



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**DISEÑO DE PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE:**

INGENIERIA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA

INGENIERO COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO:

**ANÁLISIS A LA FORMACIÓN DE BASES ESTRATÉGICAS ADMINISTRATIVA,
CONTABLE Y TRIBUTARIA PARA EL DESARROLLO DE LAS MEDIANAS Y
GRANDES EMPRESAS DEL CANTÓN MILAGRO EN EL PERIODO 2014**

AUTORES:

ESPINOZA GARCES MARIA CRISTINA

REA PÉREZ JOSÉ ALEJANDRO

ASESOR METODOLÓGICO:

Ec. ROSA ROBALINO

MILAGRO, NOVIEMBRE 2014

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los Señores. Espinoza Garcés María Cristina y Rea Pérez José Alejandro para optar al título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría (CPA) e Ingeniero Comercial y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro a los 08 días del mes de Octubre del 2014

Econ. Rosa Robalino

DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Milagro, a los 08 días del mes de Octubre del 2014

Espinoza Garcés María Cristina
CI: 0928987627

Rea Pérez José Alejandro
CI: 0928362375

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública Y Auditoria e Ingeniero Comercial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	_____
DEFENSA ORAL	_____
TOTAL	_____
EQUIVALENTE	_____

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a los únicos merecedores de mis triunfos y logros:

Mis padres, Adolfo Espinoza Cárdenas y Dalila Garcés Paredes, mi hermana Edith Espinoza Garcés, y de manera muy especial a mi querida tía Rosa Inés Garcés Paredes, ellos que han sido el motor que me ha incentivado en todo momento a seguir adelante con mis estudios y culminarlos satisfactoriamente de la manera que hoy lo estoy haciendo, porque han sido ellos los que siempre me supieron guiar de una manera correcta con principios y valores, enfrentando día a día todos los obstáculos que se me presentaban en el camino, a través de sus sabios consejos, brindándome apoyo tanto económico como emocional para seguir adelante con mi carrera universitaria.

A ellos solo les quiero decir:

¡¡¡Los amo!!!

María Cristina Espinoza Garcés

DEDICATORIA

Este proyecto representa la culminación de mi etapa universitaria la cual he invertido tantas cosas para poder concluir con esta meta y presentar mi tesis la cual se la dedico a mi madre quien ha sido el pilar fundamental en mi carrera, quien ha estado presente siempre y me ha sabido llevar por el buen camino con sus consejos y su cariño, también a mi padre, para ellos es este proyecto y mi logro universitario que con esmero y responsabilidad he podido culminar con mi proyecto de tesis y mi carrera universitaria.

José Alejandro Rea Pérez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser el motor de nuestra existencia, Él, que a pesar de tantos inconvenientes que encontré en mi camino durante toda esta etapa universitaria nunca me permitió desmayar, hoy me doy cuenta que sin Él nada es posible.

Expreso mi amplia gratitud a la Universidad Estatal de Milagro ya que me brindó la oportunidad de realizar y culminar mis estudios para poder así alcanzar la meta propuesta.

A todos mis catedráticos por haber compartido todos sus valiosos conocimientos los cuales me ayudaran de una manera muy enriquecedora para desarrollarme profesionalmente en el campo laboral.

A Econ. Rosa Robalino mi tutora quien asesoró mi proyecto de grado, me ayudo a despejar mis dudas y me guio para poder culminar este proyecto.

María Cristina Espinoza Garcés

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va dirigido para mis padres quienes han estado conmigo siempre apoyándome en cada decisión y situación que he tenido, ellos me han enseñado a vencer los obstáculos de la vida para así poder seguir adelante y no desmayar, también agradezco a todas las personas que han influido e intervenido en mi carrera universitaria, a los docentes quien han sido parte de la adquisición de nuevos conocimientos.

José Alejandro Rea Pérez

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Msc. Fabricio Guevara Viejó

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante 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 mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue ANÁLISIS A LA FORMACIÓN DE BASES ESTRATÉGICAS ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y TRIBUTARIA PARA EL DESARROLLO DE LAS MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DEL CANTÓN MILAGRO EN EL PERIODO 2014

Milagro, 08 de Octubre del 2014

Espinoza Garcés María Cristina

CI: 0928987627

Rea Pérez José Alejandro

CI: 0928362375

INDICE

CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.1.3 Formulación del problema	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema.....	5
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos específicos.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6
CAPÍTULO II	7
MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1 MARCO TEÓRICO	7
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	10
2.1.3 Fundamentación.....	15
2.2 MARCO LEGAL.....	46
2.3 MARCO CONCEPTUAL	53
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	55
2.4.1 Hipótesis General	55
2.4.2 Hipótesis Específicas	56
2.4.3 Declaración de las variables.....	56

2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	57
CAPÍTULO III	58
MARCO METODOLÓGICO	58
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL ...	58
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	59
3.2.1 Características de la Población	59
3.2.2 Delimitación de la población	60
3.2.3 Tipo de Muestra.....	60
3.2.4 Tamaño de la Muestra.....	60
3.2.5 Proceso de selección.....	61
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	62
3.3.1 Métodos teóricos	62
3.3.2 Métodos Empíricos.....	64
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	64
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	65
CAPÍTULO IV	66
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	66
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	66
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	67
4.3 RESULTADOS.....	89
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	90
CAPITULO V	92
PROPUESTA	92
5.1 TEMA.....	92

5.2 JUSTIFICACIÓN.....	92
5.3 FUNDAMENTACIÓN	93
5.4 OBJETIVOS.....	94
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	94
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta	95
5.5 UBICACIÓN.....	95
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	96
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	100
5.7.1 Actividades	102
5.7.2 Recursos, análisis financiero	123
5.7.3 Impacto.....	124
5.7.4 Cronograma.....	125
1.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	127
CONCLUSIONES.....	128
RECOMENDACIONES	129
BIBLIOGRAFÍA	130
ANEXOS	135

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Tasas de Interés Trimestrales por Mora Tributaria	40
Cuadro 2. Impuesto a la Renta 2014.....	42
Cuadro 3. Operacionalización de las Variables	57
Cuadro 4. Medianas y Grandes Empresas del Cantón Milagro.....	61
Cuadro 5. Formación de bases estratégicas	67
Cuadro 6. Aplicación de bases estratégicas.....	68
Cuadro 7. Asignación de recursos monetarios	69
Cuadro 8. Relación de asignación de recursos con los planes estratégicos	70
Cuadro 9. Causas para no aplicar estrategias	71
Cuadro 10. Tipo de financiamiento más factible.....	72
Cuadro 11. Por quienes son realizados los planes estratégicos	73
Cuadro 12. Nivel de conocimiento del personal	74
Cuadro 13. Planes estratégicos aplicables en el área administrativa.....	76
Cuadro 14. Planes estratégicos aplicables en el área contable	78
Cuadro 15. Planes estratégicos aplicables en el área tributaria.....	80
Cuadro 16. Inconvenientes que se suscitan en el área administrativa	82
Cuadro 17. Inconvenientes que se suscitan en el área contable	84
Cuadro 18. Inconvenientes que se suscitan en el área tributaria	86
Cuadro 19. Capacitación constante del personal	87
Cuadro 20. Área con mayor capacitación del personal	88
Cuadro 21. Verificación de hipótesis	90
Cuadro 22. Foda de las medianas y grandes empresas	96
Cuadro 23. Volumen de ventas anual y número de personas de las medianas y grandes empresas.....	97
Cuadro 24. Porcentaje de las medianas y grandes empresas según su actividad...98	
Cuadro 25. Segmentación del mercado por actividad económica del cantón Milagro al año 2012.....	99
Cuadro 26. Objetivo 1.....	100
Cuadro 27. Objetivo 2.....	100
Cuadro 28. Objetivo 3.....	101
Cuadro 29. Objetivo 4.....	101

Cuadro 30. Etapas para la aplicación de planes estratégicos	102
Cuadro 31. Estrategias aplicables en las medianas y grandes empresas.....	104
Cuadro 32. Modelo de aplicación de bases estratégicas para Empresas Comerciales, Industriales y De Servicios	106
Cuadro 33. Cronograma de asistencia para socialización del manual en cada una de las grandes y medianas empresas del cantón	122
Cuadro 34. Recursos a utilizarse en la Propuesta	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Plazos para declarar y pagar impuestos	44
Figura 2. Formación de bases estratégicas.....	67
Figura 3. Aplicación de bases estratégicas	68
Figura 4. Asignación de recursos monetarios	69
Figura 5. Relación de asignación de recursos con los planes estratégicos.....	70
Figura 6. Causas para no aplicar estrategias	71
Figura 7. Tipo de financiamiento más factible	72
Figura 8. Por quienes son realizados los planes estratégicos.....	73
Figura 9. Nivel de conocimiento del personal.....	74
Figura 10. Planes estratégicos aplicables en el área administrativa	76
Figura 11. Planes estratégicos aplicables en el área contable.....	78
Figura 12. Planes estratégicos aplicables en el área tributaria	80
Figura 13. Inconvenientes que se suscitan en el área administrativa	82
Figura 14. Inconvenientes que se suscitan en el área contable.....	84
Figura 15. Inconvenientes que se suscitan en el área tributaria.....	86
Figura 16. Capacitación constante del personal.....	87
Figura 17. Área con mayor capacitación del personal.....	88
Figura 18. Ubicación geográfica de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.....	95
Figura 19. Distribución de las empresas del Cantón Milagro según su tamaño y actividad económica	98

RESUMEN

La investigación realizada esta compuesta por cinco capítulos en los cuales vamos desarrollando la problemática planteada hasta llegar al planteamiento de una solución.

En el capítulo uno se encuentra la descripción del problema de esta investigación, que consiste en la deficiencia y mala aplicación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias en las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro, además se ha establecido la sistematización, objetivo general y objetivos específicos de la investigación.

En el capítulo dos se muestran los antecedentes, históricos, referenciales, y la fundamentación que permitieron darle mayor sustento al problema planteado, así como también se presenta el marco legal utilizado para la constitución de una organización, el marco teórico con las teorías acerca del comportamiento de cada una de las variables a investigar.

En el capítulo tres se muestra la metodología de la investigación, determinando cuáles son los tipos y diseños de la investigación, descriptiva, analítica y de campo. Se presenta las características de la población y tamaño de la muestra. Se especifican también los métodos teóricos y empíricos, las técnicas e instrumentos de investigación con los cuales se permitieron recoger datos y realizar el procesamiento estadístico de la información.

En el capítulo cuatro se muestra los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a las medianas y grandes empresas que se encuentran situadas en la Ciudad de Milagro y a su vez se detalla la verificación de la hipótesis.

En el capítulo cinco se detalla la resolución de la propuesta, especificando los lineamientos a seguir con las estrategias planteadas para dar solución al problema suscitado en cada una de las empresas mencionadas en el proyecto.

Palabras claves: bases estratégicas, planes estratégicos, administrativos, contables y tributarios

ABSTRACT

The research is composed of five chapters in which we develop the issues raised until the approach to a solution.

In chapter one is the problem description of this research, consisting of deficiency and misapplication of administrative, accounting and tax bases in strategic medium and large companies in the Canton Milagro also has established a systematic, overall objective and specific research objectives.

In chapter two the background, history, reference, and the foundation that allowed to give more support to the problem are shown, as well as the legal framework used for the establishment of an organization, the theoretical framework with theories about the behavior also occurs of each of the variables investigated.

In chapter three the research methodology is shown by determining what types and designs of research, descriptive, analytical and field. Population characteristics and size of the sample is presented. Theoretical and empirical methods are also specified, techniques and research tools with which they were allowed to collect data, and statistical information processing.

In the fourth chapter the results of the surveys of medium and large businesses that are located in the City of Milagro and in turn the verification of the hypothesis is detailed shown.

In the fifth chapter of the proposed resolution is detailed, specifying the guidelines to follow with the strategies proposed to solve the problem raised in each of the companies mentioned in the project.

Keywords: strategic bases, strategic plans, administrative, accounting and tax

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se efectuó para realizar el análisis del efecto que tienen las empresas con respecto a la escasa o mala aplicación de bases estratégicas administrativa, contable y tributaria dentro de la organización.

Podría decirse que el cantón de Milagro está creciendo económicamente cada vez más, incrementando con ello la creación y desarrollo de muchas medianas y grandes empresas, el problema base de esto es que estas organizaciones es que en su proceso de desarrollo se van quedando en el camino y desapareciendo lentamente sino realizan una adecuada aplicación de bases estratégicas dentro de su organización, muchas medianas y grandes empresas que aun han podido sobrevivir y mantenerse en este mercado tan competitivo están administradas por profesionales con diferentes formaciones académicas que no poseen una real y completa visión administrativa y gerencial de dirigir una gran organización, otras que en el peor de los casos ni siquiera cuentan con una formación académica sino que se poseen conocimiento únicamente de su producto o servicio, que aparentemente les ha permitido mantenerse aun en el mercado.

Este proyecto de análisis a la formación de bases estratégicas para todas las medianas y grandes empresas del cantón Milagro no solo permite crear un mejor desarrollo a estas organizaciones, sino que asegura su total permanencia en el mercado incrementando así notablemente sus utilidades e ingresos periódicamente, ya que desarrolla un estricto seguimiento a las decisiones gerenciales en base a la aplicación de bases estratégicas, tanto en materia administrativa, contable y tributarias, consideradas como las tres áreas más importantes para el óptimo desarrollo de una organización.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Milagro es un sector eminentemente comercial considerándose como un importante aporte a la economía ecuatoriana. Las medianas y grandes empresas aquí localizadas representan el 0.36% del total de las empresas del Cantón Milagro, porque en este sector existen más micro negocios y pequeñas empresas.

Se ha considerado a las medianas y grandes empresas porque en la actualidad son las que tienen mayores problemas de crecimiento y optimización de sus recursos, debido a la poca aplicación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias, porque los administradores no han sabido apoyar y formalizar las debidas estrategias para coordinar las actividades de la empresa priorizando los problemas que se enfrentan hoy en día.

Se observa que la inseguridad al invertir da como resultado poco acceso a créditos y asesorías (el acceso a créditos pueden ser por los proveedores, créditos bancarios y las asesorías sean externamente para la solución de problemas) esto origina que tengan insuficiente planificación y aplicación de planes estratégicos.

Las estrategias representan las acciones importantes a realizar en la empresa para cumplir los objetivos por eso es importante la asignación de recursos monetarios para las medianas y grandes empresas que pueden ser por medio de Instituciones del Estado o el Sistema Financiero, en las empresas el escaso recurso económico asignado para las mismas origina una baja aplicación de planes estratégicos haciendo que dichas empresas se encuentren en situaciones desesperadas que los llevará a perder participación en el mercado y su competitividad disminuirá otorgando pérdidas en un futuro.

Los empresarios de estas medianas y grandes empresas siempre han tratado de manejar y administrar realizando estrategias de manera empírica, desafortunadamente son muchas las empresas ubicadas en este sector que por ausencia de los adecuados conocimientos administrativos, descuido de la operatividad y una muy escasa cultura tributaria han puesto en juego su supervivencia.

Por lo tanto cuando el administrador se encuentra en esta situación surge la inseguridad al invertir en las debidas capacitaciones con relación a la parte administrativa, contable y tributaria haciendo que esto genere disminución en la parte productiva y competitiva de las empresas, este escenario afecta a las empresas porque tendrán que asignar el recurso monetario suficiente para la aplicación de bases estratégicas correspondientes para que se pueda mejorar la parte administrativa de las empresas.

Suscitado lo anterior, se considera necesario el estudio y análisis de esta problemática que impide el óptimo crecimiento económico y afecta al desarrollo de la productividad y competitividad de cada una de las medianas y grandes empresas.

Este estudio tienen por finalidad ofrecer a las medianas y grandes empresas bases estratégicas que les permita administrar de una manera correcta su empresa.

Existen diversos obstáculos que impiden el desarrollo de las medianas y grandes empresas, pero se incrementarían si no se realizan los respectivos cambios en la parte administrativa, contable y tributaria a futuro son: la resistencia al cambio por parte de los administradores, aumento en la administración con criterio empírico, impedimento de la empresa para desarrollarse con más rapidez y agilidad, afectando sus resultados a la efectividad y competitividad en el mercado.

Las medianas y grandes empresas de la ciudad de Milagro, necesitan incorporar estrategias estandarizadas para el óptimo desarrollo económico y aumentar su grado de eficiencia productiva, para esto como posible solución a base de la correcta investigación se aportaría con bases estratégicas tanto administrativas como contables y tributarias para que cada una de las empresas tenga mejora continua en la administración lo que otorgará mayor estabilidad económica para las empresas, al

personal y al cantón Milagro, esto se logrará mediante entrevistas que se realizarán a los administradores y personal de las empresas del Cantón Milagro.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Norte, Centro y Sur de Milagro

Área: Medianas y Grandes empresas

Campo: Administrativo, Contable, Tributario

Tiempo: 5 años

Universo: La investigación se la va a realizar a todas las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.

1.1.3 Formulación del problema

¿La deficiente aplicación de Bases Estratégicas Administrativas, Contables y Tributarias origina que disminuya el desarrollo de la productividad y competitividad en las Medianas y Grandes Empresas del Cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿Qué efecto tiene la inseguridad de invertir en la aplicación de planes estratégicos?
- ¿Qué impacto causa la asignación de recurso monetario en la aplicación de planes estratégicos?

- ¿Cómo influye el desconocimiento del uso de planes estratégicos en las medianas y grandes empresas para mejorar los procesos y aumentar la productividad en las medianas y grandes empresas?
- ¿De qué manera afecta la deficiente capacitación continua en el ámbito Administrativo, Contable y Tributario de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis a la formación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias, para el desarrollo de las medianas y grandes empresas del cantón Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Determinar cómo la deficiente aplicación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias afecta el desarrollo de la productividad y competitividad en las Medianas y Grandes Empresas del Cantón Milagro, mediante una investigación de campo.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar el efecto que tiene la inseguridad de invertir en relación a la insuficiente aplicación de planes estratégicos, por medio de encuestas.
- Analizar el impacto que causa la asignación de recurso monetario mediante un informe financiero para mejorar la aplicación de planes estratégicos.
- Identificar la influencia del poco conocimiento en el uso de planes estratégicos administrativos, contables y tributarios por medio de un asesoramiento externo para mejorar los procesos y aumentar la productividad en las medianas y grandes empresas.
- Definir de qué manera afecta la deficiente capacitación continua en el ámbito Administrativo, Contable y Tributario de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Actualmente el no contar o no aplicar adecuados planes estratégicos en las medianas y grandes empresas constituye un serio problema para su supervivencia en el mercado nacional, de esto nace que se presenten serios inconvenientes al momento de conseguir recursos económicos para poder cumplir con los objetivos de la empresa; o por el contrario en otras ocasiones se presenta cuando las empresas cuentan con el recurso necesario pero no tiene personal calificado profesionalmente para el manejo administrativo, contable y tributario de cualquier empresa o negocio; se debe tener en cuenta que son estos tres factores la pieza fundamental para el desarrollo económico y productivo de la misma.

Este estudio investigativo se ha direccionado principalmente a determinar el alto índice de afectación en las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro, debido a la escasa aplicación de bases estratégicas, cuales son los procesos o procedimientos que se emplean para manejar la información administrativa, contable y tributaria, además de todo el talento humano involucrado en estas funciones.

A través de esta investigación se dejarán claras pautas estratégicas que son factibles aplicarlas en un programa para el óptimo desarrollo de todo negocio o empresa y; de la sociedad.

Con la aplicación del presente estudio se beneficiaran las medianas y grandes empresas porque obtendrían suficiente información de las debilidades que tienen las mismas y también podrán aplicar las bases estratégicas que se establecerán, relacionadas con la administración, contabilidad y tributación de cada una de las medianas y grandes empresas aportando a su vez con el desarrollo de productividad y competitividad de las mismas.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Surgimiento de las medianas y grandes empresas en el mundo

La evolución histórica de las empresas mantiene una estrecha relación con los pueblos porque a lo largo de la historia las empresas en el mundo surgen dependiendo de las necesidades económicas y sociales de la humanidad, en los siglos pasados ya existían los empresarios o líderes que deseaban superarse y tener un mejor ingreso económico, estas personas no tenían el conocimiento del gran potencial que tenían para que de dichas necesidades se logre generar una idea de crear una empresa que brinde un servicio o venda un producto, pero estas empresas inician su actividad económica en pequeña proporción con el transcurso del tiempo en todo el mundo han mejorado las empresas y pasaron de ser pequeñas a medianas y de medianas a grandes empresas.

Durante la evolución histórica de la empresa se ha podido distinguir tres etapas en las civilizaciones antiguas en las cual la primera etapa fue el tiempo en que el concepto del capital estuvo restringido a objetos y mercancías, la segunda etapa que el concepto anterior amplio simplemente que en esta se adiciono la aparición del dinero y por último la tercera etapa fue en que en el tiempo de los elementos anteriores se le sumaron los valores fiduciarios es así como la evolución histórica de la empresa ha tenido notables cambios en dichas civilizaciones. (Rodríguez Valencia, 2010)

Estos cambios han logrado que con el transcurso del tiempo las empresas surgieran en los siglos XVII y XVIII en el cual surgió la empresa comercial donde se organizaba el desarrollo del comercio internacional donde dio pie a que aparecieran

las medianas y grandes empresas porque se desarrolló la actividad bancaria porque financiaban las campañas bélicas que existían en esa época.

Más o menos por el siglo XIX los sistemas económicos se dejaron llevar por el desarrollo de la revolución industrial porque la actividad económica se puso más compleja porque nacieron las empresas industriales que se dedicaban a los procesos productivos que ayudó al crecimiento económico tanto del mundo como de las empresas porque surgieron las primeras grandes sociedades, incluyendo a los mercados monopolistas.

Con todos estos cambios se vinieron generando conceptos de la clasificación por su tamaño a las empresas en la que surge la siguiente clasificación: empresas pequeñas, medianas y grandes empresas; lo cual el concepto para las grandes empresas es que intervienen grandes capitales, mayores clientes, bastantes gente laborando y tiene sus propias instalaciones y las medianas empresas son las que tienen menor capital, menor cantidad de clientes y menor cantidad de empleados. (Gil Estallo & Giner de la Fuente, 2013)

En el Ecuador

Históricamente las medianas y grandes empresas en el Ecuador juegan un rol importante en la actividad económica del país. Con el tiempo las empresas han logrado obtener el mayor potencial para generar empleo, producción e ingresos alcanzando niveles de participación tanto nacional como internacionalmente.

A lo largo de la historia Ecuatoriana se han ido generando varias ventajas que tiene cada categoría de esta empresa en lo que concierne a la mediana empresa tenemos que tiene capacidad productiva, reduce las relaciones sociales entre el empleador y el empleado, favorece a la actividad socioeconómica de cada país, puede adaptarse a la tecnología a menor costo y acceso a la economía de escala; mientras que las grandes empresas se componen específicamente a la economía de escala porque consiste en ahorros acumulados de cantidades grandes de bienes, estas empresas en su mayoría son inyectadas por el gobierno porque favorecen a la balanza comercial de un país, posee facilidad de financiamiento y existen menos barreras de entrada, sus empleados en su gran mayoría son profesionales y una de las

desventajas de estas grandes empresas es que generan una minoría de empleos en el país. (Flacsoandes, 2012)

En el Ecuador se establece a las medianas y grandes empresas según su tamaño por medio de la INEC en el 2007, la siguiente información se encuentra en la página web www.inec.gov.ec donde pudo obtener según su categoría, en la cual se establece que:

Las Medianas empresas: tienen de 50 a 199 trabajadores y sus ingresos no sobrepasan los 5 millones de dólares.

Las Grandes empresas: tienen más de 200 trabajadores y sus ingresos pasan los 5 millones de dólares. (INEC, 2007)

En la Ciudad de Milagro

En la ciudad de Milagro en el tema económico de años atrás se conoce a los microempresarios que eran las primeras familias que iniciaron el comercio en esta ciudad dando paso primero a micro negocios situados en la misma, pero con el tiempo siendo milagro una ciudad que depende de la producción agrícola y de sus suelos productivos, en este territorio desde los años de 1940 hasta 1950 se el Ingenio Valdez que es el símbolo económico en esta ciudad dando paso a que sea la mayor empresa industrial situada en la misma; con el transcurrir de los años al conocer que esta ciudad era muy importante para iniciar una actividad comercial se instalaron varias grandes empresas del Ecuador como piladoras, procesadoras de productos del mar, destilerías, distribuidoras farmacéuticas y sobre todo en el 2004 se inauguró en centro comercial Paseo Shopping Milagro que tuvo una buena acogida en esta ciudad.

Cabe destacar la importancia que ha tenido cada una de estas medianas y grandes empresas porque han logrado generar empleo, turismo, la utilización de la tecnología; a pesar de que se encuentran ubicadas a las afueras de la misma debido a que son fábricas o empresas que deben estar apartadas del centro de la ciudad para poder arrojar sus desechos como lo demanda la ley han aportado significativamente con la Ciudad.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Título: Diseño de estrategias que permitan a las organizaciones pasar a una posición de generación y difusión de conocimiento

Tipo de investigación: El tipo de investigación aplicada en este proyecto es cualitativa e inductiva, ya que la decisión de los datos obtenidos se desarrollaran conforme vaya avanzando la propia investigación.

Año: 2008

Autora: María Teresa Gómez Saldaña

URL:

<http://fca.uaq.mx/files/investigacion/doctorado/tesis/MariaTeresaGomezSaldana.pdf>

Resumen: La aplicación de las ciencias administrativas se ha enfocado principalmente al manejo de empresas privadas. El objetivo de este trabajo es proponer, a partir del estudio de un caso, estrategias administrativas, métodos y herramientas que aplicadas en las entidades públicas, les permitan transformarse en fuentes generadoras y difusoras eficaces de conocimiento con el fin de incrementar la eficacia y eficiencia en la ejecución de sus procesos, así como sus niveles de competencia y de servicio. En la presente investigación se tomará como ejemplo un área dependiente de una empresa paraestatal dependiente del Gobierno Federal Mexicano, específicamente la Gerencia de Estudios de Ingeniería Civil de la Subdirección Técnica de la Comisión Federal de Electricidad. El desarrollo del trabajo comprende las etapas del planteamiento metodológico, la revisión del marco teórico y del desarrollo histórico de las teorías administrativas y de la generación de conocimiento, la descripción de la situación actual de la organización en estudio y su diagnóstico correspondiente, finalizando con las conclusiones resultantes del mismo y la propuesta de un modelo que permita implantar estrategias eficientes para la Gestión de Conocimiento y el fortalecimiento de la cultura de la organización, en beneficio de los individuos que la integran. Asimismo, se evalúa la factibilidad de la aplicación de esta metodología, de las estrategias planteadas y de los modelos que se diseñaron en otras organizaciones del sector público que presenten características similares.

Conclusiones: Este proyecto aporta a la investigación porque nos da información de la administración para poder identificar y comprender como ha surgido la administración en el mundo, basándose en teorías de diferentes autores para el progreso de las empresas y su aplicación de bases estratégicas integrando los mejores procesos administrativos a base de conocimientos para obtener el desarrollo organizacional aplicado desde la alta gerencia hasta los subordinados aumentando la productividad y competitividad de las empresas puesto que para lograr estos cambio se debe tener los conocimientos suficientes para aplicarlos de correcta manera y obtener óptimos resultados. Porque la administración de las empresas y por lo menos en la empresa moderna se debe utilizar los recursos que estén disponibles para conseguir la efectividad que toda empresa desea obteniéndolo por medio de la administración adecuada y la aplicación de las correctas estrategias que cada empresa pueda tener la diferenciación que le caracterice de ser la más importante y así para no perder posición en el mercado y tener estabilidad.

Título: Estrategias financieras en la pequeña y mediana empresa

Tipo de investigación: El tipo de investigación de este estudio, es una investigación cualitativa, ya que reúne información para responder al problema de la investigación, se puede decir que es también una investigación de tipo descriptiva ya que categorizamos la información obtenida de los objetivos en cuanto al nivel de conocimiento que se desea describiendo las características o funciones del tema planteado, es una investigación planeada y estructurada. El método que se utilizó para obtener información acerca del tema fue por medio de encuestas de expertos.

Año: 2008

Autora: Álvarez, Mariana y J. L. Abreu

URL: <http://www.spentamexico.org/v3-n2/3%282%29%2065-104.pdf>

Resumen: Es de suma importancia tener estrategias financieras claras en la pequeña y mediana empresa PYME para no caer en lo que ninguna empresa quiere, la quiebra, y a su vez es importante saber que de llevarse a cabo buenas estrategias financieras y aplicarlas en la PYME de manera correcta, se pueden lograr resultados

muy favorables. Otra serie de una serie de factores que son básicos para aplicar estrategias financieras son los estados financieros, las proyecciones financieras, y las razones financieras. Conociendo lo que cada uno nos indica podemos de esta manera llevar a cabo proyecciones financieras precisas y poder manejar cualquier situación que se pueda presentar. El problema de la investigación es que gran cantidad de PYMES no toman las decisiones acertadas en cuestión financiera, por ello el principal objetivo de esta investigación es el de explicar la importancia de determinar estrategias financieras en las PYME.

