



UNIVERSIDAD ESTATAL DEL MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE INGENIERA EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA**

TITULO DEL PROYECTO

**CREACIÓN DE UNA ASESORÍA CONTABLE TRIBUTARIA EN EL CENTRO
COMERCIAL LA MILAGREÑA.**

AUTORES:

BORJA VILLAMAR ANA MARÍA

ROMERO JIMENEZ DEYSI TEODORA

TUTOR:

JINSOP GAMBOA POVEDA MBA.

MILAGRO, 27 DE SEPTIEMBRE DEL 2013

ECUADOR

ACEPTACION DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de proyecto de **Creación De Una Asesoría Contable Tributaria En El Centro Comercial La Milagreña**, 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 grado con el título. Presentado por la Srta. Ana María Borja Villamar y la Srta. Deysi Teodora Romero Jiménez para optar al título de Ingenieros en Contaduría Pública y Auditoria – CPA
El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, 27 de Septiembre del 2013.

JINSOP GAMBOA POVEDA MBA.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Romero Jiménez Deysi Teodora & Borja Villamar Ana María, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Creación De Una Asesoría Contable Tributaria En El Centro Comercial La Milagreña”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autoras del mismo y tener la asesoría personal del Ing. Jinsop Gamboa Poveda MBA,

Milagro, 27 de Septiembre del 2013.

Borja Villamar Ana María

C.I. 0926613308

Romero Jiménez Deysi Teodora

C.I. 0922334800

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

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

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

En primer lugar le doy gracias a dios por permitirme, terminar con mis estudios por darme la fuerza de seguir adelante, en cada paso que he dado en la vida.

En segundo lugar a mi padre José Borja (+) que está en el cielo sé que se sentiría orgulloso de cumplirle mi promesa de terminar los estudios a mi madre

Ángela Villamar la amo sobre todas las cosas y por apoyarme en todo. Mis hermanos, que me han inculcado y apoyado además han estado en las buenas y en las malas conmigo y en especial a mi hija es mi razón de vivir y cada paso que doy es por ella para que se sienta orgullosa de su madre que ya es una ingeniera.

BORJA VILLAMAR ANA MARÍA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme la oportunidad vivir y seguir compartiendo con todas las personas que quiero y aprecio, a mis padres Leónidas Romero Quinto y Teodora Jiménez por ayudarme en los pasos profesionales que me he propuesto a pesar de las dificultades de salud presentadas.

A mis hermanos por apoyarme en especial a mi hermana Jazmín Romero que siempre ha estado pendiente en que termine mi carrera y a mi esposo por saberme comprender y darme el tiempo para culminar mis estudios.

ROMERO JIMÉNEZ DEYSI TEODORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis padres, hermanos, mi hija en especial, a mis maestros y al que me asesoro.

Agradecida con Dios porque me ha dado la vida y la salud, a mi madre que ha sido de gran ayuda y estado en todo momento conmigo y ha sido un pilar fundamental en mi vida, a mi padre que se encuentra en el cielo y que estoy segura que cada día me da su bendición y sé que desde haya se siente orgulloso de que ya estoy llegando a mi meta.

A mi hija Ashly que es mi motivo para seguir adelante que todo lo que me proyecto es por ella, quiero ser un ejemplo para ella y que se sienta orgulloso de su madre.

A mis hermanos que no dudan de que llegare a la meta y me dan su confianza, a mis maestro que con sus buenas enseñanza tengo el conocimiento suficiente para obtener mi título, y mi asesor que estado con nosotros en todo el transcurso de la tesis.

BORJA VILLAMAR ANA MARÍA

AGRADECIMIENTO

Agradecida principalmente a Dios que me dio la fortaleza para afrontar la dificultad que tuve de salud, y que me tiene con vida para seguir con mis estudios.

Con mucho cariño a mis padres que no han dudado en ayudarme, y han estado conmigo siempre en los buenos y malos momentos, que son mi motivo principal para culminar mi meta para que se sientan orgullosos de su hija ya que el esfuerzo que hago es una muestra de todas buenas las cosas que han inculcaron en mi.

Agradecemos a mis profesores quien me ha llenado de conocimientos adquirido durante todo el proceso de mis estudios, gracias de todo corazón a todas aquellas personas que nos han ayudado para la creación del presente trabajo.

También quiero agradecer a mis amigos con quienes he compartido buenos y malos momentos juntos; además deseo agradecer a nuestro tutor Ing. Jinsop Gamboa que nos ha dado la oportunidad de hacer este proyecto que es muy importante para nosotras en esta etapa que estamos pasando.

ROMERO JIMÉNEZ DEYSI TEODORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

**Lic. Jaime Orozco Hernández Msc.
Rector de la Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Señor rector el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Creación de una asesoría contable tributaria en el Centro Comercial La Milagreña”, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 27 de Septiembre del 2013

Borja Villamar Ana María

C.I. 0926613308

Romero Jiménez Deysi Teodora

C.I. 0922334800

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	
EL PROBLEMA	
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1.1 Problematización	4
1.1.2 Delimitación del problema	6
1.1.3 Formulación del problema	6
1.1.4 Sistematización del problema	6
1.1.5 Determinación del problema	7
1.2 OBJETIVOS	
1.2.1 Objetivo General de la Investigación	7
1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación	7
1.3 JUSTIFICACIÓN	8
CAPITULO II	
MARCO REFERENCIAL	
2.1 MARCO TEÓRICO	
2.1.1 Antecedentes Históricos	10
2.1.2 Antecedentes Referenciales	14
2.1.3 Fundamentación	18
2.2 MARCO LEGAL	38
2.3 MARCO CONCEPTUAL	45
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	
2.4.1 Hipótesis General	48
2.4.2 Hipótesis Particulares	48
2.4.3 Declaración de Variables	48
2.4.4 Operacionalización de las Variables	49

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	50
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	
3.2.1 Características de la población	52
3.2.2 Delimitación de la población	52
3.2.3 Tipo de muestra	52
3.2.4 Tamaño de la muestra	52
3.2.5 Proceso de selección	52
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	
3.3.1 Métodos teóricos	53
3.3.2 Métodos empíricos	53
3.3.3 Técnicas e instrumentos	54
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	54

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	55
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	56
4.3 RESULTADOS	64
4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	65

CAPITULO IV

PROPUESTA

5.1 TEMA	66
5.2 FUNDAMENTACIÓN	66
5.3 JUSTIFICACIÓN	67
5.4 OBJETIVOS	
5.4.1 Objetivo General de Propuesta	68
5.4.2 Objetivo Específico de la Propuesta	68
5.5 UBICACIÓN	69

5.6 FACTIBILIDAD	80
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	89
5.7.1 Actividades	89
5.7.2 Recursos y Análisis Financiero	93
5.7.3 Impacto	100
5.7.4 Cronograma	101
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	102
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	104
BIBLIOGRAFIA	105
LINKOGRAFIA	106
ANEXOS	108

ÍNDICE CUADRO

Cuadro 1	
Operacionalización de las variables.	49
Cuadro 2	
Condición del microempresario.	56
Cuadro 3	
Iniciación de su negocio	57
Cuadro 4	
Encargado de la administración	58
Cuadro 5	
Capacitación del personal	59
Cuadro 6	
Tiempo de declaración	60
Cuadro 7	
Soportes de respaldo	61
Cuadro 8	
Uso de la tecnología	62
Cuadro 9	
Conocimiento de empresa asesora.	63
Cuadro 10	
Verificación	65

Cuadro 11	
Barreras de Entradas de las Fuerzas de Porter	71
Cuadro 12	
Servicios sustitutivos	71
Cuadro 13	
Determinantes de rivalidad	72
Cuadro 14	
Poder de compradores	72
Cuadro 15	
Negociación con proveedores	73
Cuadro 16	
Análisis sector comercial	73
Cuadro 17	
Activos fijos.	93
Cuadro 18	
Depreciación.	94
Cuadro 19	
Sueldos y salarios.	94
Cuadro 20	
Detalle de gastos.	95
Cuadro 21	
Costo de venta.	95
	xiv

Cuadro 22	
Ingresos.	96
Cuadro 23	
Inversión.	96
Cuadro 24	
Financiamiento.	97
Cuadro 25	
Tabla de amortización.	97
Cuadro 26	
Estado de pérdidas y ganancias.	97
Cuadro 27	
Flujo de caja.	98
Cuadro 28	
Balance general.	99
Cuadro 29	
Índices financieros.	99
Cuadro 29	
Razones.	100

ÍNDICE FIGURA

Figura 1	
Condición del microempresario	56
Figura 2	
Iniciación de su negocio	57
Figura 3	
Encargado de la administración	58
Figura 4	
Capacitación del personal	59
Figura 5	
Tiempo de declaración	60
Figura 6	
Soportes de respaldo	61
Figura 7	
Uso de la tecnología	62
Figura 8	
Conocimiento de empresa asesora.	63
Figura 9	
Mapa de ubicación	69
Figura 10	
Análisis de las cinco fuerzas de Porter.	70

Figura 11

Organigrama estructural.

79

RESUMEN

Con el pasar del tiempo nos hemos percatado de las innumerables microempresas emprendidas en el mercado, que fácilmente han tenido un decaimiento total al empezar sus actividades. De la investigación emprendida nos dimos cuenta que la caída de este tipo de microempresa se debe porque no emplean sus recursos al 100% con las estrategias adecuadas para obtener los resultados esperados. Por esa razón debemos emplear esta herramienta segura para ser más competitivos en el mercado de los microempresarios, implementando un estudio que detalle las necesidades de los microempresarios en el aspecto administrativo, tributario y contables que desconocen de estas armas que sirven para fortalecer aquella deficiencia. De esta manera nos facilita la propuesta que aportará en el desempeño de las actividades de los comerciantes del centro comercial la Milagreña del cantón Milagro.

Al aprovechar el respectivo análisis de mercado nos dimos cuenta de la importancia en la formación de un centro de asesoramiento que brinde confianza a los microempresarios, que al emprender sus negocios se sientan seguros de contar con la mejor dirección tributaria y contable acorde a sus necesidades, consiguiendo que las microempresas puedan ser más eficaces al brindar sus servicios a la ciudadanía.

El objetivo de esta empresa es de vigilar el mejoramiento contable tributario y administrativo de microempresarios, estableciéndose como un eje principal a nuestra actividad, ya que contamos con profesionales capacitados con años de experiencia en su actividad de enseñanza y tecnología de punta.

ABSTRACT

With the passage of time we noticed the countless micro undertaken in the market, which easily have had a total decay to their activities. From the research undertaken we realized that the fall of this type of micro is because it does not use its resources to 100% with the right strategies to achieve the expected results. For that reason we use this tool safe to be more competitive in the market for entrepreneurs, implementing a study detailing the needs of microentrepreneurs in administrative, tax and accounting unaware of these weapons that serve to strengthen this deficiency. In this way we bring the proposal facilitates the performance of the activities of the mall merchants of Canton Milagro Miracle.

By leveraging the respective market analysis we realized the importance in the formation of a counseling center that provides confidence to microentrepreneurs that take their business to feel confident about having the best tax and accounting management according to their needs, getting that microenterprises can be more effective to provide services to citizens.

The goal of this company is to monitor the improvement of tax and administrative accounting microentrepreneurs, establishing himself as a major axis in our business, because we have trained professionals with years of experience in their teaching and technology.

INTRODUCCIÓN

El sector microempresarial mantiene un crecimiento acelerado y por eso que la mayoría de microempresarios desea obviamente que sus negocios incrementen sus rendimientos económicos, pero para lograr ese objetivo, este crecimiento debe ser bien planificado y organizado. Basado en un previo análisis del mercado para determinar las barreras de entrada que se le presenten a esta nueva alternativa empresarial.

El propósito de este trabajo es ayudar a la gestión administrativa, tributaria y contable de la microempresa de una manera práctica para que sea más efectiva y permita reaccionar de manera oportuna ante un mundo tan cambiante.

Este proyecto tiene como finalidad ayudar y motivar a descubrir la cantidad de nuevas oportunidades de negocios que se generan a diario. Nuestro deseo es colaborar para que los microempresarios, independientemente de su edad, escasos conocimientos, poca experiencia y recursos financieros, inicien y administren sus propias empresas como parte de su desarrollo personal y para que pueda hacer realidad su sueño de independencia financiera.

La asesoría que brindaremos para la instalación de un nuevo negocio, la permanencia de un negocio ya establecido o la legalización de los comerciantes informales la llevaremos a cabo a través de mucha capacidad técnica sobre la administración de microempresas en las áreas contables, financieras y tributarias pero sobre todo motivación y perseverancia de quien emprende esta aventura. El presente proyecto se encuentra dividido en cinco capítulos:

El primer capítulo consiste específicamente en el planteamiento de los problemas, en la delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite darnos cuenta de la importancia que tiene el desarrollo del sector

microempresarial el cual está conformado de comerciantes formales e informales.

También encontramos los objetivos generales y específicos que abarcan los logros y beneficios que pretendemos alcanzar con el desarrollo del mismo.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico que explica y pone de manifiesto que nuestro proyecto es auténtico.

En su fomentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la creación, desarrollo y evolución de las leyes, normas y reglamentos tributarios, financieros y contables.

El tercer capítulo, aquí nos referimos a la modalidad de investigación que es de campo y también la bibliografía que nos permite definir claramente el problema existente y nos conlleva a formularnos interrogantes con respuestas trascendentales para la realización de una investigación y análisis profunda.

Contamos con el marco metodológico el mismo que nos da la pauta para el respectivo estudio e investigación de la muestra que estamos considerando para el desarrollo del presente tema. Además contamos con las técnicas e instrumentos de la investigación que nos posibilita la interpretación de datos encontrados para nuestra investigación.

En el cuarto capítulo tenemos las respectivas preguntas planteadas en la encuesta las mismas que se realizaron y aplicaron a la muestra poblacional tomada como referencia para realizar nuestro estudio de mercado, las cuales fueron aplicadas en su totalidad pudiendo obtener los resultados esperados y un correcto análisis a través de esta técnica investigativa.

En el quinto capítulo tenemos la propuesta de nuestro proyecto. Se proporciona información general de la empresa, servicios y asesorías que ofrecemos, los antecedentes y la ubicación.

Podemos encontrar claramente establecida la misión, visión y objetivos generales y específicos que esperamos obtener con la creación e implementación de nuestro proyecto.

Se encuentra el fundamento legal para la constitución de la empresa. Se da a conocer detalladamente cómo va estar conformado el directorio de la empresa, el personal con el que dispondremos así como la capacidad y experiencia que debe tener cada uno para poder realizar eficiente y eficazmente su cargo dentro de la empresa.

A través de este análisis se desarrolla el FODA de la organización el mismo que nos da a conocer los aspectos positivos y negativos del negocio que se pretende crear. Con este análisis podemos desarrollar un plan estratégico y aprovechar al máximo las oportunidades que nos ofrece el entorno y combatir las amenazas externas que se nos presenten. Así mismo en este capítulo tenemos el marketing mix el mismo que aplicado correcta y eficazmente nos permitirá un posicionamiento estratégico y beneficioso en el mercado.

Finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones aplicables a este proyecto esperando con ello, poder contribuir positivamente al desarrollo y crecimiento de nuestra sociedad.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

A nivel mundial las grandes empresas que se muestran reconocidas han surgido gracias a la mejora continua de sus procesos, sean estos administrativos y operativos, y sobre todo han cumplido con sus respectivas obligaciones tributarias. Cabe mencionar que el evadir el pago a los tributos es algo que ha venido preocupando a países desarrollados y en miras de desarrollo, para lo cual han implementados diferentes técnicas para lograr crear una cultura tributaria.

En el Ecuador el Servicio de Rentas Internas está dándole seguimiento a toda organización comercial, con el fin de que cumplan con sus pagos al fisco, independientemente de la magnitud de la organización, prueba de ello, están las constantes noticias de las cláusulas de negocios que no cumplen con sus obligaciones tributarias.

Milagro cuenta con una plaza altamente comercial en donde se encuentran un sin número de empresas entre grandes, medianas y pequeñas que se dedican a brindar una variedad de productos y servicios, a pesar de ello existe un alto comercio informal, que no permite un óptimo crecimiento a muchos

microempresarios, tal es el caso de los gestores que se encuentran situados en el centro comercial La Milagreña.

El estudio investigativo está enfocado a los socios y comerciantes en general del Centro Comercial La Milagreña; los cuales poseen un escaso nivel de conocimiento sobre el sistema tributario que regula las actividades de los comerciantes. En su gran parte mantienen un control empírico de las acciones tanto internas como externas, lo cual les ha generado una deficiente administración sea esta contable, administrativa y tributaria, que les esta dando como resultado bajo rendimientos financieros.

Existe un alto comercio informal en el Centro Comercial la Milagreña, lo cual ha inducido a que los dueños de estas microempresas evadan impuestos al fisco, situación que puede limitar su participación en el mercado por el pago de sanciones impuestas como el cierre total de estas organizaciones, esto acarrearía un alto índice de desempleo, disminuyendo la economía de este sector.

El crecimiento de los microempresarios se ve limitado por la escasa preparación que tienen los administradores, que en mucho de los casos son los propietarios, esto se origina por la falta de capacitación sobre el entorno administrativo, contable y tributario, generando de esta manera una baja operatividad de la microempresa.

La escasa información por parte de las entidades de control ha originado que los comerciantes no paguen al fisco, además inducen a que los demás comerciantes que no lo hagan.

Pronostico.

El poco conocimiento de los microempresarios en operar adecuadamente, bajo aspectos administrativos, contables y tributarios han hecho que mantengan un débil posicionamiento en este mercado, por la poca rentabilidad que perciben de sus gestiones tanto internas y externas.

Control del pronóstico.

Para evitar el pronóstico es necesario que este sector microempresarial del cantón Milagro cuente con una oportuna información en los aspectos antes mencionados, con el fin de ayudar al microempresario en su desesperación por incrementar su capital, a adquirir conocimientos sobre contabilidad, logrando de una u otra manera el desarrollo de sus actividades económicas que garantice la permanencia de sus negocios en el mercado.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador
Provincia: Guayas
Sector: Comercial
Área: Contable, Tributaria, Financiera.
Tiempo: 2014

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera incide el escaso conocimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios del Centro Comercial la Milagreña en su crecimiento empresarial?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo incide el manejo empírico de las actividades comerciales en la operatividad de la microempresa?

¿De qué manera influye la evasión de impuestos en la participación de la microempresa en el mercado competitivo del cantón Milagro?

¿En que afecta la escasa preparación de los administradores de las microempresas en la productividad del negocio?

¿De qué manera influye la escasa capacitación en el buen manejo de las transacciones diarias de la microempresa?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de mercado para determinar los factores que inciden en el escaso conocimiento con respecto al pago de las declaraciones tributarias y contables de las microempresas del centro comercial “La Milagreña” del cantón Milagro, Provincia del Guayas.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Analizar los factores que inciden en el escaso conocimiento con respecto al pago de las declaraciones tributarias y contables de los microempresarios situados en el Cantón Milagro, a través de la aplicación de herramientas investigativas, con la finalidad de determinar los efectos en el desempeño de sus actividades comerciales.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar como incide el manejo deficiente de las actividades comerciales en la operatividad de las microempresas que se encuentran situadas en el centro comercial La Milagreña.
- Determinar los factores que influyen en la evasión de impuestos y como esto afecta en la participación de la microempresa en este mercado competitivo del cantón Milagro.
- Conocer las causas que inciden en la escasa preparación de los administradores de las microempresas en la productividad del negocio.

- Demostrar que la escasa capacitación afecta en el buen manejo de las transacciones diarias de la microempresa.

1.3. JUSTIFICACION

1.3.1 Justificación de la investigación

La investigación se basa en la problemática del inapropiado proceso de ejecución contable y tributario dentro de las microempresas, además este problema se está convirtiendo cada vez en algo complejo por lo tanto hemos realizado el presente estudio, labor que desde nuestra apreciación servirá de mucho en el carácter operativo alineados con los objetivos de los microempresarios.

