

La mayor amenaza para nosotros son las empresas asesoras que existen en ciudades cercanas o profesionales independientes.

### **Poder de Negociación de los proveedores.**

El poder de negociación de los proveedores es muy mínimo, ya que en este caso es un servicio que requiere de conocimientos intelectuales.

### **Poder de Negociación de los clientes.**

Es moderado ya que los clientes tienen la opción de escoger a la persona o empresa que le de asesorías o realice su trabajo.

Nuestro objetivo primordial es poder satisfacer al cliente con el servicio que se le va a brindar, por eso es vital tener la disposición como empresa poder complacerlo en todos los ámbitos requeridos.

Lo primero que se debe definir es quienes son nuestros clientes potenciales y que buscan el servicio que se ofrece.

### **Matriz Boston Consulting Group**

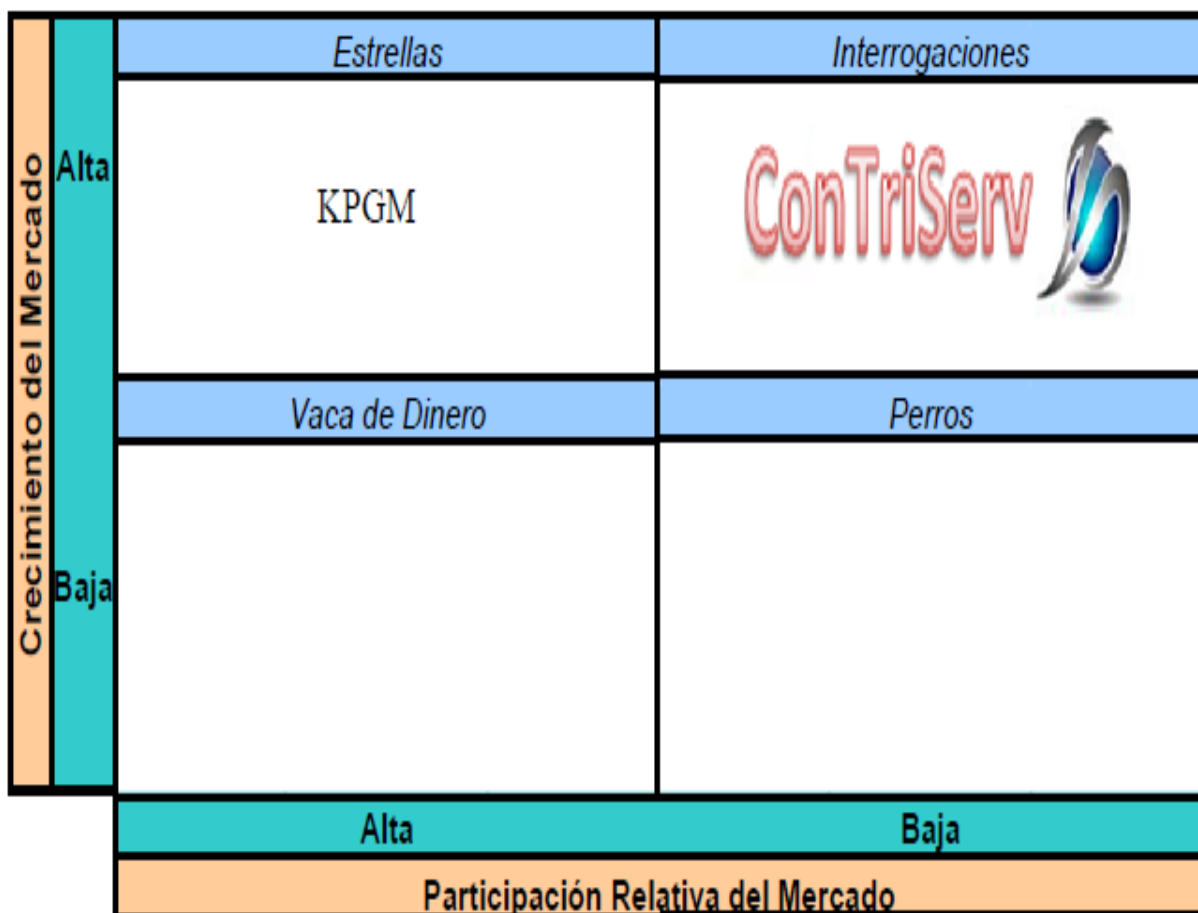
El estudio de ésta matriz se fundamenta en el análisis de tres variables básicas que se pueden adaptar a las particularidades completas del sector de la empresa y del país, que establece el grado de competitividad de la empresa.

Estas variables son:

- Las ventas

- La participación de mercado con respecto al mayor competidor de la empresa.
- La tasa de crecimiento del mercado

**Figura 13.** Matriz BCG




**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

Como se puede constatar el mercado de asesoría Contable, Tributaria y Financiera está en crecimiento en relación hacia las PYMEs. Se describe a KPGM los de mayor participación dentro de este sector, a diferencia de los Contadores que se presenta como una interrogante por tener mayor porcentaje de participación.

La Figura No. 13 señala a ConTriServ como una empresa interrogante, considerando teóricamente que las unidades de negocio se inician con el intento de penetrar en un mercado en etapa de crecimiento, reflejándose esto en la baja participación en el mercado, pero a pesar de iniciar como interrogante se desea, a mediano plazo, constituirse dentro del mercado en un servicio estrella

## Análisis Foda

**Cuadro 19** Foda

 FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Empresa legalmente constituida	Alta tasa de crecimiento de microempresas
Alto conocimiento financiero y administrativo.	Las obligaciones y reformas dirigidas a microempresa.
Creatividad para capacitar a los comerciantes.	Variedad de capacitaciones (diferentes tipos de capacitaciones)
Únicos en el mercado local.	Falta de conocimientos financieros y administrativos de los microempresarios.
Diversidad de los paquetes de capacitación.	Inserción en el mercado de la microempresa.
Disponibilidad de tiempo.	
Ubicación geográfica estratégica	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Nuevos en el mercado de asesorías	Alto precio de los suministros.
Pocas accionistas.	Presencia de la competencia externa (Otras ciudades)
Falta de cultura en recibir asesoramiento.	Servicios de asesorías en la Red. (internet)
Horarios establecidos de capacitaciones.	Profesionales independientes. C.P.A. - Ing. Comerciales
Desnivel de conocimientos de los comerciantes.	

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez



## Estrategia FOFA

**Cuadro 20.- Estrategias FO-FA-DO-DA.**

<p><b>ESTRATEGIAS FO – FA – DO - DA</b></p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Alta tasa de crecimiento de microempresas.</p> <p>Las obligaciones y reformas dirigidas a microempresa.</p> <p>Variedad de capacitaciones (diferentes tipos de capacitaciones)</p> <p>Falta de conocimientos financieros y administrativos de los microempresarios.</p> <p>Inserción en el mercado de la microempresa.</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>Alto precio de los suministros.</p> <p>Presencia de la competencia externa (Otras ciudades).</p> <p>Servicios de asesorías en la Red. (Internet).</p> <p>Profesionales independientes. C.P.A. - Ing. Comerciales.</p>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Empresa legalmente constituida.</li> <li>➤ Alto conocimiento financiero y administrativo.</li> <li>➤ Creatividad para capacitar a los comerciantes.</li> <li>➤ Únicos en el mercado local.</li> <li>➤ Diversidad en los paquetes de capacitación.</li> <li>➤ Disponibilidad de tiempo.</li> <li>➤ Ubicación geográfica estratégica.</li> </ul>	<p><b>FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Realizar una estrategia de venta de nuestros servicios a los microempresarios.</li> <li>2.- Aprovechar el conocimiento y la capacidad de nuestro personal</li> <li>3.- Dictar cursos de actualización de acuerdo al tipo de negocio y capacidad de los clientes.</li> <li>4.- Crear horarios flexible con tiempo de los microempresarios para dictar los seminarios.</li> <li>5.- Proponer a los microempresarios proyectos a cortos plazos que optimicen sus negocios llegando así de forma más directa a sus clientes.</li> </ol>	<p><b>FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Compensación de los precios, con la calidad del servicio que ofrecemos.</li> <li>2.- Crear una cultura a nivel de servicios que nos consolide como líder en asesoramiento en esta ciudad. Aislado a las empresas externas.</li> <li>3.- Investigación constante de mercado para brindar soluciones a nuestros clientes valiéndonos del contacto persona a persona. Opacando los servicios que ofrece la red.</li> <li>4.- La disponibilidad de tiempo y la correcta ubicación de nuestra empresa permitirá brindar soluciones a los problemas de nuestros clientes de forma más eficientes.</li> </ol>