Conclusiones: Este proyecto presentado nos proporciona gran información sobre lo que es el planteamiento de estrategias financieras en una organización. El proyecto describe en si lo que es hoy en día el principal problema de muchas de las empresas existentes actualmente en el mercado ecuatoriano, ya sean estas pequeñas, medianas o grandes empresas, y es que no intervienen con una adecuada implementación de bases estratégicas que ayude a la fácil dirección y organización empresarial al momento de la toma de decisiones para direccionarse hacia una meta o fin específico que es el del óptimo rendimiento productivo de la organización, estas empresas carentes de bases estratégicas no sobreviven mucho tiempo en el mercado competitivo actual y globalizado de hoy en día, ya que debido a la competencia y surgimiento de nuevas ideas solo sobreviven aquellas empresas que cuentan con una buena implementación de bases estratégicas para su crecimiento, las demás se pierden sin dejar rastro alguno de su existencia, poco a poco van desapareciendo y como ya mencionamos anteriormente es a consecuencia de la falta o mala aplicación de dirección y control administrativo, contable y tributario

Título: Creación de una empresa de asesoría contable, tributaria y financiera para micro, pequeñas y medianas empresas –MIPYMES- en el distrito metropolitano de Quito

Tipo de investigación: El tipo de investigación de este proyecto va direccionado a una investigación cualitativa y descriptiva, cualitativa porque parte del estudio y análisis de datos ya existentes los cuales se han ido analizando a medida del tema planteado, y descriptiva porque describe todas las variables del tema en investigación para un mejor análisis del mismo.

Año: 2012

Autora: Victoria Janneth Arévalo Machado

URL:

<http://186.42.96.211:8080/jspui/bitstream/123456789/125/1/CREACI%C3%93N%2B.%5B1%5D.pdf>

Resumen: Al concluir el trabajo de investigación y en base a la información obtenida en las encuestas realizadas, se evidenció la necesidad que tienen las MIPYMES de contar con servicio de asesoría contable, tributaria y financiera de calidad que se ajuste a sus requerimientos, usando herramientas tecnológicas modernas que les permita ejecutar sus procesos económicos y financieros de manera eficiente y logre el cumplimiento de las obligaciones legales de manera eficaz y oportuna.

Resultados que motivaron y condujeron a la elaboración del plan de negocios para la Empresa “Soluciones Contables, Tributarias y Financieras para MIPYMES “E.U.R.L”, en el Distrito Metropolitano de Quito, que brindará un servicio óptimo, personalizado y de calidad a las MIPYMES.

Conclusiones: Esta tesis es un proyecto realizado a la implementación de una empresa de asesoría contable, que nos ayuda con nuestro proyecto porque define las características e importancia de la contabilidad y tributación dentro de una organización. Si bien es cierto una empresa de asesoría contable, tributaria o financiera lo que busca en el mercado es satisfacer las necesidades de otras empresas al momento de prestar sus servicios de asesoría en estas áreas, las organizaciones que solicitan este servicio es porque se dan cuenta que se encuentran faltantes en estas áreas, si hablamos de contabilidad, tributación y administración, debemos tener en cuenta que áreas son fundamentales en una organización, lo que se busca con nuestro proyecto de tesis es brindar a todas las medianas y grandes empresas ubicadas en el cantón Milagro una base de planes estratégicos direccionada a mejorar los procesos contables que toda empresa requiere realizar y presentar, obteniendo resultados verídicos que ayudan a la gerencias y altos mandos a la toma de decisiones dentro de la organización.

Título: Plan de empresa, estrategia empresarial, Consultoría Contable, Administrativa y Financiera

Tipo de estudio: Es una investigación de tipo exploratorio con un muestreo no probabilístico.

Año: 2012

Autores: Luis Guillermo Betancur, Andrés Felipe Carmona García

URL:

http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/plan_empresa_estrategia_empresarial.pdf

Resumen: Muchas pequeñas y medianas empresas del Área Metropolitana están administradas por profesionales con diferentes formaciones universitarias que no tienen una completa visión gerencial o por personas con conocimiento de su producto o servicio y sin formación académica, lo cual hace que aparentemente crecen pero en cualquier momento van desapareciendo sin darse cuenta si fue mala estrategia operativa, financiera, de mercadeo, administrativa o gerencial.

El proyecto de Estrategia Empresarial es brindar a las pequeñas y medianas empresas del Área Metropolitana el acompañamiento en las decisiones gerenciales en la búsqueda de la generación de valor, tanto en materia de inversión, financiación, operación y seguimiento en cada una de las áreas estratégicas de cada organización.

Conclusiones: Un grave error de muchas empresas u organizaciones es no contar con el personal competente y capacitado para que realice estas funciones administrativas, contables y tributarias dentro de una entidad, debemos tener en cuenta que es de vital importancia que la empresa cuente con personal altamente calificado ya que depende de estos informes, balances y estados financieros determinados únicamente por el departamento administrativo y contable que la empresa pueda tomar todas sus decisiones sin equivocaciones direccionándose a la meta planteada por los dueños, gerentes o accionistas de una organización.

En el cantón de milagro existen muchos negocios dirigidos por personas totalmente nulas en conocimiento tributario y contable, o con escaso conocimiento de la aplicación de estas áreas, para cubrir esta ausencia los administradores o gerentes de todas estas empresas o entidades ven de manera muy factible contratar los servicios de personas externas como lo son las consultorías contables, administrativas y financieras que les ayude en el proceso de gestión de balances y estados financieros sin lo cual no pueden tomar decisiones acertadas para aumentar su competitividad.

Toda empresa lo que busca es un óptimo nivel de desarrollo competitivo, económico y de crecimiento, pues sin unas adecuadas bases estratégicas y su correcta implementación esto no sería posible, al mismo tiempo que como ya sabemos la administración depende mucho de todo lo que se realice en el departamento de contabilidad y tributación de una empresa, se lo debe realizar de la manera más eficaz y precisa posible para no permitir que la empresa desaparezca del mercado sin encontrarse la causa de aquello.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Científica

La Fundamentación científica de este trabajo abarca todo lo referente a lo tratado por diferentes autores, así como la evolución histórica que ha tenido la misma además en ella se describe de manera general una caracterización del objeto de estudio.

Desde hace varios años se discute sobre la situación y destino de las medianas y grandes empresas, porque se han constituido en uno de los sectores productivos para la economía de cada país, debido a su alta contribución en el crecimiento, desarrollo económico y la generación de empleo pero a medida que transcurre el tiempo algunas de estas empresas todavía poseen directivos con carencias de conocimientos gerenciales y en pensamiento estratégico que esto a su vez hace que tengan limitaciones técnicas y competitivas en la producción para poder cubrir las necesidades del entorno también usan procesos de mano de obra no calificada, uso de tecnología obsoletas, etc.

Sin embargo, a pesar de las limitaciones que poseen ciertas empresas han podido alcanzar alianzas con el gobierno, instituciones de educación superior y del sector industrial que les permitan tener conocimientos para reinventar su modelo de negocio contemplando una estructura corporativa y competitiva centrada en el aporte que tienen con el talento humano que poseen, la flexibilidad, la planificación y adaptabilidad del negocio usando tecnología de punta, planes estratégicos porque la principal conclusión de este trabajo es que puedan sostener sus ventajas empresariales obteniendo mejoramiento en el desarrollo productivo y competitivo en las medianas y grandes empresas.

Empresa

“La unidad económica básica que produce o transforma bienes o presta servicios a la sociedad y cuya razón de ser es satisfacer las necesidades de las poblaciones-territorio”. (Blacutt Mendoza, 1997)

“Un ente en donde se crea riqueza, y donde ésta permite que pongan en operaciones recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros y técnicos) para transformar los insumos en bienes y servicios terminados, de acuerdo con los objetivos fijados por una administración” (Rodríguez Valencia, 2002)

“Una unidad integrada de funciones que utiliza determinada combinación de factores para producir de manera racional un bien o servicio”. (Guerra, 2013)

Luego de la investigación pertinente del concepto de empresa escrita por diferentes autores y dando una perspectiva diferente es posible que se tome en consideración ciertas palabras para definir y visualizar a la empresa como una organización conformada por un sistema en el cual personas o grupos de personas realizan un conjunto de actividades para el desarrollo, producción o distribución de bienes y servicios. Luego de establecer el criterio correspondiente del concepto de la empresa resulta muy importante que todas las personas que sean parte de la empresa o para los que tienen una creativa idea de emprender tengan el conocimiento de lo que representa una empresa y lo importante que es que se conozca sus objetivos, funciones, elementos y características que la componen para poder realizar las actividades de manera correcta.

Clasificación de las empresas

Según el autor Blacutt Mendoza clasifica a las empresas de muchas maneras:

Por el alcance territorial.- Las empresas se clasifican por el territorio que alcanzan sus operaciones, los que pueden ser locales hasta internacionales.

- **Empresas locales.-** Orientan su producción o la prestación de servicios preferente-mente al mercado conformado por la Población-territorio que les sirve de anfitrión.
- **Empresas regionales.-** Las que atienden la demanda de varias poblaciones-territorio en un país.
- **Empresas nacionales.-** Cubren la demanda del total de las poblaciones-territorio nacionales.
- **Corporaciones Transnacionales.-** Tienen la casa matriz en un país determinado y muchas filiales en varios países del mundo, cada una de las cuales produce para su mercado nacional y lo que suceda en cada filial no repercute en las demás. La Coca-Cola es un ejemplo, tiene filiales en muchos países del mundo, pero cada una produce para su propio mercado nacional. Por otra parte si hay algún problema en una de las filiales, digamos Londres, ese problema no tendrá mayores repercusiones en cualquier otra filial.
- **Corporaciones Supertransnacionales.-** También tiene la matriz en una nación determinada, pero sus divisiones productivas están desconcentradas en varios países del mundo; así, la IBM puede tener su matriz en EEUU, pero su división de teclados puede estar en Corea del Sur, la de chips, en el Japón, la de monitores en Taiwán, el CPU, en Hong Kong y el ensamble, en México.

Por lo que se puede, las empresas que producen cada uno de los componentes de la computadora, no fabrican el producto terminado, sino simplemente partes de él. De esta manera, si hay un cuello de botella, supongamos en la producción de teclados, ese cuello de botella retrasará la fabricación de otros componentes y el ensamble del bien. Es preciso poner de relieve que la Supertransnacional no tiene

filiales en el resto del mundo, a la manera de la Coca-Cola, sino que hay una sola empresa desconcentrada en el resto del mundo, tal es el tamaño de escala inmenso que tienen estas corporaciones.

Por el tamaño

Hay varios indicadores para clasificar las empresas según el tamaño; pero “el tamaño” puede referirse al capital invertido, al total de ventas, al número de empleados y otros similares.

- **Empresas grandes.-** Por lo general tienen grandes capitales, infraestructura propia, cientos de empleados, sistemas de organización y de operación modernos y gozan de la confianza de los bancos.
- **Empresas medianas.-** El capital, las ventas, el número de empleados es menor a las grandes; los sistemas de organización y comercialización son menos estructurados, pero responden eficientemente a las demandas de los mercados.
- **Empresas pequeñas.-** El capital, la mano de obra y las ventas, por ser reducidas no permiten que las empresas pequeñas tengan, individualmente, gran influencia en los mercados.
- **Microempresas.-** Generalmente son de propiedad familiar o individual y sus actividades se orientan a la artesanía debido a lo exiguo del capital y, por ello, de sus instalaciones de equipo y maquinaria

Según la Propiedad del Capital

El capital puede ser de origen privado, público, mixto o provenir de una organización cooperativista; así, se tiene la clasificación de acuerdo con los siguientes indicadores:

- **Empresa Privada.-** La propiedad de la empresa es de un grupo de personas privadas que se han reunido para crear una empresa y lograr dividendos.
- **Empresa Pública.-** Es administrada por el Estado y su alcance puede ser local, provincial, regional o nacional.

- **Empresa Mixta.-** Se caracteriza por que la propiedad se reparte entre el Estado y los propietarios privados en diferentes proporciones, las que varían de acuerdo con los objetivos definidos por ambos. (Blacutt Mendoza, 1997)

Según los autores Raymundo Castillo Bautista y Alejandra Juárez Anguiano clasifican a las empresas de la siguiente manera:

Existen muchas maneras de clasificar y nombrar los tipos de organización, algunas de ellas son: por su actividad, por la naturaleza de su capital, por su magnitud, por su forma ya sea tradicional o emergente, por sus objetivos; siendo así que cada una de estas responde a distintos aspectos de una organización.

Por su actividad

- **Las empresas industriales,** “se caracterizan por la transformación de elementos naturales en otro tipo de producto, o bien, a la transmutación de elementos físicos o químicos a otros”. Estas se subdividen en extractivas y de transformación.
- **Las empresas comerciales,** “se caracterizan por la sola labor de comprar y vender, es decir, no necesitan alterar los productos que compran las empresas comerciales llegan a constituirse en grandes escaparates, por decirlo así, de una variedad de artículos que sería difícil que llegase a desplazar una sola industria.”
- **Las empresas de servicio,** “son aquellas que proporcionan un beneficio a la sociedad. Estas compañías han proliferado en las últimas dos décadas, debido principalmente, a la gran demanda de nuevas actividades, que tal vez a principios de este siglo ni se conocían.” Lo que venden “es un valor intangible, es decir, algo que no se puede ver, tocar u oler.”

Por la naturaleza de su capital

Si se considera el tipo de inversión que tienen las organizaciones:

- **Inversión de carácter privado,** “con el concurso de varias personas que aportan un patrimonio para constituir las”
- **Inversión de carácter público,** “el Estado tiene la total participación en ellas”

- **Inversión de carácter mixto**, cuyo capital es la mezcla de aportaciones tanto públicas como privadas”

Dentro de este grupo también se pueden clasificar las organizaciones dependiendo del origen de su capital:

- **Capital nacional**, consiste en “las aportaciones hechas por los nacionales dentro de su país”
- **Capital extranjero**, son las “aportaciones hechas por los de otras nacionalidades”
- **Coparticipación**, se realiza cuando “las aportaciones son tanto de nacionales como de extranjeros”

Por su magnitud

De acuerdo a la magnitud de las organizaciones, la cual es determinada por la relación existente entre sus ventas y el número de empleados con el que cuenta, puesto que ellos son “dos factores, o dos elementos de juicio razonable para poder dividir a las empresas”

De acuerdo a su magnitud se consideran cuatro tipos de organizaciones:

- **Las micros o caseras**, se caracterizan por que el dueño “está generalmente dedicado a la producción y dedica muy poco tiempo a la administración”.
- **Las pequeñas**, cuentan con “algún tipo de división del trabajo, en las que el gerente o el empresario generalmente no participan directamente en el proceso de producción”.
- **Las medianas**, presentan “algún tipo de organización formal de las actividades y una especialización en la administración”.
- **Las grandes**, se caracterizan por tener una organización formal y especialización por norma. (Castillo Bautista & Juárez Anguino, 2008)

Según la autora (Soto, 2013) clasifica a las empresas las podemos clasificar en función a diversos aspectos:

1. Por Su actividad

- **Empresas Industriales.-** Son aquellas empresas en donde la actividad es la producción de bienes por medio de la transformación o extracción de las materias primas. Se pueden clasificar como: extractivas, que se dedican a la extracción de recursos naturales sean renovables o no. Las manufactureras, que son las que transforman las materias primas en productos terminados. Estas últimas a su vez pueden ser: empresas que producen productos para el consumidor final, y empresas que producen bienes de producción. Las agropecuarias, que tienen la función de la explotación agrícola ganadera.
- **Empresas Comerciales.-** Se trata de empresas intermediarias entre el productor y el consumidor en donde su principal función es la compra y venta de productos terminados aptos para la comercialización.
- **Empresas de servicios.-** Son empresas que brindan servicios a la comunidad, pudiendo tener o no fines de lucro.

2. Según la actividad, las empresas también se pueden calificar como:

- **Empresas del sector primario,** en que se relaciona con la transformación de recursos naturales en productos primarios no elaborados, los que se utilizan después como materia prima. Aquí podemos encontrar la ganadería, agricultura, acuicultura, caza, pesca, silvicultura y apicultura.
- **Empresas del sector secundario,** en el que se transforma la materia prima en productos de consumo o bienes de equipo que se pueden utilizar también en otros ámbitos del mismo sector. En este sector podemos hablar de industria, construcción, artesanía, obtención de energía.
- **Empresas del sector terciario, o sector servicios.** Abarca todas las actividades económicas relacionadas con los servicios materiales que no producen bienes, y generalmente se ofrecen para satisfacer necesidades de la población. Aquí podemos hablar de finanzas, turismo, transporte, comercio, comunicaciones, hostelería, ocio, espectáculos, administración pública o servicios públicos (de Estado o iniciativa privada).

3. Por el origen del capital

Las empresas en función de dónde procede el capital se puede dividir en diferentes tipos:

- **Públicas.-** Se trata de empresas en donde el capital pertenece al estado y en las que se pretende satisfacer las necesidades sociales. Pueden ser centralizadas, descentralizadas, estatales, mixtas y paraestatales.
- **Privadas.-** Se trata de empresas en donde el capital es propiedad de inversionistas privados y son lucrativas en su totalidad.

4. Según la magnitud de la empresa

Pequeñas, medianas o grandes, aunque generalmente hay una diferenciación entre grandes empresas y pequeñas y medianas empresas (pymes).

Las empresas pequeñas pueden ser conocidas como:

- **Pequeñas empresas** su capital, ingresos y número de trabajadores son reducidos, de hecho no trabajan más de 20 personas.
- **Microempresas**, con un capital, número de trabajadores e ingresos en cuantías personales, de hecho no hay más de 10 personas entre empleados y trabajadores.
- **Famiempresas**, en que la familia es el motor del negocio. Son empresas familiares.

5. Según su forma jurídica

- **Empresas individuales**, conformados por sólo una persona que puede responder frente a terceros con sus bienes (autónomos) con responsabilidad ilimitada, o hasta el monto aportado para la empresa, en empresas individuales de responsabilidad limitada o EIRL. Hablamos de empresas familiares o pequeñas.
- **Las cooperativas y organizaciones de economía social, Sociedades o empresas societarias**, que son las que se conforman por varias personas.

Son las empresas de sociedad colectiva, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad comanditaria y sociedad de acciones simplificada SAS. Ver más en: las diferentes formas jurídicas a adoptar.

6. Según su ámbito estatal

Las empresas en función a este aspecto pueden ser:

- **Nacionales**, si desarrollan la actividad en un solo país, el propio.
- **Multinacionales**, que desarrollan actividades a la vez en varios países, suelen ser empresas grandes.
- **Regionales**, que desarrollan su actividad en una sola región.
- **Locales**, están enfocadas a su propia localidad o a un terreno corto. (Soto, 2013)

De acuerdo a lo establecido por los autores antes mencionado se puede realizar una clasificación que será muy conocida por todas las personas y empresarios en lo que concierne a la clasificación de la empresa debido que las clasificaciones antes citadas son muy amplias lo que generaría mucha controversia en las personas. Por lo tanto a las empresas se las puede clasificar dependiendo de varias categorías y las cuales son las principales como lo son:

- Según su tamaño
- Según su actividad
- Según su capital

Según su tamaño

- a. **Grandes empresas.-** Son las empresas que ocupan más de 200 personas laborando y sus ingresos son más altos poseen varios departamentos con sus altos directivos.
- b. **Medianas empresas.-** Son las empresas que ocupan entre 50 a 199 personas en sus actividades y sus ingresos son en menor proporción poseen departamentos indispensables con sus directores principales.

- c. **Pequeñas empresas.-** Son las empresas que tienen entre 10 a 49 personas laborando tienen un solo jefe encargado y muchas veces son empresas familiares.
- d. **Microempresas.-** Son las empresas que tienen entre 1 a 9 personas trabajando y son negocios pequeños.

Según su actividad

- a. **Comercial.-** Es una empresa que se dedica al comercio de bienes entre el productor y el consumidor
- b. **Industrial.-** Es una empresa que se dedica a la producción de bienes o la transformación de la materia prima.
- c. **Servicios.-** Son aquellas empresas que se dedican a la prestación de un servicio que no se puede ver ni tocar a la comunidad.

Según su capital

- a. **Públicas.-** Son las empresas que el capital pertenece al Estado y su objetivo es ayuda de carácter social.
- b. **Privadas.-** Son las empresas que sus propias inversiones son aportadas por los accionistas o dueños de la misma y sus ganancias.

Créditos

Crédito se entiende la entrega en el presente de algo tangible o intangible que tiene valor con la condición de devolverlo en el futuro. (Zuñiga Chavarria, 1987)

Crédito es el permiso de utilizar el capital de otras personas en provecho propio. (Stuart Mill, 2005)

Es la anticipación de valores mediante la seguridad del reembolso. (De la Helguera, 2006)

Según lo citado anteriormente con respecto al concepto de crédito a base de las definiciones de los diferentes autores se puede concluir con un concepto esencial y breve de lo que es el crédito, pues se lo considera como una operación que es

realizada tanto por personas como por entidades financieras otorgándoles la obligación a una tercera persona que se debe cumplir por la prestación de un activo que a futuro la persona tendrá la capacidad de reembolsar en un corto, mediano y largo plazo.

Inversión

La inversión es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias. (Samuelson & Nordhaus, 1992)

La inversión es renunciar a unas satisfacciones inmediatas y ciertas a cambio de una expectativa, es decir, de unas esperanzas de beneficio a futuro. (Corominas Subías, 1988)

La inversión es todo desembolso de recurso financiero para adquirir bienes de producción y que la empresa utiliza durante ciclos económicos para cumplir con sus objetivos. (Arbones Malisani, 1989)

De acuerdo a la investigación realizada se puede considerar a la inversión de forma más amplia porque se encuentra inmersa dentro de la terminología Económica, debido a que se trata de un gasto de recurso económico para poder emplear proyectos, empezar un negocio o adquirir bienes para realizar una actividad y a futuro obtener un beneficio del dinero invertido, pero contemplando tres variables importantes para la correcta inversión que son: cuanto se espera a ganar con lo invertido, la probabilidad de poder obtener la ganancia esperada en su totalidad o la posibilidad de obtener un buen porcentaje de ganancia y por último el tiempo en que se tomara el recuperar lo invertido y obtener algún lucro.

Planes

El Plan es un conjunto coordinado de metas, directivas, criterios y disposiciones con que se instrumentiza un proceso, pudiendo ser integral o sectorial y en distintos niveles: comunal, urbano, local, regional, nacional, etc." (Horacio, 1976)

Al Plan lo define como el conjunto coherente de metas e instrumentos que tiene como fin orientar una actividad humana en cierta dirección anticipada. (Ayala Sánchez, 1982)

El Plan es el parámetro técnico-político dentro del cual se enmarcan los programas o proyectos. Y menciona que un plan hace referencia a las decisiones de carácter general que expresan: Lineamientos, Prioridades, Estrategias de acción, Asignación de recursos, Conjunto de medios o instrumentos (técnicas) que se han de utilizar para alcanzar metas y objetivos propuestos. (Ander Egg, 2000)

Según lo citado anteriormente de la definición de planes de los autores mencionados se puede concluir que el plan aparte de ser un documento también es un conjunto de acciones que son utilizadas para ser más eficaz un proceso y poder obtener resultados a base de sus objetivos. Además la importancia de los planes es que se puede aplicar un sin número de planes de acuerdo a la empresa o actividad a realizarse por tal motivo se detalla a continuación la clasificación de los planes.

Los planes se clasifican según:

- » Su amplitud tenemos a: estratégicos y directivos
- » El nivel en que se formulan: Corporativos, operativos y funcionales
- » El periodo que tienen son: a corto, mediano y largo plazo
- » Su contenido son: visión – misión, metas – objetivos, estrategias – tácticas, programas – proyectos, políticas, reglas – normas, procedimientos y presupuesto. (MELINKOFF, 1990)

Luego de conocer la clasificación de los planes, según la investigación que se está realizando en este proyecto se considera de mayor importancia tratar a los planes estratégicos porque el objetivo de esta investigación es conocer que se puede realizar para analizar la formación de bases estratégicas que contribuyan con la mejora de las medianas y grandes empresas de la Ciudad de Milagro.

Planes estratégicos

A continuación se puntualiza conceptos de autores sobre planes estratégicos.

Plan estratégico es un documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa y cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y del deseado. (Martínez & Gutiérrez, 2013)

Plan Estratégico es un proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo. (Kotler, 1990)

El Plan Estratégico, es el diseño de un futuro deseado que aspira la población. Es el proceso sistemático de gestionar el cambio y crear el mejor futuro posible del caserío. (Antón Antón, 2006)

Toda empresa en la actualidad ya sean pequeñas, medianas y grandes empresas desean incorporar planes estratégicos para poder cumplir con sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, pero habría que resaltar que aunque en muchos contextos se han establecido y utilizado infinidad de conceptos sobre el plan estratégico que son muy amplios los cuales han creados varias interrogantes en las personas, por lo tanto se puede crear un concepto que aclare las ideas de las personas y empresarios. Por tal motivo se plantea que el plan estratégico es un documento concreto, realizado minuciosamente para mejorar ciertas actividades alineado a los objetivos y recursos de la empresa.

De acuerdo a la investigación realizada se puntualiza las características, las etapas de los planes estratégicos y se conoce la redacción de los mismos. Los planes estratégicos benefician a las empresas porque ayudan a lograr los objetivos y tienen como finalidad tener guías generales para la acción de actividades que den mejora y a su vez que se puedan utilizar los recursos pero estando orientados a las políticas y administración de la empresa.

Dentro de una empresa tanto los administrados como los colaboradores desean conocer por qué realizar dichos planes estratégicos pues estos ayuda a que una

organización fomente los órganos de decisión y se pueda realizar trabajos en grupo, logra la participación de las personas con el juicio de que se tendrá mejoras y se podrá aclarar las ideas del sin número de cuestiones que se realizan al día los representantes de las empresas.

Para que las empresas puedan aplicar de manera correcta los planes estratégicos deben conocer las etapas que conlleva a un óptimo resultado de los planes por lo tanto se expone las siguientes etapas:

- **Etapa 1.-** Es el análisis de la situación esta etapa facilita el conocer la realidad de la empresa.
- **Etapa 2.-** Diagnostico de la situación permite conocer el estado actual de la empresa.
- **Etapa 3.-** Declaración de los objetivos estratégicos estos deben ser medibles, reales y cuantificables
- **Etapa 4.-** Plantear estrategias corporativas, estas estrategias deben responder a las necesidades del mercado tanto internas como externas para no perder la posición del mercado.
- **Etapa 5.-** Realizar planes que actúen conforme a los objetivos, las políticas y el orden que lleva la empresa.
- **Etapa 6.-** Ejecutar el respectivo seguimiento para poder controlar el progreso que tienen las estrategias corporativas que han sido planteadas en la etapa 4.
- **Etapa 7.-** Realizar la evaluación con esta etapa se podrá medir los resultados obtenidos y comprobar el cumplimiento de los objetivos planteados.

Para obtener un buen resultado de los planes estratégicos planteados se los debe de realizar de la correcta manera, por eso se detalló cómo se redacta o los pasos a seguir de forma sistemática y ordenada para obtener una excelente presentación de los planes estratégicos. También se debe conocer las características que deben tener los planes estratégicos, y se detalla las siguientes.

- Original, debe tener sentido que constituye la fuente u origen de los planes estratégicos.

- Debe ser conducida, dirigida y ejecutada por los altos directivos de la dirección de la empresa.
- La información manejada debe ser externa.
- Se afrontaran altos niveles de incertidumbre con respecto a la planeación
- Se tomará los periodos correspondientes dependiendo el tipo de plan aplicado.
- No tiene definido los lineamientos
- Y la finalidad de estos planes estratégicos es la efectividad. (JARAMILLO, 1992).

Estrategias

Estrategias es el arte de dirigir operaciones militares, habilidad para dirigir, aquí se confirma la referencia del surgimiento en el campo militar, lo cual se refiere a la manera de derrotar a uno o a varios enemigos en el campo de batalla, sinónimo de rivalidad, competencia; no obstante, es necesario precisar la utilidad de la dirección estratégica no sol en su acepción de rivalidad para derrotar oponentes sino también en función de brindar a las organizaciones una guía para lograr un máximo de efectividad en la administración de todos los recursos en el cumplimiento de la misión. (Mintzberg, 1998)

Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada. (Koontz., 1991)

Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin. (Carreto, 2009)

Dentro de este proyecto se realizo una exhaustiva investigación sobre lo que es estrategia, dándose a conocer que varios autores tienen diferentes criterios en cuanto a definir concepto propios de acuerdo a su experiencia de lo que es estrategia, en cuanto al criterio personal se puede concluir que estrategia es una serie de actividades o acciones que se encuentran encaminadas para que a corto, mediano o largo plazo se obtengan un fin determinado.