Este estudio va con la finalidad de mejorar el funcionamiento la credibilidad y la economía de los microempresarios, pues es factible siempre contar con talento humano capacitado para mejorar economía contable y tributaria ofrecida por BROMERO Y ASOCIADOS. La existencia inadecuada de la realización del control genera que no se cumpla con una aplicación formal de las practicas y políticas referente en los procesos que tiene que ver con lo contable y tributario indicado por el servicio de rentas internas.

Cabe mencionar que la importancia de que toda persona o entidad que mantenga actividades comerciales apliquen una cultura tributaria con el fin de que ellos puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos (como es la salud, la educación, la vivienda, entre otros).

Es importante cumplir con los pagos al fisco con el fin de evitar sanciones que obligue a los gestores de las organizaciones a desembolsar altas sumas de dinero o lo que sería más grave, el cese de las actividades comerciales.

La finalidad de este trabajo es brindar asesoría y capacitación a los gestores en los conceptos generales de tributación y una eficiente gestión de la administración de sus actividades económicas, donde los administradores de los negocios que se encuentran en el centro comercial La Milagreña, tomen decisiones básicas encaminadas al eficiente manejo de sus recursos, orientados a obtener un eficiente resultado fiscal, generando desarrollo y empleo, a través de la aplicación práctica de las directrices; también busca impulsar el aprendizaje y/o fortalecimiento de las habilidades empresariales, brindando un marco de referencia estratégico para la gestión productiva, comercial y tributaria en nuestro cantón.

El propósito fundamental es fomentar las declaraciones tributarias a los socios y demás comerciantes del centro comercial “La Milagreña”, realizar de forma correcta el pago al fisco, contribuyendo al conocimiento y cumplimiento responsable de los comerciantes, por lo tanto quienes se verán beneficiados serán tanto los socios-propietarios, comerciantes y personal que labora en dicho Centro Comercial, reduciendo las posibilidades de enfrentar problemas tributarios en el futuro.

Desde el punto de vista práctico, el presente estudio se justifica ya que en él considera conveniente que el asesoramiento avance y el conocimiento de los comerciantes también, poder contar con estrategias fundamentales en principios estructurados, siguiendo un proceso y se valla optimizando para mejorar en cuanto al aspecto tributario de los comerciantes; puesto que la creencia, la intuición y la buena voluntad no es suficiente para suplir la carencia de conocimientos que puedan coadyuvar cumplir eficientemente a con su responsabilidades tributarias.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Las dificultades mayores en Latinoamérica son, entre otros, la inestabilidad económica, los desórdenes sociales, la pobreza generalizada y la corrupción social, empresarial y gubernamental los cuales están directamente relacionados y afectan los microempresas y las PYMES (pequeñas y medianas empresas). La insolvencia de estadísticas “confiables” en muchas áreas se añade a las dificultades para encontrar soluciones definitivas a estos problemas.

La microempresa, en muchas sociedades, supera en número humano y volumen de transacciones monetarias a las PYMES. Por consiguiente, tanto la micro, como las PYMES deben de ser afrontadas y definidas para entonces poder establecer estadísticas, soluciones y métodos a lo que ahora algunos consideran como problemáticas insolubles y frustrantes. Pero este problema del marco conceptual tiene ya varios lustros.

Estas marginadas microempresas se engrandecen a un 30 o 40 por ciento de la población activa, figura conservativa si se considera algunos países individualmente. La mayoría de estas entidades comerciales se hayan operado ilegítimamente, más por necesidad y desconocimiento, que por una intención predeterminada de mantenerse al margen de la ley.

En muchas ocasiones sus empleados y hasta sus propietarios viven muy por debajo de los niveles de pobreza. Por lo tanto estamos hablando de una “sociedad Microempresa” sin controles, asistencia gubernamental y totalmente

arrinconadas en un mundo en rápido proceso de cambios, y por qué no decirlo, condenadas al estancamiento y el fracaso.

Esto significa que mirándolo fríamente pudiésemos teorizar que, este por ciento elevado “no tiene ninguna oportunidad de desarrollarse”. El tiempo no perdona y las nuevas tecnologías y la vertiginosa globalización no permitirán que este alto segmento de las sociedades latinoamericanas pueda obtener un nivel de vida digno.¹

Las Microempresas

A grandes rasgos se pudiese definir una microempresa como: “Cualquier entidad, aún sea esta unipersonal, que opere, legítima o ilegítimamente.” Otras particularidades que se dan en este tipo de “empresa” es que en los casos de las microempresas unipersonales, esta persona sea simultáneamente empleada de otra instancia, ya sea esta pública o privada.

El empleado de una empresa de servicios eléctricos, que recibe una paga por su gestión de trabajo, es un empleado legítimo. Si este individuo realiza trabajos por su cuenta y recibe beneficios metálicos directos sin que estos sean canalizados por la empresa empleadora, puede ser considerado un “microempresario”, independientemente de la discusión ética de si lo hace durante o después de su jornada.

De una u otra forma hay quienes podemos considerar que dicho señor está defraudando a la empresa en la cual está empleado. Él “tiene un negocio dentro de otro negocio”. Lo consideramos así porque en numerosos casos usa materiales y contactos de la empresa empleadora.²

Esta situación es común en todas partes. La gran diferencia consiste en que en los países industrializados el por ciento es mínimo, en comparación con la

¹Amit, R. (1997). *CHARLA DE INTRAEMPRESARIO*. Conferencia Internacional. Sydney, Australia.

²Amit, R. (1997). *CHARLA DE INTRAEMPRESARIO*. Conferencia Internacional. Sydney, Australia.

realidad en nuestros países latinoamericanos y existen muchas maneras de mantener esta problemática.³

Las causas del fenómeno “sociedad microempresa”

Algunas de las causas que han conllevado a que las microempresas se hayan convertido en “sociedades microempresarias” y que los niveles de pobreza y marginalidad sean tan elevados y vergonzosos:

Una sociedad sin educación suficiente como para elegir representantes competentes y para hacer respetar sus derechos y cumplir sus obligaciones;

Corrupción generalizada por funcionarios gubernamentales;

Deterioro de formación profesional administrativa de funcionarios y empleados públicos y la deserción de una verdadera carrera de administración pública;

Políticas gubernamentales y estructuras legales proteccionistas de sistemas monopólicos, en algunos casos justificados en falsos nacionalismos.

a) Los monopolios son entidades, en todos los sentidos de la palabra, ilícitos y corruptos.

La infracción o ausencia de leyes anti-monopolio.

La falta de incentivos gubernamentales apoyando las microempresas con préstamos a tasas de interés accesibles y programas “reales” de “educación y capacitación”

Bajos salarios para la empleomanía, promoviendo de esta manera el multiempleo o el subempleo. Esto, es quizás el mayor catalítico que conlleva a

³Amit, R. (1997). *CHARLA DE INTRAEMPRESARIO*. Conferencia Internacional. Sydney, Australia.

la corrupción de los funcionarios las sociedades y a que las microempresas operen ilegítimamente.⁴

La resistencia a la integración nacional y regional, o sea, la continuidad ilógica del paternalismo, caudillismo y nacionalismo fanatizado.

El tener por norma operativa e idiosincrasia que, "para poder desarrollarse o crecer es necesario destruir a la competencia.", sin poder entender que la "competencia es sana y un valioso instrumento del desarrollo".

La discriminación del género (machismo) y marginación étnica.⁵

Las violaciones y perjuicios de los derechos humanos.

La cooperación internacional, en muchos casos, va a manos de funcionarios y empresarios corruptos y poco llega a manos de los necesitados o supuestos beneficiarios.

Pudiésemos añadir más a esta lista de realidades, pero sólo con estas mencionadas tenemos las manos llenas.

Posibles y necesarias soluciones

Obviamente, las primeras medidas serían el revertir las causas arriba mencionadas mirándolo desde una óptica algo filosófica que reza: "El triunfo es el fracaso virado al revés". Entonces pudiésemos empezar a implementar algunos cambios como:

La implementación de salarios dignos a los funcionarios de los gobiernos incluyendo servidores públicos como la policía, servicios sociales, etc.

⁴BIBLIOTECA VIRTUAL. PROBLEMAS FINANCIEROS EN LAS EMPRESAS. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/426/PROBLEMAS%20FINANCIEROS%20EN%20LAS%20MPYMES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20CELAYA%20OBJETIVO.htm>

⁵BIBLIOTECA VIRTUAL. PROBLEMAS FINANCIEROS EN LAS EMPRESAS. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/426/PROBLEMAS%20FINANCIEROS%20EN%20LAS%20MPYMES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20CELAYA%20OBJETIVO.htm>

La instauración de una serie de incentivos que permitan que las microempresas puedan desarrollarse y crecer. Esto se pudiese lograr mediante:

- a) Permisos y licencias operativas a un costo simbólico mínimo, acompañadas con programas de educación y capacitación.
- b) Prestamos a mínimo interés y a largo plazo.
- c) Descentralización de los poderes del estado, especialmente el poder judicial.
- d) La aplicación y creación de leyes anti-monopolio.
- e) La integración y entendimiento de la necesidad del libre mercado, pues va a ser una realidad, haciéndolo sin comprometer los productos nacionales. Esto significa el potencializar los recursos nacionales y obtener el máximo de calidad sin desperdicios. El libre comercio, por defecto, fuerza a las naciones a competir “sanamente”.
- f) La abolición de los “conceptos” paternalistas y caudillistas e integrarse a procesos proactivos y unificadores en un ambiente comercial de “sana competencia”

Las Instituciones internacionales de cooperación deben de tener participación activa de representantes de las pymes y las sociedades donde las microempresas prevalecen. Y, que esta representación tenga un peso en las tomas de decisiones de manera igualitaria.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Tema: Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Asesoría Contable y Tributaria para el sector micro empresarial del cantón Naranjito.

Autores: Abarca Aguirre Anabella del Rocío& Cáceres Valdivieso Janeth Alexandra

Fecha: Julio 2012

Resumen: Existe una inmensidad de microempresas que han fracasado desde su inicio, en su etapa de operación, crecimiento o madurez. De la Investigación realizada se puede apreciar que existe una serie de motivos que podría provocar el cierre de este tipo de empresas, debido a que se enfrentan a una realidad donde cada vez tienen que ser más competitivos para lo cual existen muchas herramientas que algunas veces por desconocimiento o falta de tiempo no las utilizan o aplican de manera efectiva; el resultado de la investigación realizada nos proporcionó un minucioso estudio de las expectativas y necesidades de los microempresarios, los mismos que necesitan de conocimientos contables y tributarios lo que nos permite demostrar una propuesta para aportar a la competitividad de estos emprendedores en la ciudad de Naranjito con la utilización de una importante herramienta para poder estructurar y dirigir adecuadamente sus negocios.

A través de este análisis de mercado llegamos a la conclusión de la importancia de la creación de una empresa que ofrezca a la ciudadanía este tipo de servicios proporcionando soluciones que puedan aportar positivamente al desarrollo microeconómico del sector a través de la experiencia aprobada del personal que se cuenta para el efecto, logrando así, una gestión eficiente en las microempresas de Naranjito producto de la aplicación acertada de los conocimientos Contables y Tributarios.

Nuestra empresa estará dedicada a la acción de información, apoyo, servicio y asesoramiento tributario y contable, constituyéndose estos factores en el centro de nuestra actividad contando para ello con profesionales altamente capacitados, con tecnología acorde a las exigencias y tendencias del medio y adoptando constante innovación de conocimientos y autorización en nuestras áreas de aplicación.

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Tema: Creación de una asesoría contable en el cantón el triunfo

Autores: Egresada: María Ángela Bermeo Fuentes & Miguel Castro Lala

Fecha: 2012

Resumen: La mayoría de microempresarios desea obviamente que sus empresas crezcan de tal manera que su nivel de ingresos y rentabilidad también se incrementen pero, para lograr ese objetivo, este crecimiento debe ser bien planificado y organizado. Basado en un previo análisis del mercado realizado he observado muchas empresas que han crecido de manera desorganizada y sin planificación en todas sus áreas ocasionando una serie de problemas que hace que los microempresarios se echen atrás en lugar de percibir a estos como una oportunidad de nuevos negocios. La actitud positiva que se pueda tener es uno de los factores más importantes de éxito de cualquier actividad. Muchas empresas se han iniciado porque a alguien le fue bien y parece fácil hacer lo mismo. La dificultad radica en que si no existe una característica que diferencie a la empresa propia de las presentes en el mercado, el cliente no se sentirá atraído para adquirir el producto o servicio de su empresa por lo tanto no se cumplirá las expectativas iniciales. Es importante tener presente que existen muchas herramientas para optimizar la gestión administrativa como son el adecuado conocimiento y la correcta aplicación y cumplimiento de leyes, normas y reglamentos tributarios, financieros y contables, con la finalidad de mejorar sus procesos. El propósito de este trabajo es ayudar a la gestión administrativa de la microempresa de una manera práctica para que sea más efectiva y permita reaccionar de manera oportuna ante un mundo tan cambiante.

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Tema: creación de una empresa de asesoría administrativa para microempresarios en la ciudad de Milagro.

Autores: Alvarado Reyes Betsy & Chicaiza Balcaza Ribelia

Fecha: Milagro, junio 2010

Resumen: existe una infinidad de microempresas que se han frustrado desde su inicio, en su etapa de operación, crecimiento o madurez. De la Investigación realizada se puede apreciar que existe una serie de causas que podría

provocar el cierre de este tipo de empresas, debido a que se enfrentan a una realidad donde cada vez tienen que ser más competitivos para lo cual existen muchas herramientas que alguna veces por desconocimiento o falta de tiempo no las utilizan o aplican de manera efectiva; el resultado de la investigación realizada nos proporcionó un meticuloso estudio de las expectativas y necesidades de los comerciantes informales, microempresarios y demás personas dedicadas a una actividad comercial, las mismas que carecen de conocimientos administrativos que implican nociones contables, financieras y tributarias lo que nos permite presentar una propuesta para aportar a la competitividad de la gestión administrativa de las pymes en la ciudad de Milagro con la utilización de una importante herramienta como lo es la administración para poder estructurar y dirigir adecuadamente sus negocios. A través de este análisis de mercado llegamos a la conclusión de la importancia de la creación de una empresa que ofrezca a la ciudadanía este tipo de servicios proporcionando soluciones que puedan aportar positivamente al desarrollo microeconómico del sector a través de la experiencia probada del personal que se encuentra para el efecto, logrando así, una gestión eficaz en las PYMES de Milagro producto de la aplicación acertada de los conocimientos administrativos. Nuestra empresa está dedicada a la acción de información, apoyo, servicio, y asesoramiento tributario, Financiero y contable, constituyéndose estos factores en el centro de nuestra actividad contando para ello con profesionales altamente capacitados, con tecnología acorde a las exigencias y tendencias del medio y adoptando constante innovación de conocimientos y autorización en nuestras áreas de aplicación. Nuestro compromiso para con los clientes será proporcionar soluciones y servicios integrados de calidad con profesionalismo, seriedad y responsabilidad.

2.1.3 Fundamentación

2.1.3.1 Fundamentación teórica

Definición de microempresa

Se considera microempresa a toda entidad que ejerce una actividad económica de forma artesanal, y puede ser a título individual, familiar o como sociedad, según Jack Fleitman autor del libro "Negocios Exitosos".

Características de la microempresa

- Se dedican a la producción y comercialización de bienes y/o servicios.
- Se clasifican de acuerdo al Código Industrial Internacional Uniforme CIIU: Alimentos, confecciones, cuero y calzado, cerámica, gráfico, químico, plástico, madera, materiales de construcción, metalmecánica, electrónica (radio y TV), transporte, textil, turismo y hotelería, servicios profesionales, servicios generales y municipales.
- Tiene hasta 10 trabajadores, según el MICIP (Ministerio de comercio exterior, industrialización, pesca y competitividad).
- Conformada con un capital de hasta USD \$20.000,00 excepto inmuebles y vehículos, según el MICIP.
- Registrada en la Cámara de Microempresas Cantonal, Parroquial, comunal u organización filial, local, regional o nacional.
- Combinan los gastos de subsistencia familiar con los de operatividad del negocio.
- Poco adiestramiento técnico y gerencial.⁶

Objetivos de las microempresas

- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades
- Originar la cultura emprendedora

⁶CHIAVENATO, Idalberto. *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*. México, Mc Graw-Hill, 1998.

- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero en las actividades económicas.
- Marco legal sobre el cual se brindara el soporte y financiamiento a la microempresa

Ventajas de las microempresas

- Es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida
- Reduce los problemas y tensiones sociales.
- Mejorar la gobernabilidad.
- Requiere menores costos de inversión
- Dinamiza la economía de regiones y provincias deprimidas.
- Utiliza insumos y materias primas nacionales.
- Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado.

Desventajas de las microempresas

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

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 nómina 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 tiende a desarrollarse 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 incremento 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.⁷

Características de los microempresarios.

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 investigar a los microempresarios encontramos individuos que en gran parte, se ajustan a su imagen. Sin embargo se debe tener en cuenta lo siguiente: todavía carecemos de pruebas de la importancia de estas características y por otro lado, hay excepciones a toda regla e individuos que no se ajustan al molde de todas maneras son empresarios de éxito.

La contabilidad en la microempresa

Posiblemente 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 cuánto dinero hay en caja.

⁷ **CHIAVENATO**, Idalberto. *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*. México, Mc Graw-Hill, 1998.

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 suministrar 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.⁸

REQUERIMIENTOS BÁSICOS DEL 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.

⁸CHIAVENATO, Idalberto. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN. México, Mc Graw-Hill, 1998.

Puede ser que unas cuantas empresas muy pequeñas no requieran estados financieros formales. Sin embargo, la mayoría necesita por lo menos estados 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, entidades financieras y posibles acreedores.
- Suministrar 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.⁹

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 preparación 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**).

⁹BIBLIOTECA VIRTUAL. PROBLEMAS FINANCIEROS EN LAS EMPRESAS. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/426/PROBLEMAS%20FINANCIEROS%20EN%20LAS%20MPYMES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20CELAYA%20OBJETIVO.htm>

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

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.

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**).¹⁰

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

¹⁰BIBLIOTECA VIRTUAL. PROBLEMAS FINANCIEROS EN LAS EMPRESAS. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/426/PROBLEMAS%20FINANCIEROS%20EN%20LAS%20MPYMES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20CELAYA%20OBJETIVO.htm>

cosas de las que usted es propietario. Ellos representan las exigencias 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).

1. Activo

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

1. 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.

2. Activos Propiedad Planta y Equipos.

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.

3. 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

2. PASIVO

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

1. 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

2. Pasivo a Largo Plazo.

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

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

3. 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 evalúa 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 constituyen 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 período dado. El ingreso neto es sumado al balance de capital relacionado en el balance general.¹¹

¿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.

Es correcto establecer que es tan importante saber qué se tiene, qué se debe a quién, cómo saber si su negocio rinde utilidades. En el Estado de Situación Financiera 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 sirvieron de origen a los ingresos y a los gastos, con el objeto de llegar al resultado que se indica en el Estado de Situación

¹¹BIBLIOTECA VIRTUAL. PROBLEMAS FINANCIEROS EN LAS EMPRESAS. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/426/PROBLEMAS%20FINANCIEROS%20EN%20LAS%20MPYMES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20CELAYA%20OBJETIVO.htm>

Financiera. 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.

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 relacionadas 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.)

Servicios Básicos

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, entidades financieras, entre otros.

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 obtener 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.¹²

¹²BLOGSPOT. ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN DE LA EMPRESA. Recuperado el 12 de Noviembre de 2012, <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/05/estrategias-de-diversificacion-de-la.html>

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 presentes 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 con constantes movimientos crediticios, en especial las financieras. Este estado mostrará si la compañía tiene el efectivo disponible y puede pagar sin fallar el dinero prestado.¹³

2.1.3.2 Fundamentación tributaria

Concepto de tributo

La Corte Suprema de Justicia dice que "Los tributos son prestaciones obligatorias que constituyen manifestaciones de voluntad exclusiva del Estado desde que el contribuyente sólo tiene deberes y obligaciones...".

No obstante a los descrito en el párrafo anterior, no considero acertada la opinión de la Corte ya que si bien el poder de imperio estatal y la amenaza coercitiva que practica para que las prestaciones tributarias sean cumplidas por los contribuyentes, estimo que a ese derecho estatal corresponde un correlato en cuanto a la satisfacción, cuantificación y calidad de los rubros comprendidos en el tributo.