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

**Cuadro 21.- Estrategias FO-FA-DO-DA.**

<p><b>ESTRATEGIAS</b> <b>FO – FA – DO - DA</b></p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Alta tasa de crecimiento de microempresas.</p> <p>Las obligaciones y reformas dirigidas a microempresa.</p> <p>Variedad de capacitaciones (diferentes tipos de capacitaciones)</p> <p>Falta de conocimientos financieros y administrativos de los microempresarios.</p> <p>Inserción en el mercado de la microempresa</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>Alto precio de los suministros.</p> <p>Presencia de la competencia externa (Otras ciudades).</p> <p>Servicios de asesorías en la Red. (Internet).</p> <p>Profesionales independientes. C.P.A. - Ing. Comerciales.</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>Nuevos en el mercado de asesorías.</p> <p>Pocos accionistas.</p> <p>Falta de cultura en recibir asesoramiento.</p> <p>Horarios establecidos de capacitaciones.</p> <p>Desnivel de conocimientos de los comerciantes.</p>	<p><b>DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1.-</b> Ser nuevos llama la atención. Elaborar una buena estrategia de marketing permitirá acaparar clientes y aprovechar el mercado en expansión.</li> <li><b>2.-</b> Tener pocos accionistas agiliza la toma de decisiones y aprovechar oportunidades sobre las reformas dirigidas a los microempresarios.</li> <li><b>3.-</b> Incluir en los seminarios. Muchos que ayuden en superación personal que hagan cambiar la forma de pensar a los dueños de negocios. Proyectándose como los microempresarios que desean.</li> <li><b>4.-</b> Brindaremos un excelente servicio. Esto hará que los clientes crean en nosotros y se adapten a los horarios establecidos. Ya que la recompensa serán los conocimientos nuevos impartidos en cada seminarios</li> </ol>	<p><b>DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1.-</b> Elaborar plan de acción de servicio que justifique los altos precios de los suministros empleados.</li> <li><b>2.-</b> Planificar planes de contingencia que permitan mejorar constantemente y tener a los clientes satisfechos. Para bloquear servicios brindados por terceros.</li> <li><b>3.-</b> implementar centros de apoyo donde se dicten cursos de relaciones humanas y superación personal. Cambiar al comerciante informal.</li> <li><b>4.-</b> Evaluar a los comerciantes e ir clasificándolos por grupos para así dictar seminarios acorde con el nivel de conocimiento y capacitación.</li> </ol>

**Cuadro 22. Matriz Foda Ofensiva**

Áreas de Iniciativa Estratégica Ofensiva							
	O P O R T U N I D A D E S	Alta tasa de crecimiento de microempresas.	Las obligaciones y reformas dirigidas a microempresa.	Variedad de capacitaciones (diferentes tipos de capacitaciones)	Falta de conocimientos financieros y administrativos de los microempresarios.	Inserción en el mercado de la microempresa.	TOTAL
<b>FORTALEZAS</b>		9	9	9	9	9	
Empresa legalmente constituida		9	9	9	9	9	
Alto conocimiento financiero y administrativo.		9	3	9	9	9	
Creatividad para capacitar a los comerciantes.		9	3	9	9	3	
Únicos en el mercado local.		9	9	3	3	3	
Diversidad de los paquetes de capacitación.		9	9	3	1	1	
Disponibilidad de tiempo.		9	9	1	1	1	
Ubicación geográfica estratégica		9	3	3	1	3	
<b>TOTAL</b>							

**FOCO DE LAS ACCIONES OFENSIVAS**

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

**Cuadro 23 ..Matriz Foda Defensiva**

<b>Áreas de Iniciativa Estratégica Defensiva</b>						
	<b>D E B I L I D A D E S</b>	Nuevos en el mercado de asesorías	Pocas accionistas.	Falta de cultura en recibir asesoramiento.	Desnivel de conocimientos de los comerciantes.	<b>TOTAL</b>
<b>AMENAZAS</b>						
Alto precio de los suministros.		9	9	9	9	36
Presencia de la competencia externa (Otras ciudades)		9	9	9	1	28
Servicios de asesorías en la Red. (internet)		9	9	1	3	22
Profesionales independientes. C.P.A. - Ing. Comerciales		9	9	9	3	30
<b>TOTAL</b>		36	36	28	16	

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

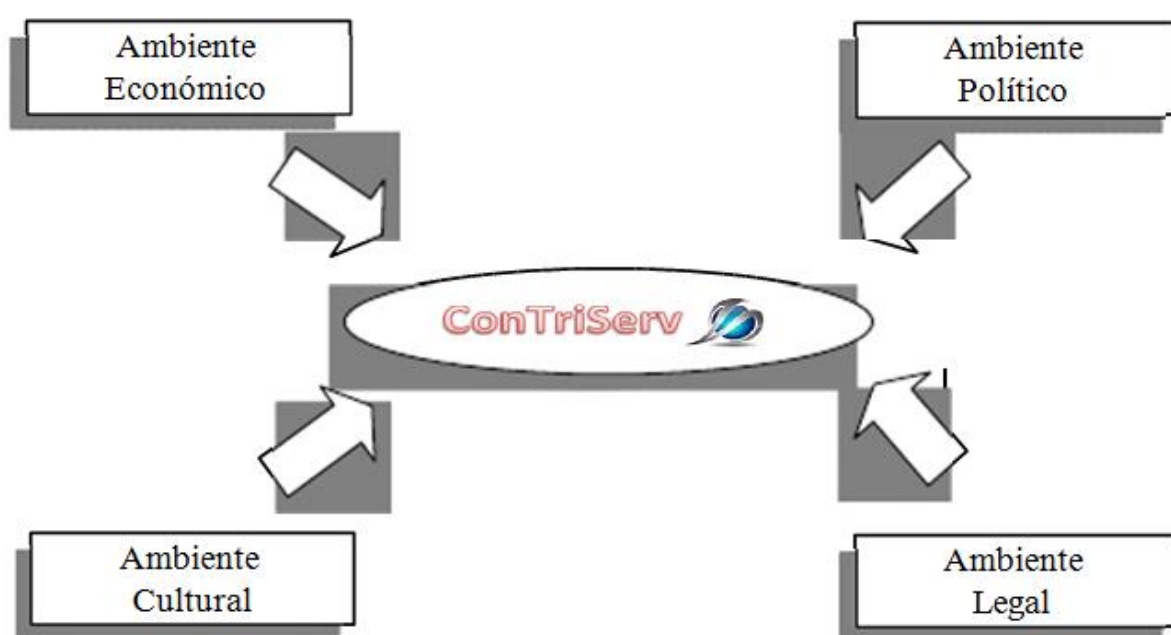
Foco de las acciones Ofensivas

### 5.7.1 Actividades

#### Segmentación del Mercado y Composición del Mercado

Analizando el estudio que se realizó sobre la propuesta, podemos declarar que para la segmentación del mercado debemos considerar factores importantes como el ambiente económico, ambiente político, ambiente legal, y ambiente cultural, que influyen en el comportamiento del mercado

Figura 14. Análisis del Entorno



**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

#### **Ambiente Económico.**

La economía del Ecuador transita por la ruta del proceso de modernización, por lo que se han llevado a cabo una serie de reformas estructurales, administrativas y legales con el propósito de abrir la economía hacia el mercado internacional en orden a incrementar la eficiencia en las actividades productivas, dinamizar la intervención del estado en la economía y fortalecer los sectores productivos no tradicionales.

Como sabemos la economía ecuatoriana se encuentra bajo el esquema de la dolarización, que persigue el crecimiento económico sostenido del país. En este

contexto se han logrado importantes acciones en la estabilidad económica, en la planificación, la apertura de mercados, el saneamiento del sistema financiero, el reordenamiento del estado y en devolver la capacidad económica a los individuos, todo lo cual ha redundado en la reactivación productiva.

### **Ambiente Político**

En la actualidad Ecuador está tratando de estabilizarse en lo político ya que ha pasado una serie de inconvenientes por ejemplo el derrocamiento del Lucio Gutiérrez el cual no pudo cumplir su periodo como Presidente de la República, dañando así la imagen de nuestro país ante el resto del mundo debido a la inestabilidad política ya que ésta es la tercera vez que un Presidente es derrocado. El municipio de nuestro Cantón ha venido en su periodo político trabajando en el reordenamiento de ésta ciudad alcanzando sus objetivos, ya que ésta ciudad tiene una nueva imagen, una prueba de esto es la regeneración urbana, lo cual ha contribuido a una mayor confianza e inversión en la urbe. Esto mayoritariamente en el sector de las pequeñas y medianas empresas.

### **Ambiente Cultural.**

Los aspectos culturales son para el desarrollo económico de un país, lo que las patentes, derechos de marca y autor, son para el crecimiento de la empresa. Se trata de activos intangibles de gran importancia para la creación de riqueza y bienestar para la sociedad

Las sociedades exitosas se caracterizan por ser altamente agresivas, competitivas y con deseos insaciables de acumular posesiones materiales convertidas en crecientes fortuna. En el Ecuador las asesorías contables, tributarias y financieras a microempresarios son pocas explotadas, y es un hecho que solo las grandes empresas se preocupan por hacerlo. Actualmente los pequeños y medianos empresarios se han percatado que necesitan de ésta asesoría para poder incrementar sus ganancias y el bienestar de los clientes y lograr un puesto en el mercado.