Clasificación de las estrategias

La clasificación de las estrategias varía según los autores:

Estrategias según su origen:

- **Emergentes.-** Son las que surgen de manera casual en cualquier nivel de la organización y se van adecuando con el tiempo.
- **Intentadas.-** Surgen de un proceso sistemático o analítico desarrollado desde el nivel más alto de la organización; los miembros de esta conocen y aceptan las estrategias.

Estrategias de desarrollo genérico:

- **Crecer.-** Creación de opciones para negocios adicionales
- **Consolidar.-** Mantener actual capacidad de generación de riquezas, participación de mercado y optimizar la operación de la empresa.
- **Contraerse.-** Si no compite, eliminar lo que no sirve del sistema y quedarse con lo que genera.
- **Liquidar.-** No hay ventajas competitivas o no hay fortalezas para anular las amenazas.
- **Vegetar.-** No hacer nada.

Estrategias por su nivel

- **A nivel funcional.-** Estrategias específicas para cada función de la empresa.
- **A nivel de negocio.-** Estrategias específicas para cada negocio de la organización.
- **A nivel global.-** A nivel de toda la organización mundial.
- **A nivel corporativo.-** A nivel de grupo de empresas.

Estrategias genéricas

- **Precio o volumen.-** Competencia ofreciendo producto al precio más bajo.
- **Diferenciación.-** Concentración en un segmento específico del mercado ofreciendo un producto determinado con un alto valor agregado.

- **Fragmentación.-** Enfoque en mercados especializados, sobre todo si el producto se encuentra en mercados competitivos. (Richardson & Richardson, 2012).

La clasificación de las estrategias para las empresas es muy variada porque está a su vez depende del autor, en este caso Richardson Bill y Roy da una clasificación de las estrategias que es la más importante debido a que aclara el tipo estrategias que se pueden aplicar en una empresa dependiendo del tipo de empresa y de la actividad que está a su vez realiza y también en que mercado se encuentra ubicada dicha empresa.

Administración de empresas

La administración de empresas es una actividad destinada a organizar los recursos empresariales, humanos y materiales, en vistas a la consecución de sus objetivos. Para ello se elabora un plan estratégico en miras a la misión o fin a largo plazo que la organización se propone. (Reyes Ponce, 1978)

La administración de empresas es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas. (Monllor Domínguez, 1994)

La administración es el acto de gobernar, ejercer autoridad y disponer de un conjunto de bienes, de una institución o una nación. (Reyes, 2002)

Para el correcto análisis del concepto de administración de empresas se realizó la investigación de su concepto establecido por varios autores, gracias a estas ideas se pudo tener una pauta para determinar ¿Qué es la administración de empresas? La administración de empresas se la puede definir como uno de los procesos más importantes dentro de una organización porque es la actividad que se debe ejecutar para poder mantener en estabilidad la empresa con la correcta utilización de los recursos para la efectividad de los procesos de una manera organizada, siendo dirigidos dichos procedimientos por los administradores para obtener los resultados favorables logrando el propósito de la cada empresa ya sea lucrativa y no lucrativa.

Contabilidad de las medianas y grandes empresas

Contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de una empresa. (HARGADON & MÚNERA CÁRDENAS, 1997)

La contabilidad es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable. (BRAVO VALDIVIESO, 2011)

La contabilidad es un técnica que se utiliza para el registro de las operaciones que afectan económicamente a una entidad, y que produce sistemática y estructuradamente información financiera. (VÁSCONEZ, 1900)

La contabilidad es la herramienta fundamental que proporciona a la gerencia la información de carácter financiera confiable, oportuna y suficiente para que este pueda tomar las decisiones. Así mismo, sus libros, reportes y actividades de reclasificación, más acciones de control interno que genera confianza y credibilidad. (ZAPATA SÁNCHEZ, 2008)

La contabilidad es un saber convencional, es decir, es un lenguaje que permite organizar la realidad. Es un lenguaje que permite explicar los flujos económicos, financieros, sociales y físicos a través de instrumentos como el sistema de información contable S.I.C., el cual puede definirse como la aplicación del saber contable. La contabilidad se ocupa del control sobre la riqueza. Como ejemplo podemos mencionar: una empresa que se constituyó, con aportes de capital de los socios en dinero, es el hecho económico y la contabilidad lo representa en la cuenta capital social, pero a su vez este valor –riqueza- fluye y se registra en caja. Luego este dinero es usado para adquirir maquinaria y equipo, entonces la contabilidad representa este movimiento de riqueza, saliendo (out put) de caja y, entrando (in put) a propiedad planta y equipo. Este es un ejemplo de cómo la contabilidad se ocupa del control de la riqueza utilizando el instrumento del S.I.C. (RINCÓN SOTO, LASSO MARMOLEJO, & PARRADO BOLAÑOS, 2012)

Luego de la investigación realizada del concepto de contabilidad definida por diversos autores como un arte, ciencia o técnica, que ayuda a generar exacta información financiera dentro de un periodo determinado, y dando un significado real y técnico a lo que es la contabilidad, se la puede definir como esencialmente una disciplina normativa que se constituye como herramienta de control e información, que analiza, clasifica, resume, reporta y registra de una forma sistemática y ordenada todas las transacciones, operaciones mercantiles u hechos económicos que se generan dentro de una organización, con el fin de generar información fundamental que requieren sus usuarios para planear, controlar y tomar de decisiones económicas-financieras en el ámbito de las actividades económicas de una entidad.

Se dice que la contabilidad es de fundamental importancia para la sociedad ya que apoya a los procesos en la Administración generando todo tipo de información eficiente y fundamental que sirve a los ejecutivos de toda organización tomar decisiones direccionadas hacia el éxito con respecto a su futuro. Toda organización ya sea esta pública o privada, desde un negocio familiar, pequeña, mediana, grande empresa o hasta una multinacional, más que la obligación tienen la necesidad de llevar un control de todas sus transacciones y actividades económicas generadas día a día con el fin de obtener información real y verídica sobre sus activos y pasivos, así como también de sus ingresos y gastos para elaborar estados financieros que les permita a los gerentes o administradores la toma de decisiones que ayude a optimizar su productividad.

Considerando que La Contabilidad es una técnica que muestra de una manera precisa y ordenada cómo y dónde se han utilizado los recursos de la organización, con la finalidad de apoyar y optimizar el desempeño, desarrollo e implicaciones económicas-financieras al momento de escoger un plan en vez de otro, su enseñanza y aplicación requiere de objetivos claramente definidos y prácticos, factibles de aplicar con total precisión, debido a que es un sistema que genera información fundamental expresada en unidades monetarias, sobre la situación y evolución económica y financiera de una organización con el fin de predecir los efectos futuros de las decisiones y a dirigir la atención tanto hacia los problemas,

imperfecciones e ineficiencias actuales, como hacia las oportunidades futuras de una entidad.

Por consiguiente, los gerentes o administradores por medio de la contabilidad no solo podrán conocer el estado real en que se encuentra su organización en términos monetarios sino también como se lo había mencionado anteriormente le proporcionara a los dirigentes información real y verídica sobre la capacidad financiera de esta con el fin de orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos, los cuales permiten conocer la estabilidad y solvencia económica en que se encuentra actualmente la organización.

Según Vásconez, un buen sistema contable debe permitir:

1. Que los datos generados por las transacciones se capten y registren
2. Convertir los datos anteriores en información financiera de calidad
3. Que los empresarios y la gerencia puedan decidir si:
 - a) Las utilidades están de acuerdo con lo que se invirtió
 - b) Los recursos que posee la empresa permitirán pagar sus deudas y generar utilidades.
 - c) Tienen posibilidades para expandirse (o incluso si deben cerrar)
 - d) Requerirán fondos adicionales o pueden retirarlos de la empresa.
4. No distraer al administrador con información inútil.

La contabilidad ha evolucionado como respuesta a cambios en el tamaño de los negocios, exigencias gubernamentales para el pago de impuestos, exigencias de los socios para satisfacer sus requerimientos de inversión, etc. (VÁSCONEZ, 1900)

Según el **Art. 20 LORTI** la contabilidad deberá ser llevada por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

Cabe mencionar que están obligados a llevar contabilidad todas las sucursales, establecimientos permanentes de compañías extranjeras, sucesiones indivisas, todas las sociedades definidas como tales y personas naturales que al 1 ro de enero

operen con un capital superior a los USD 60.000, o cuyos ingresos brutos anuales de su actividad económica superen los USD 100.000, o los costos y gastos anuales sean superiores a USD 80.000; incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Los administradores serán los responsables de que se deba realizar una efectiva contabilidad en la empresa llevando los libros y estados financieros de contabilidad exigidos para su control, como también presentar ante la junta general de socios y accionistas el balance anual, estado de pérdidas y ganancias y los cálculos de distribución de beneficios sociales previstos en la Ley, en el plazo de sesenta días desde la terminación del respectivo ejercicio económico.

Solo La Superintendencia de compañías está facultada para determinar los principios contables de general aceptación, que aplicaran estas compañías obligatoriamente sujetas a su control.

Clasificación de la contabilidad

Según el autor (DÍAZ, 2001) en su libro Contabilidad General, clasifica a la contabilidad según el origen del capital y según la clase de actividad:

1. **Según el origen del capital** la contabilidad puede ser:
 - **Privada o particular**, si se ocupa del registro de transacciones y preparación de estados financieros de empresas particulares.
 - **Oficial o gubernamental**, si se ocupa del registro de información del estado o de las instituciones y diferentes organismos estatales.
2. **Según la clase de actividad**, de acuerdo a la actividad económica desarrollada en la empresa:
 - **Comercial**, si registra las operaciones de empresas o negocios dedicados a la compra y venta de bienes o mercancías, sin ningún proceso adicional de transformación de estas.
 - **Industrial o de costos**, si registra las operaciones de empresas dedicadas a la fabricación o elaboración de productos mediante la transformación de materias primas, permitiendo determinar los costos unitarios de producción o de explotación.

- **Servicios**, si registra las operaciones de empresas dedicadas a la venta y prestación de servicios, o a la venta de capacidad profesional. En este grupo se tienen: entidades bancarias, instituciones educativas, hospitales, clínicas, talleres de servicios, empresas de turismo, servicio de transporte, empresas de asesoría profesional, etcétera.
- **Agropecuaria**, aquella que registra las operaciones de empresas dedicadas a las actividades de agricultura o ganadería.

Las empresas o entidades escogen que tipo de contabilidad llevar, debido al manejo de actividad económica que realiza una organización, ya que los sistemas contables varían de una empresa a otra, dependiendo de la naturaleza, tamaño, las operaciones que realiza, el volumen de datos a manejar y la demanda de información de los usuarios de las empresas o entidades, es así por ejemplo que una fábrica manufacturera no podrá llevar igual contabilidad que una institución bancaria, a diferencia de todas las actividades comerciales de cada institución, estas escogen el tipo de contabilidad que mejor se adapte a su sistema de operatividad, muy aparte de todos sus sistemas de procesos estas requieren llegar a un mismo fin que es la elaboración de los estados financieros.

Ciclo contable dentro de una empresa

Proceso o denominado también ciclo contable constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable desde el origen de la transacción (comprobantes o documentos fuente) hasta la presentación de los Estados Financieros. (BRAVO VALDIVIESO, 2011)

El ciclo contable no es más que el proceso completo de la contabilidad que empieza desde el documento fuente que sustenta la transacción o hecho económico hasta su finalización cuyo resultado es la obtención de los Estados Financieros a los ejecutivos, dentro de un periodo de tiempo que ocurren dentro de una empresa o negocio, de manera ordenada y cronológica, ya sea mensual, trimestral, semestral o anualmente, basándose en normas, leyes y principios contables.

Las principales cuentas del ciclo contable de toda organización son cinco: activo, pasivo, patrimonio que corresponde a los estados de balance general y, las cuentas de gastos e ingresos que corresponde al estado de resultados.

La información contable del ejercicio se muestra mediante estados financieros; El Estado de Situación Financiera, El estado de Ingresos y Gastos, El Estado de Utilidades Retenidas, el Estado de Resultados y el Estado de Cambios en el Patrimonio, que resumen la situación económico-financiera y patrimonial de la empresa.

Los estados financieros son exactamente el resumen de la contabilidad que se lleva dentro de una organización. Generan y permiten una apreciación resumida de todos los hechos económicos ocurridos dentro de una organización en un periodo de tiempo, para el correcto análisis de esta información que debe ser revelada a todos los usuarios que así lo requieran, ejecutivos, accionistas dueños o gerentes de la organización, para constatar en qué estado económico real se encuentra la organización y poder tomar decisiones oportunas y certeras en determinado momento, sirve también a inversionistas como información fundamental para ver si les conviene o no invertir en esta organización.

Según el **Art. 21 LORTI** Los Estados Financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Obligación tributaria

La obligación tributaria para las medianas y grandes empresas esta detallada a continuación donde se especificara los artículos intervenidos para la obligación tributaria.

Según el **Art. 15 CT** Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

De aquí surge la Obligación Tributaria que no es más que el vínculo entre el Estado como sujeto Activo que es la entidad acreedora del tributo y los sujetos pasivos, contribuyentes o responsables que, según la ley, están obligados al cumplimiento de

la prestación tributaria. La Obligación Tributaria siempre consiste en una obligación de dar en donde el sujeto Activo obliga al sujeto Pasivo a cumplir en dinero el hecho generado previsto por la Ley.

Todos los contribuyentes ya sean estas personas naturales o jurídicas tienen impuesto por la ley el pago tributario del hecho generador que surja a partir de toda actividad económica de determinada entidad, ya sean estas medianas o grandes.

El **Código Tributario** en su **artículo 16** define como hecho generador al presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo.

Deberes formales del contribuyente o responsable

Según el **Art 96: CT**. Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:
 - a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
 - b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;
 - c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;
 - d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,
 - e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.
2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.
3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.
4. Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente.

Según el **Art 97: CT** El incumplimiento de deberes formales acarreará responsabilidad pecuniaria para el sujeto pasivo de la obligación tributaria, sea persona natural o jurídica, sin perjuicio de las demás responsabilidades a que hubiere lugar.

Las declaraciones e informes que la administración tributaria obtiene de los contribuyentes, responsables o terceros, por cualquier contorno, tienen un carácter reservado y solo pueden ser utilizados para los fines propios de dicha administración, salvo las expresiones legales.

Tanto las leyes como los reglamentos que señalan los distintos tributos, determinan en forma específica el tiempo dentro del cual el sujeto pasivo o responsable tiene que presentar la declaración.

Las declaraciones de impuestos administrados por el Servicio de Rentas Internas por parte de los contribuyentes, se realizarán exclusivamente en medio magnético vía internet, de acuerdo con los sistemas y herramientas tecnológicas establecidas para tal efecto por el Servicio de Rentas Internas, cualquiera que sea el monto de sus obligaciones tributarias, aun cuando la declaración que se presente no tenga impuesto u otros conceptos a pagar.

Los contribuyentes deberán conceder el respectivo acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos para la declaración y pago de obligaciones tributarias por internet, en materia de no contar aún con el acceso a los servicios manifestados a través de la plataforma electrónica institucional.

El pago de los tributos debe ser efectuado por los contribuyentes o por los responsables.

Según el **Art. 41 y 42 C.T** La obligación tributaria deberá satisfacerse en el tiempo y lugar que señale la Ley Tributaria respectiva o su reglamento o en el que funcionen las correspondientes oficinas de recaudación, donde se hubiere producido el hecho generador, o donde tenga su domicilio el deudor. El pago se lo realizara en efectivo en moneda de curso legal.

Los sujetos pasivos o empresas que no exhibieren todas sus obligaciones tributarias en el tiempo y fecha establecido por la ley caerán en interés a favor del sujeto activo.

En el código tributario se dispone que en caso de no satisfacer la obligación tributaria, dentro del tiempo señalado en la disposiciones legales para el efecto, se causara a favor del respectivo sujeto activo, sin necesidad de resolución administrativa alguna, un interés anual de mora cuya tasa será fijada trimestralmente en base a la tasa activa referencial establecida por el Directorio Central.

Intereses a cargo del sujeto pasivo

De acuerdo a lo previsto en el **Art. 21 CT** y en el artículo 1 de la **Ley Reformatoria para Equidad Tributaria** en el Ecuador, establece que el interés anual por obligación tributaria no satisfecha en el tiempo que la ley establece, causara a favor del respectivo sujeto activo el interés anual equivalente al 1,5 veces la tasa activa referencial para noventa días determinada por el Banco Central del Ecuador, desde la fecha de su exigibilidad hasta la de su extinción.

La tasa mensual de interés por mora tributaria a aplicarse en el tercer trimestre del año 2014 es la siguiente:

Periodo de vigencia: 1 de julio de 2014 al 30 de septiembre de 2014

Tasa de interés: 1.024 %

A continuación se muestra una tabla con las tasas vigentes en trimestres anteriores:

Cuadro 1. Tasas de Interés Trimestrales por Mora Tributaria

AÑO/TRIMESTRE	2010	2011	2012	2013	2014
ENERO-MARZO	1,149	1,085	1,021	1,021	1,021
ABRIL-JUNIO	1,151	1,081	1,021	1,021	1,021
JULIO-SEP	1,128	1,046	1,021	1,021	0,024
OCTUBRE-DIC	1,13	1,046	1,021	1,021	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

El interés al que se refiere la ley es el de mora, es decir, aquel que se origina a partir de la fecha en que se debió cumplir una obligación y no se lo hizo, lo que trae como

consecuencia que se tenga que pagar una cantidad adicional de dinero como contrapartida por el retraso.

Este interés causara desde la fecha de exigibilidad de la obligación tributaria la de su extinción de acuerdo con las tasas de interés aplicables a cada período trimestral que dure la mora, por cada mes de retraso, sin lugar a liquidaciones diarias; la fracción de mes se liquidara como mes completo.

A continuación vamos a ver algunos ejemplos de nacimiento de la obligación tributaria:

- Impuesto a la Renta
- Impuesto al valor agregado

En el caso del **Impuesto a la Renta**, Según los **Arts. 1 y 2 de la LORTI** la obligación tributaria nacen cuando el sujeto pasivo, es decir, la persona natural, o sociedades nacionales o extranjeras residentes en el país, obtienen ingresos de fuentes ecuatorianas o provenientes del exterior, en los casos expresamente contemplados en la ley. El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del primero de enero al treinta y uno de diciembre.

Para determinar la base imponible sobre la que se aplicara la tarifa del impuesto a la renta, que está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinario a que están sujetos a este impuesto, las sociedades, procederán a realizar los ajustes pertinentes dentro de la conciliación tributaria, se deducirán todos los costos y gastos necesarios causados en el ejercicio económico, directamente vinculados con la realización de cualquier actividad económica y que fueren efectuados con el propósito de obtener, mantener y mejorar rentas gravadas con impuesto a la renta y no exentas; y, que de acuerdo con la normativa vigente se encuentren debidamente sustentados en comprobantes de venta.

Tarifa del Impuesto a la Renta para Sociedades

De acuerdo a lo previsto en el artículo **Art. 37 LORTI** Las sociedades constituidas en el Ecuador, así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del veinte y dos por ciento (22%) sobre su base imponible.

En la resolución NAC-DGERCGC13-00858, el SRI publica la tabla del impuesto a la renta 2014, en el Registro Oficial del 18 de diciembre 2013.

Cuadro 2. Impuesto a la Renta 2014

AÑO 2014			
FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	IMPUESTO FRACCIÓN EXCEDENTE
0	10.410	0	0%
10.410	13.270	0	5%
13.270	16.590	143	10%
16.590	19.920	475	12%
19.920	38.830	875	15%
38.830	59.730	3.861	20%
59.730	79.660	7.841	25%
79.660	106.200	12.824	30%
106.200	En adelante	20.786	35%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101 (Ver anexo 3), consignando los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y conciliación tributaria.

De acuerdo a lo previsto en el **Art. 52 LORTI**. En el caso del **Impuesto al Valor Agregado (IVA)**, la obligación tributaria nace en el momento en que se transfiere el dominio o la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley. La transferencia de dominio puede hacerse en

forma local o mediante importaciones, de igual manera, nace la obligación tributaria cuando se transfieren derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos.

Base imponible del Impuesto al Valor Agregado IVA

Según el **Art. 58 LORTI** la base imponible del IVA es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieran o de los servicios que se presten, calculado a base de sus precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos legalmente imputables al precio.

El sujeto activo del impuesto al valor agregado IVA es el Estado y lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas (SRI).

La tarifa del impuesto al valor agregado es del 12%.

El pago del Impuesto al Valor Agregado, se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104 (Ver Anexo 4), inclusive cuando en uno o varios períodos no se haya registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto. En una sola declaración por período se establece el IVA sea como agente de Retención o de Percepción.

Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta

Se debe realizar mensualmente en el Formulario 103 (Ver Anexo 5), aun cuando no se hubiesen efectuado retenciones durante uno o varios períodos mensuales.

Las sociedades son agentes de retención, razón por la cual se encuentran obligadas a llevar registros contables por las retenciones en la fuente realizadas y de los pagos por tales retenciones, adicionalmente debe mantener un archivo cronológico de los comprobantes de retención emitidos y de las respectivas declaraciones.

Declaración y Pago de los impuestos de sociedades

Las declaraciones del impuesto a la renta serán presentadas anualmente, por los sujetos pasivos en los lugares y fechas determinados por el reglamento.

Según el **Art. 67 LORTI** los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas,

salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezca en el reglamento.

Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, de acuerdo al tipo e contribuyente:

Figura 1. Plazos para declarar y pagar impuestos

PLAZOS PARA DECLARAR Y PAGAR IMPUESTOS					
NOVENO DÍGITO DEL RUC	IMPUESTO A LA RENTA	ANTICIPO IMPUESTO A LA RENTA		ICE Y RETENCIONES EN LA FUENTE	IVA MENSUAL
		PRIMERA CUOTA	SEGUNDA CUOTA		
	FORMULARIO 101	FORMULARIO 106		FORMULARIO 105 y 103	FORMULARIO 104
1	10 de abril	10 de julio	10 de septiembre	10 del mes siguiente	10 del mes siguiente
2	12 de abril	12 de julio	12 de septiembre	12 del mes siguiente	12 del mes siguiente
3	14 de abril	14 de julio	14 de septiembre	14 del mes siguiente	14 del mes siguiente
4	16 de abril	16 de julio	16 de septiembre	16 del mes siguiente	16 del mes siguiente
5	18 de abril	18 de julio	18 de septiembre	18 del mes siguiente	18 del mes siguiente
6	20 de abril	20 de julio	20 de septiembre	20 del mes siguiente	20 del mes siguiente
7	22 de abril	22 de julio	22 de septiembre	22 del mes siguiente	22 del mes siguiente
8	24 de abril	24 de julio	24 de septiembre	24 del mes siguiente	24 del mes siguiente
9	26 de abril	26 de julio	26 de septiembre	26 del mes siguiente	26 del mes siguiente
0	28 de abril	28 de julio	28 de septiembre	28 del mes siguiente	28 del mes siguiente

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Cuando una fecha de vencimiento coincida con días de descanso obligatorio o feriados, aquella se trasladará al siguiente día hábil.

Si el sujeto pasivo presentare su declaración luego de haber vencido el plazo mencionado anteriormente, a más del impuesto respectivo, deberá pagar los correspondientes intereses y multas que serán liquidados en la misma declaración, de conformidad con lo que disponen el Código Tributario y la Ley de Régimen Tributario Interno.

Las mismas sanciones y recargos se aplicarán en los casos de declaración y pago tardío de anticipos y retenciones en la fuente, sin perjuicio de otras sanciones previstas en el Código Tributario y en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Productividad

La productividad desde el punto de vista económico se define como la proporción existente entre los resultados obtenidos (productos o servicios) y los recursos aplicados a su obtención así: $\text{Productividad} = \text{Efectividad} + \text{Eficiencia}$. (Toro Alvarez, 1990)

La productividad es el resultado de la relación existente entre el valor de la producción obtenida, medida en unidades físicas o de tiempo asignado a esa producción y la influencia que hayan obtenido de los costes de factores empleados en su consecución. (Alfaro Bertrán, 1999)

A la productividad se podría definir como la relación entre el output de productos o servicio obtenidos con relación a los recursos empleados para la consecución de los mismos. (Anaya Tejero, 2008)

De acuerdo a la perspectiva con la que los autores han definido a la palabra productividad se puede analizar a este término con la economía de las empresas haciendo referencia a que tipo de actividad se realice pero en cuanto a un concepto general, se la puede definir como la capacidad de relacionar los productos y los recursos que son utilizados de una empresa, para obtener mayor rentabilidad. El término de productividad es más utilizado en las medianas y grandes empresas porque es primordial que aumente su rentabilidad obteniéndola por medio de la utilización de los adecuados métodos haciendo el correcto análisis del tiempo en que van a ser utilizados porque entre menos tiempo utilizado mayor será la efectividad del resultado.

Fundamentación pedagógica

La Fundamentación pedagógica en lo que concierna a las medianas y grandes empresas dentro de nuestro país da a conocer que no se había implementado el apoyo al espíritu emprendedor, y a la creación de empresas y no existe un programa de educación (Escuelas, Colegios y Universidades), leyes o instituciones de carácter

gubernamental dirigidas a apoyar a los emprendedores desde edades tempranas. En consecuencia si hablamos de jóvenes, da como referencia a los universitarios quienes son el futuro de la patria y se los ve como potenciales emprendedores de nuestro país, es por ello que se debe adquirir el compromiso de crear un entorno más favorable para la creación de bases estratégicas para que se transforme la manera de administrar que tienen estas empresas siendo capaces de crear, consolidar y desarrollar sus propias estrategias para movilizar sus competencias hacia el emprendimiento individual o colectivo cumpliendo con la función de administradores quienes estén aptos para generar más empleo.

La trascendencia de la educación y cultura en nuestro país lo hacen tener una actividad emprendedora con un rasgo normal y aceptado de la vida económica y personal por lo tanto la economía ecuatoriana tiene que recuperar la senda del crecimiento y reducir lo mayor posible el desempleo, por ello aunque no se ha incentivado por completo el espíritu emprendedor para que exista la disposición de emprendedores a crear unidades o expandir las existentes no ha sido obstáculo para que en nuestra sociedad hayan surgido líderes que han sido capaces de tener una vida entregada a las empresas y estas a su vez se conviertan en ejemplos de verdaderas empresas a imitar.

Fundamentación Legal

El presente proyecto de investigación se sustenta en la parte legal de la Ley de compañía que es registrada y tiene la codificación correspondiente N° 000.RO/312 de 5 de noviembre de 1999. Según lo que expide en la Ley de compañías establecen en el Art. 1 el concepto del contrato de compañías el cual es el que se da entre dos o más personas las cuales unen su capital de para emprender cualquier tipo de actividad mercantil obteniendo ganancias a corto o largo plazo.

La especificación que da esta Ley con respecto a las compañías establece que tipos de compañías pueden constituirse, esta clasificación se encuentra en el art. 2 de la misma ley de la siguiente manera:

- La compañía en nombre colectivo
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones

- La compañía de responsabilidad limitada
- La compañía anónima
- La compañía de economía mixta

Dentro de la ley se establece en el Art. 5 que toda compañía que se constituya dentro del Ecuador deberá tener su domicilio dentro del territorio nacional.

En la ley de compañía luego de la clasificación de las compañías esclarecen que según el tipo de compañía será los requisitos para la constitución de la misma por lo tanto en la sección II en la constitución y razón social se establece en el Art. 38 que para la formación de la compañía en nombre colectivo esta será aprobada por un juez de lo civil y deberá inscribirla en el Registro mercantil, en el extracto de la escritura de constitución de la compañía se presentará los siguientes datos:

1. El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que forman la compañía.
2. La razón social, objeto y domicilio de la compañía;
3. El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella;
4. La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la compañía; y,
5. El tiempo de duración de ésta.

Dentro de esta sección también se encuentra la parte de la capacidad de la compañía que según el Art. 42 y lo dispuesto por el Código de comercio que la compañía de nombre colectivo también tienen la capacidad para comerciar, y el capital se establece en el Art. 3 que se compondrá de aportes que cada uno de los socios deberá entregar para la constitución de la misma.

En la sección III se tiene a la compañía en comandita simple donde la constitución y razón social está establecido en el Art. 59 que la compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, la razón social será, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", en el Art. 61 se establece que la constitución de la compañía en comandita será lo mismo que la compañía en nombre colectivo.

En la sección V se establece las disposiciones para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada; según el Art. 92 que la **compañía de la compañía de responsabilidad limitada** es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" y en el Art. 93 se señala que esta compañía siempre será mercantil pero los que la integren no adquieren la calidad de comerciantes; el capital con el cual estará constituida esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías esto está especificado en el Art. 102.