¹³BLOGSPOT. ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN DE LA EMPRESA. Recuperado el 12 de Noviembre de 2012, <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/05/estrategias-de-diversificacion-de-la.html>.

Estimo irrenunciable el derecho al cobro y la obligación que corresponde a ese derecho estatal; así como el contribuyente debe satisfacer el derecho del Estado, también lo asiste el propio, pues no sólo es sujeto de deberes y obligaciones en el ámbito tributario que pasivamente los cumple a antojo de aquél, sino que puede y debe participar en el control de los ítems que se le imputan ya que a toda obligación corresponde un derecho y el contribuyente es titular de él.

También este cuerpo ha sostenido que: "Los impuestos no surgen de una relación contractual entre fisco y habitantes sino que es una vinculación de Derecho Público". "No hay un acuerdo de voluntades ya que la imposición de impuestos y su fuerza compulsiva para el cobro son actos de gobierno y de potestad pública".

Si bien el común de las prestaciones es en dinero no es forzoso que eso suceda. Actualmente en Rusia y México contemplan la prestación en dinero o en especie y en la producción de oro se sigue pagando en especie.

También los hubo en nuestro país con fines de regulación económica (granos, yerba mate, vino) y también en Gran Bretaña donde el derogado impuesto sucesorio podía pagarse con tierras, muebles y objetos de arte al igual que el que lo siguió, a la transferencia de capital. Esta prestación pecuniaria es directa ya que ninguna de orden tributario podría revestir otra modalidad.

El tributo no tiene como elemento característico la finalidad exclusiva de proporcionar medios al Estado para satisfacer sus necesidades financieras y menos para cubrir las cargas públicas. Si bien es su fin principal, no es el inicio ya que en algunos impuestos se busca obtener objetivos extra fiscales como los derechos aduaneros, o de actividades nocivas para la comunidad (latifundio, usura).

Grava normalmente una determinada manifestación de capacidad económica.

- Constituye el más típico exponente de los ingresos públicos.

- Es un recurso generalmente de carácter monetario aunque en ocasiones puede consistir en la entrega de bienes no dinerarios.
- No constituye la acción de un ilícito.
- No tiene carácter confiscatorio.

Clasificación jurídica de los tributos

De acuerdo a estas consideraciones se puede concluir en que dentro de los tributos hay tres categorías: IMPUESTOS, TASAS, y CONTRIBUCIONES ESPECIALES.

Impuestos: Son prestaciones en dinero o en especie, exigidas por el Estado, en virtud del poder de imperio, a quienes se hallen en las situaciones consideradas por la ley como hechos imposables.

Tradicionalmente los impuestos se dividen en directos e indirectos aunque no hay coincidencia en el criterio de atribución a cada categoría.

Tasa: podemos definir a la tasa como la prestación pecuniaria exigida compulsivamente por el Estado y relacionada con la prestación efectiva o potencial de una actividad de interés público que afecta al obligado.

Contribuciones especiales: Por su fisonomía jurídica se ubican en situación intermedia entre los impuestos y las tasas.

Esta categoría comprende gravámenes de distinta naturaleza.

Es la prestación obligatoria debida en razón de beneficios individuales o de grupos sociales, derivados de la realización de obras públicas o de especiales actividades del Estado.

Estructura tributaria: estática y dinámica

La estructura tributaria podemos examinarla en su aspecto estático y en su aspecto dinámico.

Si examinamos la estructura tributaria en su aspecto estático observaremos las características del sistema y las relaciones que se constituyen entre los impuestos.

Se trata de dos categorías distintas.

La primera, características del sistema, se refiere a las relaciones generales del mismo, tanto internas, esto es, operadas entre los distintos gravámenes; como externas, es decir, las que se constituyen entre aquéllas y el sistema económico, que se establecen como consecuencia de la finalidad perseguida con la imposición.

Esta, como se verá, responde por un lado a determinados principios normativos o no, y por otro a los objetivos económicos y sociales a que aspira la comunidad.¹⁴

El sistema fiscal está íntimamente vinculado al económico teniendo ambos una incidencia recíproca.

La segunda categoría, las relaciones que se establecen entre los impuestos, comprende aquellas relaciones internas del sistema que, siendo de por sí previsibles, se establecen más o menos permanentemente en función de las características de los tributos y cuyos efectos se reputan favorables o desfavorables a la imposición.

Economicidad: Conforme a este principio, un sistema tributario debe organizarse de modo tal que origine costos mínimos de recaudación y cumplimiento, sin que se resienta su eficiencia. Llevado a la práctica, este principio se traduce en la relación existente entre el total de la recaudación tributaria y los gastos incurridos por el fisco y los contribuyentes para que se obtenga aquel ingreso. No tiene sentido, en verdad, un gravamen cuyos gastos de recaudación absorban en todo o gran parte su producido. Pero, muchas veces ocurre.

¹⁴BLOGSPOT. ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN DE LA EMPRESA. Recuperado el 12 de Noviembre de 2012, <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/05/estrategias-de-diversificacion-de-la.html>.

Suficiencia: El sistema fiscal debe procurar un rendimiento equivalente al monto de los gastos públicos que el gobierno decide cubrir con impuestos.

Es un concepto relativo, porque no hay ninguna norma rígida acerca de cuál debe ser el volumen de los gastos que debe cubrir la imposición.- Pero, para que la recaudación alcance el monto previsto, deben explotarse adecuadamente las fuentes impositivas, lo que supone una óptima elección de los puntos de percusión y de las tasas que soportarán. Además, se deben adecuar al crecimiento del producto bruto y las variaciones coyunturales.

Elasticidad: El sistema tributario tiene que estar estructurado de tal modo que permita su utilización como instrumento de la política financiera, según las oscilaciones coyunturales.

Para ello debe contener una variedad suficiente de tributos, ya que, la escasez de tributos productivos otorga rigidez al sistema, lo que permitirá mantener en forma constante (o aún creciente) los ingresos públicos no obstante de la contracción de los ingresos de los particulares.

También es de gran importancia la elasticidad del sistema fiscal en una economía expuesta. En países cuyos recursos públicos tienen como principal origen de ingresos la exportación de determinadas materias primas, una brusca caída de esas exportaciones puede causar una grave contracción de las inversiones y acentuar la des financiación del presupuesto.

“De la meta de la libertad se sigue otro principio de gran importancia que Haller expone diciendo que "hay que configurar la imposición, de manera que se limite a lo indispensable la divulgación de las relaciones personales, como consecuencia de determinar la «capacidad de prestación» tributaria, y de realizar las correcciones de la distribución tributaria”. Enseguida se advertirá la posible coalición entre este principio y el de equidad, sobre todo si es necesario examinar una suficiente cantidad de datos en un impuesto sintético y progresivo a la renta de las personas físicas, cuestión que aquel autor resuelve

afirmando que "si el postulado de la justicia no puede cumplirse con efectividad, entonces debe rechazarse la meta de la libertad".¹⁵

No obstante, no se puede extremar su importancia. Las fórmulas son muy relativas y la medición numérica de ciertos conceptos económicos como "tributación", "Renta Nacional", "Utilidad del Gasto Público" y "PIB" siempre encierran mucho de arbitrario, y la comparación internacional carece de importancia si los países tienen estructuras sociales y económicas diferentes.

Procesos de la tributación

Dar tributo o pagar los impuestos han sido términos poco agraciados con la idea de progreso de los pueblos. Debido a causas históricas mal infundadas para el presente o no, pero son antecedentes que deberían corregirse con la buena práctica de una cultura tributaria.

En este negativo formato de la sociedad civilizada, pagar y recibir tributo ha sido mal vista por quienes debían pagar pese a todas las demás prioridades que tienen que cumplirse. Sin tener nada bueno en retribución, debido a que no existían maneras de exigir al estado una satisfacción de los impuestos pagados.

Carlos León ¹⁶(2010), al respecto de la cultura tributaria manifiesta que: "Los tributos son, a no dudarlo, el precio que debemos pagar para vivir en una sociedad civilizada". De ahí que si al pagar impuestos las personas naturales y jurídicas, estarán sembrando el terreno proactivo de una sociedad que busca constituir un lineamiento de desarrollo sustentable para todos los habitantes que en ella se acogen.

Sin embargo este ideal suena más a utopía cuando se le enfrenta a la realidad tributaria del estado. Por lo tanto la finalidad del estado es la de satisfacer las necesidades públicas.

¹⁵ HALLER. *ESTRUCTURA TRIBUTARIA*. Editorial Limerin, 2009

¹⁶ Dr. Carlos León, 2010. Docente de la Universidad Salesiana de Cuenca. "Cultura Tributaria".

Desde enero de 2000, el Servicio de Rentas Internas y el Ministerio de Educación mantienen un convenio de cooperación interinstitucional, para educar y capacitar en cultura tributaria a los estudiantes del país.¹⁷

El Servicio de Rentas Internas en el Ecuador, busca que todos los ecuatorianos, conciban y ejerzan el pago de impuestos como una de las responsabilidades más importantes de la ciudadanía, en la medida que significa una fuente de ingresos para que el Estado pueda ejecutar los proyectos de desarrollo nacional, que se necesitan, como un justo administrador de los bienes de todos y de todas.

De cada uno de los principios que guían la teoría de la tributación surgen importantes características que debe reunir una política tributaria, de las cuales podremos citar a continuación algunas de ellas:

a) **Principio de suficiencia:** Se refiere a la capacidad del sistema tributario para recaudar suficientes recursos para solventar el gasto del Estado.

b) **Principio de equidad:** Es cuando la distribución de la carga tributaria debe estar en correspondencia y proporción con la capacidad contributiva de cada sujeto de tributación o contribuyente.

c) **Principio de neutralidad:** Cuando la aplicación de los tributos no debe alterar el comportamiento económico de los contribuyentes, a la necesidad de atenuar el peso de consideraciones de materia tributaria en las decisiones de los agentes económicos.

d) **Principio de simplicidad:** Se refiere a que el sistema tributario debe contar con una estructura técnica que le sea funcional, que imponga solamente los tributos que capten la solidez de recursos que justifique su implantación y sobre bases o sectores económicos que tengan una efectiva capacidad contributiva.

El pagar tributo se refiere, entonces a prestaciones en dinero, bienes o servicios, determinados por la ley que el Estado recibe como ingresos en función de la capacidad económica y contributiva del pueblo, los cuales están

¹⁷ SRI y Ministerio de Educación. Ecuador 2011. Programa de educación y capacitación tributaria.

encaminados a financiar los servicios públicos y otros propósitos de interés general.

Definición y clasificación de los impuestos

El impuesto es un tributo caracterizado por hacer surgir obligaciones generalmente pecuniarias a favor del acreedor tributario regido por Derecho público.

Los impuestos que se recaudan en Ecuador son:

Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Este impuesto grava a la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, y al valor de los servicios prestados. Debe ser declarado y pagado, usualmente de forma mensual y en otros casos de manera semestral.

Impuesto a la Renta (IR)

Este impuesto se relaciona con la renta global que obtengan las personas naturales, sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras. Se debe cancelar sobre los ingresos o rentas, producto de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas, y en general actividades económicas.

Impuestos a los Consumos Especiales (ICE)

Es un impuesto que grava el consumo de determinados bienes que no forman parte de la canasta familiar, y que más bien su consumo involucra un carácter socialmente dañino y costoso para la sociedad, o aquellos cuyas demandas presentan restricción ante el precio.

Otros Impuestos

Adicionalmente a los impuestos antes mencionados, la Normativa Tributaria del Ecuador prevé la existencia de principalmente tres impuestos fiscales: a la salida de divisas, a las herencias, legados y donaciones y la propiedad vehicular.

Intereses por mora y multas tributarias

En el caso de que los sujetos pasivos presentan las declaraciones de los impuestos antes mencionados en los plazos que indica la ley, pagaran solamente el impuesto causado en ese periodo. Sin embargo, si declaran con posterioridad a los plazos previstos, se deberá liquidar intereses de mora y multas tributarias.

Evasión tributaria

La evasión tributaria constituye uno de los factores distorsionantes más preocupantes para el Estado en lo que se refiere a la recaudación de impuestos, motivo por el cual se ha incentivado la investigación y análisis de sus posibles causas y consecuencias dentro del sistema económico. Siendo así la evasión consiste en evitar de manera parcial o total el pago de los impuestos o tributos legalmente establecidos en un país o nación, siendo un fenómeno socio-económico complejo y difícil.

Clasificación industrial internacional uniforme (CIIU)

El CIIU es un clasificador establecido por las Naciones Unidas con características de seis dígitos. Tiene como finalidad establecer una división uniforme de las actividades económicas productivas, ofreciendo un conjunto de categorías que se pueden utilizar en las estadísticas de acuerdo con esas actividades, información necesaria para la compilación de las cuentas nacionales.

Cada país tiene, por lo general, una clasificación industrial propia, basada en la estructura establecida por la ONU, y adaptada en la forma más adecuada para responder a sus circunstancias individuales y al grado de desarrollo de su economía.

Siguiendo con el informe económico del Ecuador (ESPOL 2002-2008) se puede apreciar con claridad una importante evolución de la recaudación tributaria:

En este sentido se hace necesario en estudio comprensivo de la conducta humana en cuanto a su resistencia para aceptar el tributo fiscal como un deber

cívico que se fortalezca con la responsabilidad compartida entre los ciudadanos y el Estado.

He ahí cuando se debe abordar el campo sociológico de ser humano para reconocer el vacío cultural que se tiene cuando se trata del manejo económico de sus propios recursos.

Surge la cultura tributaria como una de las variables que serán expuestas en este trabajo y de ahí se debe considerar lo dicho por el Dr. Carlos León (Universidad de Cuenca- Ecuador) que dice:

"Nuestra posición es que la mera introducción o enunciación de cambios no basta, para que políticas y proyectos sean exitosos, hay que contar con un fuerte componente, mejor dicho con un fuerte fundamento, la gente".

De ahí que se sigue reconociendo la necesidad de trabajar en el sentido económico de los microempresarios, quienes ignoran muchos aspectos tributarios y de cómo hacerlos fácil al acceso cotidiano que todos deberían dominar.

2.2 MARCO LEGAL

MARCO LEGAL: LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO "REGIMEN LEGAL PARA LA MICROEMPRESA"

Normas generales

Art. 1.- La microempresa.- es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales. Su capital máximo es de \$30,000.00 mil dólares y el número de trabajadores no supera los 10, incluyendo el dueño.

Art. 2.- De la inscripción.- La microempresa será legalmente inscrita en la Unidad de microempresas del Ministerio de Comercio Exterior. Para el efecto es necesario un estatuto constitutivo de la microempresa, con reconocimiento de firma y rubrica ante un Juez de lo Civil o Notario Público.

Art. 3.- Empresa civil.- El efecto de la inscripción es el de reconocer a la microempresas como una empresa civil dirigida por una persona natural que tenga derecho a acceder a los beneficios de esta ley.

Art. 4.- Representación legal.- El dueño de la microempresas será el representante legal de la microempresa en el caso de ser unipersonal. Si hubiese más de dos personas que la componen, será el que de común acuerdo designen en el estatuto.

Art. 5.- De la responsabilidad.- El representante legal de la actividad microempresarial será responsable ante terceros, hasta el monto que hubiere declarado como capital de trabajo la microempresa. Los socios serán responsables hasta el monto de sus aportes.

De los objetos

Art. 6.- Objetivo de la ley.- La ley ante mencionada tiene por objeto fomentar y desarrollar la actividad microempresarial, para garantizar una mayor productividad, una ampliación de plazas de trabajo y el mejoramiento de las condiciones de vida. Además establece controles del microcrédito.

Art. 7.- Políticas de desarrollo microempresarial.- Para alcanzar los objetivos señalados, esta ley establece las siguientes políticas para el desarrollo microempresarial:

Crear el Sistema Nacional de Capacitación para niños, jóvenes y adultos en el área de emprendimiento Microempresariales, para impartir conocimientos de gestión empresarial, técnico productivo, financiero y tecnológico, en las instituciones educativas de primero y segundo nivel;

Controlar las operaciones de microcrédito en sus tasas de interés y servicios;
Crear el centro de Transferencia Tecnológico para la microempresas, para que mejore la calidad del producto y sea competitivo con la producción extranjera;

Establecer un Centro para la Calificación de la calidad de los productos Microempresariales, mediante la utilización de las normas ISO;

Instalar los Centros de Acopio Provinciales y Regionales para desarrollar la comercialización de los productos Microempresariales del campo y la ciudad.

De los incentivos a la microempresa:

Art. 8.- Incentivos temporales.- Las actividades Microempresariales registradas debidamente en la Unidad de Microempresas del Ministerio de Comercio Exterior, tendrá derecho a los siguientes incentivos durante los próximos cinco años a partir de la vigencia de la presente ley:

Subsidiar en el 50% del valor de la capacitación microempresarial, entregada por ONGS especializadas y calificadas;

Reducir el 20% en el pago de la tasa que cobra el municipio por la patente;

Promover y asignar recursos crediticios a tasas de interés que no sobrepasen la máxima convencional, que establece en Banco Central del Ecuador;

Conceder a través del Ministerio de Comercio Exterior, una vez al año el 25% de financiamiento, para los empresarios de microempresas que participen en las ferias exposiciones internacionales de sus productos.

De la liquidación

Art. 9.- Liquidación voluntaria.- El representante legal puede liquidar voluntariamente la microempresa, en cualquier tiempo, para lo cual acudirá a la Dirección de Microempresas del Ministerio de Comercio Exterior, con una solicitud por escrito y debidamente legalizada ante un Juez de lo civil. Bajo el costo del solicitante publicara por la prensa un extracto de la liquidación.

Art. 10.- Plazo para la liquidación.- En el plazo de treinta días, la Dirección de microempresas del Ministerio podrá declarar formalmente la liquidación, siempre y cuando no hubiere reclamos o demandas de los socios o terceros perjudicados por la liquidación.

Art. 11.- Liquidación forzosa.- La dirección de microempresas liquidara forzosamente la microempresa en los siguientes casos:

Por el cumplimiento del plazo de duración;

Por la conclusión de la actividad para la que fue creada;

Por haber sido declarado insolvente judicialmente el representante legal;

Por no renovar durante tres años seguidos su registro en la Unidad de Microempresas.

De la organización microempresarial

Art. 12.- Estructura organizacional.- El sector microempresarial tendrá la siguiente estructura organizacional:

La Federación de Cámaras de la Microempresa;

Las cámaras Provinciales de la Microempresa;

Las cámaras Cantonales de la Microempresa;

Art. 13.- La Federación de Cámaras de la Microempresa.- Es el organismo máximo del sector microempresarial y está compuesto por al menos cuatro cámaras Provinciales de la Microempresa, que representen a las principales provincias del país.

Art.14.- Las cámaras Provinciales de la Microempresa.- Los empresarios de la microempresa que hayan registrado debidamente su microempresa en la Unidad de Microempresas y que tengan la calidad de representantes legales, pueden asociarse y organizar la cámara provincial con al menos 200 socios en las provincias de Pichincha y Guayas y 100 en las otras provincias del país.

Art. 15.- Las cámaras Cantonales de la Microempresa.- Con la participación de al menos 50 empresarios de la microempresas debidamente registrados en la Unidad de Microempresas, pueden asociarse y crear la Cámara Cantonal de la Microempresa.

Del microcrédito

Art. 16.- Microcrédito.- Es el préstamo que una institución del sistema financiero formal e informal concede a un empresario de una microempresa,

que no está regido por la ley del sistema financiero y sujeto a las siguientes reglas:

El monto del crédito no supera los \$5.000,00

Haber recibido previamente capacitación en gestión empresarial;

Destinar el crédito a producción, extracción, fabricación, comercio o servicio;

Presentar el RUC;

Estar registrada en el Ministerio de Comercio Exterior

Art.17.- Tasas de interés.- No podrán ser superiores a la tasa máxima convencional, incluida los costos u honorarios del Crédito;

Art.18.- Servicio de capacitación y otros.- Los servicios de capacitación en gestión empresarial tendrán un costo extra de no más de 5% del monto total del crédito y no estará incluido en la tasa de interés. Estos servicios serán entregados por instituciones previamente calificadas y en ningún caso por las propias instituciones financieras. Otros servicios, como seguros médicos o de vida, no serán obligatorios.