### **Ambiente Legal.**

Las leyes al igual que la política en el Ecuador no son bien vistas a nivel nacional e internacional. La seguridad Jurídica no se da en el país porque faltan leyes sino debido a su sobreabundancia ya que están vigentes unos cincuenta y cinco mil cuerpos legales y por la corrupción un claro ejemplo fue la venida de tres asilados políticos con juicios pendientes que fueron abolidos, en el país existen 28 organismos que emiten normas legales.

El Gobierno de Estados Unidos, está preocupado por las disputas relacionadas con la falta de seguridad jurídica en la aplicación de leyes existentes en el Ecuador, así como la seguridad física de los bienes materiales y del personal que labora en ellas. La existencia de leyes contradictorias frustra a las empresas internacionales interesadas en invertir en el Ecuador mientras que la claridad legal incentivaría a las firmas internacionales a establecerse en el país.

### **MARKETING MIX**

El estudio de la publicidad se debe iniciar con el estudio de las diferentes variables ya que forma parte del concepto mercadeo. Para ello es necesario conocer los componentes del mercado, las empresas que ofertan los productos, los clientes que demandan estos servicios y el punto en que los clientes satisfacen sus necesidades con los productos ofrecidos por las diferentes empresas que componen el mercado.

Para conocer estas necesidades y poder satisfacerlas en el mercado de las microempresas, se deben analizar las 6 P que componen las variables de mercado microempresarial.

- Producto
- Precio
- Plaza - Distribución
- Promoción - Publicidad
- Personas
- Personalizar la venta.

**Producto o Servicio.-** Es lo que se va a brindar al mercado para satisfacer una necesidad, nuestra empresa ofrecerá los servicios de Asesoría Contable, Tributaria y Financiera para solucionar los problemas que implica llevar registros origen de las actividades económicas que generan. Parte de la mezcla del marketing de la organización se encamina en conjunto al precio, distribución y promoción, contando con personal capacitado.

**EL PRECIO.-** Es el valor en dinero en que se estima en esta ocasión un servicio, cuando el consumidor y el vendedor se ponen de acuerdo sobre el precio de algo, ambos valoran mas lo que reciben que lo que dan; es decir el precio significa para ambos la obtención de un beneficio por el intercambio de varios servicios

La estimación del precio se realiza por:

- Las características de calidad de un artículo o servicio.
- La atención que recibe por parte del consumidor.
- La información que recibe por parte de la persona que le capacita.
- La medida con la información lograra satisfacer sus necesidades y dudas.

Un acuerdo entre consumidor y el vendedor es el precio justo, así ambos sienten el beneficio que obtienen del intercambio en la operación del servicio, ambos quedaran satisfechos y el consumidor puede convertirse hasta en cliente.

#### **Detalle de los servicios y Precios:**

**Cuadro 24.** Detalle y Precios de los Servicios

	<b>Precio</b>
<b>Contabilidad</b>	150
<b>Auditoría</b>	260
<b>Capacitación</b>	60
<b>Asesoría Tributaria</b>	190
<b>Asesoría Financiera</b>	190

Los precios pueden tener una variación porcentual de acuerdo al sector que vamos a brindar los servicios correspondientes.



**LA PUBLICIDAD.-** La publicidad se refiere a la información que se entregue al cliente actual o potencial sobre la variedad de servicios que ofrecemos. Es necesario que la comunicación a través de medios publicitarios convenza y persuada al consumidor para que lo adquiera.

La publicidad se puede realizar:

- De persona a persona
- Por rótulos
- Anuncios comerciales
- Periódicos
- Revistas

En la publicidad hay que cuidar ciertos aspectos:

- ¿Qué debemos decir?
- ¿Cómo debemos decirlo?
- ¿Dónde debemos decirlo?
- ¿Con que frecuencia debemos decirlo?

Las respuestas a estas preguntas nos permiten plantear la publicidad del servicio que ofrecemos, solo se invita a comprar el servicio, captar la atención del consumidor, y despertar el interés para así realizar la compra del servicio.

Publicidad

Logotipo



ELABORACIÓN: Evelyn Olaya y Norma Sánchez

TARJETA DE PRESENTACIÓN

**Figura 16.**

Ofrecemos las soluciones a tu negocio, brindándote una Asesoría Contable Tributaria y Financiera de acuerdo a tus necesidades.



*Asesorías al Servicio y Excelencia a la Eficacia*

*Ing.C.P.A Norma Sánchez*

Av. Av. 5 de Octubre entre 10 de Agosto y Pichincha.  
Telf. 042 758 542 Fax. 2659 884  
Email: contriserv@hotmail.com

ELABORACIÓN: Evelyn Olaya y Norma Sánchez

Figura 17. Volante

*Ofrecemos Asesoría Contable Tributaria y Financiera, asegurando el desarrollo de tu negocio.*

*Soluciones a los problemas de tu negocio*

**ConTriServ** 

*Asesorías al Servicio y Excelencia a la Eficacia*

**Contactanos Ya.... 042 758-542**

*Av. 5 de Octubre entre 10 de Agosto y Pichincha*

ELABORACIÓN: Evelyn Olaya y Norma Sánchez

Nuestra Pagina Web

[www.contriserv.com.ec](http://www.contriserv.com.ec)

Figura 18. Pagina Web



ELABORACIÓN: Evelyn Olaya y Norma Sánchez

Slogan

***“Asesorías al Servicio y Excelencia a la Eficacia”***

**LA PLAZA.-** La plaza es el lugar donde vendemos el servicio. Muchas veces, y es recomendable, antes de abrir una empresa hacer un estudio de mercado de la zona donde se pretende abrir el negocio.

Para considerar la plaza debe tener en cuenta:

- Características de los servicios que ofrece
- Características de las relaciones entre el cliente y el vendedor
- Los precios
- Los hábitos del lugar con respecto a la situación de compra y venta
- El punto de venta (promoción, publicidad, propaganda, patrocinio, potenciar la F.V., promoción de ventas, y post venta)

Intermediario al servicio que prestamos durante el proceso:

- Se cumple con el compromiso que se tiene con ellos.
- Se escuchan sus quejas y comentarios.
- Se le apoya con toda información o capacitación que requieran.

La atención a la plaza que tiene en el servicio de capacitación, no es otra cosa que la preocupación de cual es la extensión del mercado y el servicio que le vamos a brindar que será un gran éxito.

### **5.7.2 Recursos, Análisis Financiero**

#### **Personal.**

#### **Requerimientos del personal**

La propuesta requiere del siguiente personal según la estimación realizada será necesario la el siguiente personal que se detalla en el siguiente cuadro, donde se requiere al Gerente Propietario, quien a la vez es el representante legal de la empresa, como también 4 Auditores Contables quienes serán los encargados de realizar las asesorías, capacitaciones y demás actividades relacionadas al objeto del negocio de la empresa ConTriServ, y también la contratación de una secretaria quien servirá de apoyo a los Auditores y finalmente un mensajero quien es el encargado de recibir y entregar los documentos de la empresa, para iniciar nuestro proyecto, tan solo lo hacemos con 6 personas, dejando abierto las posibilidades de incrementar nuestro Talento Humano a futuro, y seguir lográndola expansión de

nuestra empresa de Asesoría Contable, Tributaria y Financiera aplicada a las PYMEs del cantón Naranjito, fomentando el desarrollo de nuestra ciudad.

**Cuadro 25.** Personal de la empresa Asesora

Denominación del cargo	N.- de Cargo
<b>Gerente General</b>	1
<b>Auditor Contable</b>	4
<b>Secretaria</b>	1

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

De acuerdo parámetros establecidos para el desarrollo de la presente propuesta, es necesario detallar a continuación el Recurso material y el Talento Humano requerido

**Cuadro 26.** Inversión del proyecto

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	
CAJA - BANCO	2.000,00
<b>OTROS EQUIPOS</b>	
MUEBLES Y ENSERES	1.440,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.950,00
EQUIPO DE OFICINA	490,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1.780,00
SOFTWARE	180,00
<b>GASTOS PRE-OPERACIONALES</b>	
CAPITAL SUSCRITO	800,00
HONORARIOS DEL ABOGADO	350,00
AFILIACIÓN A LA CAMARA DE COMERCIO	70,00
REGISTRO DE INSCRIPCIÓN DE CONSTITUCIÓN	120,00
REGISTRO DE NOMBRAMIENTOS	60,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	20,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>8.260,00</b>

**Cuadro 27. Financiamiento del proyecto**

<b>FINANCIACION DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>8.260,00</b>
Financiado	<b>80%</b>	6.608,00
Aporte Propio	<b>20%</b>	1.652,00
		<b>8.260,00</b>

**Cuadro 28. Tasa CFN**

<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	<b>12,00%</b>	<b>0,12</b>
		<b>0,12</b>