De acuerdo a lo establecido en la sección VI de la **compañía anónima** esclarecen que la compañía anónima es una sociedad cuyo capital está dividido en acciones negociables, la cual está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones; en el Art. 146 de la fundación de la compañía se establece que

Dicha compañía se constituirá mediante escritura pública, previo mandato por la Superintendencia de compañías que será inscrita en el Registro Mercantil y esta compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

La escritura según el Art. 150 contendrá los siguientes datos.

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;

7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

En la sección VII se establece la parte de la **compañía en comandita por acciones**, según el Art. 301 el capital de esta compañía se en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles.

Y por último para concluir se tiene en la sección VIII la compañía de economía mixta que según el Art. 308 para este tipo de compañías se podrá trabajar conjuntamente para la gestión social de esta compañía con capital privado y con capital del Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público. (Superintendencia de Compañía , 2014)

Se debe tomar en cuenta que la base legal tributaria a que deben sujetarse todas las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro son la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC) para personas jurídicas, el Permiso de Funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Milagro (BCBM) y el Permiso de Funcionamiento del Municipio de Milagro. Estos pasos serán realizados por el representante legal de la empresa o por un delegado de la misma.

Registro Único de Contribuyente

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es el punto de partida para el proceso de la administración tributaria, este constituye un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el

Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las sociedades que están sujetas al control de la Superintendencia de Compañías, se inscribirán y actualizarán su RUC en las dependencias de la mencionada institución. Este documento se lo obtiene en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI)

Requisitos para la obtención del RUC de personas jurídicas:

a) Formularios suscritos por el representante legal:

- Formulario RUC01-A, debidamente lleno y suscrito por el Representante Legal.
- Formulario RUC01-B, se presentara únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz y deberá ser suscrito por el Representante Legal

b) Identificación de la sociedad

- Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil. Para los establecimientos permanentes de las compañías extranjeras deberán presentar la resolución otorgada por la Superintendencia de Compañías que autoriza a la sucursal de la compañía extranjera a operar en el país.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)

c) Identificación representante legal

- Original y copia, o copia certificada, del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Provisionales.
- Original de la cédula vigente y original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o su cónyuge, socio, accionista y corresponder a una de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión de la planilla.
- Original y copia del estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a una de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión del documento.

d) Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentara cualquiera de los siguientes:

- Original y copia de la factura del servicio de televisión pagada o internet. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o cónyuge, socio accionista y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión de la factura.
- Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: patentes, permiso anual de funcionamiento.
- Original y copio del contrato de arrendamiento
- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión, y deberá constar a nombre de la sociedad, representante legal o su cónyuge, socio o accionista.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en el que el predio no se encuentra catastrado.

- Original y copia de la patente municipal a nombre del contribuyente. En caso de no presentar este documento la Administración Tributaria le otorgara un oficio comunitario.

Una vez obtenido el RUC la empresa estará obligada a realizar la declaración anual de impuesto a la renta, la declaración mensual de impuesto al valor agregado (IVA) y a llevar la contabilidad de la compañía.

Requisitos para el Permiso de funcionamiento de sociedades emitido por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro.

Para que el municipio del Cantón Milagro otorgue el permiso de funcionamiento a todas las empresas ubicadas en el sector, ya sean de cualquier actividad económico se solicitara los siguientes requisitos:

- Una tasa de patente personas naturales
- Por primera vez Certificado de uso de suelo
- Constitución de la compañía
- Copia de cedula y el nombramiento del representante legal de la compañía
- Original y copia de declaración de Impuesto a la Renta Ejercicio económico Año Anterior, con sello de los organismos de control
- Copia de RUC
- Patente del año anterior (No indispensable)

Permiso del certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos del Cantón Milagro

Toda empresa legalmente constituida deberá contar con el permiso de funcionamiento de Seguridad Anual emitido por el cuerpo de Bomberos.

Para cumplir con este requisito es necesario solicitar previamente una inspección en la que se debe cumplir con la adquisición de los extintores de incendios que serán instalados por miembros del Cuerpo de Bomberos del Cantón Milagro según las dimensiones y la distribución física de las instalaciones de la oficina.

Los documentos necesarios para obtener el certificado de permiso son los siguientes:

- Solicitud dirigida al Gerente General de la empresa Pública Cuerpo de Bomberos de Milagro.
- Copia de la cedula de ciudadanía del propietario del negocio
- Copia del RUC
- Copia de calificación artesanal actualizada
- Cancelar la especie valorada, Solicitud de Inspección
- Copia de Especie Valorada
- Factura original de la compra de los extintores de incendios, los cuales deben ser recargados anualmente y cuya factura es indispensable para obtener la renovación de este permiso. En caso de que el trámite sea realizado por una persona que no sea el representante legal, deberá portar un poder que autorice dicho trámite junto con una copia de su cédula de identidad.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Adaptabilidad.- Capacidad de una persona o cosa para adaptarse a un nuevo medio o situación

Bien: Cosa corporal o incorporal que, prestando una utilidad al hombre, es susceptible de apreciación pecuniaria.

Calidad.- Es el conjunto de características de una entidad que le confieren, su aptitud para satisfacer las necesidades expresadas desde un nivel de alta jerarquía hasta de una baja jerarquía, buscando siempre tener una mayor rentabilidad para la empresa y satisfacción para los clientes.

Competencia.- Es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios.

Competitividad.- Es la capacidad de genera la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer menos precio fijada una cierta calidad.

Contribuyentes: Son las personas naturales o jurídicas, o los administradores o tenedores de bienes ajenos afectados por impuestos.

Diferenciación.- Determinación de la cualidad, característica o circunstancia que hace que dos personas o cosas no sean iguales entre sí.

Empírica.- Que está basado en la experiencia y en la observación de los hechos

Estabilidad.- Ausencia de cambios y constancia en un periodo determinado

Estrategia.- Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

Expectativa.- Es lo que se considera lo más probable que suceda. Una expectativa, que es una suposición centrada en el futuro, puede o no ser realista.

Flexibilidad.- Facilidad para adaptarse a las circunstancias o a la opinión de otras personas

Gasto: Desembolso en el que ha incurrido una empresa para obtener ingresos

Inestabilidad.- Referencia a la permanencia de las características de un elemento o de una situación a través del tiempo, de su condición de estable o constante.

Inversión.- Es un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo.

Ley: Normas obligatorias de carácter general, aprobada por el Poder Legislativo y sancionadas por el Poder Ejecutivo, quien ordena su promulgación y publicación en el Diario Oficial.

Mercado.- En términos económicos generales el mercado designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos.

Persona Jurídica: Es un ente ficticio, capaz de ejercer derechos y de contraer obligaciones, además de contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Persona Natural: Es todo individuo de la especie humana, cualquiera sea su edad, sexo, estirpe o condición.

Perspectiva.- Es el arte de dibujar para recrear la profundidad y la posición relativa de los objetos comunes.

Proceso.- Es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.

Productividad.- Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

Quiebra: Concepto jurídico referente al procedimiento para la liquidación de los bienes de un deudor, sea o no comerciante, cuando cae en situación de insolvencia y se cumplen los demás requisitos previstos por la ley.

Razón social: Atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal.

Recurso.- Es una fuente o suministro del cual se produce un beneficio.

Renta: Ingresos que constituyan utilidades o beneficios que rinda una cosa o actividad y todos los beneficios, utilidades e incrementos de patrimonio que se perciben o devenguen, cualquiera sea su origen, naturaleza o denominación.

Sociedad: Asociación de personas creada para desarrollar una actividad común, en busca de sus propios intereses o con el propósito de ayudar a la comunidad.

Técnica.- Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de las ciencias, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La aplicación de bases estratégicas incide en el desarrollo de la productividad y competitividad de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- La asignación correcta de los recursos monetarios tienen mayor efectividad en la aplicación de planes estratégicos.
- La seguridad al invertir tiene como efecto la correcta aplicación de planes estratégicos en las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.
- El conocimiento del correcto uso de planes estratégicos tienen como efecto la mejora de los procesos y aumento de la productividad en las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro
- El crecimiento de las medianas y grandes empresas en la ciudad de Milagro se ve influenciado por la capacitación continua del personal

2.4.3 Declaración de las variables

Variables dependientes

- Desarrollo productivo y competitivo
- Efectividad
- Planes estratégicos
- Mejora de procesos
- Capacitación continua

Variables independientes

- Bases estratégicas
- Recurso monetario
- Inversión
- Conocimiento
- Crecimiento

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 3. Operacionalización de las Variables

Variable Independiente	Definición	Indicadores	Técnicas
Bases estratégicas	La aplicación de técnicas que mejoren un sistema o proceso	Porcentaje de deficiente bases estratégicas.	Encuesta
Recurso monetario	Es la capacidad que tiene una persona para obtener con facilidad algún bien o servicio.	Porcentaje de recurso monetario que poseen las empresas	Encuesta
Inversión	Gasto para la ejecución de un proyecto o una actividad que a futuro obtendrá beneficio.	Porcentaje de la capacidad para invertir de las empresas Cuántas empresas tienen capacidad de invertir.	Encuesta
Conocimiento	Facultad de poder realizar algo con juicio	Porcentaje del nivel de conocimiento que existe por los directivos de las empresas de los planes estratégicos.	Encuesta
Crecimiento	Aumento irreversible de algo.	Porcentajes de las empresas que han tenido notable crecimiento	Encuesta
Variables Dependientes	Definición	Indicadores	Encuesta
Desarrollo productivo y competitivo	Es la capacidad del progreso productor y competitivo de una empresas para lograr y alcanzar sus objetivos	Porcentaje del desarrollo productivo y competitivo	Encuesta
Efectividad	Capacidad de lograr el desarrollo y el uso de algo.	Números de planes estratégicos que dieron efectividad en las empresas	Encuesta
Planes estratégicos	Documentos que detallen las actividades a realizarse para mejorar la economía o situación de las empresas	Numero de planes estratégicos aplicados	Encuesta
Mejora de Procesos	Modificación de las actividades que se encuentran relacionadas para obtener un resultado.	Número de procesos mejorados	Encuesta
Capacitación continua	Actividad que es realizada por una organización en busca de mejorar a su personal haciendo que corrijan sus conductas, conocimientos, actitudes y habilidades.	Número de empleados capacitados.	Encuesta

Fuente: Hipótesis y variables

Elaborado por: María Espinoza – José Rea

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La metodología que fue utilizada en esta investigación fue la descriptiva, analítica y de campo.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en buscar, especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Este tipo de investigación describe tendencias de un grupo o población. (Hernández Sampieri, 2006)

La investigación descriptiva fue utilizada porque se realizó la respectiva búsqueda de la población para analizar las características cualitativas y cuantitativas de los administradores que integran las medianas y grandes empresas con respecto a la parte administrativa, contable y tributaria de cada empresa, para así se pueda obtener ideas de las correspondientes estrategias que se deben aplicar en cada una de estas áreas.

Investigación Analítica

Se define a la investigación analítica como un método que abarca un proceso cognoscitivo porque consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. (Bernal Torres, 2006)

El tipo de investigación analítico que se planteó fue debido a que se dividió el tema a investigar para así poder conocer y analizar de manera correcta cada parte de estudio e incluso analizar las hipótesis planteadas en este proyecto con el objeto de aplicar los respectivos métodos empíricos llamadas también técnicas de investigación para ejecutar el estudio correspondiente de cada área, en este proyecto se analizará la parte administrativa, contable y tributaria de las medianas y grandes empresas para conocer las falencias y poder plantear las estrategias que den la mejora en cada uno de estos procesos.

Investigación de Campo

La investigación de campo se la conoce como aquella que consiste en la recolección de datos de los sujetos investigados, o la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. (Arias G., 2012)

La investigación de campo se utilizó porque es una de los tipos de investigación más importante porqué se realiza la recolección de los datos que se necesita de cada uno de los sujetos de estudio, esta investigación aporta porque se obtiene información verídica, además se la puede realizar con las respectivas encuestas a las Medianas y Grandes empresas del Cantón Milagro para conocer cada problema que se suscita dentro de ellas.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

La población es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinado, con alguna característica común observable. (Di Renzo & Casanovas, 2008)

La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (Tamayo Tamayo, 1997)

La población es la totalidad de elementos o cosas bajo consideración. (Berenson & Levine, 1996)

Según lo citado anteriormente con respecto al concepto de población de diferentes autores se puede concluir con una definición personal o una idea de que población es un conjunto de seres que tienen la peculiaridad o hecho que los relacionan en el estudio porque son de la misma clase o tienen muchas similitudes que los agrupan para una investigación correspondiente.

La población de estudio comprende:

- » Medianas y Grandes empresas legalmente constituidas del Cantón Milagro.

3.2.2 Delimitación de la población

Población

Para la delimitación de la población en esta investigación se considera las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro que se encuentran legalmente constituidas para una correcta recolección de información que se realizará a cada uno de los administradores de dichas empresas obteniendo información real y verídica.

3.2.3 Tipo de Muestra

Este tipo de investigación que se ha realizado no amerita obtener una muestra; porque se trabajará con la población ya antes mencionada.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

En la investigación realizada se pudo conocer los objetos de estudio que van a ser medidos, para lo cual se estableció la respectiva delimitación de la población de acuerdo al tipo de población seleccionada logrando que no exista el cálculo de la respectiva fórmula porque el tamaño de la población es de 18 entre medianas y grandes empresas las cuales serán investigadas para conocer los problemas que estas tienen con respecto a la aplicación de estrategias en las áreas administrativa, contable y tributaria; tomando en cuenta que no se debe realizar el cálculo de la fórmula no se podrá sacar ni conocer los factores que intervienen en

la misma como: nivel de confianza, la varianza de la proporción de la población, el porcentaje de error que se estima, la posibilidad de que ocurra y no ocurra un evento, esto ocurre porque la población es específica y por lo tanto no existe la necesidad de obtener una muestra y realizar el cálculo de la fórmula, por lo tanto la muestra será la población de estudio en su totalidad.

3.2.5 Proceso de selección

La respectiva selección de las grandes y medianas empresas se la realizó de manera correcta según la información que se obtuvo del censo económico que fue realizado por la CEPAL/CELADE Redatam+SP en la fecha del 1/16/2014 la cual estableció a las empresas de acuerdo a cada uno de los sectores económicos que se encuentran situadas dentro del Cantón Milagro las cuales son 18 empresas entre medianas y grandes de acuerdo a lo que se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro 4. Medianas y Grandes Empresas del Cantón Milagro

TAMAÑO	EMPRESA	ACTIVIDAD
GRANDES	Codana S. A	Producción de alcohol etílico
	Valdez S. A	Producción y comercialización de azúcar
	Cohervi S. A	Comercialización de productos de consumo masivo
	Devies Corp S. A	Comercialización de productos de consumo masivo
	Coca Cola S. A	Comercialización de bebidas gaseosas
	Comercial AgroFarm Cía. Ltda.	Comercialización de productos agrícolas
	Oricorp S. A	Comercialización de productos de construcción
	Mucalsa S. A	Comercialización de bebidas alcohólicas
	Roxana Villacis S. A	Comercialización de productos de consumo masivo
	Fargen S. A	Comercialización de fármacos

TAMAÑO	EMPRESA	ACTIVIDAD
MEDIANAS	Industria Arrocería Portilla	Producción y comercialización de arroz
	Useful S. A	Construcción
	Humanacorp S. A	Comercialización de productos varios
	Miracle City Constructions	Construcción
	Agricampo S. A	Comercialización de productos
	Ecobanec Cía. Ltda.	Comercialización de banano
	Expovilla S. A	Comercialización de productos agrícolas
	Cowhima S. A	Comercialización de productos agrícolas

FUENTE: CEPAL / CELADE

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Los métodos teóricos que fueron utilizados en el proceso de la investigación para obtener de forma científica información verídica y que no exista la duda de que cada una de las hipótesis planteadas van a ser investigadas de acuerdo a los métodos que existen ya sean históricos, lógicos, deductivos, inductivos y matemáticos para tener un fundamento establecido; con cada uno de estos tipos de métodos se consiguió analizar cada una de las necesidades administrativas, contables y tributarias de las medianas y grandes empresas para su mejora competitiva y productiva de dichas empresas.

Histórico

El método histórico se define como a la ciencia de las leyes generales que rigen el desarrollo de la sociedad; es el único método certero para estudiar los fenómenos sociales porque da solución científica a los problemas teóricos y metodológicos de las ciencias sociales (Konstantino, 1980).

Se utilizó el método histórico porque en uno de los métodos que tiene mayor

importancia porque facilita el tener información de años pasados de cómo ha sido la administración de las empresas como ha ido evolucionando la parte contable y tributaria de las mismas; el conocer esto ayuda a mejorar la manera de administrar que tiene los empresarios para generar los cambios respectivos en dichas empresas.

Lógico

Según Aristóteles en el (Siglo XIX) define al método lógico como el método que se ocupa de analizar juicios y formas de razonamiento y su manera de expresar resultados es el silogismo o razonamiento deductivo categórico que representa un objeto en la mente del hombre de manera que no pueda ser afectado por los sentidos, la memoria y la mente.

Se utilizó el método lógico en la investigación realizada debido a que se realizó un estudio de mercado estadístico y financiero correspondiente al sector económico y social de todas las medianas y grandes empresas correspondientes al cantón Milagro

Deductivo

El método deductivo los autores lo definen como la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible deducir conclusiones finales a partir de unos enunciados supuestos llamados premisas (URZUA, ESSLEN, & ANTISERI, 1976).

El método deductivo se lo utilizo porque se tenía que efectuar las pertinentes conclusiones de acuerdo a los resultados conseguidos con las técnicas adecuadas en este caso en esta investigación la técnica aplicada es la encuesta y la entrevista.

Inductivo

El método inductivo es un método que intenta ordenar la observación tratando de extraer conclusiones de carácter universal desde la acumulación de datos particulares (Bacon, 1626).

El método inductivo se lo utilizo porque se tuvo que tomar en consideración lo que está pasando actualmente en las empresas y así poder conocer cómo se encuentra la situación de dichas empresas para lograr tener ideas de los que se realizara para mejorar la situación de las mismas y que aporte a la sociedad. Cada cómo se encuentra la situación actual del Ecuador solo con realizar la observación a lo que se vive día a día en nuestra sociedad.

Matemático

El método matemático se lo define como la representación geométrica que lleva a elaborar construcciones mentales que identifican a objetos materiales, para de ahí hacer cálculos sobre la síntesis o reproducción de los objetos. Bajo este supuesto se logra la creación de postulados que, por medio de fórmulas matemáticas, se aplican a casos similares. (Torres Soler, 2007)

El método matemático aplicado en esta investigación se debe a que se necesita representar cada uno de los resultados arrojados por cada pregunta de la encuesta en números y por supuesto detallado en tablas y gráficamente con los respectivos porcentajes y así poder analizar los datos matemáticos de las preguntas realizadas a los encuestados.

3.3.2 Métodos Empíricos

En esta investigación se aplicó los métodos empíricos que son la encuesta y la entrevista.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

La técnica que se aplicara dentro de la investigación será la encuesta, se realizara la encuesta porque se establecerá un cuestionario de preguntas claras y concisas esto se hace con la finalidad de obtener datos correctos de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro y conocer ciertos sucesos que ocurren en las empresas con la parte de la aplicación de las bases estratégicas de cada una de estas empresas.

Encuesta

La encuesta es una de las técnicas que tienen como finalidad obtener información que es proporcionada por un grupo o muestra de sujetos en relación con un tema particular. (Arias, 2006).

Se ha utilizado la encuesta como instrumento de investigación porque es una técnica que nos permite obtener resultados específicos de datos, ya que se investiga directamente a la población que se ha determinado como objeto de estudio.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

En esta investigación para el procesamiento estadístico de la información obtenida por medio de la técnica más conocida como es la encuesta que será realizada a cada una de las medianas y grandes empresas legalmente constituidas y que se encuentran visualizadas en el cuadro 5 del proceso de selección, la información que se obtendrá se la reunirá mediante los procedimientos estadísticos por medio del programa de Microsoft Excel donde se realizará una base de datos, la cual será detallada acorde a las preguntas planteadas con sus respuestas en tablas para luego procesarla y analizarla obteniendo los resultados correctos y poder representar dichos resultados de forma gráfica utilizando las barras, líneas o pasteles con sus respectivos porcentajes.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La situación actual que vive hoy en día las grandes y medianas empresas del Cantón Milagro se torna cada vez complicada debido al desconocimiento en la implementación de estrategias administrativas, contables y tributarias las cuales afectan al desarrollo de cada una de las empresas.

Por lo tanto el carecer de conocimientos para la correcta aplicación de dichas estrategias evita que las empresas optimicen recursos y tengan el debido crecimiento, aunque si se habla de empresas grandes y medianas se conoce que ellas ponen la importancia debida para la aplicación de las bases estratégicas porque tanto como la parte administrativa, contable y financiera son el pilar fundamental para que la empresa lleve un debido funcionamiento.

A la vez se conoce que muchas de ellas desconocen qué tipo de estrategias deben implementar para obtener posicionamiento y captación de mercado, desarrollo productivo y competitivo, aumentar sus ganancias a su vez los administradores siguen manteniendo la administración de forma empírica logrando el éxito a su manera porque cada uno tienen diferente manera de alcanzar los objetivos de la empresa por lo tanto esto también hace que las empresas sigan manteniendo tipo de administraciones tradicionales y esto dificulta tomar decisiones oportunas para la empresa y el éxito de la misma.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

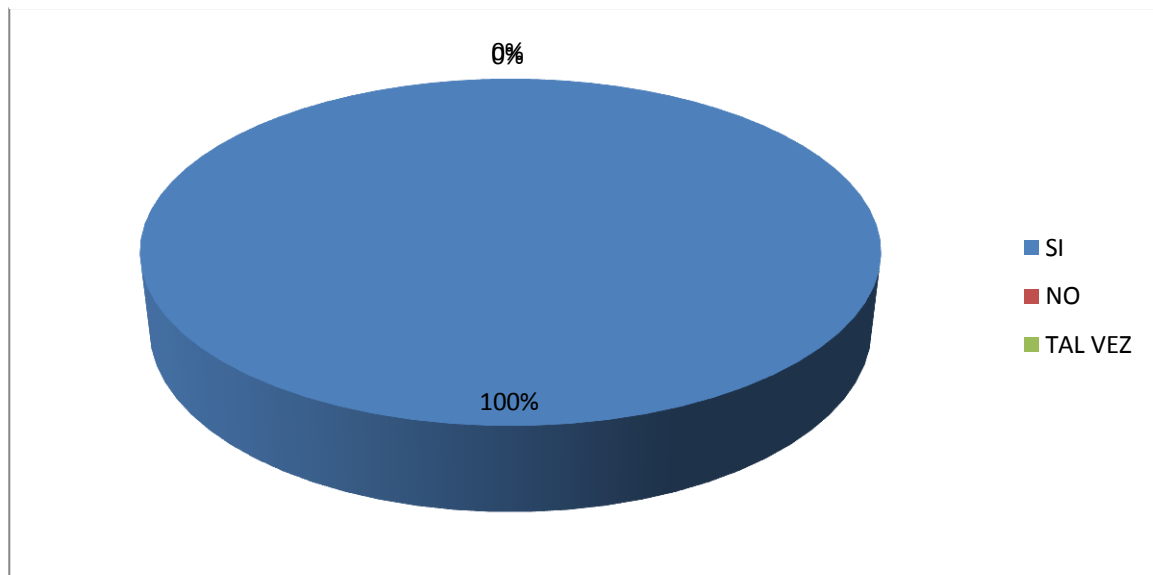
1.- ¿La empresa que dirige ha formado bases estratégicas administrativas, contables y tributarias?

Cuadro 5. Formación de bases estratégicas

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
SI	18	100%
NO	0	0%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	18	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 2. Formación de bases estratégicas



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

En la encuesta realizada a cada una de las grandes y medianas empresas de la Ciudad de Milagro los resultados arrojados en la pregunta 1 fue que todas las empresas encuestadas dijeron que si dando el 100% a que si han implementado estrategias tanto administrativas, contables y tributarias que por ser empresas legalmente constituidas tienen que aplicarlas para poder mantenerse en el mercado y obtener mayor productividad y competitividad en cada área en la cual han sido aplicadas dichas estrategias.

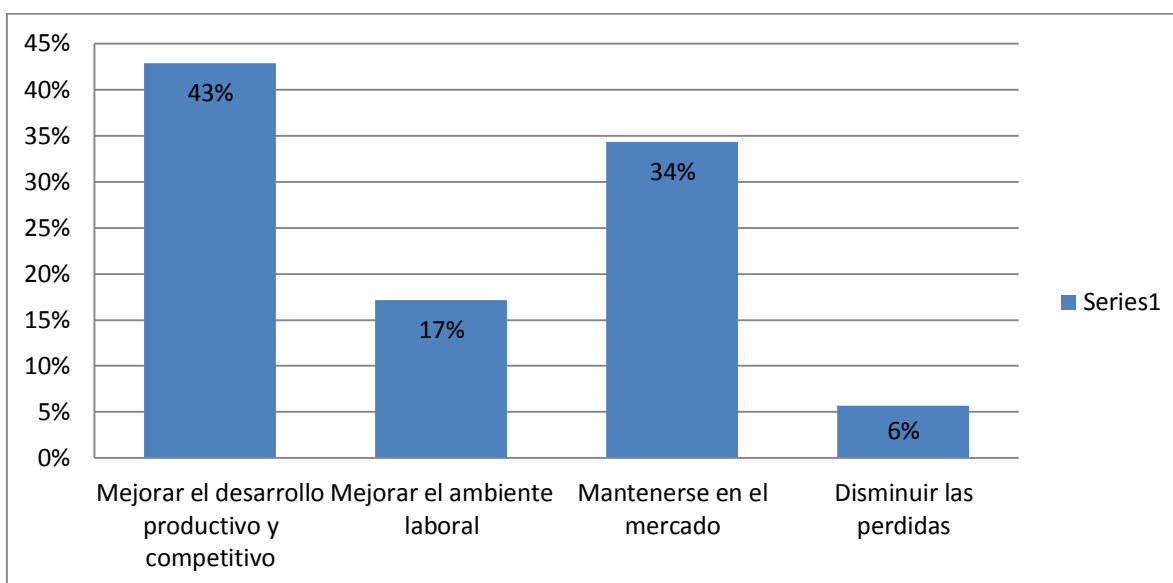
2.- ¿Considera Ud. que la aplicación de las bases estratégicas administrativas, contables y tributarias en la empresa le han permitido o permiten?

Cuadro 6. Aplicación de bases estratégicas

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Mejorar el desarrollo productivo y competitivo	15	43%
Mejorar el ambiente laboral	6	17%
Mantenerse en el mercado	12	34%
Disminuir las perdidas	2	6%
TOTAL	35	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 3. Aplicación de bases estratégicas



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Con respecto a la pregunta 2 dichas empresas manifestaron que la aplicación de las bases estratégicas ayuda a las empresas a: el 43% las empresas al aplicar estrategias obtienen mejorar el desarrollo productivo y competitivo, el 17% mejorar el ambiente laboral, el 34% mantenerse en el mercado y el 6% disminuir las ventas, esto da como conclusión que las empresas al implementar estrategias administrativas, contables y tributarias les ayuda a mejorar el desarrollo productivo y competitivo debido a que tiene el mayor porcentaje.

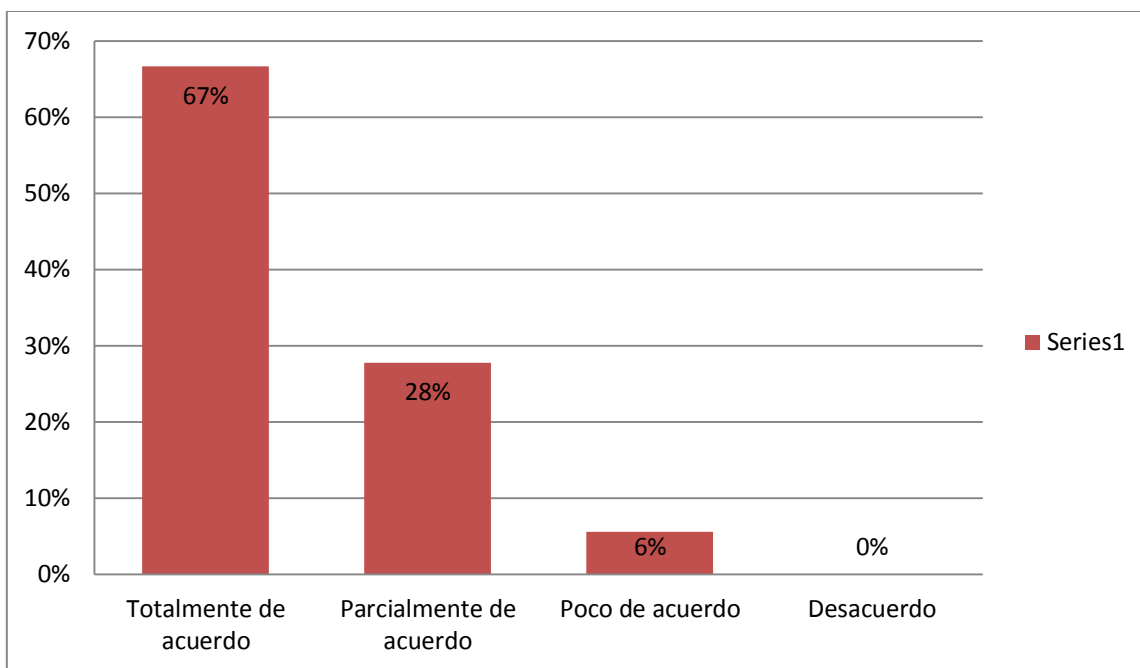
3.- Ustedes como organización ¿Asignan recursos monetarios en la aplicación de planes estratégicos administrativos, contables y tributarios?