Los servicios jurídicos para la suscripción de documentos, estarán cubiertos por las propias instituciones y no obtendrán costo para el cliente. Los costos de cobranza por mora no podrán superar el 1% del valor de la cuota y luego de transcurrir 5 días a partir de la fecha de pago. Todo exceso en estos cobros será considerado usura, de aprobación al código penal.

De los organismos de control

Art. 19.- la secretaria ejecutiva de la microempresa.- Mediante la Ley se atiende la Secretaría Ejecutiva de la Microempresa, ente autónomo que se rige por su propio Reglamento. Está compuesto por un representante de la Dirección de Microempresas del Ministerio de Comercio Exterior, un Representante de las ONGS que entreguen servicios de capacitación a la Microempresa; y, un Representante de las Unidades e Estudios de Educación Superior que tenga Programas de estudio Micro empresariales.

Aspectos legales de la Microempresa

- ❖ Obligatoriedad de facturar contabilidad
- ❖ Obtención de Registro Único de Contribuyente (RUC)
- ❖ Proceso de patentes municipales
- ❖ Declaraciones mensuales de impuestos
- ❖ Obligatoriedad de realizar retenciones en la fuente
- ❖ Presentación de estados financieros
- ❖ Cumplimiento de contribuciones a la seguridad social
- ❖ Cumplimiento de obligaciones laborales
- ❖ Desempeño de permisos sanitarios, cuando aplica
- ❖ Permisos especiales de funcionamiento

REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA MICROEMPRESA.

1. Registro único de contribuyentes

“Es una herramienta que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos facilitar información a la administración tributaria.”

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que enseñen o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que formen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a atribución en el Ecuador.

El Plazo para inscribirse es de TREINTA DÍAS contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir una microempresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cedula del representante legal y llenar el formulario

La actualización de los datos de inscripción resulta siempre y cuando haya:

- 1) Cambio de actividad económica;
- 2) Cambio de domicilio
- 3) Cesado su actividad
- 4) Aumentar o disminuido el capital.

2. Patente Municipal

“Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal se grava a toda persona natural o jurídica que realice una actividad comercial o industrial.

TIEMPO

De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

3. PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO

“Es un documento emitido por la administración Zonal correspondiente que autoriza el funcionamiento de los siguientes establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario por delegación del Ministerio de Salud:

Mercados, supermercados, micro mercado, tiendas, de abarrotes y locales de abastos, consignación de víveres y frutas, vendedores ambulante y estacionarios, bares-restaurante, boíte (grill) restaurante, cafeterías, heladería, fuente de soda-bar, picantería, fondas, comedores populares y cantinas, escenarios permanentes de espectáculos, plazas de toros, salas de cine, casino, salones de billar, salones de juego electrónico, clubes deportivos privados, estudios y coliseos, peluquería y salones de belleza.

Recomendación del cuerpo de bomberos

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe asumir para evitar los mismos.

El desempeño de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a exigir el seguro contra incendio, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energías eléctricas, en caso de que ocurra el flagelo.

Requisitos para obtener el Certificado de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Instituir la ubicación de mi negocio

El local deberá contar con una puerta de escape y extinguidor como medidas protectoras y legales.

Luego deberá ser inspeccionado por el inspector delegado del cuerpo de bombero.

El delegado procede a hacer la entrega del certificado de funcionamiento que tiene un valor aproximado de \$17,00 dólares dependiendo de la ubicación y el tipo de negocio.

2.3 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 transfiere sus conocimientos para una buena administración de una empresa.

Cliente.- Un cliente es quien aprueba un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador, y quien consume el consumidor.

Cliente Potenciales.- Son aquellos que no realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son imaginados como posible clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para adquirir.

Cliente Reales.- Son aquellas personas, empresas u organizaciones que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que crean el volumen de ventas actuales, por tanto, es la fuente de los ingresos que descubre la

empresa en la actualidad y es la que le permite obtener una determinada participación en el mercado.

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

Comerciales informales.- El comercio informal es aquel que no se obtiene por las normativas y leyes del país.

Competencia.- Se conoce como competencia al conjunto de empresa que brindan productos iguales (O similares) a los de nuestra empresa o producen bienes “ Sustituyes” (que suplantán en el consumo a nuestro productos).

Control.- Sirve para confirmar la situación real de la empresa ya que no existe un mecanismo que informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

Coyuntura.- Situación económica de un país, una empresa en un momento determinado.

Dirección.- Es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones, para la situación de este papel se debe saber cómo es el comportamiento de la gente, como individuo y como grupo. De manera apropiada para obtener los objetivos de una organización.

Estrategia.- Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para alcanzar un determinado fin.

Estructura administrativa.- La estructura administrativa es el “sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que esta alcance sus objetivos de conversión, productivos y económicos.

Evolutivo.- Dícese de lo que ocurre o se desarrolla por evolución.

Gestión.- La gestión se encarga de ejecutar todas aquellas órdenes planificadas por la administración.

Inherente.- Procede del latino haerens, una conjugación del verbo (estar unido).

Inversión.- La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la calidad operativa de la empresa.

Marketing directo.- es un conjunto de instrumentos de promoción directa que engloban actividades tales como la publicidad por correo, teléfono, fax y red informática.

Marketing.- es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados metas a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica.

Planeación estratégica.- es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que presenten en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso e planeación.

Plaza o distribución.- “un conjunto de organizaciones independientes involucradas en el proceso de poner un producto o un servicio a disposición del consumidor o del usuario de negocios para su utilización o su consumo.

Precio.- la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de todos los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de tener un producto y servicio

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

El escaso conocimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios del Centro Comercial la Milagreña incide en su crecimiento empresarial.

2.4.2 Hipótesis particulares

El manejo empírico de las actividades comerciales influye en la operatividad de la microempresa.

El evadir impuestos afecta en la participación de la microempresa en el mercado competitivo del cantón Milagro.

La escasa preparación de los administradores de las microempresas incurre en la productividad del negocio.

La escasa capacitación influye en el buen manejo de las transacciones diarias de la microempresa.

2.4.3 Declaración de las variables

Variables de la hipótesis general

Independiente: Obligaciones tributarias

Dependiente: Crecimiento empresarial

Variables de las hipótesis particulares

Independiente: Manejo empírico

Dependiente: Operatividad

Independiente: Eludir impuestos

Dependiente: Mercado competitivo

Independiente: Escasa preparación

Dependiente: Productividad

Independiente: Capacitación

Dependiente: Transacciones

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADORES
Obligaciones tributarias	Es el pago al fisco por la ejecución de una actividad comercial, independientemente de la magnitud de la empresa.	Asesoramiento. Informaciones que brinda el S.R.I
Manejo real	Verificación del cumplimiento de sus obligaciones tributaria.	Mejoramiento de los procesos Contables Y Tributarios.
Eludir impuestos	En el mundo actual el evadir impuesto ha constituido unos de los factores más preocupantes por lo cual hay que analizar sus causas.	Hacer sus declaraciones. Pagar sus impuestos.
Escasa preparación	Este se da debido al escaso aprendizaje por falta de recursos, desinterés de aprendizaje por tiempo durante su vida	Falta de conocimiento. Transacciones mal efectuadas.
Capacitación	Es un empoderamiento de un tema específico y análisis de resultado.	Por medio de manual de funciones. Por el régimen tributario.
VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADORES
Crecimiento empresarial	Es la evolución de las empresas, cuando se manejan adecuadamente en las actividades comerciales a las cuales se dedican.	Pagos de sus obligaciones tributarias. Aplicaciones de proceso.
Operatividad	Manejo de los procesos necesario para la organización y funciones que realiza.	Actividades de ventas. Administración del negocio.
Mercado competitivo	La libre competitividad es el diario vivir de todo comerciante ya siempre se quiere mejorar los productos o servicios que se ofrece.	Estrategia de ventas. Publicidad.
Productividad	Es la acogida que tenga un producto o servicio ya que de acuerdo a esto aumenta su producción.	Brindando un excelente servicio de calidad.
Transaccional	Son las transacciones de ventas que se realizan diariamente.	Flujo de caja. Arqueo de cuenta por pagar y cobrar.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La metodología es la vía más adecuada para entender el estudio del problema, para llegar a resolverlo, conocer con claridad la realidad y adecuar las necesidades del mercado y las personas.

El diseño de investigación es de campo debido a que se obtendrá información directa de un grupo objetivo; también corresponde a una investigación bibliográfica que se ha fundamentado en conseguir información establecida; es decir, características referentes al mercado, necesidades, costumbres, estado socioeconómico y cultural.

A través de esta investigación se ha logrado establecer información que permite concluir que realmente existe una necesidad o insatisfacción en el mercado, punto a favor para poner en marcha un plan de acción que ayude a la solución del problema propuesto.

Esta investigación es de tipo:

Documental.-se identifica las diferentes fuentes investigativas como bibliografía de autores que hablen de temas asociados con la problemática central o antecedentes que determinen la importancia del cumplimiento de las leyes tributarias en el crecimiento de los negocios.

Descriptiva.- Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, estudiaremos las causas y consecuencias de las variables que intervienen en el proyecto para lograr el alcance de los objetivos establecidos; es descriptivo porque se logrará caracterizar a la población objeto de estudio

para lograr obtener datos veraces sobre el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial la Milagro, para lo cual se determinará la utilización de técnicas básicas para generar información exacta e interpretable.

Correlacional.- Esta investigación mide dos variables o más variables que están planteadas, se pretenden ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación. Las hipótesis establecidas aportan indicios sobre las posibles causas de la problemática planteada con el fin de verificarlas una vez puesto en marcha la aplicación del método empírico (encuesta, entrevista).

Explicativa.- Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de detallar las razones por las cuales se realiza la investigación.

La investigación en curso se orienta a la explicación de la variable independiente y la dependiente, lo que demostrará que estas variables si tienen relación sobre el incumplimiento de las leyes tributarias que da como resultado sanciones y pago de multas.

Transaccional.- Porque este diseño de investigación permite la recolección de los datos obtenidos de las técnicas investigativas que se empleará, a través de esta investigación de podrá evidenciar que la información no será manipulada en ningún momento y de esa manera poder establecer una solución acertada al tema tratado una vez verificadas las hipótesis planteadas, este proceso se podrá realizar una vez que el grupo objetivo den su criterio sobre tema a tratar.

No Experimental.-Para concretar este proceso investigativo se utilizara este diseño según el control de las variables para analizar en primer lugar sobre el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial La Milagreña

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

De acuerdo al trabajo de campo realizado en el centro comercial la Milagreña del cantón Milagro, lugar en el cual se encuentran un sin número de negocios sea por la venta de productos o la prestación de servicios, microempresarios que en su gran mayoría no declaran sus obligaciones tributarias, son pocos los que poseen RUC y RISE.

3.2.2 Delimitación de la población

En el país de Ecuador, región costa, provincia del Guayas, cantón Milagro. Para esta investigación se tomara en consideración a todos los microempresarios del centro comercial, los cuales ascienden a 100.

3.2.3 Tipo de muestra

En la presente investigación utilizaremos la muestra no probabilística de este modo seleccionaremos a los individuos u objetos por causas relacionadas a la misma.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para el tamaño de la población se ha escogido 100 microempresarios ubicados en el centro comercial La Milagreña del Cantón Milagro.

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

3.2.5 Proceso de selección

La muestra es de tipo no probabilística para lo cual se llevara a cabo el siguiente procedimiento:

Muestra de sujetos voluntarios: El grupo de sujetos que intervendrán en el proceso de la encuesta lo harán libre y voluntariamente según su criterio y expectativas referentes a la problemática planteada.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Para el desarrollo del proyecto de investigación utilizaremos métodos teóricos tales como:

Inductivo.- Porque se tomara criterios y opiniones individuales mediante la encuesta de todos los microempresarios del centro comercial La Milagro. Nos permitirá efectuar un estudio minucioso de cada variable o factor que interviene en el proyecto.

Deductivo.- Se analizará las causas encontradas en la problemática planteada por las cuales no efectúan sus declaraciones tributarias. Este método permite realizar planteamientos generales de la situación desfavorable que están sujetos los microempresarios por el incumplimiento de sus obligaciones tributarias y lo que conlleva a realizar diferentes hipótesis como consecuencias de lo que ocurre.

Síntesis.- Por medio de este método se resumirá en un análisis global todo lo relacionado a la información recopilada, es decir: las causas, hipótesis y verificación de las mismas.

Estadístico.- Nos ayudará a tabular la información recopilada, la cual será representada en cuadros y gráficos con el fin de establecer un análisis de la situación actual y así llevar este estudio a una propuesta acertada.

3.3.2 Métodos empíricos

Para el desarrollo del proyecto de investigación utilizaremos métodos empíricos tales como:

Encuesta.- La encuesta la realizaremos tomando una muestra de una determinada población, con la finalidad de obtener diferentes respuestas para nuestra investigación.

Estudio documental.- será documental porque se tomara información de libros (diversos autores), de revistas, internet, documentos históricos y otros medios que sirvan de ayuda para nuestra investigación.

3.3.3 Técnicas e instrumentos de la Investigación

Con la finalidad de alcanzar el objetivo propuesto en este proyecto se recurrirá a la técnica la encuesta, las mismas que se van a desarrollar con personas que conocen del tema, objeto de investigación.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio de una entrevista la cual se iniciará a través de una conversación seria que tiene como propósito extraer información relevante. Se consideraron como instrumentos de investigación los cuestionarios con preguntas previamente redactadas en forma ordenada, que nos permitirá recoger la información deseada. Así, los datos recogidos deben responder a unas hipótesis u objetivos previamente planteados, pues las tablas y gráficos no significan nada en sí mismas, si no existen garantías de su representatividad, del control de variables que es preciso tener en cuenta y la elección de los instrumentos más adecuados.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Las actividades comerciales han venido en crecimiento desde la antigüedad desplegándose una larga lista de mercaderes los cuales operaban con la compra y venta de mercadería e insumos sean esta por la vía legal o de contrabando, por ello, para evitar esta clase de infracciones se creó un órgano regulador llamado SRI donde los comerciantes puedan formar parte de esta institución registrando su actividad como legal pagando por ello un impuesto, el cual les augurara un libre ejercicio laboral de una forma legal con el propósito de potencializar su participación en este mercado.

A medida que los mercados se han ampliado y que el índice de comerciantes informales ha ido en crecimiento el Servicio de Rentas Internas dirigida por un equipo humano de excelencia propuso activar un nuevo sistema tributario conocido como el Régimen Simplificado Ecuatoriano SRI el cual consiste en facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias a los contribuyentes, pues, actualmente, la persona tiene que realizar varios trámites, llenar un formulario para la declaración mensual sobre el Registro Único de Contribuyentes, RUC, inclusive por los altos ingresos a un negocio implicaba llevar el manejo de contabilidad, este régimen de incorporación voluntaria que reemplaza el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y del Impuesto a la Renta (IR), a través de cuotas mensuales. Con el RISE el contribuyente de igual forma será registrado en el Registro Único de Contribuyentes, pero en el régimen simplificado, lo cual no tendría que presentar formularios de ningún

tipo, lo único que tiene que hacer es cancelar una cuota fija por mes en función de la actividad económica que se realice y del rango de ingresos en que el comerciante se ubique, dándole así oportunidad a estos comerciantes a operar legamente y bajo el marco de la ley.

Con este nuevo sistema Simplificado se espera que todos los comerciantes informales legalicen sus actividades a nivel local y nacional terminado de una vez por todas con el contrabando y deslealtad de competir contra quienes si están laborando al margen de la ley.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVA

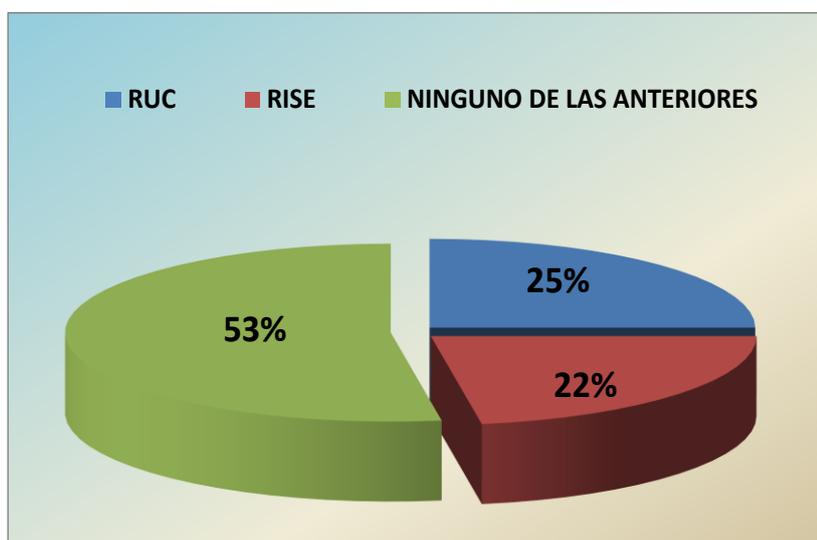
1.- Usted tiene.

Cuadro 2. Condición del microempresario

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
RUC	20	25%
RISE	18	22%
NINGUNO DE LAS ANTERIORES	42	53%
TOTAL	80	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Figura 1. Condición del microempresario



Interpretación.- El 53% de los encuestados indicaron que no tiene ni RUC y RISE, el 25% manifestó que posee RUC mientras que el 22% RISE. La información recabada permite conocer que gran parte de los microempresarios no están ejerciendo de forma correcta, puesto que no cumplen con sus obligaciones tributarias. Situación que puede incurrir en sanciones y multas.

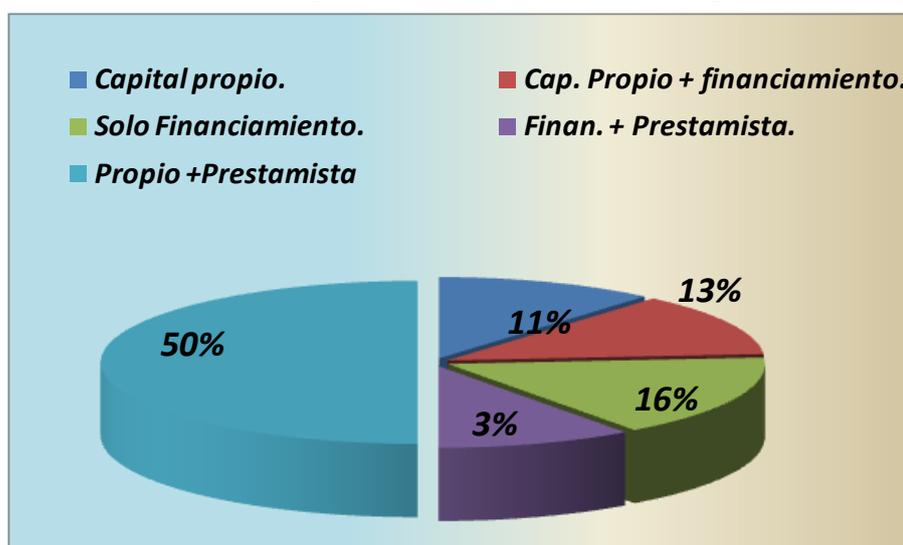
2.- ¿Cuándo inicio el negocio, se formó de acuerdo a:

Cuadro 3. Iniciación de su negocio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Capital propio.	9	11%
Cap. Propio + financiamiento.	10	13%
Solo Financiamiento.	13	16%
Finan. + Prestamista.	8	10%
Propio +Prestamista	40	50%
TOTAL	80	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Figura 2. Iniciación de su negocio



Interpretación.- Como se puede observar los encuestados manifestaron que iniciaron sus negocios con capital propio más un apalancamiento a través de

un prestamista (50%), seguido de quienes indicaron que pusieron su negocio con capital propio (11%), otros indicaron capital propio mas financiamiento (13%) y entre un 16% y 10% financiamiento más prestamista.