**Cuadro 29. Préstamo bancario**

<b>PRESTAMO BANCARIO</b>		
Prestamo Bancario	<b>6.608,00</b>	<b>792,96</b>

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

**Cuadro 30. Flujo de caja proyectado**

<b>ConTriServ</b> <b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS	-	32.640,00	34.272,00	35.985,60	37.784,88	39.674,12	180.356,60
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>32.640,00</b>	<b>34.272,00</b>	<b>35.985,60</b>	<b>37.784,88</b>	<b>39.674,12</b>	<b>180.356,60</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
INVERSION INICIAL	<b>8.260,00</b>	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	23.834,12	25.011,23	26.247,19	27.544,95	28.907,59	131.545,07
GASTO DE VENTAS	-	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	4.800,00
GASTOS GENERALES	-	2.544,00	2.671,20	2.804,76	2.945,00	3.092,25	14.057,21
GASTO DE COMBUSTIBLE	-	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	5.304,61
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	330,66	396,41	464,25	680,31	752,67
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	468,44	561,58	657,68	963,78	1.066,28
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>8.260,00</b>	<b>28.298,12</b>	<b>30.449,53</b>	<b>32.028,33</b>	<b>33.683,19</b>	<b>35.770,82</b>	<b>157.525,84</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-8.260,00</b>	<b>4.341,88</b>	<b>3.822,47</b>	<b>3.957,27</b>	<b>4.101,69</b>	<b>3.903,30</b>	<b>20.126,61</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	6.608,00	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>6.608,00</b>	-		-		-	
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
<b>INVERSIONES</b>							
PAGO DE CAPITAL	-	1.321,60	1.321,60	1.321,60	1.321,60	1.321,60	6.608,00
PAGO DE INTERESES	-	792,96	634,37	475,78	317,18	158,59	2.378,88
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	-	<b>2.114,56</b>	<b>1.955,97</b>	<b>1.797,38</b>	<b>1.638,78</b>	<b>1.480,19</b>	<b>8.986,88</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>6.608,00</b>	<b>-2.114,56</b>	<b>-1.955,97</b>	<b>-1.797,38</b>	<b>-1.638,78</b>	<b>-1.480,19</b>	<b>-8.986,88</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-1.652,00</b>	<b>2.227,32</b>	<b>1.866,50</b>	<b>2.159,90</b>	<b>2.462,90</b>	<b>2.423,11</b>	<b>11.139,73</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	-	<b>2.000,00</b>	<b>4.227,32</b>	<b>6.093,82</b>	<b>8.253,72</b>	<b>10.716,62</b>	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	-	<b>4.227,32</b>	<b>6.093,82</b>	<b>8.253,72</b>	<b>10.716,62</b>	<b>13.139,73</b>	

ELABORACIÓN: Evelyn Olaya y Norma Sánchez



**Cuadro 31. Balance General**

<b>ConTriServ</b>						
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	9.000,00	4.227,32	6.093,82	8.253,72	10.716,62	13.139,73
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>9.000,00</b>	<b>4.227,32</b>	<b>6.093,82</b>	<b>8.253,72</b>	<b>10.716,62</b>	<b>13.139,73</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.660,00</b>	6.660,00	6.660,00	6.660,00	6.660,00	6.660,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		1.344,50	2.689,00	4.033,50	4.404,50	4.775,50
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>6.660,00</b>	<b>5.315,50</b>	<b>3.971,00</b>	<b>2.626,50</b>	<b>2.255,50</b>	<b>1.884,50</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>15.660,00</b>	<b>9.542,82</b>	<b>10.064,82</b>	<b>10.880,22</b>	<b>12.972,12</b>	<b>15.024,23</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	6.608,00	5.286,40	3.964,80	2.643,20	1.321,60	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	330,66	396,41	464,25	680,31	752,67
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	468,44	561,58	657,68	963,78	1.066,28
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>6.608,00</b>	<b>6.085,50</b>	<b>4.922,78</b>	<b>3.765,13</b>	<b>2.965,69</b>	<b>1.818,95</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	1.652,00	1.652,00	1.652,00	1.652,00	1.652,00	1.652,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	1.405,32	1.684,73	1.973,05	2.891,34	3.198,85
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	1.405,32	3.090,04	5.063,09	7.954,43
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>1.652,00</b>	<b>3.057,32</b>	<b>4.742,04</b>	<b>6.715,09</b>	<b>9.606,43</b>	<b>12.805,28</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>8.260,00</b>	<b>9.142,82</b>	<b>9.664,82</b>	<b>10.480,22</b>	<b>12.572,12</b>	<b>14.624,23</b>

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

**Cuadro 32.** Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>						
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>VENTAS</b>	32.640,00	34.272,00	35.985,60	37.784,88	39.674,12	180.356,60
(-) <b>COSTO DE VENTAS</b>	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	5.304,61
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>31.680,00</b>	<b>33.264,00</b>	<b>34.927,20</b>	<b>36.673,56</b>	<b>38.507,24</b>	<b>175.052,00</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	28.682,62	29.986,93	31.356,45	31.820,94	33.330,84	155.177,78
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>2.997,38</b>	<b>3.277,07</b>	<b>3.570,75</b>	<b>4.852,62</b>	<b>5.176,40</b>	<b>19.874,22</b>
(-) <b>GASTOS FINANCIEROS</b>	792,96	634,37	475,78	317,18	158,59	2.378,88
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>2.204,42</b>	<b>2.642,71</b>	<b>3.094,98</b>	<b>4.535,43</b>	<b>5.017,80</b>	<b>17.495,34</b>
<b>PARTICIPACION EMPLEADOS</b>	330,66	396,41	464,25	680,31	752,67	2.624,30
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>1.873,76</b>	<b>2.246,30</b>	<b>2.630,73</b>	<b>3.855,12</b>	<b>4.265,13</b>	<b>14.871,04</b>
<b>IMPUESTO RENTA</b>	468,44	561,58	657,68	963,78	1.066,28	6.342,06
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.405,32</b>	<b>1.684,73</b>	<b>1.973,05</b>	<b>2.891,34</b>	<b>3.198,85</b>	<b>11.153,28</b>

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

**Cuadro 33.** Índices financieros

<b>INDICES FINANCIEROS</b>						
<b>DESCRIPCION</b>	<b>INV. INICIAL</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
<b>Flujos netos</b>	<b>-8.260,00</b>	4.341,88	3.822,47	3.957,27	4.101,69	3.903,30

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>11,00%</b>

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEI MAYOR AL 12%</b>	
<b>SUMATORIA DE FLUJOS</b>	<b>20.126,61</b>
<b>AÑOS</b>	<b>5</b>
<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>8.260,00</b>
<b>TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>48,73%</b>

<b>SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS</b>		<b>14.925,86</b>
<b>VAN</b>	<b>POSITIVO</b>	<b>6.665,86</b>
<b>INDICE DE RENTABILIDAD I.R.</b>	<b>MAYOR A 1</b>	<b>2,24</b>
<b>RENDIMIENTO REAL</b>	<b>MAYOR A 12</b>	<b>123,92</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>40,20%</b>

**Cuadro 34. Razones financieras**

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>	
VENTAS	32640,00
COSTO DIRECTO	960,00
COSTO INDIRECTO	28682,62
FLUJO NETO	2227,32
PAGO DE DIVIDENDOS	1321,60
GASTOS FINANCIEROS	792,96
GASTOS PERSONAL	23834,12
ACTIVOS FIJOS NETOS	5.315,50

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
EN DOLARES	29551,79
EN PORCENTAJE	90,54%

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
	<b>POSITIVO</b>	2159,90
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	2,69
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	75,45
INDICE DE EMPLEO		4,48

<b>DATOS</b>	
ACTIVO CORRIENTE	4.227,32
ACTIVOS TOTALES	9.542,82
UTILIDAD NETA	1.405,32

<b>RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ</b>			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5570	55,70%

<b>RENDIMIENTO CORRIENTE</b>			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,1473	14,73%

<b>RAZONES</b>	
UTILIDAD OPERATIVA	20.126,61
GASTOS FINANCIEROS	2.378,88
INVERSION INICIAL	8.260,00
UTILIDAD NETA	11.153,28
VALOR DEL CREDITO	6.608,00
VENTAS	180.356,60
COSTO DE VENTA	160.482,39
TOTAL DEL ACTIVO	1.884,50

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### **5.7.3 Impacto**

#### **IMPACTO SOCIAL**

Por ser únicos en el mercado en el desarrollo de un establecimiento para el beneficio que obtendrán los microempresarios en asesorías personalizadas, que les ayudara a ellos ser mas productivos, competitivos en el mercado incrementando su rentabilidad para su negocio y beneficio de la persona o de la familia , también podrá prestar un excelente servicio a la comunidad ofreciendo plaza de empleos a toda persona que necesite mejorando así la calidad de vida a los comerciantes del Cantón Naranjito

#### **IMPACTO ECONOMICO**

El Cantón Naranjito es progresista ya que se encuentran gente luchadora y trabajadoras, sin embargo, mantienen un bajo perfil en el sector, por la falta de control interna o externa de su negocio es por eso que nuestra asesoría estará reflejado en la política de costos que implementen o acojan los microempresarios.