Cuadro 7. Asignación de recursos monetarios

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	12	67%
Parcialmente de acuerdo	5	28%
Poco de acuerdo	1	6%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	18	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 4. Asignación de recursos monetarios



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

De acuerdo a los resultados arrojados en esta pregunta en la cual se desea saber si asignan recursos monetarios para la implementación de estrategias, en el 67% el cual es el mayor puntaje en totalmente de acuerdo, el 28% para parcialmente de acuerdo, el 6% poco de acuerdo y 0% en desacuerdo, la conclusión que se da es que las grandes y medianas empresas si asignan recursos para la implementación de las estrategias.

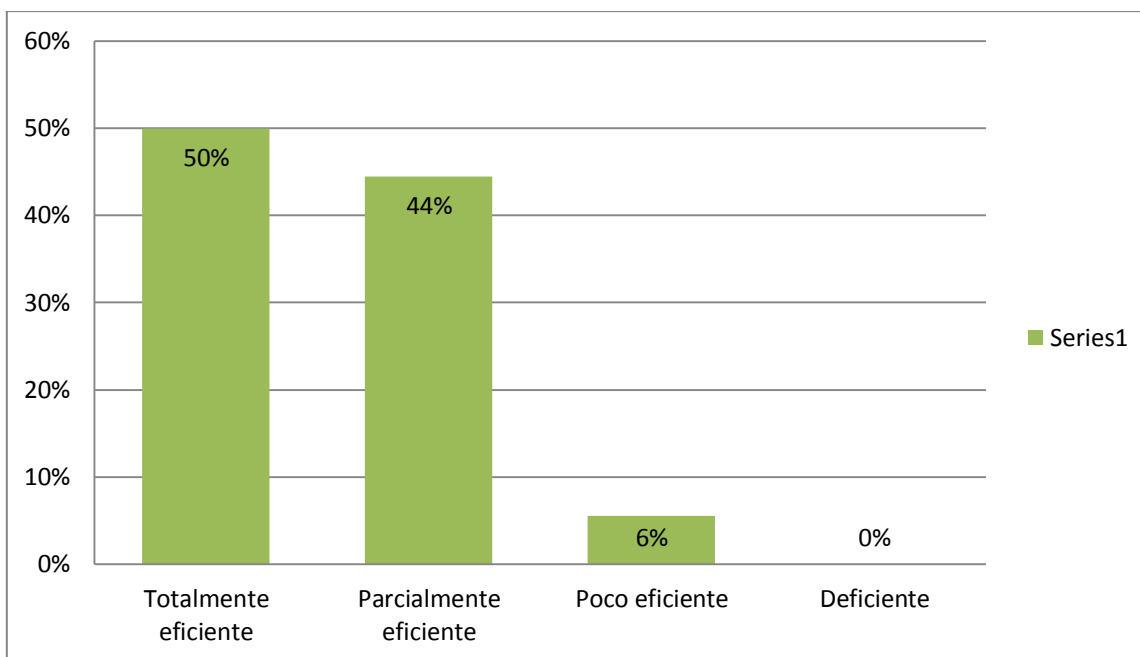
4.- Si pudiese relacionar la asignación actual de los recursos monetarios en la aplicación de planes estratégicos de su organización con su impacto económico, éste sería?

Cuadro 8. Relación de asignación de recursos con los planes estratégicos

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Totalmente eficiente	9	50%
Parcialmente eficiente	8	44%
Poco eficiente	1	6%
Deficiente	0	0%
TOTAL	18	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 5. Relación de asignación de recursos con los planes estratégicos



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Las empresas encuestadas dieron a conocer que al momento de la asignación de los recursos monetarios el impacto que causa según la encuesta el mayor puntaje es de 50% que es totalmente eficiente el impacto que causa, el 44% parcialmente eficiente, el 6% para poco eficiente y el 0% deficiente, estas respuesta ayudan a conocer que las empresas al momento de asignar los debidos recursos económicos a la implementación de estrategias les favorece de manera eficiente para seguir mejorando cada día, y seguir corrigiendo cada problema suscitado en las áreas administrativas, contables y tributarias.

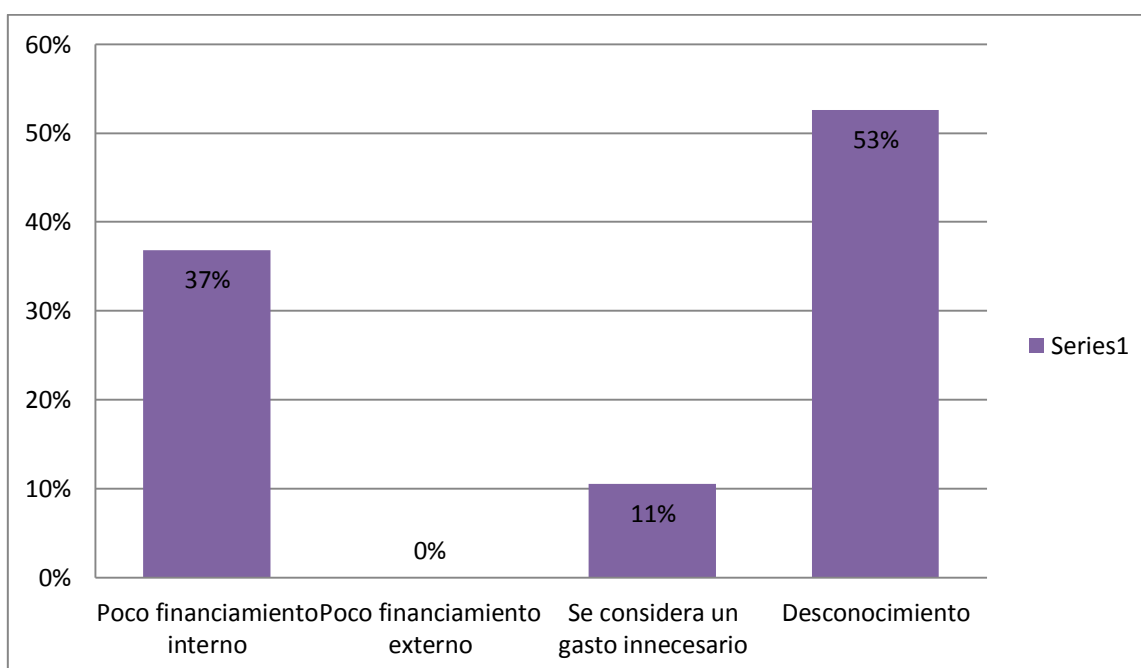
5. ¿Cuál cree Ud. que serían las causas por las cuales no aplican en su totalidad o de forma eficiente bases estratégicas dentro de su organización?

Cuadro 9. Causas para no aplicar estrategias

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Poco financiamiento interno	7	37%
Poco financiamiento externo	0	0%
Se considera un gasto innecesario	2	11%
Desconocimiento	10	53%
TOTAL	19	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 6. Causas para no aplicar estrategias



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Según las empresas el motivo por el cual no aplican o implementan en su totalidad o de forma eficiente las bases estratégicas se debe a que es por desconocimiento que da el mayor puntaje con un valor de 53%, le sigue el poco financiamiento interno con el 37%, el 11% con que lo consideran un gasto innecesario y para el financiamiento externo con el 0%; esto da como conclusión que muchas de las empresas desconocen el beneficio que genera el implementar bases estratégicas en la organización.

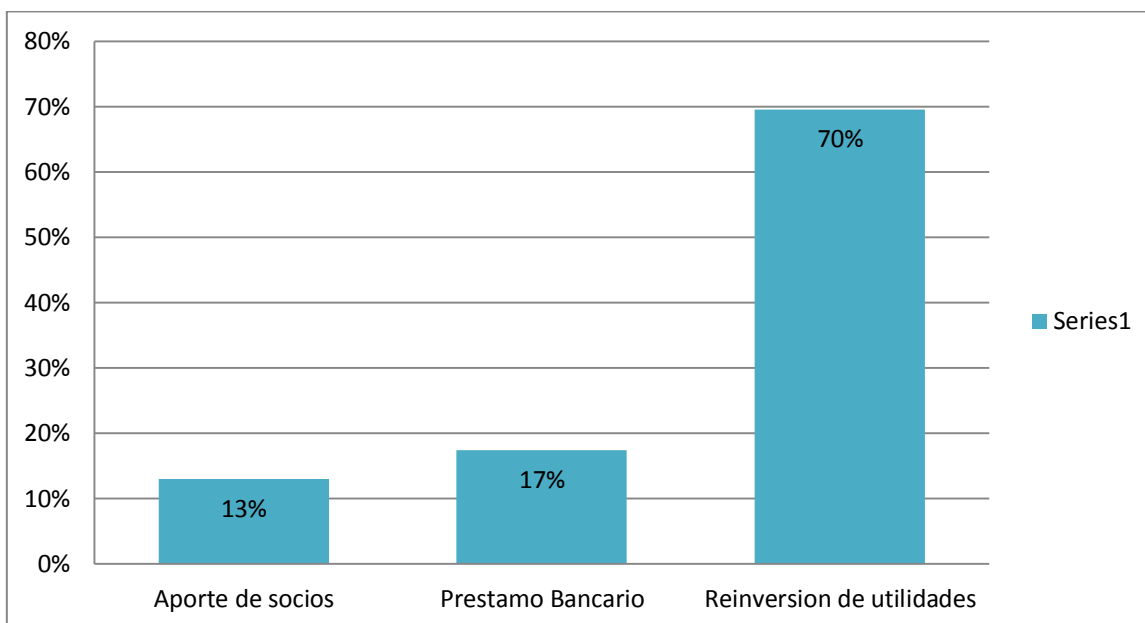
6. ¿Qué tipo de financiamiento cree usted que sería más factible para la inversión en la aplicación de planes estratégicos en su organización?

Cuadro 10. Tipo de financiamiento más factible

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Aporte de socios	3	13%
Préstamo Bancario	4	17%
Reinversión de utilidades	16	70%
TOTAL	23	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 7. Tipo de financiamiento más factible



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

En las empresas encuestadas da como resultado a la pregunta 6 que para el financiamiento de las estrategias dentro de la organización la hacen: el 13% aporte de socios, el 17% préstamo bancario y el mayor puntaje que es el 70% para la reinversión de utilidades dando a conocer que cada una de estas empresas que dieron como respuestas que para el financiamiento utilizaban la reinversión de las utilidades eso es positivo porque sus propias ganancias las utilizan para mejorar ciertos inconvenientes que tienen en diversas actividades dentro de las empresas.

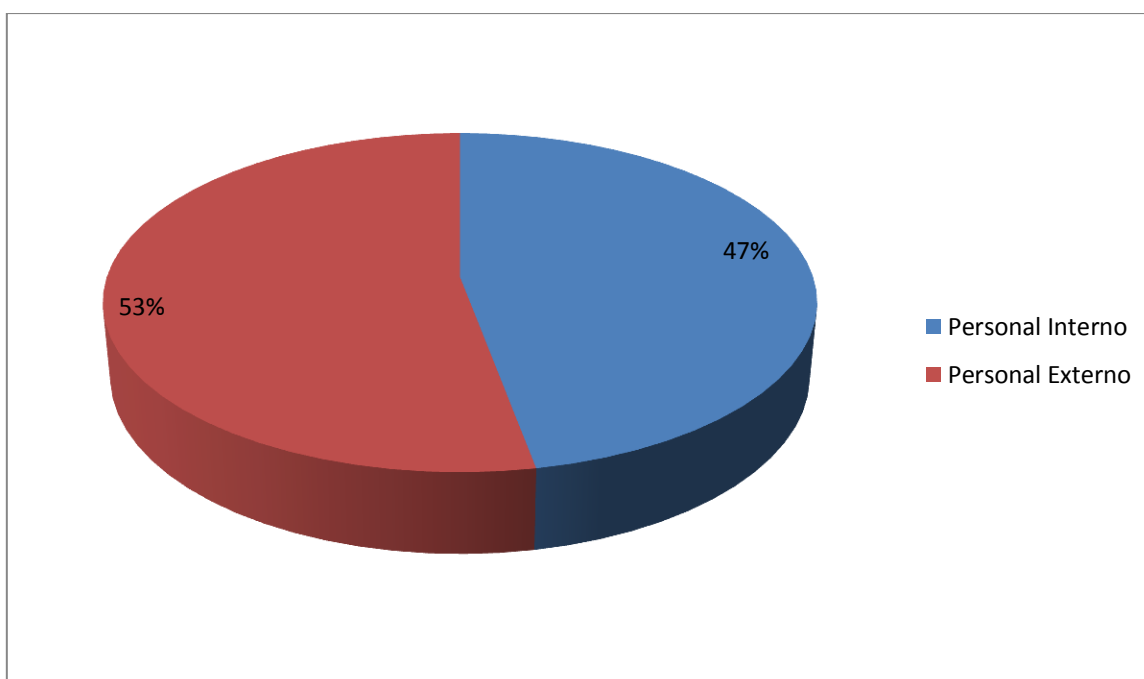
7.- ¿Los planes estratégicos de su organización fueron realizados o pueden ser realizados si es que no los tuviere, por?

Cuadro 11. Por quienes son realizados los planes estratégicos

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Personal Interno	8	47%
Personal Externo	9	53%
TOTAL	17	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 8. Por quienes son realizados los planes estratégicos



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

El resultado arrojado en esta pregunta da la mayor puntuación con un 53% a que los planes estratégicos de las empresas pueden ser realizados por el personal interno que poseen dichas empresas porque según las aclaraciones de los administradores quienes fueron los encuestados como representantes de las empresas que es más conveniente que lo realice personal interno debido a que conoce con mayor exactitud las anomalías que se deben mejorar en cada área y a su vez también hubo un 47% que es del personal externo esto también da a conocer que algunas de las empresas si necesitan personal externo para que realicen sus planes estratégicos.

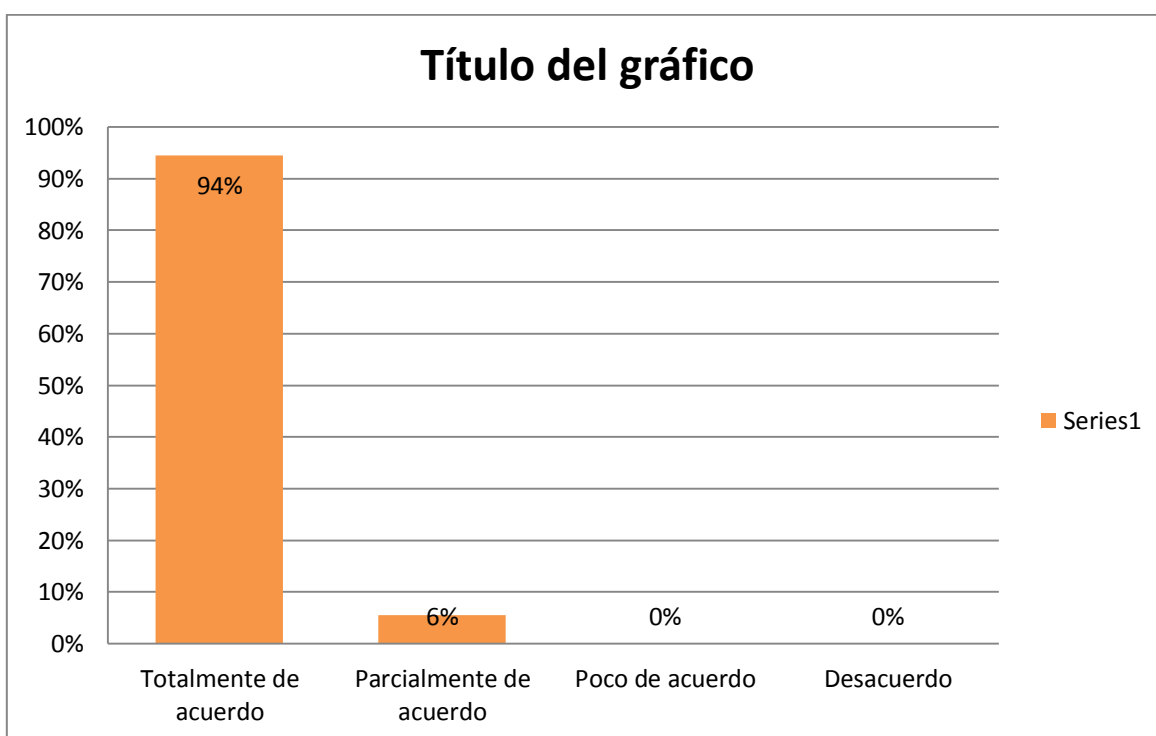
8.- ¿Considera que el personal que forma los planes estratégicos de su empresa poseen un alto nivel de conocimiento?

Cuadro 12. Nivel de conocimiento del personal

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	17	94%
Parcialmente de acuerdo	1	6%
Poco de acuerdo	0	0%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	18	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 9. Nivel de conocimiento del personal



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Del total de las grandes y medianas empresas que fueron encuestadas el 94% están totalmente de acuerdo que el personal que realiza sus planes estratégicos poseen un alto nivel de conocimiento para ayudar a resolver las anomalías que se suscitan en las empresas y un 6% parcialmente de acuerdo, esto da a entender que el personal tanto interno o externo que posee las empresas si están capacitadas o tienen los conocimientos para desarrollar estrategias que le ayuden a mejorar a la empresa y obtener las ganancias correspondientes.

9.- ¿En los planes estratégicos en las áreas administrativa, contable y tributaria, escoja las estrategias que forman parte de su organización?

Área Administrativa

EMPRESAS	ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS																		
	CODANA S.A.	VALDEZ	COHERVI S.A.	DEVIES CORP S.A.	ARCA CONTINENTAL S.A COCA COLA	COMERCIAL AGRO-FARM C LTDA	ORICORP S.A.	MUCALSA S.A.	ROXANA VILLACIS S.A. (ROXVILL)	FARGEN S.A.	INDUSTRIA ARROCERA PORTILLA S.A. PORTIARROZ	USEFUL S.A.	HUMANACORP S.A.	MIRACLE CITY CONSTRUCTIONS S.A. MICICONSA	AGRICAMPO S.A.	ECOBANEC CIA. LTDA.	EXPOVILLA S.A.	COHWIMA S.A	TOTAL
Definición de valores corporativos, misión y visión, políticas y reglamentos internos de la organización	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X		X	X		14
Análisis situación de la empresa		X	X			X			X		X			X			X		7
Capacitación al personal	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X		X	X		X	X		14
Definición de objetivos y metas propuestas periódicamente		X		X		X		X	X		X	X					X		8
Seguimiento al cumplimiento del manual de funciones y procedimientos de los empleados		X				X			X	X	X	X	X	X			X	X	10
Realizar auditorias		X	X		X	X	X	X		X	X		X	X	X	X	X		13
Desarrollo de mecanismos de posicionamiento		X	X		X	X		X	X		X		X	X	X		X	X	12
Uso de equipos, maquinaria y tecnología de punta	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X			X	X	X	14
Trabajo en equipo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	16

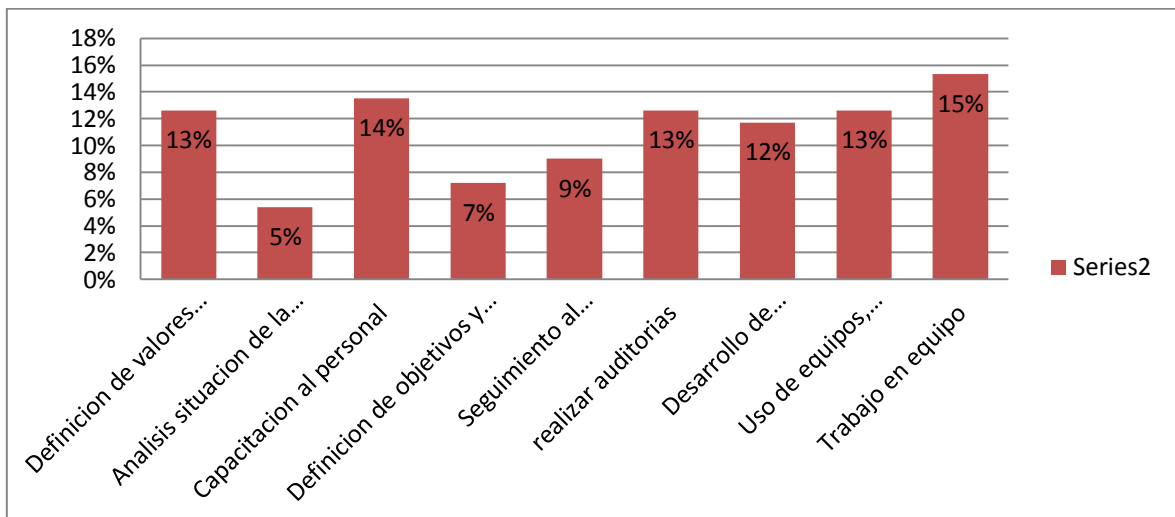
Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 13. Planes estratégicos aplicables en el área administrativa

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Definición de valores corporativos, misión y visión, políticas y reglamentos internos de la organización	14	13%
Análisis situación de la empresa	6	5%
Capacitación al personal	15	14%
Definición de objetivos y metas propuestas periódicamente	8	7%
Seguimiento al cumplimiento del manual de funciones y procedimientos de los empleados	10	9%
realizar auditorias	14	13%
Desarrollo de mecanismos de posicionamiento	13	12%
Uso de equipos, maquinaria y tecnología de punta	14	13%
Trabajo en equipo	17	15%
TOTAL	111	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 10. Planes estratégicos aplicables en el área administrativa



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

En la pregunta 9 se detalla las estrategias que las empresas aplican en el área administrativa las estrategias que forman parte de la organización de acuerdo al porcentaje de mayor a menor se tiene: el 15% trabajo en equipo, 13% uso de equipos, maquinarias y tecnología de punta; Realizar auditorías; Capacitación al personal y definición de valores corporativos, misión, visión, políticas y reglamentos internos de la organización, el 12% desarrollo de mecanismos de posicionamiento, el 9% Seguimiento al cumplimiento del manual de funciones y procedimientos de los empleados, el 7% Definición de objetivos y metas propuestas periódicamente y el 5% para el análisis situación de la empresa.

Área Contable

ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS	EMPRESAS																											
	CODANA S.A.	VALDEZ	COHERVI S.A.	DEVIES CORP S.A.	ARCA	CONTINENTAL S.A	COCA COLA	COMERCIAL	AGRO-FARM C	LTDA	ORICORP S.A.	MUCALSA S.A.	ROXANA VILLACIS S.A. (ROXVILL)	FARGEN S.A.	INDUSTRIA	ARROCERA	PORTILLA S.A.	PORTIARROZ	USEFUL S.A.	HUMANACORP S.A.	MIRACLE CITY CONSTRUCTIONS S.A. MICICONSA	AGRICAMPO S.A.	ECOBANEC CIA. LTDA.	EXPOVILLA S.A.	COHWIMA S.A	TOTAL		
Planificación Presupuestaria y control presupuestario de las operaciones.		X		X	X	X		X					X										X	X			7	
Registro Contable a tiempo.	X	X	X					X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X		X	X	X	14	
Capacitación al personal responsable del área.	X	X	X	X				X	X	X			X	X	X				X	X	X		X	X			13	
Sistema Contable confiable	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	17
Seguimiento continuo de las transacciones comerciales de la empresa.		X	X	X							X	X											X	X			7	
Emisión oportuna de los Estados Financieros	X	X						X		X	X	X			X							X		X	X		9	
Análisis de los estados financieros periódicamente para la toma de decisiones.		X			X	X				X	X	X			X	X									X		8	

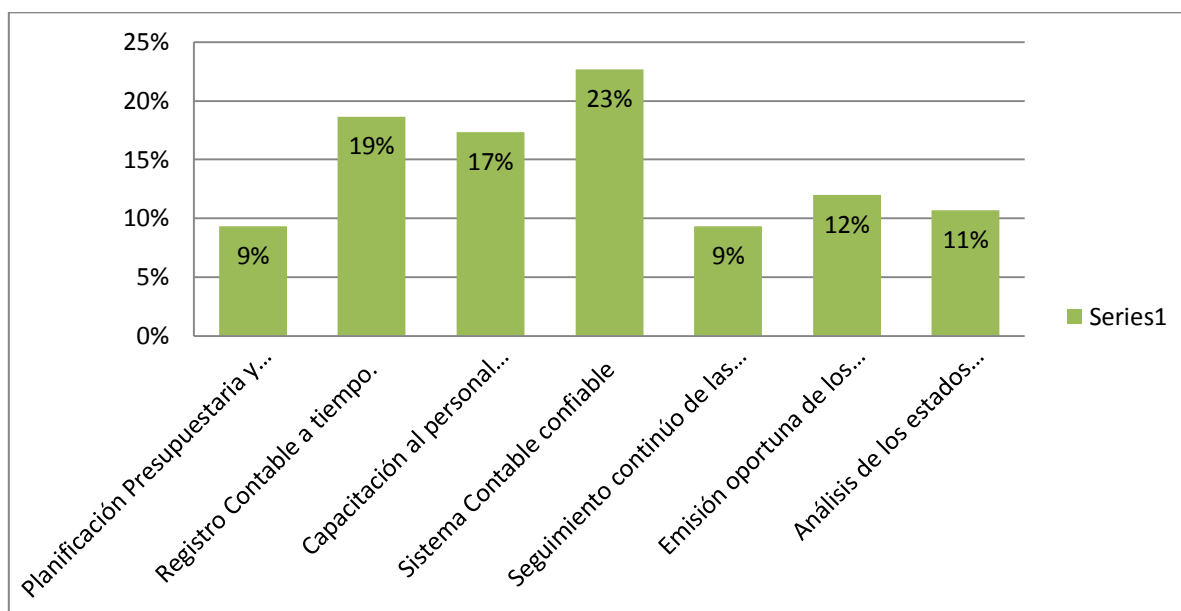
Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 14. Planes estratégicos aplicables en el área contable

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Planificación Presupuestaria y control presupuestario de las operaciones.	7	9%
Registro Contable a tiempo.	14	19%
Capacitación al personal responsable del área.	13	17%
Sistema Contable confiable	17	23%
Seguimiento continuo de las transacciones comerciales de la empresa.	7	9%
Emisión oportuna de los Estados Financieros	9	12%
Análisis de los estados financieros periódicamente para la toma de decisiones.	8	11%
TOTAL	75	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 11. Planes estratégicos aplicables en el área contable



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

En la parte contable en cuanto a las estrategias que aplican se tiene con sus debidos resultados que el 23% Sistema Contable confiable, el 19% registro contable a tiempo, 17% Capacitación al personal responsable del área, el 12% Emisión oportuna de los Estados Financieros, 11% Análisis de los estados financieros periódicamente para la toma de decisiones el 9% Seguimiento continuo de las transacciones comerciales de la empresa y Planificación Presupuestaria y control presupuestario de las operaciones.