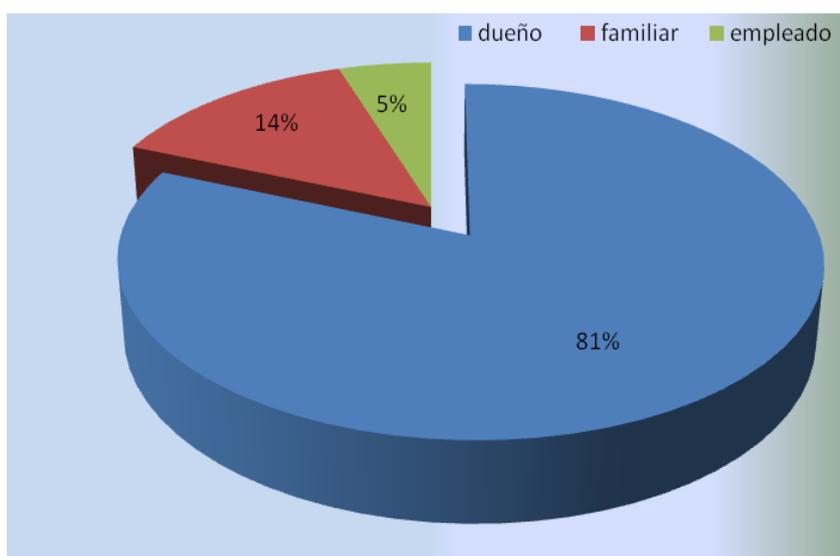
3.- ¿Quién es la persona que administra su negocio?

Cuadro 4. Encargado de la administración

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Dueño.	65	81%
Familiar.	11	14%
Empleado.	4	5%
TOTAL	80	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Figura 3. Encargado de la administración



Interpretación.- El 81% de los encuestados indicaron que el negocio es administrado por ellos mismos es decir por el propietario, mientras que el 14% manifiesta que lo maneja un familiar, y un 5% por los empleados.

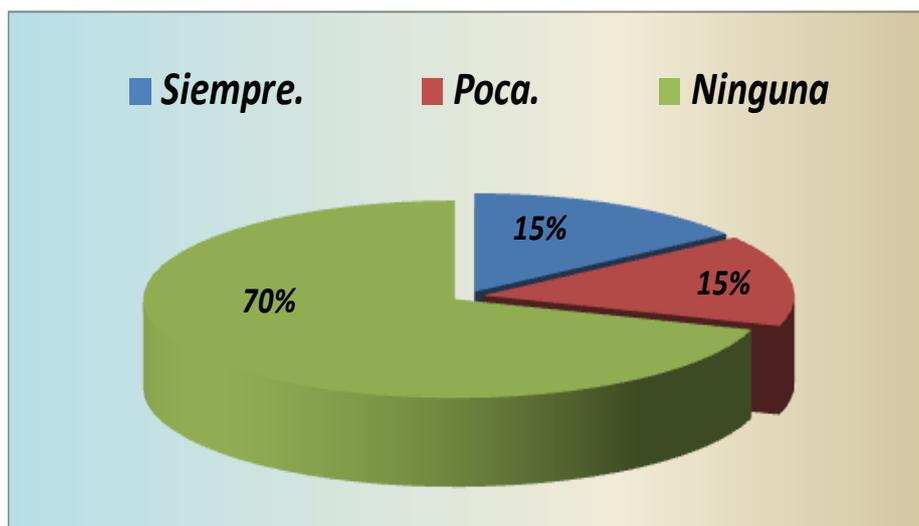
4.- ¿El personal que labora en su negocio recibe capacitación para desempeñarse sobre aspectos tributarios?

Cuadro 5. Capacitación del personal

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre.	12	15%
Poca.	12	15%
Ninguna	56	70%
TOTAL	80	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Figura 4. Capacitación del personal



Interpretación.- Como se puede observar los encuestados manifestaron que no capacitan al personal para que realicen óptimamente sus funciones (70%), el 15% tienen una escasa capacitación y otros indicaron que si reciben capacitaciones (15%).

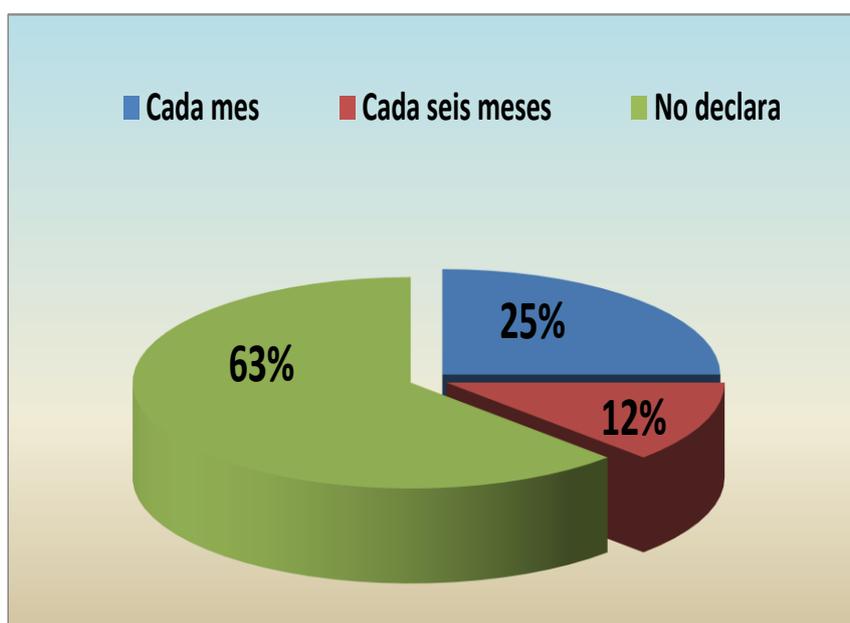
5.- ¿Cada qué tiempo realiza sus declaraciones tributarias?

Cuadro 6. Tiempo de declaración.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Cada mes	20	25%
Cada seis meses	10	13%
No declara	50	63%
TOTAL	80	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Figura 5. Tiempo de declaración.



Interpretación.- El 63% de los encuestados indicaron que no realizan declaraciones, mientras que el 25% manifestó que declara cada mes y el 12% lo hace cada seis meses. La información recabada demuestra que los microempresarios no tienen conciencia sobre los riesgos a los cuales se enfrentan por realizar una debida práctica tributaria.

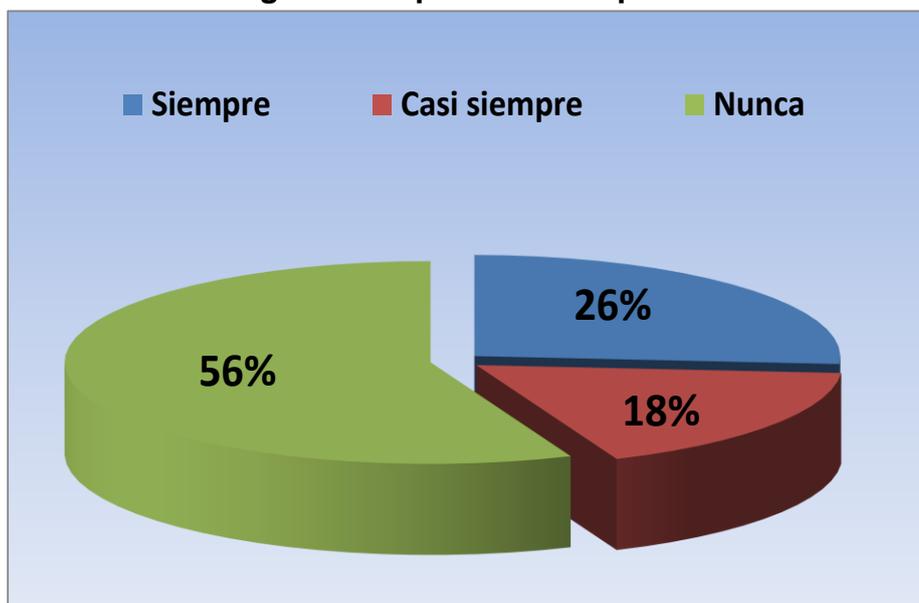
6.- ¿Usted posee soportes (facturas, nota de ventas, liquidación se compra, tiquets) que respalden sus adquisiciones?

Cuadro 7. Soportes de respaldo.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	21	26%
Casi siempre	14	18%
Nunca	45	56%
TOTAL	80	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Figura 6. Soportes de respaldo.



Interpretación.- El 56% de los encuestados manifestó que no poseen ningún tipo de reportes que respalden sus adquisiciones, esto demuestra que ellos no efectúan sus declaraciones, a pesar que el 26% indicó que si realiza este tipo de acciones. Esta información ratifica que mantienen varias deficiencias en el manejo de sus negocios.

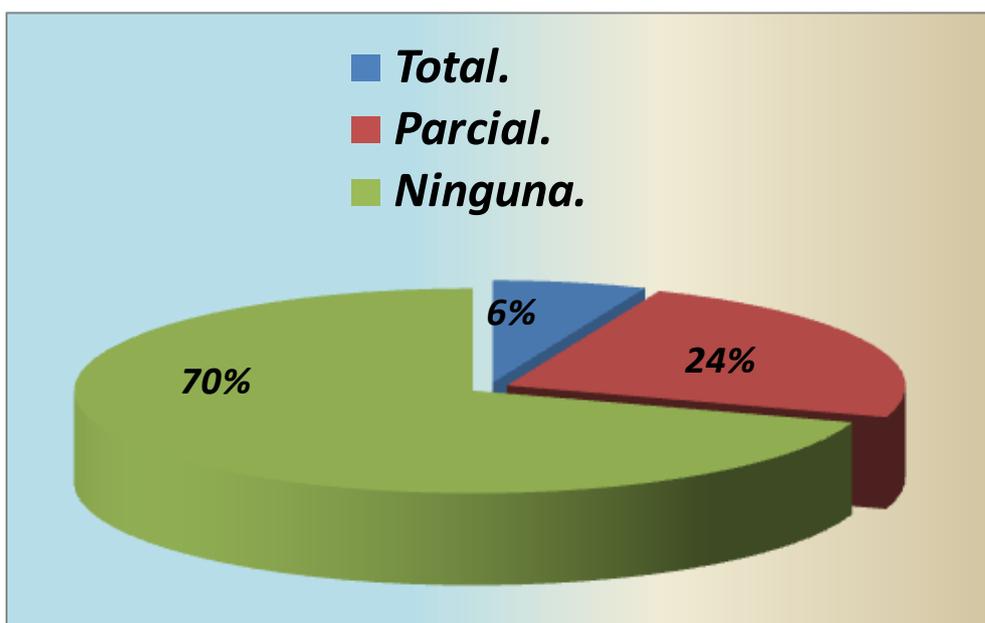
7.- ¿El negocio cuenta con tecnología de punta para su desarrollo?

Cuadro 8. Uso de la tecnología

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Total.	5	6%
Parcial.	19	24%
Ninguna.	56	70%
TOTAL	80	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Figura 7. Uso de la tecnología



Interpretación.- Como se puede apreciar los encuestados en su gran mayoría indicaron que no tienen a su disposición tecnología de punta (70%), el 24% manifestó que utilizan parcialmente la tecnología, a diferencia de un 6% que si utilizan plenamente sistemas actualizados.

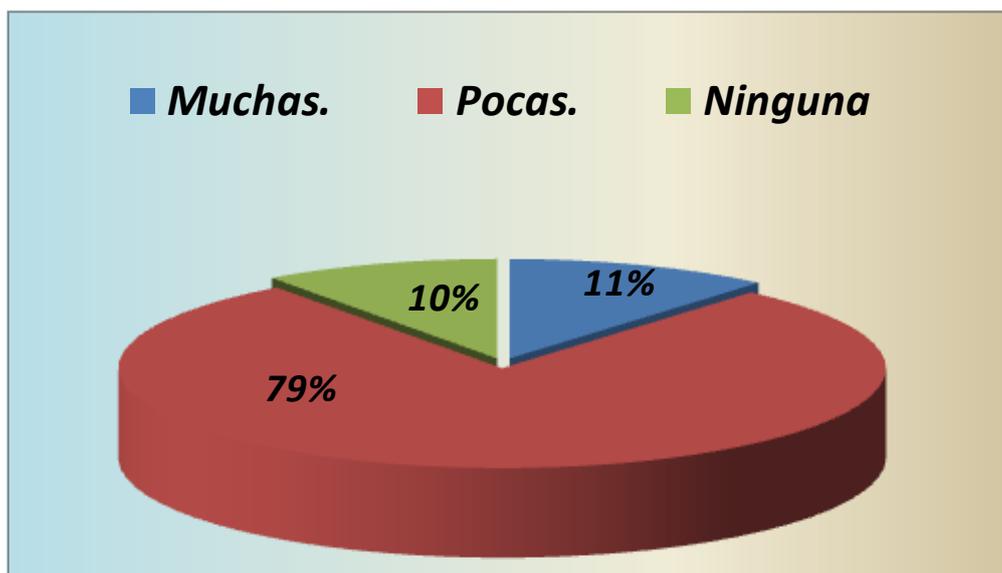
8.- ¿Conoce alguna empresa que proporcione asesoramiento administrativo, contable y tributario?

Cuadro 9. Conocimiento de empresa asesora.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muchas.	9	11%
Pocas.	63	79%
Ninguna	8	10%
TOTAL	80	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Figura 8. Conocimiento de empresa asesora.



Interpretación.- El 79% de los encuestados indicaron que desconocen de empresas de asesoramiento administrativo, mientras que un 11% manifiesta que si conocen, este tipo de establecimientos, pero sin embargo, no se han decidido a utilizar sus servicios.

4.3 RESULTADOS

Análisis de los resultados de la encuesta

Los microempresarios establecidos en este sector comercial se mantienen en su gran mayoría por más de 10 años, existiendo pocos que se han establecido por más de cinco años, esto demuestra que muchos de ellos no se pueden mantener en este sector comercial, al no poseer una estructura organizacional bien definida, además no cuentan con personas altamente capacitadas para mantener un correcto control de sus actividades y poseen conocimientos medios que no alcanzan para mantener en un óptimo funcionamiento los negocios, a esto se les suma que no reciben una capacitación para enriquecer sus conocimientos en materia tributaria.

En este sector existen pocos establecimientos de capacitación, los mismos que no emplean una adecuada publicidad para darse a conocer, prueba de eso es que, el grupo objetivo desconoce en un 79% la presencia de ellos. La tecnología es una herramienta importante para el desarrollo de toda empresa, sin embargo, la mayoría de estas microempresas no cuentan con sistemas sofisticados, lo cual entorpece el manejo de la información, este tipos de falencias se originan por el poco capital que poseen, siendo una de sus mayores causas el desconocimiento y poca aplicación de las normas tributarias.

Con todo esto es recomendable que se capacite al microempresario Milagreño, a través de personas calificadas y entendidas en el tema, para fortalecer la competitividad de ellos y puedan mantenerse en este mercado con altos niveles de rentabilidad.

4.3 VERIFICACIÓN DE LAS HIPOTESIS

Cuadro 10. Verificación.

HIPOTESIS	VERIFICACIÓN
<p>Hipótesis general</p> <p>El escaso conocimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios del Centro Comercial la Milagreña incide en su crecimiento empresarial.</p>	<p>En la pregunta 7 los encuestados manifestaron que no posee soportes (facturas, nota de ventas, liquidación se compra, tiquets) que respalden sus adquisiciones, esto demuestra el alto grado de desconocimiento de los comerciantes sobre sus obligaciones.</p>
<p>Hipótesis particular 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • El manejo empírico de las actividades comerciales influye en la operatividad de la microempresa. 	<p>En la pregunta 8 los encuestados indicaron que no cuentan con tecnología de punta, esto demuestra que sus controles lo realizan de forma manual</p>
<p>Hipótesis particular 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • El eludir impuestos afecta en la participación de la microempresa en el mercado competitivo del cantón del cantón Milagro. 	<p>En la pregunta 6 de la encuesta los encuestados manifestaron que no realizan sus declaraciones.</p>
<p>Hipótesis particular 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • La escasa preparación de los administradores de las microempresas incurre en la productividad del negocio. 	<p>En la pregunta 4 los encuestados indicaron que no se han capacitado, lo cual demuestra su desconocimiento tributario y contable, afectando esto a su productividad.</p>
<p>Hipótesis particular 4</p> <ul style="list-style-type: none"> • La escasa capacitación influye en el buen manejo de las transacciones diarias de la microempresa. 	<p>Los encuestados no son capacitados en su gran mayoría (pregunta 4), y en la pregunta 9 manifestaron que desconocen de empresas que brinden asesoría, por lo tanto no realizan un adecuado manejo de sus transacciones.</p>

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación de un departamento de asesoría contable tributaria en el Centro Comercial La Milagreña.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Procesos de la tributación

Dar tributo o pagar los impuestos han sido términos poco agraciados con la idea de progreso de los pueblos. Debido a causas históricas mal infundadas para el presente o no, pero son antecedentes que deberían corregirse con la buena práctica de una cultura tributaria.

En este negativo formato de la sociedad civilizada, pagar y recibir tributo ha sido mal vista por quienes debían pagar pese a todas las demás prioridades que tienen que cumplirse. Sin tener nada bueno en retribución, debido a que no existían maneras de exigir al estado una satisfacción de los impuestos pagados.

Evasión Tributaria

La evasión tributaria constituye uno de los factores distorsionantes más preocupantes para el Estado en lo que se refiere a la recaudación de impuestos; motivo por el cual se ha incentivado la investigación y análisis

de sus posibles causas y consecuencias dentro del sistema económico. Siendo así que la Evasión consiste en evitar de manera parcial o total el pago de los impuestos o tributos legalmente establecidos en un país o nación, siendo un fenómeno socio-económico complejo y difícil.

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 nómina 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.

5.3 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a los resultados de la encuesta se pudo evidenciar que la mayoría de los microempresario evaden impuestos, debido al desconocimiento que poseen sobre sus obligaciones contables y tributarias. Esta tiene como finalidad establecer una estructura organizacional orientada a brindar asesorías contable y tributaria con el fin de obtener rendimientos económicos que nos permita posicionarnos como un grupo de profesionales capacitados que operaran a través de esta actividad. Por lo tanto se propone “Creación de departamento de asesoría contable tributaria en el Centro Comercial La Milagreña”.

Dentro de este capítulo se detallara la descripción de la misma, la cual empieza con la misión visión objetivos que se cumplirán para justificar la experiencia con la que operará esta empresa, las estrategias que se emplearan a través del análisis del marketing Mix, además se realizar un análisis de las cinco fuerzas de Porter donde conoceremos más a fondo el mercado, determinando la

competencia directa e indirecta, los posibles sustitutos, las barreras de entrada, poder de los clientes etc. Culminando con el análisis del sector comercial sobre las mejoras en la cultura tributaria, administrativa y contable. Además se realizó una proyección financiera que demuestra lo rentable que resulta para expertos de la materia tributaria puedan aplicar este proyecto contando ellos con información veraz que contribuya al desarrollo microempresarial como éxito de ellos mismos en esta actividad tributaria.

5.4 OBJETIVOS.

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Crear una asesoría contable en el Centro Comercial “La Milagreña” que permita ofrecer un servicio de calidad, empleando para ello estrategias administrativas, operativas y de marketing, mejorando la ejecución de los procesos contables y tributarios de los comerciantes con el fin de que cumplan con sus obligaciones.

5.4.2 Objetivos específicos

- Mantener una constante publicidad para dar a conocer a la empresa y el servicio que brinda.
- Establecer la filosofía corporativa de la Asesoría, para así proyectar una excelente imagen en este mercado competitivo del cantón Milagro.
- Realizar el análisis de mercado a través de las cinco fuerzas de Porter, de esta forma establecer estrategias que permita el pronto posicionamiento de esta empresa en el mercado.
- Establecer una proyección financiera, donde se determine la factibilidad financiera.

5.5 UBICACIÓN.

La asesoría estará ubicada en los interiores del centro comercial **LA MILAGREÑA**, el cual se encuentra ubicado en las calles García Moreno Entre Miguel Valverde y 12 de febrero.