Estaremos pendiente la base de cada empresa y las estrategias compaginando con la productividad, a medida que avanza el curso los microempresarios estarán actualizados constantemente para poder resolver cualquier problema financiero, así los microempresarios estarán mas competitivos en el mercado; de forma eficiente y eficaz en la calidad y ejecución de su negocio.

#### **IMPACTO CULTURAL.**

Somos una empresa que esta abierta al intercambio de conocimientos y experiencias que manejan los microempresarios, estaremos desarrollando actividades de capacitación en un ámbito diferente para poder llegar al comerciante, ya que somos consiente que la mayoría de los comerciantes son emigrantes en el Cantón Naranjito y también tienen un bajo nivel de conocimientos.

Por otra parte involucraremos al comerciante formal e informal ser participes de inculcar a la población un servicio de calidad, compromiso, para cada cliente con ética profesional, seriedad, confidencialidad, crecimiento sustentable, respeto y trabajo ético.

## **IMPACTO AMBIENTAL**

La actividad asesora no afecta al ambiente excepto por el suministro de papel, estaremos practicando en el reciclaje de papel, pero adicional a eso no afectamos de manera negativa al ecosistema ya que durante nuestros servicios no requerimos sustancias o ninguna clase de químicos para la salud del ser humano, mas bien aportaremos al reciclaje de papel que por ende ayuda a ahorrar el suministro de papel.

Entre los beneficios esta en poder desarrollarse de modo ejemplar para los que se encuentran en nuestra capacitación; integrarlos, en el reciclaje y así crear en una localidad nuevos esquemas sostenibles para el sector.

### **En resumen diremos que:**

- Fortalecer el desarrollo económico del sector de las pequeñas y medianas empresa del Cantón Milagro brindando una Asesoría de calidad propio de nuestra empresa.
- Capacitar a los microempresarios y público en general para utilizar el conocimiento impartido de una manera beneficiosa y productiva.
- Desarrollar resultados positivos de liderazgo, comunicación, relaciones con los miembros de la organización y crecimiento en su carrera profesional.
- Fomentar el trabajo en equipo e incentivar a las personas que reciben el servicio para que puedan tomar decisiones y estimulen su creatividad y desarrollo empresarial de sus negocios.
- Subir el nivel competitivo de las PYMEs en el sector empresarial, dando soluciones y un buen servicio con personal altamente calificado.
- Motivar a las personas a que tengan mayor disposición y manejo de sus ingresos para genera distribuir adecuadamente su economía, reflejándose una mayor productividad, convirtiendo así a las empresas PYMES en eficiente y favorable para la calidad y la competitividad.

- Generar ideas con la finalidad de aportar y promover el desarrollo de la empresa con nuevos proyectos que fomenten nuestro liderazgo y expansión en el mercado laboral y competitivo..
- Soluciones modernas y funcionales, que bajo una óptica de equidad, estén alineadas con las necesidades de nuestros selectos clientes en general.
- 

#### 5.7.4 Cronograma

**Cuadro 35.** Diagrama de Gantt

		TIEMPO DE DURACIÓN											
AC.T	MESES	OCT.				NOV.				DIC.			
	SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	BUSCAR EL LOCAL												
2	TRAMITAR PERMISOS RESPECTIVOS												
3	REALIZACIÓN DE PUBLICIDAD												
4	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO PYMEs												
5	FINANCIAMIENTO												
6	COMPRA DE INSUMOS												
7	ADECUACIÓN DE INSTALACIONES												
8	INSTALACIÓN DE EQUIPOS Y MOBILIARIOS EN LA EMPRESA												
9	CONTRATACIÓN DE PERSONAL												
10	PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO												

**ELABORACIÓN:** Evelyn Olaya y Norma Sánchez

### 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

- ✚ Asegurar que los servicios y asesorías que utilizamos sean de la más alta calidad con lo valor agregado en ofrecer un servicio personalizado y al requerimiento de nuestros clientes.
- ✚ Velar el cumplimiento de nuestro compromiso misionario los microempresarios, pero sobre todo hacer prevalecer nuestras políticas de responsabilidad de la prestación de servicios eficientes y eficaces en el Cantón Naranjito.
- ✚ Contribuir al mejoramiento del rendimiento empresarial, por medio de la asesoría contable, tributaria y financiero, logrando llenar las expectativas de los de las pequeñas y medianas empresas PYMEs del Cantón.
- ✚ Proyectar un servicio de calidad, es decir contar con un recurso humano de profesionales en las áreas señaladas, para brindar asesorías, capacitaciones, auditorias y demás logrando llenar las expectativas de los clientes.
- ✚ Desarrollar estrategias para ubicarse dentro del mercado competitivo.
- ✚ Promover y Evaluar el desarrollo integral del personal y clientes como consecuencia al desarrollo de la organización
- ✚ Agilizar la toma de decisiones y la solución de problemas que se presenten en las organizaciones.
- ✚ Aumentar el nivel de satisfacción tanto personal dentro de la empresa, desarrollando un sentido de progreso equitativo.
- ✚ Propiciar y Fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales, aumentando la productividad de los trabajadores.

## CONCLUSIONES

Después de haber realizados los estudios pertinentes para demostrar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de este proyecto. Hemos llegado algunas conclusiones:

- ✚ Se puede concluir con seguridad que el proyecto es factible, esto se pudo conocer porque se aplicó métodos o criterios para la evaluación de su rentabilidad.
- ✚ A través del Estudio y Segmentación del Mercado donde brindaremos nuestro servicio, se pudo apreciar que los dueños de las pequeñas y medianas empresas PYMEs están muy interesados en adquirir servicios que no les genere costos excesivos y al mismo tiempo redimir sus cargas tributarias ante las entidades reguladoras, siendo la asesoría tributaria el servicio con mayor aceptación, con lo cual estaremos fomentando cultura tributaria en nuestros clientes y al desarrollo del país.
- ✚ Se ha obtenido una visión clara y precisa de los objetivos de la empresa, que es la de liderar el mercado de la asesoría contable, tributaria y financiera del Cantón Naranjito tomando en consideración las encuestas realizadas a las pequeñas y medianas empresas PYMES en el sector, tomando en consideración que un alto porcentaje de los microempresarios encuestados, manifestaron que estaban de acuerdo en adquirir un servicio que les permita dar soluciones a sus problemas contables, tributarios y financieros.
- ✚ Considerar como elemental en el cantón Naranjito la implementación de una empresa de Asesoría Contable, tributaria y Financiera que ayude a las pequeñas y medianas empresa PYMEs a su desenvolvimiento hacia el éxito empresarial, para lo cual se debe difundir una publicidad a través de medios de comunicación locales como periódicos, radio y hojas volantes sobre los diferentes servicios que ofrecemos.
- ✚ Disponer con personal calificado y de trayectoria en la prestación de servicios de asesoría contable, tributaria y financiera, marcando los márgenes de agrado del cliente y de la empresa misma.



## RECOMENDACIONES

Se recomienda tener en cuenta lo siguiente:

- ✚ Las empresas a nivel mundial son innovadoras y creativas, actualizando constantemente sus procesos, y dictando nuevas tendencias y conceptos útiles para el mundo empresarial. La gestión es cada vez más compleja, a la vez que surgen nuevas oportunidades dentro de una región que lucha por modernizar rápidamente su economía, por lo que se recomienda identificar plenamente nuestros futuros potenciales clientes.
- ✚ Dada la importancia que representa el mercado en la actualidad, es indispensable que las empresas afines a este tipo de negocio busquen la manera de mantener su competitividad y rentabilidad orientándose siempre hacia actividades de mayor valor agregado.
- ✚ Ofrecer a nuestros clientes precios razonables al entorno y actividad que desempeñan, todo esto acompañado de un buen servicio, que será innovado a través de estrategias planeadas por la empresa, logrando así cubrir las necesidades de los clientes con el fin de que se nos caracterice de forma diferentes en el mercado de tal forma que se cree lealtad por parte de ellos hacia nuestra empresa.
- ✚ Realizar estudios de mercado pertinentes en sectores Pymes y aledaños al Cantón Naranjito, para potencializar la demanda con el fin de llegar a ejecutar programas y promocionales para ofertar nuestros servicios de asesorías contables, tributarias y financieras, indispensables en la estructura organizativa de la empresa lo cual nos permitirá lograr la auto sostenibilidad y rentabilidad deseada que se propone en este estudio a fin de dar a conocer la imagen de la empresa y los servicios que se ofertará con sus respectivas ventajas.