Área tributaria

ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS	EMPRESAS																		
	CODANA S.A.	VALDEZ	COHERVI S.A.	DEVIES CORP S.A.	ARCA CONTINENTAL S.A COCA COLA	COMERCIAL AGRO- FARM C LTDA	ORICORP S.A.	MUCALSA S.A.	ROXANA VILLACIS S.A. (ROXVILL)	FARGEN S.A.	INDUSTRIA ARROCERA PORTILLA S.A. PORTIARROZ	USEFUL S.A.	HUMANACORP S.A.	MIRACLE CITY CONSTRUCTIONS S.A. MICICONSA	AGRICAMPO S.A.	ECOBANEC CIA. LTDA.	EXPOVILLA S.A.	COHWIMA S.A	TOTAL
Asesoría externa de un profesional en leyes y reglamentos tributarios		X				X				X	X	X	X	X	X	X	X	X	11
Capacitaciones sobre actualización de reformas tributarias que se establezcan en el país		X		X		X	X		X		X		X			X	X		9
Tener cultura tributaria en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias	X	X	X		X	X			X		X					X	X		9
Elaboración cronogramas de obligaciones tributarias anuales		X	X					X				X		X				X	7
Cancelación de impuestos en el tiempo y fecha correspondientes para no caer en multas o moras tributarias.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	18
Conocer de los deberes formales de los contribuyentes.		X	X	X		X		X		X						X	X		9

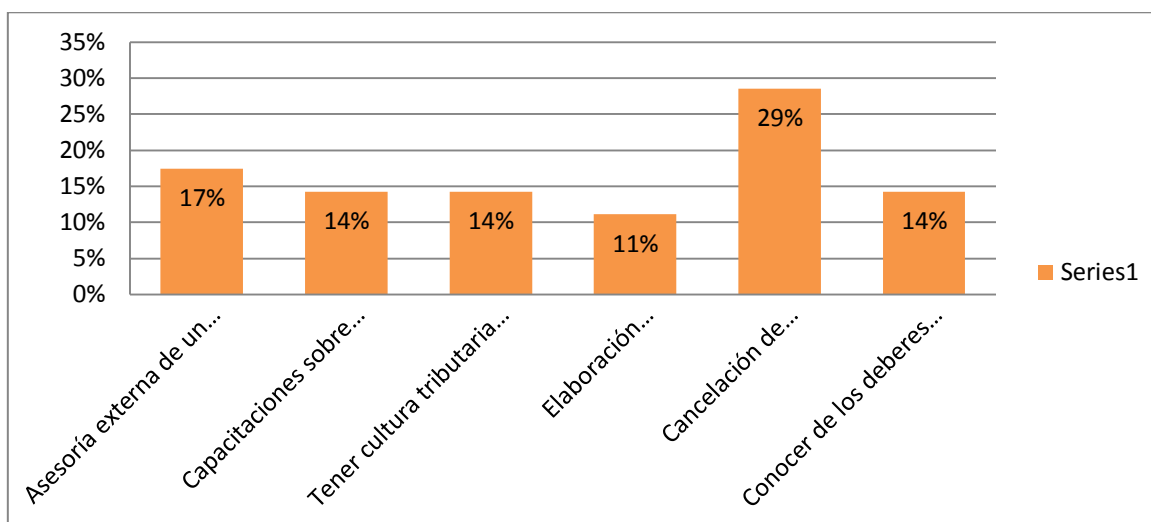
Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 15. Planes estratégicos aplicables en el área tributaria

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Asesoría externa de un profesional en leyes y reglamentos tributarios	11	17%
Capacitaciones sobre actualización de reformas tributarias que se establezcan en el país	9	14%
Tener cultura tributaria en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias	9	14%
Elaboración cronogramas de obligaciones tributarias anuales	7	11%
Cancelación de impuestos en el tiempo y fecha correspondientes para no caer en multas o moras tributarias.	18	29%
Conocer de los deberes formales de los contribuyentes.	9	14%
TOTAL	63	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 12. Planes estratégicos aplicables en el área tributaria



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

De acuerdo a los resultado en la área tributaria se tiene que los puntaje de las estrategias aplicadas son: el 29% Cancelación de impuestos en el tiempo y fecha correspondientes para no caer en multas o moras tributarias, el 17% Asesoría externa de un profesional en leyes y reglamentos tributarios, el 14% Capacitaciones sobre actualización de reformas tributarias que se establezcan en el país y Conocer de los deberes formales de los contribuyentes, Tener cultura tributaria en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias, el 11% Elaboración cronogramas de obligaciones tributarias anuales.

10.- ¿Cuáles son los inconvenientes más comunes que se suscitan en las áreas administrativa, contable y tributaria de una organización?

Área administrativa

ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS	EMPRESAS																		
	CODANA S.A.	VALDEZ	COHERVI S.A.	DEVIES CORP S.A.	ARCA CONTINENTAL S.A COCA COLA	COMERCIAL AGRO-FARM C LTDA	ORICORP S.A.	MUCALSA S.A.	ROXANA VILLACIS S.A. (ROXVILL)	FARGEN S.A.	INDUSTRIA ARROCERA PORTILLA S.A. PORTIARROZ	USEFUL S.A.	HUMANACORP S.A.	MIRACLE CITY CONSTRUCTIONS S.A. MICICONSA	AGRICAMPO S.A.	ECOBANEC CIA. LTDA.	EXPOVILLA S.A.	COHWIMA S.A	TOTAL
Poca difusión de valores corporativos, Misión y Visión, Políticas y Reglamentos Internos de la Organización a sus empleados.				X				X								X	X		4
Poca capacitación del personal.			X	X				X				X			X	X		X	7
Falta de Estructura Orgánica de la Empresa	X	X							X			X	X	X			X		7
Poco Seguimiento al cumplimiento del manual de funciones y procedimientos de los empleados.					X	X	X									X		X	5
Poco desarrollo de mecanismos de posicionamiento y captación de mercado.			X					X	X										3

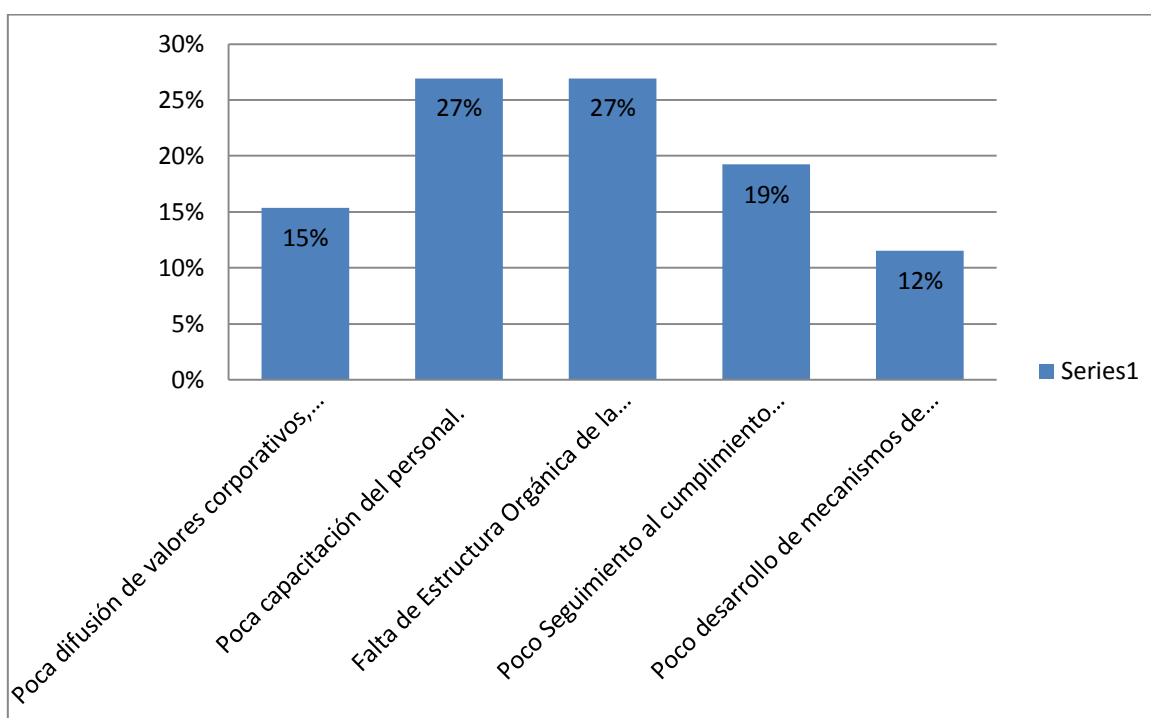
Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 16. Inconvenientes que se suscitan en el área administrativa

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Poca difusión de valores corporativos, Misión y Visión, Políticas y Reglamentos Internos de la Organización a sus empleados.	4	15%
Poca capacitación del personal.	7	27%
Falta de Estructura Orgánica de la Empresa	7	27%
Poco Seguimiento al cumplimiento del manual de funciones y procedimientos de los empleados.	5	19%
Poco desarrollo de mecanismos de posicionamiento y captación de mercado.	3	12%
TOTAL	26	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 13. Inconvenientes que se suscitan en el área administrativa



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Los resultados de la pregunta 10 en el área administrativa de acuerdo a los inconvenientes que se suscitan en dicha área se tiene con mayor puntaje a Poca capacitación del personal y Falta de Estructura Orgánica de la Empresa con el 27%y seguido de este puntaje se tiene el 19% Poco Seguimiento al cumplimiento del manual de funciones y procedimientos de los empleados el 15% Poca difusión de valores corporativos, Misión y Visión, Políticas y Reglamentos Internos de la Organización a sus empleados y el 12% Poco desarrollo de mecanismos de posicionamiento y captación de mercado.

Área contable

ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS	EMPRESAS																			
	CODANA S.A.	VALDEZ	COHERVI S.A.	DEVIES CORP S.A.	ARCA CONTINENTAL S.A COCA COLA	COMERCIAL AGRO-FARM C LTDA	ORICORP S.A.	MUCALSA S.A.	ROXANA VILLACIS S.A. (ROXVILL)	FARGEN S.A.	INDUSTRIA ARROCERA PORTILLA S.A. PORTIARROZ	USEFUL S.A.	HUMANACORP S.A.	MIRACLE CITY CONSTRUCTIONS S.A. MICICONSA	AGRICAMPO S.A.	ECOBANEC CIA. LTDA.	EXPOVILLA S.A.	COHWIMA S.A	TOTAL	
Sistema contable poco confiable (Errores en registros contables).																				0
Falta de emisión periódica de los estados financieros.			X				X			X			X			X				5
Personal poco capacitado responsable del área.	X	X		X				X				X			X	X		X		8
Poco seguimiento continuo de las transacciones comerciales de la empresa.					X	X	X			X		X	X	X	X	X		X		10
Poco análisis de los estados financieros en forma periódica para la toma de decisiones.				X										X		X	X			5

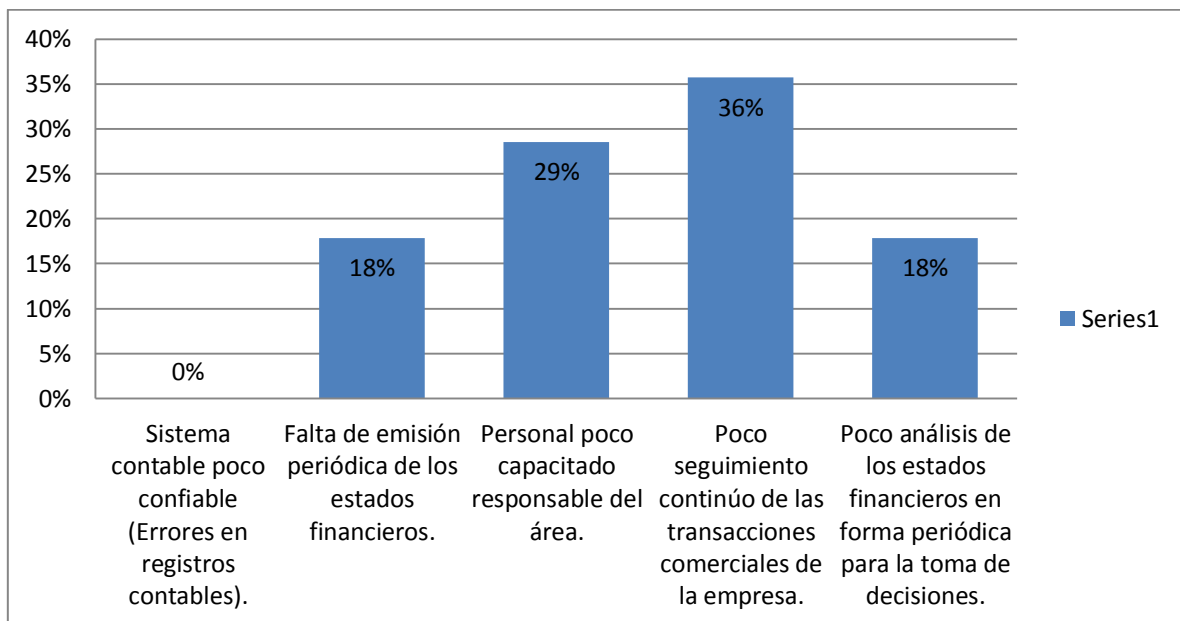
Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 17. Inconvenientes que se suscitan en el área contable

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Sistema contable poco confiable (Errores en registros contables).	0	0%
Falta de emisión periódica de los estados financieros.	5	18%
Personal poco capacitado responsable del área.	8	29%
Poco seguimiento continuo de las transacciones comerciales de la empresa.	10	36%
Poco análisis de los estados financieros en forma periódica para la toma de decisiones.	5	18%
TOTAL	28	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 14. Inconvenientes que se suscitan en el área contable



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

En el área contable los problemas más comunes según los resultados de la encuesta y ordenado de mayor a menor según el porcentaje de la tabulación se tiene: el 36% para el poco seguimiento continuo de las transacciones comerciales, el 29% personal poco capacitado responsable del área, 18% falta de emisión periódica de los estaos financieros y Poco análisis de los estados financieros en forma periódica para la toma de decisiones.

Área Tributaria

ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS	EMPRESAS																		
	CODANA S.A.	VALDEZ	COHERVI S.A.	DEVIES CORP S.A.	ARCA CONTINENTAL S.A COCA COLA	COMERCIAL AGRO-FARM C LTDA	ORICORP S.A.	MUCALSA S.A.	ROXANA VILLACIS S.A. (ROXVILL)	FARGEN S.A.	INDUSTRIA ARROCERA PORTILLA S.A. PORTIARROZ	USEFUL S.A.	HUMANACORP S.A.	MIRACLE CITY CONSTRUCTIONS S.A. MICICONSA	AGRICAMPO S.A.	ECOBANEC CIA. LTDA.	EXPOVILLA S.A.	COHWIMA S.A	TOTAL
Desconocimiento de nuevas normativas para su aplicación oportuna.				X	X	X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X	13
Declaraciones tardías de Impuestos.																X			1
Desinterés en ejercer cultura tributaria.	X	X							X	X		X	X	X		X			8
Falta de capacitación al personal encargado en el área tributaria.	X	X	X	X				X							X	X		X	8
Falta de liquidez para cumplir con las obligaciones tributarias.																			0

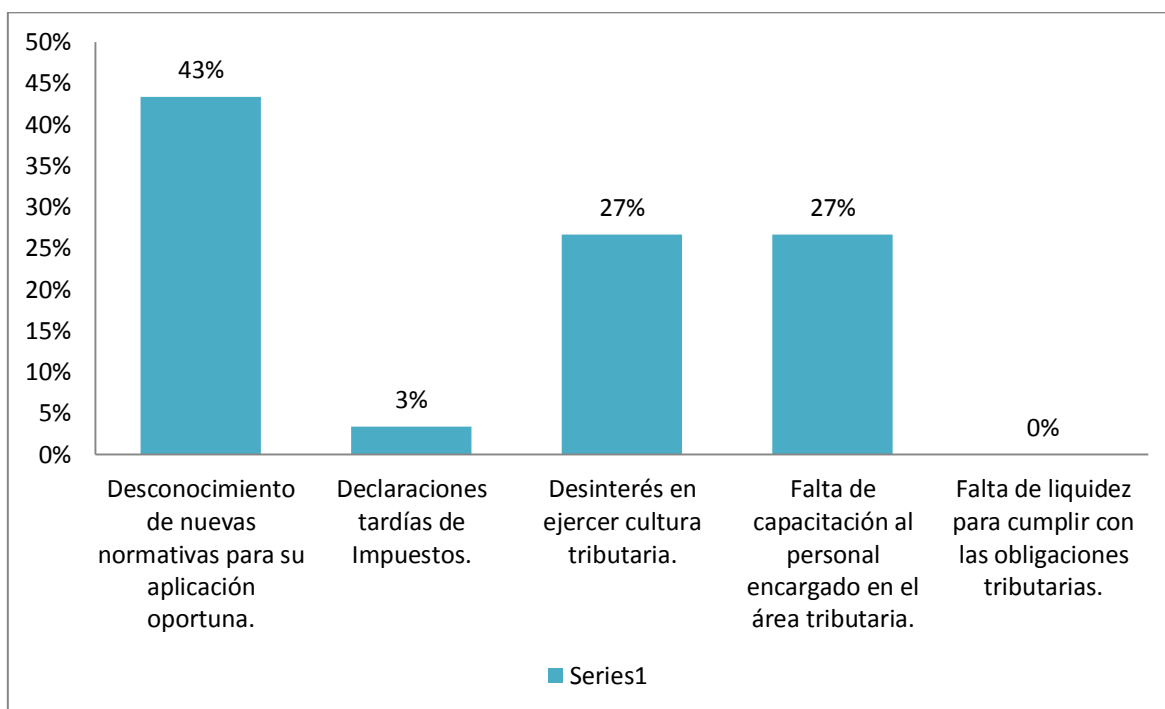
Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 18. Inconvenientes que se suscitan en el área tributaria

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Desconocimiento de nuevas normativas para su aplicación oportuna.	13	43%
Declaraciones tardías de Impuestos.	1	3%
Desinterés en ejercer cultura tributaria.	8	27%
Falta de capacitación al personal encargado en el área tributaria.	8	27%
Falta de liquidez para cumplir con las obligaciones tributarias.	0	0%
TOTAL	29	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 15. Inconvenientes que se suscitan en el área tributaria



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Los resultados con respecto al área tributaria son: el 43% para el Desconocimiento de nuevas normativas para su aplicación oportuna, el 3% para Declaraciones tardías de Impuestos, el 27% para Falta de capacitación al personal encargado en el área tributaria, el 27% para Desinterés en ejercer cultura tributaria, y por último el 0% para la Falta de liquidez para cumplir con las obligaciones tributarias.

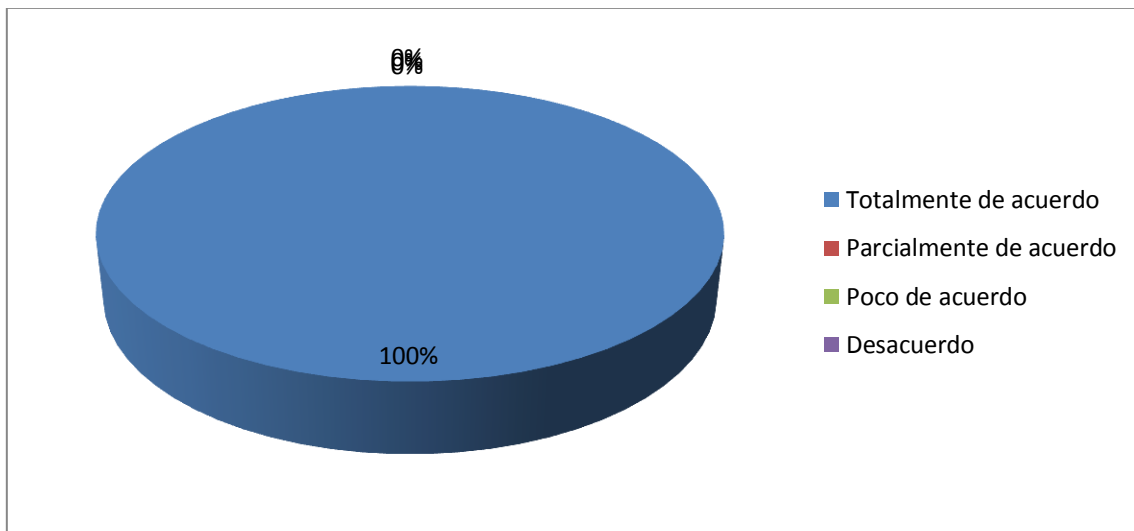
11.- ¿Está de acuerdo que la empresa capacite constantemente al personal que labora en ella?

Cuadro 19. Capacitación constante del personal

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	18	100%
Parcialmente de acuerdo	0	0%
Poco de acuerdo	0	0%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	18	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 16. Capacitación constante del personal



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

En la pregunta 11 hubo como resultado a la capacitación del personal con un porcentaje acertado por todos los entrevistados dando el 100% a que están totalmente de acuerdo que se debe capacitar al personal.

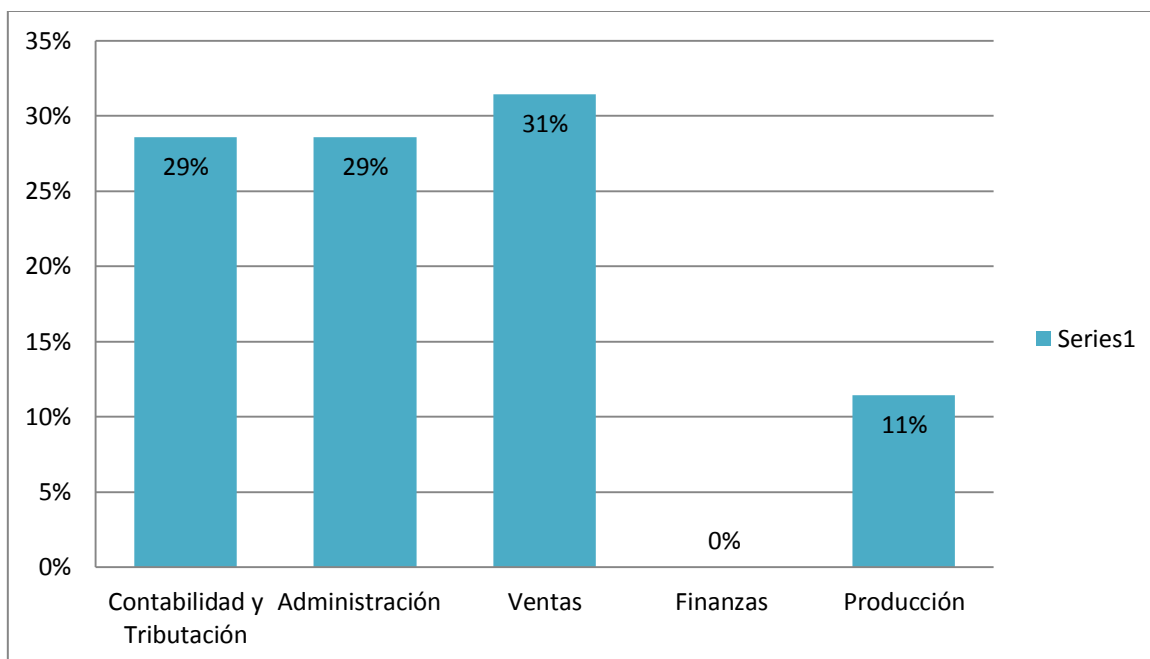
12.- ¿Cuáles son las áreas de trabajo donde se requiere mayor capacitación del personal?

Cuadro 20. Área con mayor capacitación del personal

ALTERNATIVAS	RESPUETAS	PORCENTAJE
Contabilidad y Tributación	10	29%
Administración	10	29%
Ventas	11	31%
Finanzas	0	0%
Producción	4	11%
TOTAL	35	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 17. Área con mayor capacitación del personal



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

De acuerdo a los resultados de la pregunta 12 se conoció en que área las empresas necesitan capacitar más a su personal y como respuestas se obtuvo los siguientes puntaje: el 31% en el área de ventas, el 29% está entre Administración, Contabilidad y Tributación, el 11% en producción lo que da como conclusión que cada empresa según la actividad que realizan tendrán como prioridad ciertas áreas en las cuales capacitaran con mayor frecuencia al personal que poseen.

4.3 RESULTADOS

Según las encuestas realizadas a los representantes de cada una de las grandes y medianas empresas se puede concluir que cada uno de los resultados arrojados en dichas preguntas dan a conocer que las organizaciones antes mencionadas si aplican o implementan estrategias administrativas, contables y tributarias pero no las adecuadas como para tener un optimo crecimiento en el mercado e ir disminuyendo esos problemas que se suscitan a diario en la parte administrativa por la forma empírica de administrar, en la parte contable por qué no se realizan los procedimientos adecuados en los estados financieros, en la parte tributaria no se tiene una cultura bien organizada en tributación con lo que es impuesto; los problemas que tienen estas empresas y se ven reflejados en los resultados es que poseen desconocimiento de las estrategias que le ayudaran a tener el beneficio que cada una desea según su actividad y el desconocer les da la inseguridad de poder aportar con el recurso monetario para la implementación y aplicación de los planes estratégicos que deberían ser desarrollados con un personal que tenga los debidos conocimientos para aportar con las estrategias que mejoren las actividades de las empresas.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 21. Verificación de hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>La aplicación de bases estratégicas incide en el desarrollo de la productividad y competitividad de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.</p>	<p>De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas que fueron realizadas a las grandes y medianas empresas se obtuvo respuesta a la hipótesis planteada en la investigación obteniendo la información que si incide la aplicación de bases estratégicas en el desarrollo productivo y competitivo de las empresas porque al momento de implementar ciertas estrategias les ha favorecido en el crecimiento y desarrollo productivo y competitivo de las empresas.</p> <p>Además, la pregunta utilizadas para la respuesta a esta hipótesis fue: 2.- ¿Considera Ud. que la aplicación de las bases estratégicas administrativas, contables y tributarias en la empresa le han permitido o permiten?</p> <p>Mejorar el desarrollo productivo y competitivo 15 que representa el 43%; Mejorar el ambiente laboral 6 que representa el 17%; Mantenerse en el mercado 12 que representa el 34% y Disminuir las pérdidas 2 que representa el 6% del total de las empresas encuestadas dando como resultado que la aplicación de bases estratégicas le permite mejorar el desarrollo productivo y competitivo de las empresas.</p>
<p>HIPÓTESIS PARTICULARES</p> <p>La asignación correcta de los recursos monetarios tiene mayor efectividad en la aplicación de planes estratégicos.</p>	<p>Si tiene mayor efectividad la asignación correcta de los recursos monetarios en la aplicación de planes estratégicos porque así se podrá dar solución y obtener mejores resultados si realizan la correcta asignación del dinero porque se necesita del recurso económico para poder implementar estrategias que den solución a los problemas suscitado en cada área de la organización</p> <p>Además, la pregunta utilizada para la respuesta a esta hipótesis fue: 4.- ¿Si pudiese relacionar la asignación actual de los recursos monetarios en la aplicación de planes estratégicos de su organización con su impacto económico, éste sería?</p> <p>Las empresas encuestadas la mayoría específico que el impacto que tendrían las empresas al asignar recursos monetarios para la aplicación de planes estratégicos sería totalmente eficiente dándole un porcentaje del 50% obteniendo la mayor puntuación con el resto de respuestas.</p>

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>La seguridad al invertir tiene como efecto la correcta aplicación de planes estratégicos en las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.</p>	<p>Las empresas concuerdan que no todos tienen seguridad al invertir en la implementación de planes estratégicos lo que les implica muchas veces tener errores por no invertir lo adecuado es este tipo de planes y así poder tener mejoras pero con la pregunta aplicada para esta hipótesis se puede concluir que estas empresas sí invierten pero no todas tienen esa seguridad.</p> <p>Además, la pregunta utilizada para la respuesta a esta hipótesis fue: 6. ¿Qué tipo de financiamiento cree usted que sería más factible para la inversión en la aplicación de planes estratégicos en su organización?</p> <p>Aporte de socios 3 que representa el 13%; Préstamo Bancario 4 que representa el 17% y la Reinversión de utilidades 16 que representa el 70% otorgándole ser la opción más importante en las empresas para la inversión al momento de aplicar un plan estratégico.</p>
<p>El conocimiento del correcto uso de planes estratégicos tienen como efecto la mejora de los procesos y aumento de la productividad en las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.</p>	<p>Si porque el personal que elabore este tipo de documentos que son los planes estratégicos debe poseer un alto nivel de conocimiento para poder dotar de estrategias a las empresas para que ellas puedan hacer uso y obtener un beneficio.</p> <p>Además, la pregunta utilizada para la respuesta a esta hipótesis fue: 8.- ¿Considera que el personal que forma los planes estratégicos de su empresa poseen un alto nivel de conocimiento?</p> <p>El resultado mayor fue de 17 a la opción de Totalmente de acuerdo que en porcentaje representa el 94% de acuerdo a todas las empresas encuestadas dando a conocer que están de acuerdo que el personal que forma los planes estratégicos tiene un alto nivel de conocimiento sobre el tema.</p>
<p>El crecimiento de las medianas y grandes empresas en la ciudad de Milagro se ve influenciado por la capacitación continua del personal.</p>	<p>Si se ve influenciado porque toda empresa debe capacitar a su personal para tener mejoras en su organización debido a que muchas personas desconocen de ciertas actividades que se pueden realizar en cada empresa a su vez para tener crecimiento tanto profesional como personal.</p> <p>Además, la pregunta utilizada para la respuesta a esta hipótesis fue: 11.- ¿Está de acuerdo que la empresa capacite constantemente al personal que labora en ella? 12.- ¿Cuáles son las áreas de trabajo donde se requiere mayor capacitación del personal?</p> <p>Pregunta 11: las empresas están totalmente de acuerdo en capacitar al personal con un puntaje de 18 que representa el 100% y en la pregunta 12 el área según las empresas donde se requiere mayor capacitación es el área de ventas con un porcentaje del 31%.</p>

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Modelo de Aplicación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias para el desarrollo de las medianas y grandes empresas del cantón milagro en el periodo 2014

5.2 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo económico y desempeño competitivo de todas las medianas y grandes empresas del cantón Milagro ha sido exponencial en estos últimos años, existen empresas que han logrado desarrollar una importante captación de mercado, logrando así mantenerse en este, y otras que desafortunadamente en su proceso de desarrollo se fueron quedando y desapareciendo totalmente.