Figura 9. Mapa de ubicación

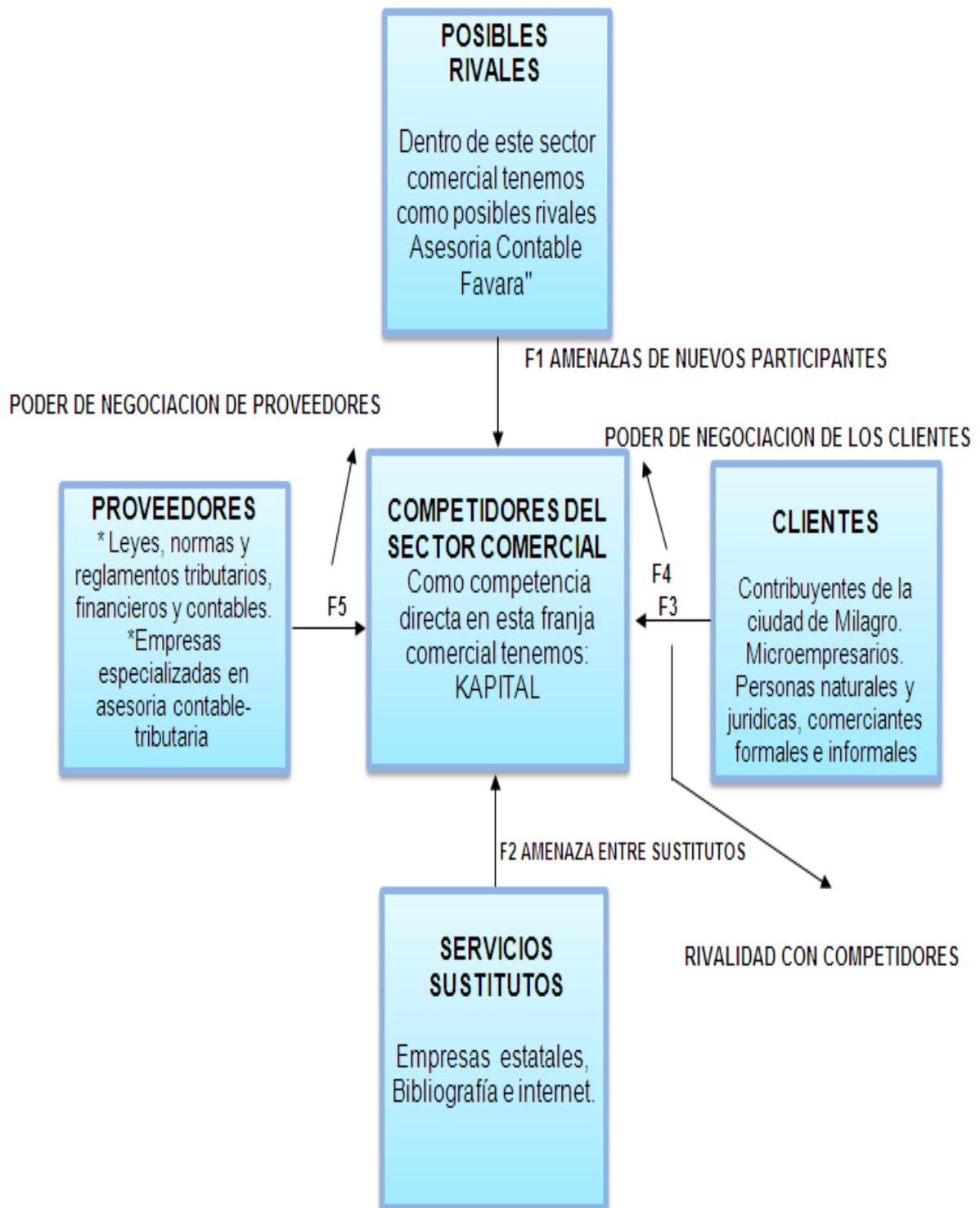


Figura 10. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.

Cuadro 11. Barreras de Entradas de las Fuerzas de Porter

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- FUERTE INVERSION INICIAL		X	
2. MEJORAMIENTO CONTINUO	X		
3. PRESTIGIO	X		
4. BAJO COSTO DEL SERVICIO	x	0	
	3	1	0
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	75%	25%	0%

Después de haber determinado las barreras de entradas se obtuvo un nivel bajo (75%), de existencia, las mismas que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este sector comercial, motivo por el cual la empresa deberá buscar un valor agregado al servicio para poder captar la atención de los clientes y así posicionarse en este casco comercial.

Cuadro 12. Servicios sustitutos

F2 SERVICIOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. PROPENCION A CAMBIAR	X		
3. RECURSO HUMANO PAGADO POR EL GOBIERNO		X	
4. ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS		X	
	1	3	0
AMENAZA DE SUSTITUCION	25%	75%	25%

La amenaza de sustitución del servicio (75%) la cual representa un nivel medio por la aparición de inversionistas o de personas que se dedican a brindar esta clase de servicios, lo cual no representa mayor preocupación pues conocemos el mercado y sus necesidades, para poder establecernos como un grupo respetable y capacitado al servicio del sector microempresarial.

Cuadro 13. Determinantes de rivalidad

F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE	X		
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES	X		
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO	X		
	3	0	1
ANALISIS DE RIVALIDAD	75%	0%	25%

En lo concerniente al servicio de asesoría existe un nivel bajo (75%), por la presencia de la rivalidad, sin embargo, no debemos descuidar a nuestra competencia y así permitirnos visualizar como enfrentar a los posibles rivales para lograr una ventaja competitiva ante la rivalidad.

Cuadro 14. Poder de compradores

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. SERVICIOS IGUALES			X
2. IMAGEN CORPORATIVA	X		
3. ELASTICIDAD			X
4. MERCADO AMPLIO			X
	1	0	3
PODER DEL CONSUMIDOR	25%	0%	75%

En el momento de adquirir el servicio el poder de compra lo tienen los microempresarios, debido a la poca existencia de estas empresas, sin embargo, propietarios de esta clase de negocios deberá seguir trabajando e investigando para marcar la diferencia ante la competencia, y así tener una respetable participación del mercado.

Cuadro 15. Negociación con proveedores

F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRESENCIA DE NUEVOS SERVICIOS.		X	
2. IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
3. IMPACTO ECONOMICO	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS			X
	1	2	1
PODER DE LOS PROVEEDORES	25%	50%	25%

Para poder obtener herramientas de trabajo sin ningún problema de adquisición, es importante mantener buenas relaciones con dos o tres proveedores fijos que puedan proveernos cuando se necesite algún requerimiento, logrando un cierto grado de ventaja ante la competencia, para mantener información idónea acorde a los cambios en leyes o normas establecidas por el ejecutivo.

Cuadro 16. Análisis sector comercial

RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD						
MAGNITUD DE LA EMPRESA	ACTUAL			FUTURO		
	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
BARRERAS DE ENTRADA	3	1	0	0	2	2
PRODUCTOS SUSTITUTOS	1	3	0	1	2	2
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	3	0	1	2	1	1
PODER DE LOS COMPRADORES	1	0	3	1	2	1
NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	1	2	1	1	3	0
EVALUACION GENERAL	9	9	2	5	10	6
PORCENTAJES	45%	45%	10%	24%	48%	29%

Hoy en día la existencia de Asesorías tiene un alto índice de crecimiento debido a la gran demanda de microempresarios, por ello la empresa debe optimizar su servicio, ligados siempre a estándares de calidad y compromiso hacia los clientes, augurando el éxito del negocio y un reconocimiento a nivel local.

ANÁLISIS FODA

FACTORES INTERNOS

FORTALEZA

Ubicación estratégica del negocio.
Profesionales altamente capacitados
Continúa capacitación y actualización en los diferentes departamentos.
Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.
Procesos y procedimientos de calidad.

DEBILIDADES

Poco tiempo en el mercado
Local comercial pequeño
No contar con los recursos financieros necesarios.
Falta de credibilidad por parte de los microempresarios
Deficiente publicidad del negocio.

FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES

Microempresas estables que aporten al crecimiento económico de la sociedad.

Variedad de Servicios

Demanda insatisfecha

Programas de Asesoría y Servicios acorde a la exigencia del medio.

Escasos conocimientos contables, administrativos y financieros por parte de los microempresarios.

AMENAZAS

Creación de nuevas asesorías que ofrecen servicios similares.

Servicios a menor precio por parte de la competencia directa.

Inestabilidad política del País.

Competencia desleal.

Asesores informales.

FACTORES INTERNOS

Creación de una asesoría contable tributaria en el Centro Comercial La Milagreña.	FORTALEZAS	DEBILIDADES	
	Ubicación estratégica del negocio.	Poco tiempo en el mercado	
	Profesionales altamente capacitados	Local comercial pequeño	
	Continua capacitación y actualización en los diferentes departamentos.	No contar con los recursos financieros necesarios.	
	Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.	Falta de credibilidad por parte de los microempresarios.	
	Procesos y procedimientos de calidad	Deficiente publicidad del negocio.	
OPORTUNIDADES	FO	DO	
Microempresas estables que aporten al crecimiento económico de la sociedad.	El poseer procesos y procedimientos de calidad influirían en el que empresas estables aporten al crecimiento económico del sector comercial.	.- Con la presencia de microempresas estables que aporten al crecimiento económico fortalecerá la permanencia en esta actividad así seamos nuevos en el mercado.	
Variedad de Servicios			
Demanda insatisfecha			.- Para lograr la máxima satisfacción de los microempresarios el servicio será personalizado acorde a los requerimientos del cliente.
Programas de Asesoría y Servicios acorde a la exigencia del medio.			.- Con la presencia de programas de asesoría y servicios acorde a las exigencias del medio se logrará la credibilidad del microempresarios
Escasos conocimientos contables, administrativos y financieros por parte de los microempresarios.			.- Con la presencia de un personal capacitado lograremos captar la atención de los microempresarios pues ellos en su mayoría carecen de conocimientos contables, administrativos, y financieros.

FACTORES EXTERNOS

Creación de una asesoría contable tributaria en el Centro Comercial La Milagreña.	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Ubicación estratégica del negocio.	Poco tiempo en el mercado
	Profesionales altamente capacitados	Local comercial pequeño
	Continua capacitación y actualización en los diferentes departamentos.	No contar con los recursos financieros necesarios.
	Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.	Falta de credibilidad por parte de los microempresarios.
	Procesos y procedimientos de calidad	Deficiente publicidad del negocio.
AMENAZAS	FA	DA
Creación de otras empresas que ofrecen servicios similares.	.- El contar con un personal altamente capacitado es la garantía para lograr la lealtad de los microempresarios y así contrarestaremos a la competencia.	.- Utilizar los mejores medios par la publicidad del negocio para dar a conocer la calidad del del servicio que se brindará y así lograr un ventaja competitiva ante la aparición de los sustitutos.
Servicios a menor precio por parte de la competencia.		
Inestabilidad política del País.		
Competencia desleal	.- El contar con procesos adecuados y procedimientos de calidad en la empleación del trabajo, se realizará una asesoría de calidad, logrando captar gran parte del mercado, evitando la precencia de asesores informales.	.- Realizar un trabajo de calidad satisfaceremos las necesidades y exigencias del microempresario logrando credibilidad por parte de ellos y así evitar la competencia desleal.
Asesores informales		

Misión.

Ser una asesoría que brinde un servicio personalizado destacando eficiencia y eficacia para microempresarios, con una excelente organización administrativa, financiera y operacional a través del trabajo en equipo y por medio de las estrategias y mecanismos implantados, que faciliten la inmediata solución a los problemas.

Visión

Ser una organización líder con profesionales de primera que apoye el desarrollo de los microempresarios, tanto en el área tributaria, administrativa, financiera y operacional, y garantice el éxito de los pequeños negocios y su permanencia en el mercado.

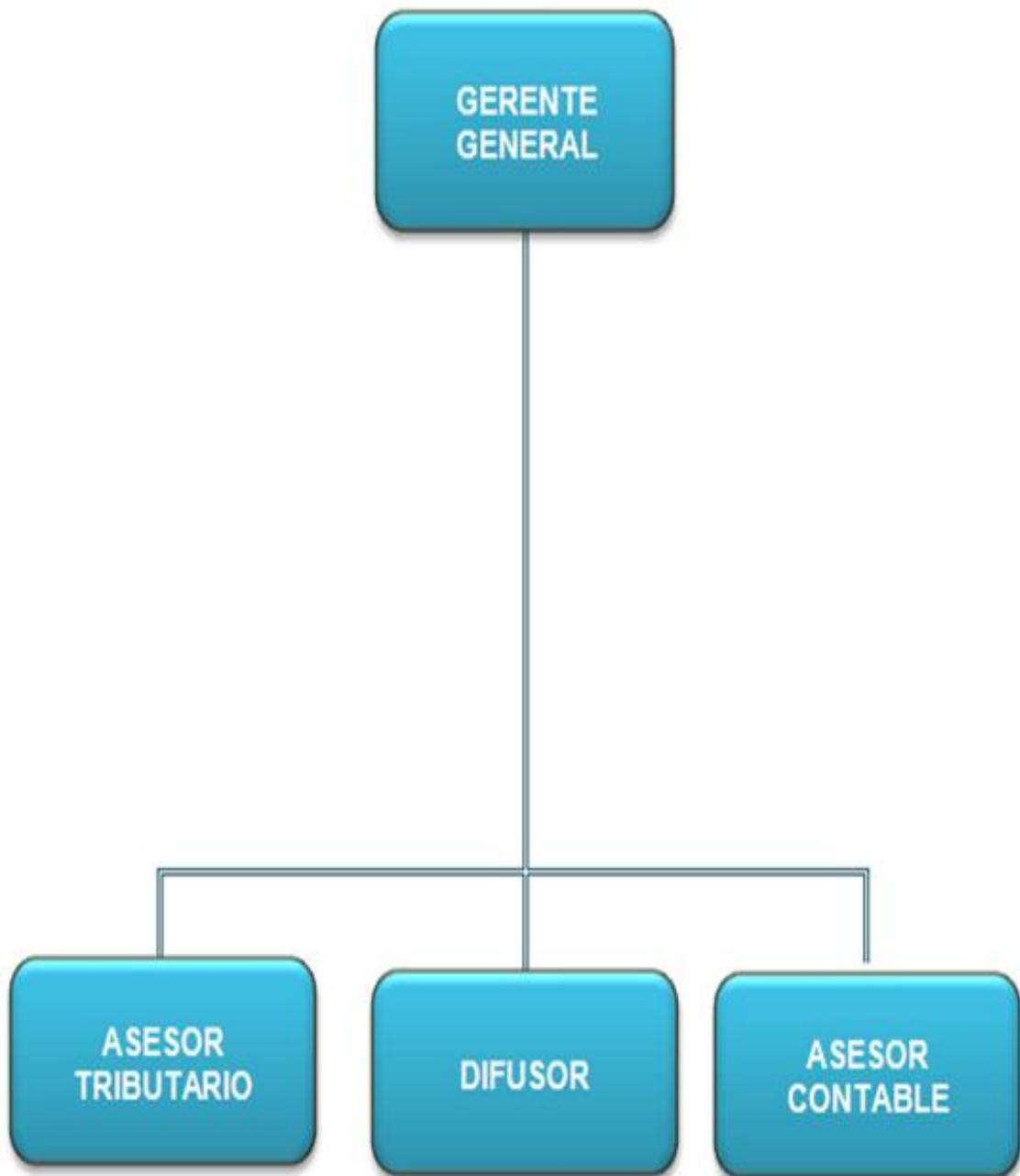


FIGURA 11. Organigrama estructural

5.6 FACTIBILIDAD.

La creación de esta oficina es una alternativa de progreso para todas aquellas personas que comercian un bien o servicio en este casco comercial pues contarán con personas capacitadas en materia tributaria y contable que les servirán de gran ayuda a que microempresarios puedan implementar estrategias que impulsen el desarrollo de sus actividades, así como los comerciantes informales puedan ejercer al margen de la ley a través de capacitaciones que los orienten a formar parte del comercio formal, además de un sin número de actividades a las cuales la organización estará inmersa con el claro propósito de disminuir el alto índice de comerciantes informales y contribuir al desarrollo microempresarial del Cantón Milagro, además se creara fuentes de trabajo para el sector profesional, recurso humano que formara parte de esta oficina con el propósito de brindar un servicio de calidad que ubique a este grupo entre las alternativas más próximas de elección de los microempresarios al momento de solicitar los servicios tributarios o contables, situando a la empresa con un posicionamiento respetable en este mercado.

MANUAL DE FUNCIONES

Descripción del cargo: **JEFE GENERAL**

Naturaleza del Trabajo.	
Ser responsable de supervisar, coordinar, controlar, planificar y tomar decisiones en todas las áreas del negocio	
Funciones Específicas.	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar los diferentes talleres para la capacitación de los comerciantes informales. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica los futuros talleres direccionados al sector informal como de pequeños microempresarios. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Establece diferentes tipos de contratos o convenios con clientes actuales o potenciales. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Toma decisiones en todo aspecto referente al negocio. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la ejecución de todos los procesos en los diferentes departamentos. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar la ejecución del trabajo, comparando los resultados reales con los esperados. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas comerciales. 	
Características Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Requiere de alta moral comprobada 	
<ul style="list-style-type: none"> • Lealtad, responsabilidad, respeto y buenas relaciones interpersonales 	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad y criterio para toma de decisiones 	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser Comunicativo 	
Perfil del Cargo	
Edad:	25 – 35 años

Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Educación:	Título de Tercer Nivel en C.P.A.
Experiencia:	3 años como mínimo en áreas similares
Competencias Conductuales	
Iniciativa y talento para los negocios	
Modalidad de contacto	
Pensamiento Estratégico	
Trabajo en Equipo	
Dinamismo y Energía	
Liderazgo	
Cursos de Especialización:	
Diseño de Políticas y Procedimientos.	
Marketing	
Entrenamiento en el puesto:	
De 15 a 20 días para conocer el mercado y su estructura organizacional.	

MANUAL DE FUNCIONES

Función del Cargo: **DIFUSOR**

Función Básica
Realizar las capacitaciones o charlas a los microempresarios y comerciantes formales e informales de este sector comercial.
Funciones Específicas
<ul style="list-style-type: none">• Planificar el cronograma de capacitaciones.• Preparar el material de capacitación.• Solicitar los materiales para las capacitaciones.• Coordinar con la gerencia las actividades de capacitación.• Realiza un registro de las personas que acuden a las capacitaciones.• Entrega registro a la gerencia.
PERFIL DEL CARGO
Edad: 23 a 30 años
Sexo: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Competencias Conductuales
Calidad del trabajo
Habilidad analítica
Aprendizaje continuo
Trabajo en equipo

Competencias Técnicas
Educación: Ing. En C.P.A.
Experiencia: 1 año en cargos similares.
Capacitación mínima requerida
Cursos generales:
Word
Excel
Power Point
Project
Cursos de Especialización:
- Ética y comportamiento humano
- Calidad en atención y Servicio al Cliente
Entrenamiento en el puesto:
De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.

MANUAL DE FUNCIONES

Descripción del cargo: **ASESOR TRIBUTARIO**

Función Básica.
Proveer información veraz a los clientes
Funciones Específicas.
<ul style="list-style-type: none">• Planificar asesoría y servicio tributario a brindarse
<ul style="list-style-type: none">• Organizar la información obtenida del cliente en base al tipo de asesoría a brindar.
<ul style="list-style-type: none">• Clasificar y ordenar los diferentes temas de asesoría y servicio tributario a tratarse
<ul style="list-style-type: none">• Redactar los diferentes asesoramientos a tratar.
<ul style="list-style-type: none">• Realizar el informe de asesoría y servicio tributario previo análisis.
Características Específicas
Capacidad de organización
Capacidad de trabajo en equipo
Personalidad equilibrada
Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores
Ser Comunicativo
Perfil del Cargo
Edad: 25 – 40 años
Género: Indistinto
Estado Civil: Indistinto

Competencias Conductuales
Calidad del trabajo
Habilidad analítica
Conocimiento de la industria y el mercado
Aprendizaje continuo
Trabajo en equipo
Competencias Técnicas
Educación: Título C.P.A.
Experiencia: 2 años como asesor en cargos o puestos similares.
Capacitación mínima requerida
Cursos generales:
Word
Excel financiero
Power Point
Cursos de Especialización:
Tributación fiscal.
Entrenamiento en el puesto:
De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.