## BIBLIOGRAFÍA

- **DOUGLAS R. emery, JOHN D. FINNERTY,** Administración Financiera Corporativa (Primera Edición, Prentice Hall 2000).
- KINNEAR/TAYLOR, Investigación de Mercados (Quinta Edición, Mc. Graw Hill, 1998).
- **PORTER, Michael, y KRAMER, Mark R:** “La Creación de Valor Compartido”, en *Revista Harvard Business Review*, Estados Unidos, 2011, “pp”.32-33-34.
- ROBBINS. S., Comportamiento Organizacional (Quinta Edición, Editorial Stevenson, 1998).
- VAN HORNE JAMES Fundamentos de Administración Financiera (Octava Edición,  
➤ México. Prentice Hall. 1996).
- MALHOTRA NARRES K. Investigación de Mercados “Un Enfoque Práctico” Segunda Edición, México: Mc Graw Hill, 1997).
- Principios de Finanzas Corporativas, Richard A. Brealey, Steward C. Myers, Sexta Edición.
- Creación de una empresa asesora de marketing para las PYMEs dirigidas a las áreas de mercadeo, publicidad y relaciones públicas del sector comercial (Tesis, Facultad ICHE, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2003).
- CAPIG, Clasificación de las empresas, <http://Pymes-Ecuador.htm>
- CAPIG, Diagnóstico de las PYMEs, <http://Pymes-Ecuador.htm>
- CAPIG, Tipos de PYMEs, <http://tiposdepymes.htm>

## ANEXOS



### UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

#### ENCUESTA

Dirigida al sector de las pequeñas y medianas empresa PYMEs del Cantón Naranjito

#### **OBJETIVO:**

. Obtener resultados factibles de la implementación de una empresa de asesoría contable tributaria y financiera para las pymes del cantón naranjito.

#### **INSTRUCCIONES**

- Por favor, solicitamos dedique parte de su tiempo a responder esta encuesta
- Es importante que lean detenidamente las preguntas y contesten con la mayor sinceridad posible.
- Marque con una x la alternativa adecuada.
- Les agradecemos de antemano su sinceridad y su tiempo.

## ANEXO1:

### FORMATO DE ENCUESTAS



### UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

### UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

### ENCUESTA

1. ¿Cuál cree usted que el desconocimiento de herramientas contables y tributarias por parte de los microempresarios mantiene un lento crecimiento en el mercado?

OBSERVACIONES:	Sexo	
	Femenino	Masculino
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

2. ¿Cree usted que mantener poca actividad comercial en su negocio, genera un escaso aprovechamiento de ventas?

OBSERVACIONES:	Sexo	
	Femenino	Masculino
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

3. ¿Respecto a la actividad económica, que nivel de conocimientos contables, tributarios y financieros tiene usted?

<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Sexo</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

4. ¿Cree usted que la falta de conocimientos de los microempresarios genera una escasa participación en el mercado?

<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Sexo</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

5. ¿Considera usted necesario que los microempresarios conozcan las necesidades de su empresa y que medidas corregir a tiempo?

<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Sexo</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

6. ¿Cómo su empresa lleva el control Contable, Tributario y Financiero?

<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Sexo</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

7. ¿Qué tipos de cambios cree usted que necesita su negocio para tener más rentabilidad?

<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Sexo</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

8. ¿Está de acuerdo en obtener asesoría contable externa?

<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Sexo</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

9. ¿Cuenta con algún tipo de asesoría en su empresa?

<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Sexo</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio contable y financiero?

<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Sexo</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
De acuerdo		
Medianamente de acuerdo		
En desacuerdo		

**ANEXO 2:  
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS**

<b>ConTriServ</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>		
4	ESCRITORIOS	200,00	800,00
4	SILLAS EJECUTIVAS	60,00	240,00
4	SILLAS DE ESPERA	40,00	160,00
3	ARCHIVADORES	80,00	240,00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>1.440,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		
2	CALCULADORAS/SUMADORAS	60,00	120,00
1	MESA EJECUTIVA	250,00	250,00
3	TELEFONOS	40,00	120,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>490,00</b>
	<b><u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u></b>		
4	COMPUTADORAS	650,00	2.600,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	350,00	350,00
	<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		<b>2.950,00</b>
	<b><u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u></b>		
1	AIRE ACONDICIONADO	700,00	700,00
2	EXTINTORES	90,00	180,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	300,00	300,00
1	TELEVISOR	600,00	600,00
	<b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>		<b>1.780,00</b>
	<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>		<b>6.660,00</b>

**ANEXO 3:  
DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS**

<b>DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR DE ACTIVO</b>	<b>PORCENTAJE DE DEPRECIACION</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
MUEBLES Y ENSERES	1.440,00	10%	12,00	144,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.950,00	33%	81,13	973,50
EQUIPO DE OFICINA	490,00	10%	4,08	49,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1.780,00	10%	14,83	178,00
<b>TOTAL</b>	<b>6.660,00</b>		<b>112,04</b>	<b>1.344,50</b>

**ANEXO 4:  
DETALLE DE GASTOS**

<b>ConTriServ DETALLE DE GASTOS</b>																	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1 GERENTE GENERAL	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
4 AUDITORES	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
1 SECRETARIA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
1 MENSAJERO	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00
APORTE PATRONAL	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	225,01	2.700,12	2.835,13	2.976,88	3.125,73	3.282,01
DECIMO CUARTO				3.000,00									3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
DECIMO TERCERO												1.642,00	1.642,00	1.724,10	1.810,31	1.900,82	1.995,86
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>1.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>4.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>1.867,01</b>	<b>3.509,01</b>	<b>23.834,12</b>	<b>25.011,23</b>	<b>26.247,19</b>	<b>27.544,95</b>	<b>28.907,59</b>

<b>GASTOS DE GENERALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
AGUA	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	144,00	151,20	158,76	166,70	175,03
ENERGIA ELECTRICA	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
TELEFONO	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
SERVICIOS DE INTERNET	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	420,00	441,00	463,05	486,20	510,51
SUMINISTROS DE OFICINA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	81,13	81,13	81,13	81,13	81,13	81,13	81,13	81,13	81,13	81,13	81,13	81,13	973,50	973,50	973,50	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	49,00	49,00	49,00	49,00	49,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83	178,00	178,00	178,00	178,00	178,00
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>324,04</b>	<b>3.888,50</b>	<b>4.015,70</b>	<b>4.149,26</b>	<b>3.316,00</b>	<b>3.463,25</b>

<b>GASTO DE VENTAS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PUBLICIDAD	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>80,00</b>	<b>960,00</b>	<b>960,00</b>	<b>960,00</b>	<b>960,00</b>	<b>960,00</b>

<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>2.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>5.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>2.271,05</b>	<b>3.913,05</b>	<b>28.682,62</b>	<b>29.986,93</b>	<b>31.356,45</b>	<b>31.820,94</b>	<b>33.330,84</b>
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------



**ANEXO 5:  
COSTO DE VENTA**

COSTO DE VENTAS																			
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEMBR	DICIEMBR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
TOTAL			80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1008,00	1058,40	1111,32	1166,89

**ANEXO 6:  
PRESUPUESTO DE INGRESOS**

ConTriServ													
PRESUPUESTO DE INGRESOS													
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
CONTABILIDAD	15	150,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00
AUDITORIA	5	260,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
CAPACITACIÓN	10	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
ASESORÍA TRIBUTARIA	20	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
ASESORIA FINANCIERA	3	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
TOTAL DE INGRESOS			2.720,00	2.720,00	2.720,00	2.720,00	2.720,00	2.720,00	2.720,00	2.720,00	2.720,00	2.720,00	2.720,00

**ANEXO 7:  
PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS**

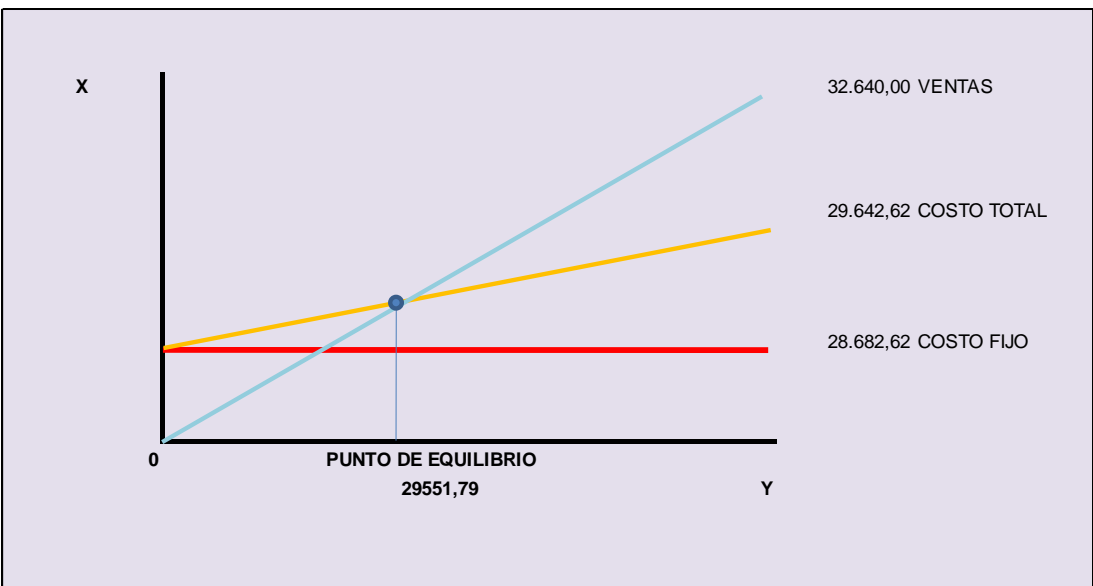
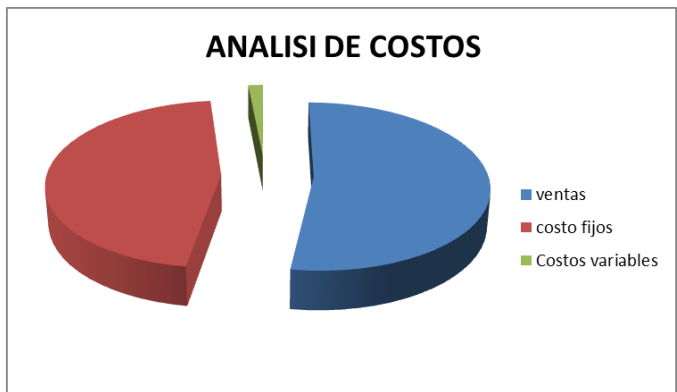
<b>ConTriServ</b>					
<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>					
<b>INGRESOS POR VENTA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CONTABILIDAD	27.000,00	28.350,00	29.767,50	31.255,88	32.818,67
AUDITORIA	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
CAPACITACIÓN	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
ASESORÍA TRIBUTARIA	2.280,00	2.394,00	2.513,70	2.639,39	2.771,35
ASESORIA FINANCIERA	2.280,00	2.394,00	2.513,70	2.639,39	2.771,35