Las Medianas y Grandes empresas legalmente constituidas en el Cantón de Milagro son empresas dedicadas a la producción, prestación de servicios y comercialización de bienes y productos dentro y fuera del Cantón, la mayoría de estas empresas cuentan con más de 10 años en el mercado, lo cual indica que han sobrevivido a todo tipo de problema económico y social, pero esto no indica que se encuentren del todo satisfactorias en lo que respecta a sus ingresos y utilidades, muchas de estas empresas se siguen manteniendo hoy en el mercado gracias al posicionamiento que lograron alcanzar por muchos años, esto no es garantía de que seguirán su permanencia en el, si no se desarrollan ventajas y estrategias competitivas que les permitan seguir manteniéndose en un mercado tan competitivo y globalizado como en el que se encuentra actualmente, por ello se plantea un diseño de bases estratégicas en las áreas: Administrativas, Contables y Tributarias para el desarrollo productivo de las Medianas y Grandes empresas del Cantón Milagro, el mismo que

contendrá detalladamente las bases estratégicas que pueden aplicar los directivos de las empresas, para disminuir el margen de errores en la ejecución de tareas dentro de la organización y alcanzar todas las metas y objetivos propuestos de la misma, obteniendo su permanencia en el mercado.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Estrategias

Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada. (Koontz., 1991)

Las estrategias son muy importantes para las empresas de hoy en día porque se vive momentos de grandes cambios, donde los avances tecnológicos y la manera de pensar de hoy en día a trascendido fronteras debido al mejor manejo que se tiene en la aplicación de las estrategias para mejorar cada uno de los procesos de las empresas según la actividad que realicen se tendrá los mejores cambios tanto productivos como competitivos en las organización para lograr mantenerse en el mercado.

Administración de empresas

La administración de empresas es una actividad destinada a organizar los recursos empresariales, humanos y materiales, en vistas a la consecución de sus objetivos. Para ello se elabora un plan estratégico en miras a la misión o fin a largo plazo que la organización se propone. (Reyes Ponce, 1978)

La administración de empresas se la puede definir como uno de los procesos más importantes dentro de una organización porque es la actividad importante que se debe ejecutar para poder mantener la estabilidad de la empresa utilizando los recursos de manera correcta para la efectividad de cada uno de los procesos de una manera sistemática y organizada, siendo dirigidos dichos procedimientos por los administradores que estos a su vez buscan obtener resultados favorables cumpliendo con los objetivos establecidos.

Contabilidad de las empresas.

Contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de una empresa. (HARGADON & MÚNERA CÁRDENAS, 1997)

La contabilidad en una empresa es un arte la cual ayuda a generar información financiera exacta utilizando los recursos necesario para dar a conocer la situación económica dentro de un periodo determinado a la empresa, la contabilidad de una empresa debe estar minuciosamente en revisión por una persona especializada que se encargue de analizar, clasificar, resumir, reportar y registrar de una forma sistemática y ordenada todas las transacciones, operaciones mercantiles u hechos económicos que se generan dentro de una organización, con el fin de generar información fundamental que requieren para tomar decisiones económicas-financieras en el ámbito de las actividades económicas de una entidad.

Tributación de las empresas

La parte tributaria en una empresa es importante debido a que cualquier organización debe estar sujeta a tributación eso dependerá de sus transacciones y actividades los cuales ayudaran a conocer los impuestos que estarán sujetas cada una de estas empresas, la importancia de este tema es que debido a la globalización que se tiene en el mundo las empresas han logrado que el tema tributario trascienda fronteras nacionales e internaciones.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general de la propuesta

Diseñar un modelo de Aplicación de Bases Estratégicas en las áreas: Administrativa, Contable y Tributaria, a través del desglose de las diversas necesidades de cada institución, direccionando responsables de la aplicación y funcionamiento de cada una de las bases estratégicas, para contribuir con el óptimo desarrollo de las Medianas y Grandes empresas del Cantón Milagro.

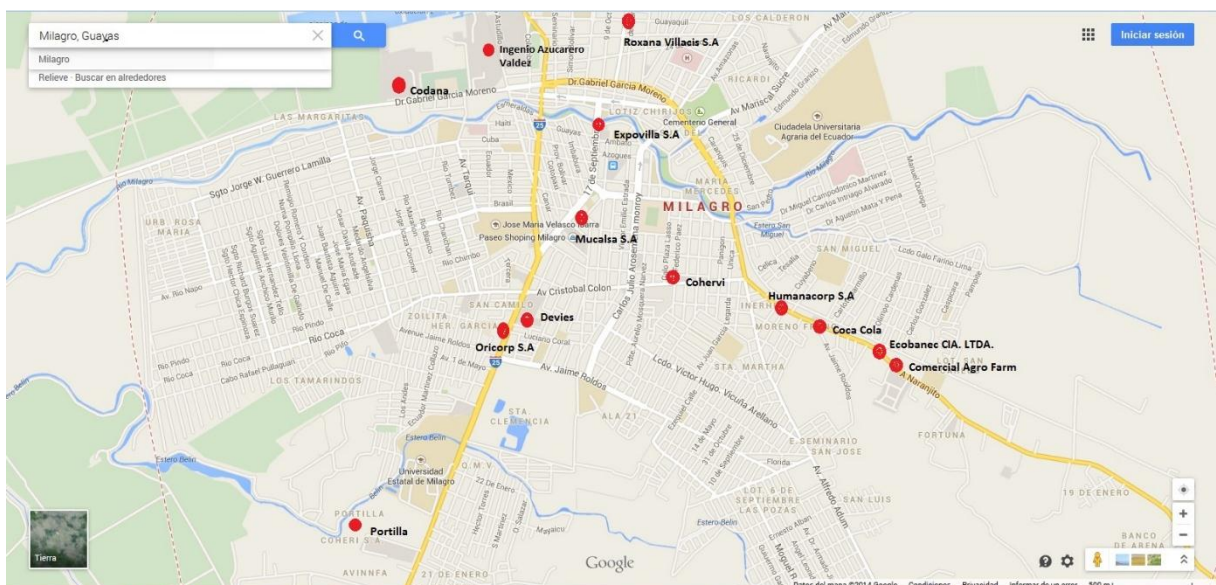
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta

- Definir las estrategias en base a una serie de actividades de aplicación, direccionadas a una meta específica.
- Direccionar responsables de operacionalización de las estrategias administrativas, contables y tributarias a cada departamento de la organización, segregando tareas mediante los manuales de funciones, considerando procedimientos y actividades por cada una de ellas.
- Desarrollar programas de capacitación y asesoramiento de la aplicación del manual de bases estratégicas a los dirigentes y administradores de las medianas y grandes empresas del cantón Milagro para disminuir el riesgo de errores de operacionalización de las mismas.
- Analizar y realizar métodos de medición de operacionalización a cada uno de los planes estratégicos establecidos, en base al cumplimiento de las metas y objetivos propuestos.

5.5 UBICACIÓN

Todas las Medianas y Grandes empresas que se ha tomado como referencia de investigación se encuentran ubicadas en el Cantón Milagro, perteneciente a la provincia del Guayas, a continuación la ubicación geográfica de algunas de ellas.

Figura 18. Ubicación geográfica de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro



5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La factibilidad del siguiente proyecto se mide mediante los siguientes estudios que se detallan a continuación:

Estudio Administrativo

La factibilidad administrativa se evidencia en la necesidad de mejorar la utilización de los recursos empleados en las empresa para un óptimo desarrollo de la misma, definiendo puntos esenciales que deben aplicarse y mantenerse dentro de una organización, aspectos que se lograrán a través del diseño e implementación de Bases Estratégicas en las áreas: Administrativa, Contable y Tributaria dentro de cada empresa.

Para este estudio reflejamos el análisis del FODA de todas las medianas y grandes empresas del cantón Milagro:

Cuadro 22. Foda de las medianas y grandes empresas

F <ul style="list-style-type: none">• Ubicación estratégica de las empresas dentro del Cantón Milagro• Contar con herramientas tecnológicas de punta• Innovación constante de los procesos en relación a las necesidades de cada organización.	O <ul style="list-style-type: none">• Posicionamiento en el mercado• Captación de nuevos clientes• Amplio mercado comercial• Bajo nivel de iniciativa de pequeños microempresarios para implementar una idea de negocio• Poca continuidad de las ideas de los microempresarios
D <ul style="list-style-type: none">• Falta de experiencia empresarial• Deficiencia en procedimientos administrativos y operativos• Bajo nivel de confiabilidad de los clientes y ex empleados de las organizaciones	A <ul style="list-style-type: none">• Bajo nivel de liquidez del mercado• Instalación empresas extranjeras• Nuevas leyes de regularización y control para las organizaciones

<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de una infraestructura (oficina) propia para algunas de las empresas • Dirigentes y administradores poco capacitados para dirigir una organización 	
--	--

Elaborado por: María Espinoza y José Rea

Estudio Financiero

Desde el punto de vista financiero clasificaremos a las empresas según su rentabilidad e ingresos anuales en: medianas y grandes empresas, y según su actividad económica

Variables de clasificación: Tamaño de empresa

Se define de acuerdo con el volumen de ventas anual (V) y el número de personas ocupadas (P)

Cuadro 23. Volumen de ventas anual y número de personas de las medianas y grandes empresas

Grande: V: \$ 5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
Mediana "B" V: \$ 2'000.001 a \$ 5'000.000. P: 100 a 199
Mediana "A" V: \$ 1'000.001 a \$ 2'000.000. P: 50 a 99

Fuente: INEC

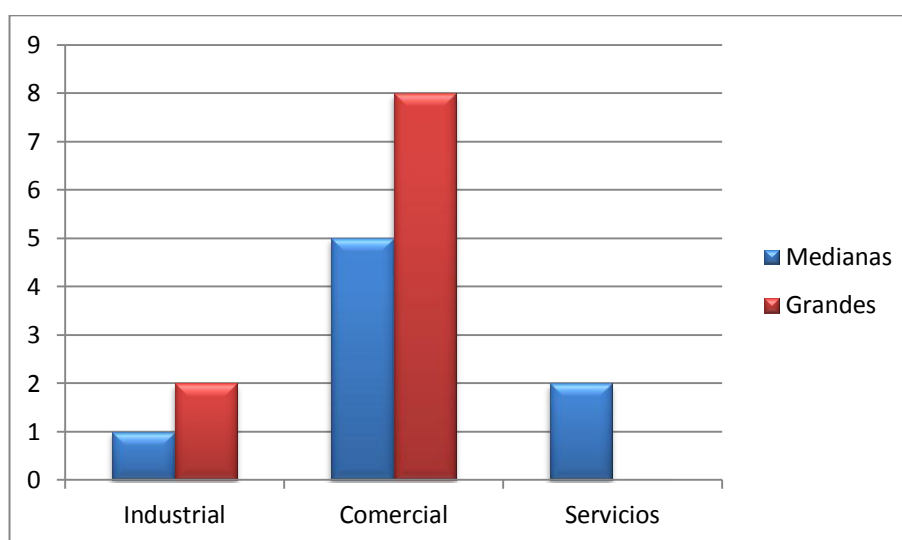
De acuerdo al total de empresas legalmente constituidas como medianas y grandes empresas del cantón Milagro, se detalla a continuación el porcentaje específico que corresponde a cada una de las clasificaciones de las medianas y grandes empresas de acuerdo a su tamaño y actividad.

Cuadro 24. Porcentaje de las medianas y grandes empresas según su actividad

Actividad	Tamaño				total	%
	Medianas	%	Grandes	%		
Industrial	1	13%	2	20%	3	17%
Comercial	5	63%	8	80%	13	72%
Servicios	2	25%	0	0%	2	11%
total	8	100%	10	100%	18	100%

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Figura 19. Distribución de las empresas del Cantón Milagro según su tamaño y actividad económica



Elaborado por: María Espinoza - José Rea

De acuerdo al análisis realizado sobre el cuadro y grafica anterior sobre el total de empresas legalmente constituidas en el cantón Milagro se observa a continuación que existen un total de 8 empresas medianas y 10 empresas grandes legalmente constituidas en el cantón Milagro.

Con respecto al tipo de actividad económica de cada una de estas empresas, éstas se encuentran divididas de la siguiente forma, para empresas industriales un total de tres empresas, esto corresponde al diecisiete por ciento del total de las empresas, para empresas comerciales un total de trece empresas, que corresponde al setenta y dos por ciento del total, y para empresas de servicios un total de dos, que

corresponde al once por ciento del total de las empresas legalmente constituidas como medianas y grandes empresas del cantón Milagro.

Estudio de Mercado

Todas las medianas y grandes empresas del cantón Milagro constituyen un importante sector tanto productivo como económico dentro del cantón.

Cuadro 25. Segmentación del mercado por actividad económica del cantón Milagro al año 2012

Actividad económica	No. De empresas
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	13
Industriales Manufactureras	12
Suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	2
Construcción	15
Comercio al por mayor y por menor	45
Transporte y almacenamiento	3
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	2
Información y comunicación	6
Actividades financieras y de seguros	1
Actividades inmobiliarias	8
Actividades profesionales científicas y técnicas	5
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	6
Enseñanza	2
Actividades de atención de la salud	5
Artes, entretenimiento y recreación	1
Total	126

Elaborado por: María Espinoza y José Rea

Como vemos en la tabla anterior se tabulo un total de 126 empresas legalmente constituidas en el cantón Milagro al año 2012, el tamaño de estas empresas son micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, actualmente, de acuerdo a datos que se obtuvo del censo económico que fue realizado por la CEPAL/CELADE la cual estableció 18 empresas legalmente constituidas dentro del cantón Milagro, las cuales son 18 entre medianas y grandes, se analiza que el cantón de Milagro posee un alto potencial económico dentro de la provincia del Guayas, que aportan considerablemente a la economía del mismo.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta requerirá cumplir con cada uno de los lineamientos o aspectos que se toparon en los objetivos específicos, los mismos que se desarrollan a continuación:

Cuadro 26. Objetivo 1

➤ Objetivo 1: Definir las estrategias en base a una serie de actividades de aplicación, direccionadas a una meta específicas	
No.	Procesos
1.-	Clasificar todas las medianas y grandes empresas según su actividad económica.
2.-	Organizar las bases estratégicas de acuerdo a la necesidad de cada entidad.
3.-	Desarrollar los modelos de bases estratégicas bajo tres perspectivas: comercial, industrial y de servicios.

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 27. Objetivo 2

➤ Objetivo 2: Direccionar responsables de operacionalización de las estrategias administrativas, contables y tributarias a cada departamento de la organización, segregando tareas mediante los manuales de funciones, considerando procesos por cada área, procedimientos y actividades.	
No.	Procesos
1.-	Conocimiento de los manuales de funciones y manuales de procedimientos

	existentes en cada una de las empresas.
2.-	De ser necesario cambios en los manuales de funciones de los departamentos involucrados
3.-	Control y evaluación del manual de funciones junto al manual de bases estratégicas.
4.-	Adaptación de los manuales de funciones de los empleados al nuevo manual de bases estratégicas

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 28. Objetivo 3

➤ Objetivo 3: Desarrollar programas de capacitación y asesoramiento de la aplicación del manual de bases estratégicas a los dirigentes y administradores de las medianas y grandes empresas del cantón Milagro para disminuir el riesgo de errores de operacionalización de las mismas.	
No.	Procesos
1.-	Coordinar con los administradores y dirigentes de las empresas los días de capacitación e inducción del manual de bases estratégicas.
2.-	Organización de materiales físicos: folletos, manuales para entregarlos a los dirigentes y jefes de cada área.
3.-	Definir los puntos específicos de operacionalización de cada una de las bases estratégicas
4.-	Implementación del manual de bases estratégicas en las empresas

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 29. Objetivo 4

➤ Objetivo 4: Analizar y realizar métodos de medición de operacionalización a cada uno de los planes estratégicos establecidos, en base al cumplimiento de las metas y objetivos propuestos.	
No.	Procesos
1.-	Definir claramente todas las metas y objetivos propuestos por la organización.

2.- Definir conceptualmente a los responsables de la aplicación de las bases estratégicas direccionadas a cada meta en específico.

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

5.7.1 Actividades

En este punto estableceremos las actividades que se desarrollaran en el diseño e implementación de un modelo de aplicación de bases estratégicas en las áreas: administrativas, contables y tributarias para las medianas y grandes empresas del cantón Milagro, con el fin de mejorar la optimización de sus recursos y alcanzar satisfactoriamente todas las metas y objetivos propuestos a nivel empresarial.

A continuación se detallan los siguientes pasos o etapas que se desarrollara dentro de cada una de las organizaciones para que las empresas puedan aplicar correctamente los planes estratégicos establecidos dentro del manual de aplicación de planes estratégicos desarrollado:

Cuadro 30. Etapas para la aplicación de planes estratégicos

Etapas	Actividad	Desarrollo
Etapa 1	Análisis de la situación de la empresa.	Conocer la realidad de la empresa
Etapa 2	Diagnóstico de la situación	Conocer el estado actual de la empresa
Etapa 3	Declaración de los objetivos estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> • Medibles • Reales • Cuantificables
Etapa 4	Plantear estrategias corporativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades externas, internas del mercado
Etapa 5	Planes que actúen conforme a los objetivos, políticas y orden de la empresa.	
Etapa 6	Seguimiento de control del progreso de las estrategias corporativas	

Etapas 7	Evaluación	Medir los resultados obtenidos y comprobar el cumplimiento de los objetivos planteados.
-----------------	------------	---

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Se analizará también los manuales y procedimientos establecidos en estas organizaciones a fin de que se acoplen al modelo de bases estratégicas establecido, todo esto conlleva a desarrollar capacitaciones a los dirigentes, administradores y cada responsable de los departamentos, donde se implementará el modelo de bases estratégicas.

A continuación se detalla el modelo de aplicación de bases estratégicas desarrollado para las medianas y grandes empresas del cantón Milagro.

Modelo de Aplicación de Bases Estratégicas: Administrativas, contables y tributarias

Introducción

El presente manual de aplicación de bases estratégicas, se encuentra dirigida a todas las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.

Presenta una guía práctica que ayuda a los administradores y gerentes de las empresas establecer y desarrollar las actividades que deben realizarse para alcanzar la meta establecida por cada estrategia planteada, lo cual permitirá alcanzar estos objetivos de manera eficiente y eficaz.

Este manual está diseñado para garantizar la sobrevivencia, expansión y mejor desarrollo de las medianas y grandes empresas.

Este manual de aplicación de bases estratégicas podrá estar sujeto a cambios de acuerdo a las necesidades que se presenten en el futuro conforme a todas las medianas y grandes empresas que así lo requieran.

Objetivo

Suministrar a los administradores y dirigentes de las empresas del Cantón Milagro la información necesaria de las actividades que deben realizar para la aplicación de cada una de las bases estratégicas garantizando el óptimo desarrollo de las mismas.

Alcance

El siguiente manual de aplicación de bases estratégicas debe ser aplicado por todos los responsables de cada uno de los departamentos de la organización bajo la dirección de los administradores o dirigentes de las mismas.

Cuadro 31. Estrategias aplicables en las medianas y grandes empresas

N°	Estrategias
1	Definición de valores corporativos, Misión y Visión de la Organización.
2	Definición de las metas y objetivos propuestos dentro de la organización, tanto generales, como específicos.
3	Definición de las políticas, Reglamento Interno de Trabajo, Manual de funciones, Manuales de procedimientos y Manuales de Procesos de la organización.
4	Delimitación de los niveles jerárquicos de la organización a través del organigrama administrativo.
5	Desarrollo del análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de la organización.
6	Desarrollar mecanismos de posicionamiento y captación de mercado.
7	Desarrollo de programas de capacitación y actualización permanente al talento humano.
8	Desarrollo de procesos de sistemas eficientes y rápidos con el uso de Sistemas Integrados Corporativos.
9	Establecer el Plan Operativo Anual, Presupuestos y Proyecciones de producción y ventas.

10	Formulación y mantenimiento de la cartera de clientes potenciales.
11	Adopción de normas y medidas para la protección y utilización racional de los recursos.
12	Desarrollo de mecanismos que les permitan a las organizaciones conocer las opiniones y/o sugerencias que tienen sus usuarios, clientes sobre la gestión desarrollada y el bien ofrecido.
13	Inversión de activos y capital inactivo
14	Realizar continuas campañas de capacitación en materia tributaria facilitando el control de todas sus transacciones.
15	Buenas relaciones personales con autoridades del ente público.
16	Establecer excelentes canales de comunicación interno entre los departamentos o áreas establecidas.
17	Mantener al talento humano satisfecho realizando de manera adecuada todas sus funciones.
18	Crear un perfil profesional para cada cargo de la Compañía, y en base a ello proceder con la selección del personal.
19	Delimitar claramente los niveles de autoridad y de responsabilidad de cada unidad técnica y administrativa.
20	Efectuar evaluaciones y encuestas al personal de la compañía para recopilar recomendaciones respecto a los controles y procedimientos actuales, los cuales serán analizados y mejorados de darse el caso.
21	Desarrollar y establecer manuales de funciones y procedimientos para cada uno de los cargos establecidos en la organización.
22	Realización de auditorías internas y externas en cada una de las áreas o departamentos de la organización.
23	Realización de registros contables y Estados Financieros de la Organización.
24	Desarrollo de responsabilidad humano social, con personas y grupos.
25	Llevar a cabo periódicamente la evaluación de opciones de financiación y determinar mensualmente el Costo de Capital Promedio Ponderado.

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Cuadro 32. Modelo de aplicación de bases estratégicas para Empresas Comerciales, Industriales y De Servicios

Modelo de bases estratégicas		
META GENERAL: Alcanzar los niveles de rentabilidad necesarios para obtener el máximo crecimiento económico para el desarrollo de la entidad.		
Estrategia 1: Definición de valores corporativos, Misión y Visión de la Organización.		
Meta propuesta: Encaminar a la organización hacia una cultura empresarial.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:		Gerencia
Tiempo Operacionalización	de	Una sola vez
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Identificar claramente la actividad económica de la organización	
2	Analizar completo de la historia y presente de la empresa	
3	Desarrollar una reunión para tratar este tema en particular	
4	Desarrollar una acta donde quede asentado por escrito y firmado lo tratado en la reunión.	
Estrategia 2: Definición de las metas y objetivos propuestos dentro de la organización, tanto generales, como específicos.		
Meta propuesta: Óptimo desarrollo competitivo de la organización en base al cumplimiento de las metas establecidas.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:		Gerencia
Tiempo Operacionalización	de	Mensual Trimestral

	semestral	
	Anual	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Identificar claramente la actividad económica de la organización	
	Analizar y describir la situación actual de la organización	
2	Identificar los recursos, activos y pasivos con que cuenta la organización	
3	Desarrollar una reunión para tratar este tema en particular	
4	Establecer el cronograma de metas y objetivos a cumplirse en un tiempo determinado	
5	Desarrollar una acta donde quede asentado por escrito y firmado lo tratado en la reunión.	
Estrategia 3: Definición de las políticas, Reglamento Interno de Trabajo, Manual de funciones, Manuales de procedimientos y Manuales de Procesos de la organización.		
Meta propuesta: Determinar una cultura organizacional.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:	Gerencia Departamento Administrativo Departamento de Recursos Humanos	
Tiempo de Operacionalización	Una solo vez, Cambios a los manuales: Cada vez que sea requerido	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Análisis de la situación de la empresa, conocer la realidad de la empresa.	
2	Desarrollar el reglamento Interno de Trabajo en base a las políticas ya establecidas anteriormente.	
3	Identificar las necesidades y falencias de cada puesto de trabajo	
	Desarrollar los manuales de funciones y procedimientos en base a las necesidades resaltadas en cada departamento de la organización.	

4	Distribución del reglamento interno, manuales de funciones y manuales de procedimientos a los trabajadores de la organización.	
5	Seguimiento al cumplimiento del manual de funciones y manual de procedimientos	
Estrategia 4: Delimitación de los niveles jerárquicos de la organización a través del organigrama administrativo		
Meta propuesta: Establecer claramente los niveles jerárquicos de la empresa.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:	Gerencia Departamento de Talento Humano Departamento Administrativo	
Tiempo de Operacionalización	Una sola vez Breves cambios cada vez que sea requerido, esto es cuando suceda la creación de una nueva área o departamento dentro de la organización	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Análisis de la situación de la empresa, conocer la realidad de la empresa.	
2	Separación de los diferentes departamentos de la empresa.	
3	Organizar al Talento Humano de acuerdo a sus capacidades y aptitudes en cada departamento	
4	Selección de los cargos de jefe o responsable de cada departamento.	
Estrategia 5: Desarrollo del análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de la organización.		
Meta propuesta: Conocer la situación real de la organización dentro del mercado y frente a potentes competidores.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	

Departamento(s) Responsables:		Departamento Administrativo
Tiempo de Operacionalización		Semestral Anual
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Identificar las Fortalezas de la Organización	
2	Identificar las Oportunidades con que cuenta la organización	
3	Identificar las debilidades de la empresa para con otras de su misma actividad económica	
4	Advertir las amenazas que se le pueden presentar a la organización en determinado tiempo y espacio.	
5	Realizar un análisis estratégico en base a los resultados del desarrollo del FODA de la Organización.	
Estrategia 6: Desarrollar mecanismos de posicionamiento y captación de mercado.		
Meta propuesta:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener y lograr la captación de nuevos clientes. ➤ Innovación de línea o producto, manteniendo un poder de posicionamiento en la mente del consumidor 		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:		Departamento de Marketing y Ventas Departamento de Producción
Tiempo de Operacionalización		Siempre
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Desarrollo de mejores canales de comunicación para el lanzamiento, venta y distribución de los productos o servicios	
2	Diversificación constante de productos y servicios, estableciendo periodos de innovación por línea o producto, no mayores a un año.	
3	Promover el desarrollo de nuevos proyectos de productos/servicios que	

	cubran nuevas necesidades dentro del mercado.	
4	Cobertura de necesidades no satisfechas hasta el momento con los servicios/productos existentes en el mercado	
5	Fomentar la competitividad de la organización en base al benchmarking y la productividad.	
6	Mediar convenios institucionales, donde se elabore y sean puestos en marcha programas de capacitación y desarrollo de actividades que permitan mejorar la productividad.	
7	Crear nuevos puntos estratégicos y la infraestructura necesaria que permitan ampliar el casco comercial de la ciudad y a la vez dinamizar estos sectores.	
Estrategia 7: Desarrollo de programas de capacitación y actualización permanente al talento humano.		
Meta propuesta: Crecimiento profesional del talento humano y de la empresa.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:	Departamento de Talento Humano	
Tiempo de Operacionalización	Siempre	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Inscripción en programas públicos o privados con seminarios de actualización empresarial	
2	Realizar cronogramas de capacitaciones en donde se incluyan todos los departamentos de la organización	
3	Organizar la agenda de todos los involucrados para poder asistir regularmente a las capacitaciones.	
Estrategia 8: Desarrollo de procesos de sistemas eficientes y rápidos con el uso de Sistemas Integrados Corporativos.		

Metas propuesta:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Optimización y eficiencia del tiempo empleado para realizar las actividades ➤ Información real y precisa en un periodo de tiempo determinado 		
Área	Administrativa	✓
	Contable	✓
	Tributaria	✓
Departamento(s)		Departamento de Sistemas
Responsables:		
Tiempo	de	Siempre
Operacionalización		
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Familiarizarse con la actividad económica, misión y visión, metas y objetivos de la organización	
2	Identificar las necesidades de cada departamento	
3	Desarrollo de un sistema de datos corporativo adecuado para ejecutar los planes correspondiente a cada área o departamento.	
Estrategia 9: Establecer el Plan Operativo Anual, Presupuestos y Proyecciones de producción y ventas.		
Metas propuesta:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alcanzar las metas proyectadas en un periodo de tiempo. ➤ Análisis del rendimiento de la empresa 		
Área	Administrativa	✓
	Contable	✓
	Tributaria	✓
Departamento(s)		Departamento Administrativo
Responsables:		Departamento Contable y Financiero
		Departamento Tributario
Tiempo	de	Mensual
Operacionalización		
Trimestral		
Semestral		
Anual		

No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Desarrollo de esquemas de presupuestación y control presupuestario de las operaciones	
2	Desarrollo de reportes del producto terminado, despachado, vendido y cobrado mes por mes en caso de empresas Industriales.	
3	Desarrollo de reportes del servicio ofreció y cobrado mes por mes en caso de empresas de servicios.	
4	Desarrollo de reportes del producto comprado y vendido mes por mes en caso de empresas comerciales.	
Estrategia 10: Formulación y mantenimiento de la cartera de clientes potenciales		
Meta propuesta: Mantener y aumentar los clientes de la organización.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:	Gerencia Departamento de Ventas Departamento de Crédito y Cobranza	
Tiempo de Operacionalización	Semanal Mensual Trimestral	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Identificar de cuantos clientes dependen los ingresos de la empresa, especificando si existe dependencia de dos o tres clientes.	
2	Realizar periódicamente reuniones de cartera con los departamentos involucrados	
3	Analizar y evaluar el crédito otorgado a los clientes.	
4	Analizar y evaluar alternativas de cobro para clientes morosos	
5	Dar seguimiento periódicamente a todos los clientes de la organización	
Estrategia 11: Adopción de normas y medidas para la protección y utilización racional de los recursos.		