MANUAL DE FUNCIONES

Descripción del cargo: **ASESOR CONTABLE.**

Función Básica.
Proveer de información veraz y establecer procesos adecuados en la ejecución de la labor contable.
Funciones Específicas.
Elaborar los respectivos informes de aplicación en base a la asesoría o servicio contable a brindarse.
Analizar minuciosamente la documentación de soporte recibida del cliente previa ejecución de asesoría o servicio contable.
Desarrollar manuales de contabilidad básica a utilizar en la asesoría del cliente.
Proporcionar la asesoría requerida a microempresarios en base a sus necesidades y de acuerdo a la actividad o negocio que posee.
Brindar soluciones ágiles objetivas y oportunas al cliente en la elaboración de registros contables.
Ofrecer al cliente análisis contables íntegros de su actividad o negocio.
Características Específicas
Capacidad de organización
Capacidad de trabajo en equipo
Personalidad equilibrada
Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores
Ser Comunicativo
Perfil del Cargo

Edad:	25 – 40 años
Género:	Indistinto
Estado Civil:	Indistinto
Educación:	Título de Tercer Nivel en Ingeniería Comercial, CPA o carreras fines.
Experiencia:	2 años como mínimo en cargos o puestos similares
Competencias Conductuales	
Calidad del trabajo	
Habilidad analítica	
Conocimiento de la industria y el mercado	
Aprendizaje continuo	
Trabajo en equipo	
Competencias Técnicas	
Educación: Título C.P.A.	
Experiencia: 2 años como asesor en cargos o puestos similares.	
Capacitación mínima requerida	
Cursos generales:	
Word	
Excel financiero	
Power Point	
Cursos de Especialización:	

Procedimientos contables.
Contabilidad avanzada

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

5.7.1 Actividades

El desarrollo de las actividades para poder posicionar a la oficina en este mercado con el claro objetivo de crear credibilidad ante los clientes se lo realiza con base a los objetivos específicos.

- 1.- Identificar la ubicación donde va estar situado la empresa.
- 2.- Realizar el acondicionamiento de la empresa, ubicación de los equipos, aire acondicionado, etc.
- 3.- Se realiza un análisis sobre los medios publicitarios que se emplearan para dar a conocer esta propuesta.
- 4.-Se realiza las publicidades
- 5.- Se procede a realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal.
- 6.- Se realiza una reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles como funcionara la organización acorde a sus cargos.
- 7.- Se realiza la inauguración de la asesoría.
- 8.- Se contabiliza los movimientos económicos.
- 9.- Se presenta los resultados obtenidos.

Segmentación y composición del mercado

Para la realización segmentación y composición del mercado se han determinado cuatro factores de gran relevancia que influyen en la composición y comportamiento de los mercados.

Aspecto demográfico: Edad: 24 años en adelante (cabe recalcar que el cliente es uno de los usuarios del servicio) sexo: masculino y femenino.

Aspecto Geográfico: País: Ecuador: Provincia: del Guayas: Cantón Milagro (sin embargo pasarían hacer clientes personas que estén cerca del perímetro urbano).

Aspecto social: Clase social (nuestros clientes corresponden a las clases, media y alta).

Aspecto económico; Personas con ingresos promedios de \$600 en adelante.

MARKETING MIX

Producto/servicio

La empresa brindara asesorías administrativa, contable y tributaria a microempresarios, comerciantes formales e informales. Además establecerá alianzas con grandes supermercados para poder operar con la cartera de clientes que ellos poseen y así establecer una relación en donde se les proveerá de información veraz sobre las obligaciones tributarias que deben cumplir para optimizar su actividad comercial y mantenerse dentro de este sector comercial como un gran aporte a la productividad de este mercado. Cabe mencionar que el servicio de asesoría será netamente personalizado para crear confianza y lealtad por parte de los clientes independientemente a lo que se dediquen.



Precio

El precio se establecerá acorde a la magnitud del negocio y las necesidades de los clientes haciendo referencia el costo beneficio por el servicio brindado.

Plaza

La empresa ofrecerá su servicio al Cantón Milagro y zonas aledañas, en las calles Eloy Alfaro y Carlos Chiriguaya frente al almacén el Motorcito. Preocupados por la ubicación se resalta la cercanía en que se encuentra para acceder a este servicio, con facilidades de movilización.

Promoción

La publicidad se realizara por medio de la contratación de espacios comerciales como radio, periódicos, volantes, tarjetas de presentación, dípticos, ofreciendo nuestros servicios a clientes potenciales a través de éstos medios de información.

Radio:

A través de emisoras locales anunciaremos nuestros servicios tales como:

Radio La voz de Milagro: Los días martes, jueves y sábados en horario de 7:00 AM

Tarjetas De Presentación:

Por medio de esta forma de publicidad, como son las tarjetas de presentación, se espera captar la atención de microempresarios para que nos tengan presente para cualquier servicio que requieran.

Periódicos:

Mediante este medio de comunicación, esperamos darnos a conocer en todo nuestro cantón, ya que periódicos como la prensa “La Verdad” tiene una gran acogida en Milagro y sus alrededores.

MERCADEO DIRECTO**Hojas Volantes:**

Para darnos a conocer más rápido la existencia de la empresa, se repartirá hojas volantes con la finalidad de captar mayor cantidad de clientes microempresarios.

Dípticos:

Los clientes que visiten nuestras instalaciones se les entregaran dípticos con el propósito de captar su interés e incentivarlos a utilizar nuestros servicios.

Premios por Captación

Se otorgarán premios de incentivos a los clientes microempresarios que nos consigan nuevos potenciales, también se le informara a los clientes que ayuden a incrementar la cartera de clientes se les sortearan un viaje de placer.

Así, para fortalecer nuestra imagen y demostrar la capacidad y calidad de nuestro personal se otorgarán descuentos a nuestros clientes en los diferentes cursos que se realicen.

Publicidad

La publicidad de la empresa se basara en medios publicitarios de mayor aceptación por parte de la ciudadanía es decir; se dará a conocer con volantes en las avenidas y calles principales, la distribución de estos se hará a través de personas contratadas para los días de promoción, además se incluirá prensa escrita, radio, vallas publicitarias etc.

Recursos, análisis financiero**Recursos Humanos**

Personal

Se contratará al personal idóneo para desempeñar cada cargo, además se les brindará capacitación para mejorar su desempeño en cada función, por tanto se han definido los perfiles de acuerdo a la naturaleza del negocio.

Requerimiento de Personal

1 Gerente general.

2 Asesor tributario.

3 Asesor contable.

5.7.2 Recurso análisis financiero

Cuadro17. Activos fijos.

EMPRESA DE ASESORIA			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
4	ESCRITORIOS	120,00	480,00
3	SILLAS DE ESCRITORIO	35,00	105,00
3	SILLAS DE ESPERA	15,00	45,00
3	ARCHIVADORES	85,00	255,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	56,00	56,00
6	MESAS	60,00	360,00
12	SILLAS	20,00	240,00
	TOTAL MUEBLES DE OFICINA		1.061,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
4	COMPUTADORA	540,00	2.160,00
1	PROYECTOR	800,00	800,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		2.960,00
	EQUIPO DE OFICINA		
1	TELEFONO	125,00	125,00
1	AIRE ACONDICIONADO	860,00	860,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA		985,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		5006,00

Cuadro 18. Depreciación.

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	1.061,00	10%	8,84	106,10
EQUIPO DE COMPUTACION	2.960,00	33%	81,40	976,80
EQUIPO DE OFICINA	985,00	10%	8,21	98,50
TOTAL	5.006,00		98,45	1.181,40

Cuadro 19. Sueldos y salarios.

NÓMINA AÑO 1								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	500,00	41,67	26,50	20,83	61,75		500,75	6009,00
ASESOR TRIBUTARIO	370,00	30,83	26,50	15,42	45,70		370,56	4446,66
DIFUSOR	300,00	25,00	26,50	12,50	37,05		300,45	3605,40
ASESOR CONTABLE	370,00	30,83	26,50	15,42	45,70		370,56	4446,66
TOTAL	1540,00						1542,31	18507,72

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	515,00	42,92	26,50	21,46	63,60	42,90	585,17	7022,06
ASESOR TRIBUTARIO	381,10	31,76	26,50	15,88	47,07	31,75	439,92	5279,01
DIFUSOR	309,00	25,75	26,50	12,88	38,16	25,74	361,70	4340,44
ASESOR CONTABLE	381,10	31,76	26,50	15,88	47,07	31,75	439,92	5279,01
TOTAL	1586,20						1826,71	21920,52

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	530,45	44,20	26,50	22,10	65,51	44,19	601,93	7223,19
ASESOR TRIBUTARIO	392,53	32,71	26,50	16,36	48,48	32,70	452,32	5427,84
DIFUSOR	318,27	26,52	26,50	13,26	39,31	26,51	371,76	4461,11
ASESOR CONTABLE	392,53	32,71	26,50	16,36	48,48	32,70	452,32	5427,84
TOTAL	1633,79						1878,33	22539,97

Cuadro 20. Detalle de gastos.

EMPRESA DE ASESORIA DETALLE DE GASTOS						
CANT.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	VALOR MENSUAL	ENE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	500,75	500,75	6009,00	7022,06	7223,19
1	ASESOR TRIBUTARIO	370,56	370,56	4446,66	5279,01	5427,84
1	SECRETARIA	300,45	300,45	3605,40	4340,44	4461,11
1	ASESOR CONTABLE	370,56	370,56	4446,66	5279,01	5427,84
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		1542,31	1542,31	18507,72	21920,52	22539,97

GASTOS DE GENERALES	CANT. MENSU	ENE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
AGUA	8,00	8,00	96,00	98,88	101,85
ENERGIA ELECTRICA	40,00	40,00	480,00	494,40	509,23
TELEFONO	50,00	50,00	600,00	618,00	636,54
SERVICIOS DE INTERNET	22,00	22,00	264,00	271,92	280,08
SUMINISTROS	150,00	30,00	1800,00	1854,00	1909,62
PERMISOS	200,00	0,00	2400,00	60,00	61,80
ALQUILER	300,00	300,00	3600,00	3708,00	3819,24
DEPR.MUEBLES Y ENSERES	8,84	8,84	106,10	106,10	106,10
DEP. DE EQUIPO DE COMP.	81,40	81,40	976,80	976,80	976,80
DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	8,21	8,21	98,50	98,50	98,50
TOTAL GASTOS GENERALES	868,45	548,45	10421,40	8286,60	8499,76

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	2410,76	2090,76	28929,12	30207,12	31039,73
-----------------------------------	----------------	----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Cuadro 21. Costo de venta.

COSTO DE VENTAS									
CANT.	DETALLE	PRECIO	CANT. MENSUAL	ENE	FEB	MAR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
1	RADIO	60,00	60,00	0,00	60,00	0,00	360,00	370,80	381,92
2	VALLAS PUBLICITARIAS	150,00	150,00	150,00			150,00	154,50	159,14
4	DIARIO	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	2880,00	2966,40	3055,39
5000	VOLANTES	350,00	350,00	350,00			350,00	360,50	371,32
5000	TRIPTICOS	400,00	400,00	400,00			400,00	412,00	424,36
100	TARJETAS DE PRESENTACION	10,00	10,00	10,00			10,00	10,30	10,61
	GASTOS INCURRIDOS EN LAS CAPACITACIONES	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	741,60	763,85
TOTAL			1270,00	1210,00	360,00	300,00	4870,00	5016,10	5166,58

Cuadro 22. Ingresos.

EMPRESA DE ASESORIA PRESUPUESTO DE INGRESOS						
INGRESOS POR VENTA	VALOR	CANT	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ASESORAMEINTO INTEGRAL DE CÓMO INICIAR SU MICROEMPRESA	50,00	5	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50
GESTIÓN DE LOS REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA	50,00	5	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50
ASESORIA CONTABLE	20,00	5	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00
ASESORIA TRIBUTARIA	20,00	15	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00
CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	50,00	10	9,00	5.509,00	5.784,45	6.073,67
OBTENCION, ACTUALIZACION Y CIERRE DE RUC	20,00	10	9,00	2.209,00	2.319,45	2.435,42
ELABORACION DE LOS FORMULARIOS PARA LA DECLARACION ANTE EL SRI	10,00	10	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00
ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	50,00	10	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00
ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	100,00	5	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00
ASESORIA TRIBUTARIA Y BENEFICIOS DEL RISE	100,00	2	200,00	5.700,00	5.985,00	6.284,25
ELABORACION DE LOS FORMULARIOS PARA LA DECLARACION ANTE EL SRI Y VENTAJAS DEL RISE	20,00	0,00	0,00	5500,00	5775,00	6063,75
TOTAL DE INGRESOS			2.218,00	37.418,00	39.288,90	41.253,35

Cuadro 23. Inversión.

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	1.061,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.960,00
EQUIPO DE OFICINA	985,00
INVENTARIO	1.210,00
GASTOS	2.312,31
TOTAL DE LA INVERSION	8.528,31

Cuadro 24. Financiamiento.

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		8.588,31
FINANCIADO	70%	6.011,82
APORTE PROPIO	30%	2.576,49
		8.588,31

Cuadro 25. Tabla de amortización.

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				6.011,82
1	2.003,94	1.082,13	3.086,07	4.007,88
2	2.003,94	721,42	2.725,36	2.003,94
3	2.003,94	360,71	2.364,65	-
				-
	6.011,82	2.164,25	8.176,07	

Cuadro 26. Estado de pérdidas y ganancias.

EMPRESA DE ASESORIA					
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
	VENTAS	37.418,00	39.288,90	41.253,35	117.960,25
(-)	COSTO DE VENTAS	4.870,00	5.016,10	5.166,58	15.052,68
	UTILIDAD BRUTA	32.548,00	34.272,80	36.086,76	102.907,56
	COSTOS INDIRECTOS	28929,12	30.207,12	31.039,73	90.175,97
	UTILIDAD OPERACIONAL	3.618,88	4.065,68	5.047,03	12.731,60
(-)	GASTOS FINANCIEROS	1.082,13	721,42	360,71	2.164,25
	UTILIDAD ANTES PART. IMP	2.536,75	3.344,26	4.686,32	10.567,34
	PARTICIPACION EMPLEADOS	380,51	501,64	702,95	1.585,10
	UTILIDAD ANTES DE IMPTO	2.156,24	2.842,63	3.983,38	8.982,24
	IMPUESTO RENTA	539,06	710,66	995,84	3.830,66
	UTILIDAD NETA	1.617,18	2.131,97	2.987,53	6.736,68

Cuadro 27. Flujo de caja.

EMPRESA DE ASESORIA					
FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS					
VENTAS	-	37.418,00	39.288,90	41.253,35	117.960,25
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		37.418,00	39.288,90	41.253,35	117.960,25
EGRESOS OPERATIVOS					
INVERSION INICIAL	8.588,31	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	16.965,41	21.920,52	22.539,97	61.425,90
GASTOS GENERALES	-	8.470,00	7.105,20	7.318,36	22.893,56
GASTO DE PUBLICIDAD	-	3.600,00	5.016,10	5.166,58	13.782,68
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	380,51	501,64	882,15
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	539,06	710,66	1.249,72
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	8.588,31	29.035,41	34.961,39	36.237,21	100.234,01
FLUJO OPERATIVO	-8.588,31	8.382,59	4.327,51	5.016,14	17.726,24
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	6.011,82	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	6.011,82	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS					
INVERSIONES					
PAGO DE CAPITAL	-	2.003,94	2.003,94	2.003,94	6.011,82
PAGO DE INTERESES	-	1.082,13	721,42	360,71	2.164,25
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	3.086,07	2.725,36	2.364,65	8.176,07
FLUJO NETO NO OPERATIVO	6.011,82	-3.086,07	-2.725,36	-2.364,65	-8.176,07
FLUJO NETO	-2.576,49	5.296,52	1.602,15	2.651,49	9.550,17
FLUJO ACUMULADO	-	5.296,52	6.898,68	9.550,17	21.745,37

Cuadro 28. Balance general.

EMPRESA DE ASESORIA			
BALANCE GENERAL			
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO CORRIENTE			
CAJA -BANCOS	5296,52	6898,68	9550,17
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5296,52	6898,68	9550,17
ACTIVOS FIJOS			
ACTIVOS FIJOS	5006,00	5006,00	5006,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	1181,40	2362,80	3544,20
TOTAL DE ACTIVO FIJO	3824,60	2643,20	1461,80
TOTAL DE ACTIVOS	9121,12	9541,88	11011,97
PASIVO			
CORRIENTE			
PRESTAMO	4007,88	2003,94	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	380,51	501,64	702,95
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	539,06	710,66	995,84
TOTAL PASIVO	4927,45	3216,24	1698,79
PATRIMONIO			
APORTE CAPITAL	2576,49	2576,49	2576,49
UTILIDAD DEL EJERCICIO	1617,18	2131,97	2987,53
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	0,00	1617,18	3749,15
TOTAL PATRIMONIO	4193,67	6325,64	9313,17
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	9121,12	9541,88	11011,97

Cuadro 29. Índices financieros.

INDICES FINANCIEROS				
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3
Flujos netos	-8.588,31	8.382,59	4.327,51	5.016,14
TASA DE DESCUENTO				
TASA DE DESCUENTO	20%			
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%			
SUMATORIA DE FLUJOS	17.726,24			
AÑOS	5			
INVERSION INICIAL	8.588,31			
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	41%			
SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS	12.893,56			
VAN	POSITIVO	4.305,25		
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,99		
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	199,48		
TASA INTERNA DE RETORNO	55%			

Cuadro 30. Razones.

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	17.726,24
VALOR DEL CREDITO	6.011,82
VENTAS	117.960,25
COSTO DE VENTA	105.228,65
TOTAL DEL ACTIVO	105.228,65

INDICE INVERSION TOTAL	MAYOR A 1	2,95
MONTO DE INVERSION	MAYOR A 1	19,62
MARGEN NETO DE UTILIDAD (UTILIDAD VENTA)	MAYOR A 1%	112%
MARGEN BRUTO DE UTILIDADES	MAYOR A 1	1,00

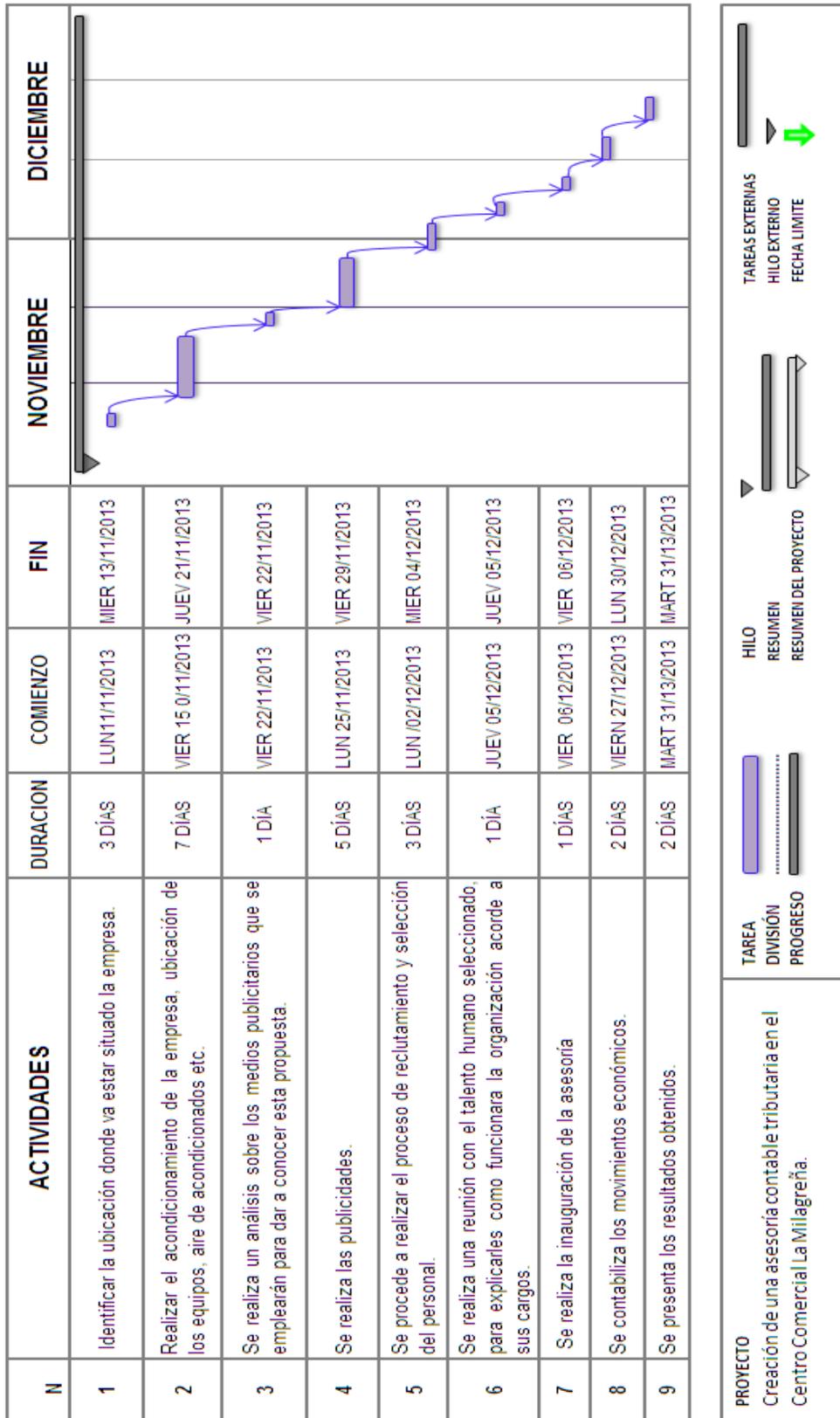
Análisis Financiero

El costo de la propuesta se efectuara en un periodo aproximado de 9 semanas, su inversión asciende a la suma de \$8.528,31 que se realizara con el objetivo de que los microempresarios del centro comercial la Milagreña tengan constante capacitación de Asesoría Contable y Tributaria. Dentro de este financiamiento se debe tomar en cuenta honorarios profesionales de Asesor Contable, Difusor, Asesor Tributario que brindaran un asesoramiento de calidad a dichos empresarios.