## ANEXO 8 Punto de Equilibrio

# PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS	
ventas	32.640,00
costo fijos	28.682,62
Costos variables	960,00

$PE =$	$\frac{CF}{1 - CV}$	$=$	$\frac{28682,62}{0,97059}$
$PE =$		$=$	<b>29551,79</b>



## ANEXO 9:

### PERMISOS PARA EL CORRECTO FUNCIONAMIENTO

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
MUNICIPAL DE ALFREDO BAQUERIZO MORENO (JUJAN)  
PROVINCIA DEL GUAYAS

**PATENTE DE COMERCIANTES E INDUSTRIALES**  
0002267

Jujan, FEBRERO 15 del 20<sup>12</sup>

Se concede a: PARRAGA MARQUEZ WASHINGTON RAFAEL

Esta Patente para el funcionamiento de su negocio  
Distribuidora de agroquímicos y fertilizantes

El mismo que esta ubicado en las calles:  
Sebastián de Benalcazar y Velasco Ibarra

Con un Capital 3.000,00

Según declaración hecha por Washinton Parraga

Correspondiente al año 2012

TOTAL 15,00

Caduca el 31 de Diciembre del 20<sup>12</sup>

**CANCEL TRESORERÍA**

**JEFE DE RENTAS**  
**TESORERO MUNICIPAL**

NOTA: El Establecimiento debe exhibir la Patente en lugar visible.  
El incumplimiento de la misma será sancionado con una Multa.

E-mail: munijuan2008@gmail.com

## ANEXO 10. Patente

**MUNICIPIO DE NARANJITO**

**PATENTE**  
De Comerciantes, Industriales y otras  
Actividades que se ejerzan en el Cantón

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Regimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha, la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial.

Destinado a \_\_\_\_\_

Propiedad de \_\_\_\_\_ Cédula No.: \_\_\_\_\_

Situado en la calle \_\_\_\_\_

Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la usura.

Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 200\_\_\_\_\_

Registro No.: \_\_\_\_\_


VALOR US\$ 2.00

MUNICIPALIDAD MILAGRO  
DIRECCIÓN FINANCIERA  
FIRMA AUTORIZADA  
Director Financiero

Nº 0005612

ANEXO 11. ESPECIE

**VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00** Nº 0005625



MUNICIPIO DE NARANITO

Declaración Individual del Impuesto del 1,5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. O. No. 662 de Enero 16/54.

Año 2004

SELLO DEL R.U.C.

**Registro Económico al que Corresponde la Declaración**

Desde: \_\_\_\_\_  
Hasta el 31 de Diciembre del 200\_\_

**Espacio Reservado para el Municipio de Milagro**

Número de la Declaración \_\_\_\_\_

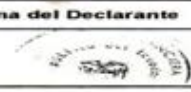
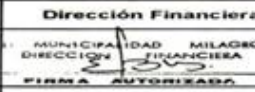
**IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE**

01 Apellido Paterno		02 Apellido Materno		03 Nombres		04 Cédula Identidad	
05 Lugar de Nacimiento		06 Fecha de Nacimiento		07 Nacionalidad		08 Sexo M ( ) F ( )	
09 Estado Civil		10 Domicilio Ciudad		11 Calle		12 No.	
13 Provincia		14 Cantón		15 Teléfono		16 Casilla	
17 Actividades Económicas		18 Título Profesional					

**IMPUESTOS A LOS CAPITALES**

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03	04
Ajeno	05	06	07 - 5 ARR 2004	08
Otros	09	10	11	12
<b>Total</b>	13	14	15	16

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas En este formulario son verdicas, correctas y completas.

Firma del Declarante 	Dirección Financiera MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA  FIRMA AUTORIZADA	Lugar y Fecha de Presentación _____
---	--	--

ANEXO 11. ESPECIE

**TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO**

Nº 0005612



MUNICIPIO DE NARANITO

\_\_\_\_\_ del 200\_\_

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a \_\_\_\_\_

Clasificado como de \_\_\_\_\_ Categoría \_\_\_\_\_

De Propiedad \_\_\_\_\_ situado en \_\_\_\_\_

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo percibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200\_\_

**VALOR US\$ 2.00**



MUNICIPALIDAD  
 DIRECCION FINANCIERA  
  
 FIRMA AUTORIZADA  
 Director Financiero Municipal

**ANEXO 13. CERTIFICADO DE APERTURA**

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN NARANJO**  
**COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA**

0033787

Fecha:	06-Julio-2012	Título de Crédito N°:	N° de Control:
Denominación:			Código:
Fecha de Emisión:	Año del Título:	Clave Catastral:	
Contribuyente:	TERCER C. S.	00000000000000000000	Avalúo Comercial/Capital en giro: Base Imponible:

**Concepto:**

DETALLE ROBO				DETALLE COBRO			
PATENTES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIO							
TÍTULO DE CREDITO N° 320 0							
Robos							Efectivo: 197
Robos							Chèques: 0
Robos							Tarjetas: 0
Robos							Papelets: 0
Robos							Total Recibido: 197
Robos							Deuda Total: 0
Robos							Pago Realizado: 197

PAGADO  
05 JUL 2012  
TESORERIA

Director Financiero
Tesorero Municipal
Jefe de Rentas

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN NARANJO**  
**COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA**

0033789

Fecha:	Título de Crédito N°:	N° de Control:	Código:
Denominación:			Clave Catastral:
Fecha de Emisión:	Año del Título:	Avalúo Comercial/Capital en giro: Base Imponible:	
Contribuyente:	TERCER C. S.	00000000000000000000	Avalúo Comercial/Capital en giro: Base Imponible:

**Concepto:**





DETALLE ROBO				DETALLE COBRO			
TASA DE EMISIÓN							
TÍTULO DE CREDITO N° 150 0							
Robos							Efectivo: 0.00
Robos							Chèques: 0.00
Robos							Tarjetas: 0.00
Robos							Papelets: 0.00
Robos							Total Recibido: 0.00
Robos							Deuda Total: 0.00
Robos							Pago Realizado: 0.00

PAGADO  
05 JUL 2012  
TESORERIA

Director Financiero
Tesorero Municipal
Jefe de Rentas


ANEXO 14:

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MSP

	<b>MINISTERIO DE SALUD PUBLICA</b> <b>DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS</b> <b>DPTO. EMISION DE PERMISOS</b>	
Guayaquil, a 30 de Marzo	de 2004	<b>PERMISO : 6591</b>
La Dirección Provincial de Salud del Guayas de conformidad con el decreto ejecutivo No 811 Oficial N. 173 del 20 de Abril/99 y reformado decreto #814 RO#178 del 5 Oct/2000, concede		
<b>PERMISO DE FUNCIONAMIENTO</b>		
POR EL AÑO 2004		
Nombre o Razón Social :		
Tipo :	—	
Propietario :	Código... :	
Dirección :	Categoría:	
Parroquia :	Cantón :	
Localidad :	R.U.C. :	
No. Cedula:	Cód.Int. :	
Tasa :                      Dolares 	Comprob. 6591	
Area # .... :		
 <b>Dr. Jaime Romero Tausig</b> <b>Director Provincial de Salud del Guayas</b>		
<b>DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS</b>		
Nota... Este Permiso debera ser colocado en un lugar visible para procesos de control		

ANEXO 15:

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO

  
MUNICIPIO DE NARANJITO


**CAMARA DE COMERCIO DE NARANJITO**  
Fundada el 10 de Septiembre de 1952  
García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970181  
R. U. C. 0992161809001  
NARANJITO - ECUADOR

**Recibo Oficial de Caja** N° 0235

Fecha: \_\_\_\_\_  
Recibi de: \_\_\_\_\_

CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	CTA. CTE.	VALOR
TOTAL \$.			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de las cuotas.

  
CAMARA DE COMERCIO DE NARANJITO  
ADHESIV E. MIPY ALMEIDA  
(F) Recaudador

\_\_\_\_\_  
(F) Afiliado



ANEXO 16.

PERMISO CUERPO DE BOMBERO



CUERPO DE BOMBERO  
NARANJITO

R.U.C.: 0968557530001  
Telf.: 112 - 2720098  
NARANJITO - GUAYAS - ECUADOR

**CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO**  
Tasa por servicio de prevención  
**VALIDO DE ENERO A DICIEMBRE 2012**

Valor \$: 30,000

010000092

Año: 2012 R.U.C.: 0912382920001  
Nombre: LAZARUS S.A.  
Razón Social: LAZARUS S.A. - C.A. 2002 - 2000001  
Dirección: Av. 24 de Agosto, Naranjito, Guayas  
Actividad: FARMACIA  
Valor en letras: Treinta mil dólares

Este departamento en atención a la solicitud presentada y ya que en el local se cumplen con las disposiciones de la Ley de Defensa contra Incendio.

Así como la documentación presentada se procede a extender la presente por servicios de prevención contra incendios.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentarse cuando fuere requerido.



Inspector Recaudador

## ANEXO 17:

### AFILIACIÓN AL IESS

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Junio 8 del 2011 01:09
ZUÑIGA BARRA CLAUDIO ENCARNACION

#### EMPLEADORES

[ACTUALIZAR](#)

**ACCESOS DIRECTOS**

- [Ayuda de Saldo](#)
- [Ayuda de Nuevo Saldo](#)
- [Procesos Saldo, Novedades por Procesos Saldo y Formatos](#)
- [Registro de RUCs Cooperativas](#)
- [Autorización Débitos Bancarios](#)
- [Consulta e Impresión de Comprobantes de Pago](#)
- [Afiliados extranjeros afiliados con más de 24 meses de afiliación](#)
- [Módulo de Solicitudes de Actualización de ER](#)

PLANILLAS PENDIENTES

Can.	Fecha de ven.	Tipo	Periodo	Reg.	Valor	Ent.	Val. Ad. Tia. Par.
1	2011-06-15	A	2011-5		4.242,92	04EN	
1	2011-06-15	P	2011-5		2.642,23	04EN	

ROL DEL PERIODO 2011-05

Relación de trabajo

No. Emp.	% Apto.	% Ad.	Valor sueldo	Valor extras	VS	FP
05 05-código del trabajo - ot						
4	20.50		1.100,00		X	P

Nota: El valor de la planilla será igual al valor del rol solo si todos los empleados laboran el mes completo.

Si desea consultar el detalle del rol acceda por la sección de consultas a la opción [rol de trabajadores](#)

PLANILLA DEL PERIODO 2011-05

Planillas de aportes (normales)

Periodo:	2011-5
Total de registros:	4
Sueldo total:	1.100,00
Aportes	
Valor aportes normal:	231,64
Valor aportes adicional:	0,00
Valor aportes cesantía ad.:	0,00
Valor aportes vejez:	5,64
Valor aportes fecu:	5,64

Categoría: Clave

A partir de la presente fecha el IESS ha modificado el proceso de aprobación de solicitudes de clave, por favor califique e imprima las solicitudes de claves de sus colaboradores/as ingresando por el Nuevo Sistema de Empleadores.

SI EMPLEADOR NO REPORTE DÍAS NO LABORADOS CUANDO TENGA UN TRABAJADOR CON REPOSO MÉDICO, ÚNICAMENTE RECOMIENDE A SU TRABAJADOR FILIA A LA UNIDAD MÉDICA EL

Servicio de novedades

Consulta e impresión de planillas

Consulta e impresión de comprobantes de Pago

Servicio de Mod. Patronal

Otros servicios


Consultas

Salir

Ayuda

ANEXO 18.

SOLICITUD DE CREDITO BANCARIO



### SOLICITUD DE CRÉDITO

FOR CRE 01 VER 30 01 12

FECHA DE EMISIÓN: \_\_\_\_\_

CRÉDITO SOLICITADO: \_\_\_\_\_

MONTO SOLICITADO: \_\_\_\_\_

VENDEDOR: \_\_\_\_\_

INFORMACIÓN PERSONAL SOLICITANTE

NOMBRE RAZÓN SOCIAL: \_\_\_\_\_ C.I./RUC: \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN NEGOCIO: \_\_\_\_\_ CIUDAD: \_\_\_\_\_ TELÉFONO: \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN DOMICILIO: \_\_\_\_\_ CIUDAD: \_\_\_\_\_ TELÉFONO: \_\_\_\_\_

ESTADO CIVIL: \_\_\_\_\_ NOMBRE DEL CONYUGUE: \_\_\_\_\_ C.I./RUC: \_\_\_\_\_

INGRESOS MENSUALES:  GASTOS:

ORIGEN DE INGRESO: \_\_\_\_\_

TIPO DE CLIENTE:    DISTRIBUIDORES     FABRICA     CORPORATIVO   
                                  FOMENTADORES     CLIENTE DIRECTO

INFORMACIÓN BANCARIA (Cuentas y Tarjetas de Crédito)

BANCO	AGENCIA	TELÉFONO	No. DE CUENTA	TIPO DE CTA.

INFORMACIÓN COMERCIAL

EMPRESA	CIUDAD	TELÉFONO	FECHA DE CRÉDITO	VALOR DE CRÉDITO	DURACIÓN DE CRÉDITO

DESCRIPCIÓN PROPIEDADES



BIENES PROPIEDADES VEHÍCULOS - OTROS

DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN	VALOR	HIPOTECA	
			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

REFERENCIAS PERSONALES

NOMBRE	PARENTESCO	CIUDAD	TELÉFONO

800 800  
 BUREAU VERITAS  
 Certification  
 Nº EC201148

**AUTORIZO (AMOS) A NEDERAGRO S.A. Para que:**

- 1.- Efectúe el análisis y verificación de los datos personales proporcionados a efectos de realizar un proceso de precalificación crediticia
- 2.- Obtenga de cualquier fuente de información, pública o privada, nacional e Internacional, mis (nuestras) referencias e información personal (es) sobre mi (nuestro) comportamiento crediticio, manejo de mi (s) cuenta (s) tarjeta (s) de crédito etc., y en general sobre cumplimiento de mis (nuestras) obligaciones y demás activos, pasivos y datos personales.
- 3.- Pueda utilizar, transferir o entregar dicha información a autoridades competentes, organismos de control, Buros de información crediticia y otras instituciones o personas jurídicas legal o reglamentariamente facultadas, así como para que pueda hacer público mi (nuestro) comportamiento crediticio.
- 4.- Realice el análisis que considere pertinente e informar documentadamente a las autoridades competentes en caso de investigación y/o determinación de transacciones inusuales o sospechosas.
- 5.- En caso de mora en el pago por parte del solicitante, Nederagro S.A., se reserva el derecho de liquidar los intereses legales por dicha mora después de \_\_\_\_\_ días a partir de la presentación de la factura. Así mismo se procederá al cobro de gastos por gestión de cobranzas extrajudiciales.

FIRMA DEUDOR / GARANTE  
C.I.:

FIRMA DEL CONYUGUE  
C.I.:

**DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ADJUNTAR:**

**PERSONA NATURAL:**

- COPIA DE CÉDULA A COLORES ( SOLICITANTE Y CONYUGUE)
- AUTORIZACIÓN PARA PEDIR INFORMACIÓN DE CUENTAS
- PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
- COPIA DE PLANILLA DE AGUA Ó LUZ DEL DOMICILIO

**PERSONA JURÍDICA:**

- COPIA DEL RUC
- COPIA DE NOMBRAMIENTO DEL REPRESENTANTE LEGAL
- COPIA A COLOR DE CEDULA DEL REPRESENTANTE LEGAL
- AUTORIZACIÓN PARA PEDIR INFORMACIÓN DE CUENTAS
- COPIA DE CONTRATO LABORAL DE UN ING. AGRONOMO

**USO EXCLUSIVO PARA VERIFICACION DE REFERENCIAS**

NUEVA

ACTUALIZACIÓN

**FECHA DE INGRESO DE SOLICITUD:**

EMPRESA:			
APERTURA CRÉDITO:			
CUPO:			
DÍAS DE CRÉDITO:			
FORMA DE PAGO:			
PROTESTOS:			
¿ MENSUAL DE COMPRAS:			
OBSERVACIONES:			

CUPO APROBADO: \_\_\_\_\_  
FORMA DE PAGO: \_\_\_\_\_  
TIEMPO DE CREDITO: \_\_\_\_\_

INFORMADO AL VENDEDOR: \_\_\_\_\_

FIRMA: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_