5.7.3 Impacto

El que este mercado cuente con esta nueva alternativa empresariales lo relacionado a Asesorías causaría un impacto socio-económico en este sector, puesto que se incrementara la productividad tanto del cantón como de estos microempresarios. Cabe mencionar que se realizó los respectivos análisis para demostrar la viabilidad de la empresa en este casco empresarial, además se efectuó una proyección financiera donde se demostró que la propuesta es rentable, sin embargo, el éxito de ella dependerá del buen manejo administrativo como de la aplicación de estrategias que fortalecerá su posicionamiento en el mercado.

5.7.4 Cronograma.



5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Para poder establecer una excelente propuesta como primer paso para la obtención de información veraz sobre el tema planteado se realizó una encuesta, para saber de una forma directa que criterio tienen las personas sobre este servicio dirigido a los comerciantes, una vez obtenida esta información se procedió a establecer los respectivos análisis como el de Porter y FODA para conocer más a fondo el mercado para conocer más de cerca a la competencia existente, para poder operar con mayor eficiencia y eficacia, con el claro objetivo de posicionarse en este sector comercial del Cantón Milagro.

CONCLUSIONES

Dada la investigación realizada en el centro comercial la Milagreña, hemos encontrado las falencias en los comerciantes, a continuación detallaremos las respectivas conclusiones.

- El mal manejo de las actividades comerciales, no permiten mantener su estabilidad en el mercado competitivo.
- Unos de los inconvenientes es la evasión de los impuestos lo cual necesitan fomentar cultura tributaria, contable.
- La escasa capacitación de los vendedores afecta la productividad de sus negocios al no legalizarse.
- Llegando a la conclusión que la creación de la asesoría BRomero y Asociados sería óptima por su ubicación dentro del centro comercial, ya que unas de las causas que impiden en el desarrollo de los negociantes, es el tiempo y falta de capacitación.

RECOMENDACIONES

- Utilizar los medios publicitarios de mayor aceptación por parte de las personas para lograr captar la atención de ellos de una forma más acertada, llegando al punto de lograr su credibilidad.
- Facilitarles a los microempresarios herramientas adecuadas como trípticos, dípticos, u otros para un mejor entendimiento sobre la importancia de pagar sus obligaciones al fisco.
- Realizar un análisis persistente del comportamiento del cliente para establecer estrategias comerciales que satisfagan las exigencias de dichos clientes, a tal punto de generar su lealtad.
- Realizar una proyección financiera a través de índices de rentabilidad que permitan demostrar la solvencia económica que tendrá esta propuesta.

BIBLIOGRAFÍA

Libros.

Amit, R. (1997). *CHARLA DE INTRAEMPRESARIO*. Conferencia Internacional. Sydney, Australia.

AQUINO, Jorge y Arecco, Marcelo J. *RECURSOS HUMANOS. BUENOS AIRES*: Ediciones MACCHI, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*. México, Mc Graw-Hill, 1998.

JUMBOL, Franchesco: *INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS*, Tercera

KOONTZ HAROLD. *ELEMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Mc Graw Hill. Año 1999.

MONDY, R. Wayne y Noe, Robert M. *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS*. México, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., 1997.

MONREAL José Luís. *DICCIONARIO OCÉANO UNO COLOR*, Editorial Océano Grupo Editorial S.A., año 2008.

PORTER, Michael. *ESTRATEGIA COMPETITIVA*. Compañía Editorial Continental, 1995

VILLALBA Carlos. *GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS*, Editorial Sur Editores.

ZAMORA Miguel Ángel. *TEMÁTICA ESTUDIANTIL*. Editorial: Copyright.

LINKOGRAFÍA

BIBLIOTECA VIRTUAL. PROBLEMAS FINANCIEROS EN LAS EMPRESAS. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/426/PROBLEMAS%20FINANCIEROS%20EN%20LAS%20MPYMES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20CELAYA%20OBJETIVO.htm>

BLOGSPOT. ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN DE LA EMPRESA. Recuperado el 12 de Noviembre de 2012, <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/05/estrategias-de-diversificacion-de-la.html>

COM, M. R. (23 de Febrero de 2009). QUE ES LA INFORMACIÓN. Recuperado el 19 de Julio de 2012, de QUE ES LA INFORMACIÓN: <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-informacion.html>

CONOCIMIENTOWEB.NET. LA DIVISA DEL NUEVO MILENIO. Recuperado el 16 de Junio de 2012, <http://www.conocimientosweb.net/portal/html.php?file=cursos/curso0011.htm>

CRECE NEGOCIOS. PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCION DE PERSONAL. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.crecenegocios.com/el-proceso-de-reclutamiento-y-seleccion-de-personal/>

DEGUATE.COM. ANÁLISIS FODA. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm>

DOCUMENTACIÓN COOPERACIÓN. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL ECUADOR. Recuperado el 13 de Octubre de 2012, http://www.documentacooperacion.org/index.php?option=com_content&view=article&id=318&Itemid=203

DURAN. LAS NIIF. Recuperado el 23 de Noviembre de 2012, http://safisoftware.com.ec/pdf/NIIF_2010.pdf

ESTRELLA AROCA, A. G. Reestructuración orgánica del centro de transferencia y desarrollo tecnológico CTT ESPE-CECAI. Recuperado el 14 de Junio de 2012, <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/239>

FRIGO, E. (12 de Junio de 2011). QUE ES LA CAPACITACIÓN. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>

GERENCIE.COM. (3 de Julio de 2007). CONCILIACIÓN BANCARIA. Recuperado el 13 de Noviembre de 2012, <http://www.gerencie.com/conciliacion-bancaria.html>

Jennifer, D. S. TEORIAS DE LA INFORMACIÓN. Recuperado el 7 de Junio de 2012, <http://www.rinconpsicologia.com/2009/02/diccionario-de-psicologia-t.html>

NECTILUS. LEY DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, <http://www.nectilus.com/colin/?p=524>

TOSCANO, M. A. LA ATENCIÓN AL CLIENTE. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, http://portaldocomerciante.xunta.es/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion_cliente.pdf

RAMOS, F. R. LA IMPORTANCIA DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://blog.pucp.edu.pe/item/95532/la-importancia-del-manual-de-organizacion-y-funciones>

WEB MASTER. PASOS PARA CONSTITUIR LA EMPRESA. Recuperado el 26 de Noviembre de 2012, de http://www.conquito.org.ec/prueba/index.php?option=com_content&view=article&id=117%3Astep-by-step&catid=40&Itemid=196

ANEXOS

ANEXO 1 PLASGIARISM CHECHER

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
pasar del tiempo nos hemos percatado de las innumerables microem...	OK
cuarto capítulo tenemos las respectivas preguntas planteadas en la en...	OK
razón debemos emplear esta herramienta segura para ser más comp...	OK
Podemos encontrar claramente establecida la misión, visión y objetiv...	OK
sector microempresarial mantiene un crecimiento acelerado y por eso...	OK
conocer detalladamente cómo va estar conformado el directorio de la	OK
Nuestro deseo es colaborar para que los microempresarios, indepen...	OK
Finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

Help Bubble

Listo Internet | Modo protegido: activado viernes, 27 de septiembre de 2013 17:15 27/09/2013

ANEXO 2. MODELO DE LA ENCUESTA

1.- Usted tiene

RUC

RISE

NINGUNO DE LAS ANTERIORES

2.- ¿Cuándo inicio el negocio, se formó de acuerdo a:

CAPITAL PROPIO

CAPITAL PROPIO MÁS FINANCIAMIENTO

SOLO FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO MÁS PRESTAMISTA

PROPIO MÁS PRESTAMISTA

3.- ¿Quién es la persona que administra su negocio?

DUEÑO

FAMILIAR

EMPLEADO

4.- ¿El personal que labora en su negocio recibe capacitación para desempeñarse sobre aspectos tributarios?

SIEMPRE

POCA

NINGUNA

5.- ¿Cada qué tiempo realiza sus declaraciones tributarias?

CADA MES

CADA SEIS MESES

NO DECLARA

6.- ¿Usted posee soportes (facturas, nota de ventas, liquidación se compra, tiquets) que respalden sus adquisiciones?

SIEMPRE

POCA

NINGUNA

7.- ¿El negocio cuenta con tecnología de punta para su desarrollo?

TOTAL

PARCIAL

NINGUNA

8.- ¿Conoce alguna empresa que proporcione asesoramiento administrativo, contable y tributario?

MUCHAS

POCAS

NINGUNA

ANEXOS 1:



Ingreso al centro comercial la Milagrena

ANEXOS 2:



VERIFICACION DE LOS LOCALES

ANEXOS 3:



RECOLECCION DE DATOS

ANEXOS 4:



ENCUESTAS 1

ANEXOS 5:



ENCUESTAS 2

ANEXOS 6:



SERVICIOS QUE VAMOS A OFRECER

ANEXO 3. MATRIZ DEL PROBLEMA.

TEMA	FORMULACIÓN	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	
				DEPENDIENTES Y	INDEPENDIENTES X
"Análisis del inapropiado pago de las declaraciones tributarias y contables de las microempresas del centro comercial "La Milagreña" del cantón Milagro, Provincia del Guayas. Cantón Milagro provincia del Guayas"	¿De qué manera incide el escaso conocimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios del Centro Comercial la Milagreña en su crecimiento empresarial?	Analizar los factores que inciden en el conocimiento de aspectos administrativos, contables y tributarios de los microempresarios situados en el Cantón Milagro, a través de la aplicación de herramientas investigativas, con la finalidad de determinar los efectos en el desempeño de sus actividades comerciales.	El escaso conocimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios del Centro Comercial la Milagreña incide en su crecimiento empresarial.	Obligaciones tributarias	Crecimiento empresarial
	SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS PARTICULARES	DEPENDIENTES Y	INDEPENDIENTES X
	¿Cómo incide el manejo empírico de las actividades comerciales en la operatividad de la microempresa?	<ul style="list-style-type: none"> Analizar como incide el manejo empírico de las actividades comerciales en la operatividad de las microempresas que se encuentran situadas en el centro comercial La Milagreña. 	<ul style="list-style-type: none"> El manejo empírico de las actividades comerciales influye en la operatividad de la microempresa. 	Manejo empírico	Operatividad
	¿De qué manera influye la evasión de impuestos en la participación de la microempresa en el mercado competitivo del cantón del cantón Milagro?	<ul style="list-style-type: none"> Determinar los factores que influyen en la evasión de impuestos y como esto afecta en la participación de la microempresa en este mercado competitivo del cantón del cantón Milagro. 	<ul style="list-style-type: none"> El eludir impuestos afecta en la participación de la microempresa en el mercado competitivo del cantón del cantón Milagro. 	Eludir impuestos	Mercado competitivo
	¿En que afecta la escasa preparación de los administradores de las microempresas en la productividad del negocio?	<ul style="list-style-type: none"> Emplear técnicas investigativas que permitan conocer las causas que inciden en la escasa preparación de los administradores de las microempresas en la productividad del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> La escasa preparación de los administradores de las microempresas incurre en la productividad del negocio. 	Escasa preparación	Productividad
	¿De qué manera influye la escasa capacitación en el buen manejo de las transacciones diarias de la microempresa?	<ul style="list-style-type: none"> Demostrar que la escasa capacitación afecta en el buen manejo de las transacciones diarias de la microempresa. 	La escasa capacitación influye en el buen manejo de las transacciones diarias de la microempresa	Capacitación	Transacciones



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 0916453624001
APELLIDOS Y NOMBRES: ROMERO JIMENEZ FRANCISCO JAVIER
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 21/11/1976 **FEC. ACTUALIZACION:** 07/11/2011
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 11/10/2006 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**
FEC. INSCRIPCIÓN: 11/10/2006 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
 VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA

DOMICILIO TRIBUTARIO:
 Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: AV. COLON Número: S/N Intersección: GALO PLAZA
 Referencia: A UNA CUADRA DEL MERCADO COLON Teléfono: 088318407

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	\ REGIONAL LITORAL SUR\ GUAYAS	CERRADOS:	0



Iván Eugenio Sierra Villacón
DELEGADO DEL SRI
Servicio de Rentas Internas
LITORAL SUR

[Firma manuscrita]
 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

[Firma manuscrita]
 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: IESV180508 Lugar de emisión: MILAGRO/OLMEDO Y JUAN Fecha y hora: 07/11/2011 10:50:59



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 0916453624001
APELLIDOS Y NOMBRES: ROMERO JIMENEZ FRANCISCO JAVIER

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO:	001	ESTADO	ABIERTO	MATRIZ	FEC. INICIO ACT.	11/10/2006
NOMBRE COMERCIAL:					FEC. GIERRE:	26/10/2007
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:					FEC. REINICIO:	14/06/2011

VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: AV. COLON Número: S/N Intersección: GALO PLAZA
Referencia: A UNA CUADRA DEL MERCADO COLON Celular: 089316407



Iván Danilo Sierra Villanueva
DELEGADO DEL SRI
Servicio de Rentas Internas
LITORAL SUR

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: IESV160508 Lugar de emisión: MILAGRO/OLMEDO Y JUAN Fecha y hora: 07/11/2011 10:50:59



Gobierno Autónomo
Descentralizado Municipal del Cantón
San Francisco de Milagro

DUAC



Nº 00120362

DEPARTAMENTO FINANCIERO

SECCIÓN RENTAS

Tasa por Servicios Técnicos y Administrativos

SOLICITUD Y CERTIFICACIÓN

Emitido jefe de Rentas

Tesorero Municipal

Nombre del solicitante: Francisco Romero Jimenez
 Nacionalidad: Ecuatoriano Céd. Única: 0916453624
 Dirección: AV. COLON y BALBUENA PLAZA (CASA)
 Motivo de la Solicitud: CERTIFICADO de uso de suelo.
(Productos de limpieza)
 ACTIVO TOTAL: _____

Milagro, a ABRIL, 23 del 2013

Francisco Romero Jimenez
Solicitante

RECIBIDO
SECCION RENTAS
23 ABR 2013
G
2013

Telefono

INFORME DE INSPECCIÓN: _____

Milagro, a _____ del 201__

Francisco Romero Jimenez
23/04/2013
11:54
Fiscalizador

BMP.IGAL.GYE

**Empresa Pública
Cuerpo de Bomberos de Milagro**

**COMPROBANTE
DE INGRESO A CAJA**

MES: ABR DIA: 23 AÑO: 2013 CAJA No. No. 101595

CONTRIBUYENTE: ROMERO JIMENEZ FRANCISCO JAVIER
DIRECCION: AV. COLON Y GALO PLAZA "PRODUCTOS"

0916453624
CEDULA - R.U.C. CODIGO CATASTRAL

REC
CODIGO TRANSACC.

TASAS Y CONTRIBUCIONES 2013		VALOR RECIBIDO
TASAS GENERALES		EFFECTIVO 4.55
INSCRIPCION		CHEQUES 0.00
INSCRIPCION EMISION 23-ABR-2013		N/C y/o TRANSFER 0.00
118 EMISION : 23-ABR-2013		TOTAL RECAUDACION RECIBIDO 4.55
INSCRIPCION DEL LOCAL UBICADO EN LA AV. COLON Y GALO PLAZA "PRODUCTOS DE LIMPIEZA JAMI"		

EMILAGRO

EMPRESA PÚBLICA CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
RECAUDACION
23 ABR 2013

**CANCELADO
CAJA**

000011161

NMIRANDA
23-ABR-13 10:16 AM
SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

Director Financiero Tesorero Jefe de Rentas

**Empresa Pública
Cuerpo de Bomberos de Milagro**

**COMPROBANTE
DE INGRESO A CAJA**

MES: ABR DIA: 22 AÑO: 2013 CAJA No. No. 101595

CONTRIBUYENTE: ROMERO JIMENEZ FRANCISCO JAVIER
DIRECCION: AV. COLON Y GALO PLAZA "PRODUCTOS"

0916453624
CEDULA - R.U.C. CODIGO CATASTRAL

REC
CODIGO TRANSACC.

TASAS Y CONTRIBUCIONES 2013		VALOR RECIBIDO
TASAS GENERALES		EFFECTIVO 2.90
INSEPCION		CHEQUES 0.00
INSEPCION EMISION 22-ABR-2013		N/C y/o TRANSFER 0.00
TITULO DE CREDITO: 01533 EMISION : 22-ABR-2013		TOTAL RECAUDACION RECIBIDO 2.90
AV. COLON Y GALO PLAZA "PRODUCTOS DE LIMPIEZA"		

EMILAGRO

EMPRESA PÚBLICA CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
RECAUDACION
22 ABR 2013

**CANCELADO
CAJA**

000011101

NMIRANDA
22-ABR-13 03:56 PM
SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

Director Financiero Tesorero Jefe de Rentas

Empresa Pública
Cuerpo de Bomberos de Milagro

COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: ABR 23 AÑO: 2013 CAJA No. No. 1217

ROMERO JIMENEZ FRANCISCO
CONTRIBUYENTE: AV. COLON Y GALO PLAZA

0918453824
CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL

CÓDIGO TRANSACC.

CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS AÑO: 2013

TITULO DE CREDITO No. 1301 P		2013
Actividad	VENTA INS. AGRICOLAS Y AGROQ.	
Razón Social	PRODUCTOS DE LIMPIEZA JAMI	
Inicio Act	15 DIC 2012	
Rubros	Valor	Tipo de Riesgo
PERMISO	40.73	
COSTO DE EMISION	1.40	
Nominal	Descuentos	Interes
42,13	0.00	0.00
Coactiva	Abono	
0.00	0.00	0.00



Liquidación de Bomberos de Milagro
RECAUDACIÓN

23 ABR 2013

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	42.13
CHEQUES	0.00
N/C y/o TRANSFER	0.00
TOTAL RECIBIDO	42.13

Titulo Válido Hasta, el 31 de Diciembre del 2013

CANCELADO CAJA

NMI-PANDA

23-ABR-13 10:15 AM

SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

Director Financiero	Tesorero	Jefe de Rentas
---------------------	----------	----------------

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

COMPROBANTE