Meta propuesta: Optimizar el uso de recursos de manera eficiente reduciendo costos innecesarios en la organización.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	✓
	Tributaria	✓
Departamento(s) Responsables:		Todos los departamentos
Tiempo de Operacionalización		Siempre
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Empleo de modelos de costos predeterminado para cada departamento.	
2	Realizar auditorías de control de recursos materiales dentro de cada departamento.	
3	Realizar seguimiento y estricto control y cuidado a los bienes y recursos que forman parte de la organización.	
Estrategia 12: Desarrollo de mecanismos que les permitan a las organizaciones conocer las opiniones y/o sugerencias que tienen sus usuarios, clientes sobre la gestión desarrollada y el bien ofrecido.		
Metas propuestas:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel de satisfacción y de lealtad de los clientes. ➤ Instaurar una cultura organizacional, cimentada en la calidad del bien 		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:		Departamento Administrativo
Tiempo de Operacionalización		Mensual Trimestral Cada vez que se requiera

No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Desarrollar una base de preguntas a utilizarse para la encuesta	
2	Analizar los resultados y de ser necesario aplicar los cambios correspondientes de acuerdo a los resultados de la encuesta	
Estrategia 13: Inversión de activos y capital inactivo		
Meta propuesta: Expansión económica, obtención de mayores beneficios y utilidades, crecimiento de la organización.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	✓
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:	Gerencia Departamento Administrativo Departamento Contable y Financiero	
Tiempo de Operacionalización	Semestral Anual	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Identificar todos los activos y pasivos con que cuenta actualmente la organización	
2	Determinar específicamente todos los bienes o recursos inactivos con que cuenta la empresa, que al contrario de generar ingresos contribuya a gastos dentro de la organización.	
3	Desarrollo de mecanismos de diversificación de las inversiones	
4	Valoración societaria entre cada uno de los dueños de la empresa.	
Estrategia 14: Realizar continuas campañas de capacitación en materia tributaria facilitando el control de todas sus transacciones		
Meta propuesta: No caer en multas o moras tributarias con los entes reguladores de impuestos y a la vez contribuyendo con la recaudación tributaria.		
Área	Administrativa	
	Contable	
	Tributaria	✓

Departamento(s)	Departamento de Contabilidad	
Responsables:	Departamento de Tributación	
Tiempo de Operacionalización	Mensual Trimestral Semestral Anual	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Elaboración cronogramas de obligaciones tributarias.	
2	Cancelación de impuestos en el tiempo y fecha correspondientes.	
3	Asesoría externa de un profesional en leyes y reglamentos tributarios	
4	Capacitaciones sobre actualización de reformas tributarias que se establezcan en el país	
5	Cambios en la legislación tributaria de la empresa	
6	Evaluación de las posibilidades de retorno tributario	
Estrategia 15: Buenas relaciones personales con autoridades del ente público		
Meta propuesta: Posesionar a la empresa como entidad de cultura organizacional y prestigio intachable dentro del sector social y organismos públicos.		
Área	Administrativa	
	Contable	
	Tributaria	✓
Departamento(s)	Gerencia	
Responsables:	Departamento Tributario	
Tiempo de Operacionalización	Siempre	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Mantenerse al día con los pagos y deudas relacionadas directamente con organizaciones del sector publico	
2	Participar en programas de inclusión social con la población	
3	Brindar ayuda de todo tipo cuando sea requerido por algún organismo del sector público.	

Estrategia 16: Establecer excelentes canales de comunicación interno entre los departamentos o áreas establecidas		
Meta propuesta: Mantener un buen clima laboral dentro de la organización		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:		Todos los departamentos
Tiempo de Operacionalización		Siempre
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Delimitar exactamente las áreas o departamentos de cada organización	
2	Establecer todos los medios de comunicación con que cuenta cada organización	
Estrategia 17: Mantener al talento humano satisfecho realizando de manera adecuada todas sus funciones		
Metas propuestas:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejorar el clima laboral, reduciendo las renunciadas indeseadas. ➤ Disminución de rotación del personal de la organización. 		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:		Gerencia Departamento Administrativo Departamento de Talento Humano
Tiempo de Operacionalización		Siempre
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Desarrollo de programas de inducción al trabajo y los lineamientos de la empresa al personal que se integre por primera vez a la organización	
2	Gestionar mejoras de los niveles salariales de la empresa	

3	Implementar programas para mejoramiento de clima laboral
4	Implementar modernos y funcionales equipos de trabajo para el personal que labora en la empresa.
5	Trabajo en equipo
6	Elegir al recurso de Talento Humano en base a una serie de pruebas de aptitud de conocimientos y desempeño para el puesto.

Estrategia 18: Crear un perfil profesional para cada cargo de la Compañía, y en base a ello proceder con la selección del personal.

Meta propuesta: Elegir al recurso de Talento Humano en base a una serie de pruebas de aptitud de conocimientos y desempeño para el puesto.

Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s)	Departamento Administrativo	
Responsables:	Departamento de Talento Humano	
Tiempo de Operacionalización	Una sola vez	

No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización
1	Delimitar la persona responsable de cada departamento
2	Realizar un análisis sobre las necesidades específicas necesarias para cada departamento
3	Proceder a formar el perfil de cada recurso humano acorde a las necesidades de cada departamento.

Estrategia 19: Delimitar claramente los niveles de autoridad y de responsabilidad de cada unidad técnica y administrativa.

Meta propuesta: Cumplir con las metas establecidas de acuerdo a la responsabilidad y cumplimiento del dirigente de cada departamento.

Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	

Departamento(s)		Gerencia
Responsables:		
Tiempo de Operacionalización		Una sola vez
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Establecer todas las áreas de cada departamento.	
2	Definir a los responsables y subalternos de cada departamento	
3	Definir las acciones de responsabilidad de cada jefe	
4	Dar seguimiento al cumplimiento de las actividades de cada jefe y a su vez que esté de seguimiento al cumplimiento de las actividades de sus subalternos.	
Estrategia 20: Efectuar evaluaciones y encuestas al personal de la compañía para recopilar recomendaciones respecto a los controles y procedimientos actuales, los cuales serán analizados y mejorados de darse el caso		
Meta propuesta: Conocer la opinión de los empleados de la compañía sobre el ambiente organizacional desarrollado en la misma.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s)		Departamento Administrativo
Responsables:		Departamento de Talento Humano
Tiempo de Operacionalización		Semestral Anual Cada vez que se requiera
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Desarrollar una base de preguntas a encuestar	
2	Analizar los resultados de los empleados conforme a los controles y procedimientos existentes, y de darse el caso mejorarlos.	
3	Realizar este tipo de procedimientos constantemente.	
Estrategia 21: Desarrollar y establecer manuales de funciones y procedimientos		

para cada uno de los cargos establecidos en la organización		
Meta propuesta: Establecer claramente las actividades que debe realizar cada integrante de la organización.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:		
Tiempo de Operacionalización	de	Siempre
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Simplificación y actualización de responsabilidades y procedimientos.	
2	Delimitar necesariamente todas las necesidades de cada departamento	
Estrategia 22: Realización de auditorías internas y externas en cada una de las áreas o departamentos de la organización		
Meta propuesta: Disminuir el margen de errores de operacionalización de las tareas y funciones dentro de la organización.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	✓
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:		Departamento de auditoria
Tiempo de Operacionalización	de	Mensual Trimestral Semestral Anual Cada vez que se requiera
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Desarrollo de evaluaciones de control interno en cada departamento	
2	Seguimiento continuo de las transacciones comerciales de la empresa.	
3	Análisis de los estados financieros	

4	Análisis de las razones financieras	
Estrategia 23: Realización de registros contables y Estados Financieros de la Organización.		
Metas propuestas:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudio de la situación económica de la empresa ➤ Datos reales de la situación económica de la empresa 		
Área	Administrativa	
	Contable	✓
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:	Departamento de Contabilidad	
Tiempo de Operacionalización	Mensual Trimestral Semestral Anual	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Seguimiento de las transacciones comerciales de la empresa.	
2	Registro de cada transacción económica y comercial de la organización.	
Estrategia 24: Desarrollo de responsabilidad humano social, con personas y grupos.		
Meta propuesta: Hacer deseable la empresa y sus direcciones, para así obtener y asegurar su desarrollo sostenido a largo plazo.		
Área	Administrativa	✓
	Contable	
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:	Gerencia Departamento Administrativo	
Tiempo de Operacionalización	Siempre	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	

1	Incrementar y potenciar la capacidad productiva para satisfacer la demanda y contribuir con el desarrollo rural e inclusión social	
2	Contribuir con sus diversas necesidades y desarrollo social	
3	Participar en actividades y desarrollos sociales apoyando en proyectos de inclusión social	
Estrategia 25: Llevar a cabo periódicamente la evaluación de opciones de financiación y determinar mensualmente el Costo de Capital Promedio Ponderado.		
Meta propuesta: Disminuir el riesgo financiero		
Área	Administrativa	✓
	Contable	✓
	Tributaria	
Departamento(s) Responsables:	Departamento Administrativo Departamento Financiero Departamento Contable	
Tiempo de Operacionalización	Semestral Anual Cuando sea requerido	
No.	Actividades establecidas en el tiempo de operacionalización	
1	Llevar a cabo semestral y/o anualmente un análisis de las razones financieras para de esta manera medir la economía de la empresa.	
2	Analizar los estados financieros mensualmente.	

Elaborado por: María Espinoza y José Rea

Desarrollaremos un cronograma de capacitación para socializar la correcta aplicación y funcionalidad del manual de bases estratégicas a todas las medianas y grandes empresas del cantón, permitiéndonos asegurar de que los dirigentes y administradores lo apliquen de manera correcta dentro de todos sus departamentos y así alcanzar todas las metas y objetivos ahí establecidos.

Cuadro 33. Cronograma de asistencia para socialización del manual en cada una de las grandes y medianas empresas del cantón

No.	Empresa:	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
1	Codana S. A								
2	Valdez S. A								
3	Cohervi S. A								
4	Devies Corp S. A								
5	Coca Cola S. A								
6	Comercial AgroFarm Cía. Ltda.								
7	Oricorp S. A								
8	Mucalsa S. A								
9	Roxana Villacis S. A								
10	Fargen S. A								
11	Industria Arrocería Portilla								
12	Useful S. A								
13	Humanacorp S. A								
14	Miracle City Constructions								
15	Agricampo S. A								
16	Expovilla S. A								
17	Cowhima S. A								
18	Ecobanec Cía. Ltda.								

Elaborado por: María Espinoza y José Rea

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Los recursos requeridos para el diseño e implementación del modelo de aplicación de bases estratégicas para las medianas y grandes empresas del cantón Milagro son los siguientes:

Recurso Humano: Para la realización de este punto se plantea la organización de capacitaciones a los dirigentes y administradores de las empresas

Recurso Tecnológico: se requerirá de la utilización de recursos materiales necesarios como un computador.

Recurso Financiero: La implementación de un modelo de aplicación de bases estratégicas requerirá en gastos de adquisición y reproducción de dicho modelo, el recurso financiero no representa mayor porcentaje de gasto, ya que se cuenta con los principales recursos que son el humano y el tecnológico.

Cuadro 34. Recursos a utilizarse en la Propuesta

RUBROS	UNIDADES	COSTOS UNITARIOS	COSTOS TOTALES
Diseño del modelo de aplicación de bases estratégicas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Impresión de manuales	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Copias de las impresiones de los manuales	135	\$ 0,03	\$ 4,05
Socialización del manual a los dirigentes y administradores de las empresas	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Inducción a los responsables de cada área sobre el uso del manual.	9	\$ 20,00	\$ 180,00
TOTAL		\$ 143,03	\$ 307,05

Elaborado por: María Espinoza - José Rea

Análisis Financiero

Al aplicar un eficiente modelo de aplicación de bases estratégicas en las áreas: administrativas, contables y tributarias de las medianas y grandes empresas del cantón Milagro, estas disminuirán notablemente sus pérdidas y reducirán gastos innecesarios existentes dentro de cada organización, optimizando notablemente el uso de recursos, que traducido en términos monetarios significa notablemente la subida de ingresos y utilidades en las compañías.

5.7.3 Impacto

Diseñar un modelo de aplicación de bases estratégicas en las áreas: administrativas, contables y tributarias para todas las medianas y grandes empresas del cantón Milagro, proporcionará a las empresas y habitantes del Cantón los siguientes beneficios:

- El impacto o beneficio social que se generara a todas estas empresas es la oportunidad de crecimiento y expansión dentro del mercado local, nacional e internacional, otro beneficio es que a través de esto, las empresas permitirán desarrollar nuevas fuentes de trabajo para un importante grupo de la sociedad.
- Desde el aspecto económico el beneficio de este será el alto nivel de rendimiento, ingresos y utilidades que generarían todas estas medianas y grandes empresas, donde los beneficiados serian los dueños e inversionistas de cada entidad.

5.7.4 Cronograma

#	ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACIÓN																		
		SEMANAS																		
		MAYO			JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Establecimiento de la propuesta	■																		
2	Análisis y revisión de modelos de aplicación de bases estratégicas en las medianas y grandes empresas		■	■	■															
3	Presentación de la propuesta				■															
4	Fundamentación de la propuesta				■															
5	Justificación de la propuesta					■														
6	Objetivos de la propuesta					■														
7	Organización de las medianas y grandes empresas por actividad económica.						■													
8	Definición de las bases estratégicas						■	■	■	■										
9	Fijación de las metas y objetivos propuestos por cada institución.							■	■	■										
10	Determinación de responsables de operacionalización de las bases estratégicas								■	■	■									
11	Proyección económica-financiera											■								
12	Impacto económico financiero												■							

1.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

La propuesta de un modelo de aplicación de bases estratégicas para medianas y grandes empresas desarrollado a mejorar la calidad de gestión y administración de las mismas, podrá ser evaluada en cuanto a su correcta aplicación y funcionamiento, en base a los siguientes indicadores:

- Contribuir al mejoramiento de la productividad organizacional, a través de la aplicación del modelo de bases estratégicas logrando cumplir con las expectativas de todos los administradores y gerentes de las empresas.
- Con la aplicación de bases estratégicas se lograra la permanencia de todas estas empresas dentro del mercado competitivo
- Expansión comercial dentro del mismo mercado nacional y mercados internacionales
- Proyectando mejores utilidades e ingresos de las empresas al reducir costos y desarrollos innecesarios de operacionalización contando con este modelo de aplicación de bases estratégicas en las áreas: administrativa, contable y tributaria, logrando alcanzar el nivel de satisfacción de sus gerentes al cumplir todas sus metas y objetivos propuestos.

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo establecido en la investigación, después de haber realizado el correcto análisis y redactado el proyecto se concluye que los administradores o gerentes de cada una de las empresas tienen ciertos inconvenientes al momento de llevar en orden una empresa por lo tanto se puede conocer mediante esta investigación que las medianas y grandes empresas carecen de un correcto análisis para la formación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias haciendo que estas a su vez tengan problemas para obtener un adecuado crecimiento y desarrollo.

De acuerdo con la aplicación de esta investigación se da a conocer la inexistencia de un modelo base de aplicación de planes estratégicos que garantice irremediablemente a corto o largo plazo llevar a las entidades a la quiebra, por la incorrecta administración de sus gerentes o administradores.

Según los resultados en este proyecto se pudo obtener una visión efectiva acerca de la aplicación de bases estratégicas dentro de todas estas medianas y grandes empresas, tomando en consideración que un alto porcentaje de las empresas encuestadas, manifestaron que si desarrollan la aplicación de bases estratégicas en su organización, pero no existe ningún manual de estas bases estratégicas que los guie al correcto funcionamiento de las mismas, en donde se detalle y verifique el cumplimiento de estas en base a metas y tiempo de operacionalización establecidos para cada una de ellas, con todo lo observado se puede dar un análisis para la formación de bases estratégicas las cuales ayudará al desarrollo de cada una de las empresas mencionadas en la investigación.

RECOMENDACIONES

Con los resultados obtenidos en el análisis efectuado a las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro es necesario dar a conocer la importancia que tienen las estrategias en una organización por que estas ayudan a mejorar cada uno de los procesos dentro de la empresa y a obtener óptimos resultados por lo tanto se debe dar a conocer a cada uno de los gerentes y administradores que las estrategias que tienen las empresas como base les ayuda a no perder posición en el mercado.

A cada una de las empresas se recomienda dar un correcto análisis de las bases estratégicas que poseen, para que después se comprometan a conocer cuáles son las estrategias que les faltan a su empresa y de esta manera realizar la aplicación de bases estratégicas que ayuden a mejorar el manejo de las mismas.

Es necesario darles a conocer que el manual de bases estratégicas facilitado en esta investigación mejorará el manejo de todos los departamentos existentes en la organización, garantizando así el correcto y adecuado funcionamiento, y a su vez óptimos resultados en la parte financiera y administrativa de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Alfaro Bertrán, F. (1999). *Diagnósticos de productividad por multimomentos*. Barcelona, España: Marcombo.

Anaya Tejero, J. J. (2008). *Almacenes: Análisis, diseño y organización*. Pozuelo de Alarcon : ESIC.

Ander Egg, E. (2000). *Metodología y práctica de desarrollo de la comunidad. El método del desarrollo de la comunidad*. Buenos Aires: Lumen.

Antón Antón, V. E. (2006). *Eumed.net*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/458/Definicion%20e%20Importancia%20del%20Plan%20Estrategico%20de%20Desarrollo.htm>

Arbones Malisani, E. A. (1989). *Ingeniería Económica*. Barcelona: Marcombo.

Arias G., F. (2012). *Emirarismendi - planificación de proyectos*.

Arias. (2006). *Lineamientos estratégicos de liderazgo transformacional basado en las competencias gerenciales dirigido a los voceros y voceras del consejo comunal nuestro futuro uno del barrio bella vista de Cagua*.

Ayala Sánchez, A. (1982). *Desarrollo regional: primera aproximación al caso Guanajuato*. Guanajuato, Mexico.

Bacon, F. (1626).

Berenson , M., & Levine, D. (1996). *Estadística Básica en administración: conceptos y aplicaciones*. Madrid: Person Educacion .

Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico.

Blacutt Mendoza, M. (1997). *El desarrollo local complementario*. New York: Business Estudios.

BRAVO VALDIVIESO, M. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL* (10ma EDICIÓN ed.). QUITO, ECUADOR: ESCOBAR IMPRESIONES.

Carreto, J. (2009). *Planeación Estratégica*. Bombeli: Powered By Blogger .

Castillo Bautista, R., & Juárez Anguino, A. (2008). *Eumed.net*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/431/ANALISIS%20ORGANIZACIONAL%20Y%20DE%20IMAGEN%20DE%20ASOCIACIONES%20NO%20LUCRATIVAS%20bibliografia.htm>

Corominas Subías, A. (1988). *Planificación y rentabilidad de proyectos industriales*. Barcelona: Marcombo.

De la Helguera, A. (Mayo de 2006). *Eumed.net*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/ah-circ/1n.htm>

Di Renzo, J., & Casanovas, F. (2008). *Estadísticas para las Ciencias Agropecuarias/ Statistics for Agricultural Sciences*. Almeria, España: Brujas.

DÍAZ, H. (2001). *CONTABILIDAD GENERAL* (1ra EDICIÓN ed.). PEARSON EDUCATION.

Flacsoandes. (Abril de 2012). *Flacsoandes*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de www.flacsoandes.org/biblio/catalog/resGet.php?resId=52085

Gil Estallo, M., & Giner de la Fuente, F. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Pozuelo de Alarcon, Madrid: ESIC.

Guerra, P. (Diciembre de 2013). *EUMED.NET*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://www.eumed.net/rev/oidles/15/empresa-solidaria.pdf>

HARGADON , B., & MÚNERA CÁRDENAS, A. (1997). *PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD* (4ta EDICIÓN ed.). Norma.

Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.

Horacio, L. (1976). *Ley General de Asentamientos Humanos*.

INEC. (2007). *INEC*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de www.inec.gov.ec

JARAMILLO, J. (1992). *"Dirección Estratégica"*. Mc Graw-Hill de Management.: Mexico.

Konstantino, V. (1980). *Metodología de la Investigación*.

Koontz., H. (1991). *Estrategia, planificación y control (1991)*.

Kotler. (1990). *Planificación Estratégica*. Chicago.

Martínez, P., & Gutiérrez, M. (7 de Enero de 2013). *Wordpress*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>

MELINKOFF, V. R. (1990). *Los Procesos Administrativos*. Caracas: Panapo C. A.

Mintzberg, H. (1998). *El arte de moldear la estrategia*. La Habana, Cuba: CCED.

Monllor Domínguez, J. (1994). *Economía, legislación y administración de empresas*. Murcia: Editum.

Reyes Ponce, A. (1978). *Administración de empresas: teoría y práctica*. Barcelona: Limusa.

Reyes, A. (2002). *Administración de empresas/ Business Administration*. Barcelona : Limusa.

Richardson, B., & Richardson, R. (2012). *Estrategia Clásica*. España.

RINCÓN SOTO, C. A., LASSO MARMOLEJO, G., & PARRADO BOLAÑOS, Á. (2012). *Contabilidad SIGLO XXI (2da EDICIÓN ed.)*. Bogotá, COLOMBIA: ECOE.

Rodríguez Valencia, J. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Mexico: Cengage Learning.

Rodríguez Valencia, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Mexico: Cengage Learning Editores.

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (1992). *Economía*. Mexico: McGraw-Hill.

Soto, B. (2013). *Gestión Org.* Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://www.gestion.org/economia-empresa/creacion-de-empresas/3985/la-clasificacion-de-las-empresas/>

Stuart Mill, J. (2005). Crédito . En D. Valdez Ibarra, *El Buen Uso del Dinero* (pág. 163). Mexico: Limusa.

Superintendencia de Compañía . (20 de Mayo de 2014). *SUPERCIAS*. Recuperado el 19 de Junio de 2014, de <http://181.198.3.74/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>

Tamayo Tamayo, M. (1997). *El proceso de la investigación científica*. Mexico: Limusa S.A.

Toro Alvarez, F. (1990). *Desempeño y Productividad*. Bogota.

Torres Soler, L. C. (2007). *Investigación*. Bogota.

URZUA, N., ESSLEN, W., & ANTISERI, D. (1976). *Filosofía de la Ciencia y Metodología Crítica*.

VÁSCONEZ, J. V. (1900). *CONTABILIDAD INTERMEDIA*. CARVAJAL S.A.

ZAPATA SÁNCHEZ, P. (2008). *CONTABILIDAD GENERAL (SEXTA EDICION ed.)*. COLOMBIA: Mc GRAW HILL.

Zuñiga Chavarria, L. (1987). *Credito Cooperativo* . San Jose, Costa Rica :
Universidad Estatal a Distancia .

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de la Problematización

TEMA	PROBLEMA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES
Análisis a la formación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias, para el desarrollo de las medianas y grandes empresas del cantón Milagro	La poca aplicación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias origina que disminuya el desarrollo de la productividad y competitividad en las Medianas y Grandes Empresas del Cantón Milagro.	¿La deficiente aplicación de Bases Estratégicas Administrativas, Contables y Tributarias origina que disminuya el desarrollo de la productividad y competitividad en las Medianas y Grandes Empresas del Cantón Milagro?	Determinar cómo la deficiente aplicación de bases estratégicas administrativas, contables y tributarias afecta el desarrollo de la productividad y competitividad en las Medianas y Grandes Empresas del Cantón Milagro, mediante una investigación de campo.	La aplicación de bases estratégicas incide en el desarrollo de la productividad y competitividad de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.	V.I Bases estratégicas V.D Productividad Competitividad
	SUBPROBLEMAS	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLES
	La inseguridad al invertir tiene como efecto la insuficiente aplicación de los planes estratégicos	¿Qué efecto tiene la inseguridad de invertir en la aplicación de planes estratégicos?	Identificar el efecto que tiene la inseguridad de invertir en relación a la insuficiente aplicación de planes estratégicos, por medio de encuestas.	La seguridad al invertir tiene como efecto la correcta aplicación de planes estratégicos en las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.	Inversión Planes estratégicos

	<p>El impacto que causa la asignación de recurso monetario en la aplicación de planes estratégicos.</p> <p>La influencia del poco conocimiento en el uso de planes estratégicos administrativos, contables y tributarios en las medianas y grandes empresas.</p> <p>La deficiente Capacitación continua en el ámbito Administrativo, Contable y Tributario de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.</p>	<p>¿Qué impacto causa la asignación de recurso monetario en la aplicación de planes estratégicos?</p> <p>¿Cómo influye el desconocimiento del uso de planes estratégicos en las medianas y grandes empresas para mejorar los procesos y aumentar la productividad en las microempresas?</p> <p>¿De qué manera afecta la deficiente capacitación continua en el ámbito Administrativo, Contable y Tributario de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro?</p>	<p>Analizar el impacto que causa la asignación de recurso monetario mediante un informe financiero para mejorar la aplicación de planes estratégicos.</p> <p>Identificar la influencia del poco conocimiento en el uso de planes estratégicos administrativos, contables y tributarios por medio de un asesoramiento externo para mejorar los procesos y aumentar la productividad en las medianas y grandes empresas.</p> <p>Definir de qué manera afecta la deficiente capacitación continua en el ámbito Administrativo, Contable y Tributario de las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro.</p>	<p>La asignación correcta de los recursos monetarios tienen mayor efectividad la aplicación de planes estratégicos</p> <p>El conocimiento del correcto uso de planes estratégicos tienen como efecto la mejora de los procesos y aumento de la productividad en las medianas y grandes empresas del Cantón Milagro</p> <p>El crecimiento de las medianas y grandes empresas en la ciudad de Milagro se ve influenciado por la capacitación continua del personal</p>	<p>Recurso Monetario</p> <p>Efectividad</p> <p>Conocimiento</p> <p>Mejora de procesos</p> <p>Crecimiento</p> <p>capacitación continua</p>
--	---	--	--	--	---

Anexo 2. Encuesta realizada a las medianas y grandes empresas



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESAS DEL CANTÓN DE MILAGRO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL
Y INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA

EMPRESA: _____

DIRECCIÓN: _____

Marque con una X dentro del recuadro la respuesta que usted cree la indicada.

1.- ¿La empresa que dirige ha formado bases estratégicas administrativas, contables y tributarias?

Si	
No	
Tal vez	

2.- ¿Considera Ud. que la aplicación de las bases estratégicas administrativas, contables y tributarias en la empresa le han permitido o permiten?

Mejorar el desarrollo productivo y competitivo	
Mejorar el ambiente laboral	
Mantenerse en el mercado	
Disminuir las pérdidas	

3.- Ustedes como organización ¿asignan recursos monetarios en la aplicación de planes estratégicos administrativos, contables y tributarios?

Totalmente de acuerdo	
Parcialmente de acuerdo	
Poco de acuerdo	
Desacuerdo	

4.- Si pudiese relacionar la asignación actual de los recursos monetarios en la aplicación de planes estratégicos de su organización con su impacto económico, éste sería?

Totalmente eficiente	
Parcialmente eficiente	
Poco Eficiente	
Deficiente	

5. ¿Cuál cree Ud. que serían las causas por las cuales no aplican en su totalidad o de forma eficiente bases estratégicas dentro de su organización?

Poco financiamiento Interno	
Poco financiamiento Externo	
Se considera un gasto Innecesario	
Desconocimiento	



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESAS DEL CANTÓN DE MILAGRO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL
Y INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA

6. ¿Qué tipo de financiamiento cree usted que sería más factible para la inversión en la aplicación de planes estratégicos en su organización?

Aporte de socios	
Préstamo Bancario	
Reinversión de utilidades	

7.- ¿Los planes estratégicos de su organización fueron realizados o pueden ser realizados si es que no los tuviere, por?

Personal Externo	
Personal Interno	

8.- ¿Considera que el personal que forma los planes estratégicos de su empresa poseen un alto nivel de conocimiento?

Totalmente de acuerdo	
Parcialmente de acuerdo	
Poco de acuerdo	
Desacuerdo	

9.- ¿En los planes estratégicos en las áreas administrativa, contable y tributaria, escoja las estrategias que forman parte de su organización?

ADMINISTRATIVAS	
Canales de Comunicación	
Análisis situación de la empresa	
Capacitación al personal	
Diversificación de productos y servicios	
Realizar auditorias	
CONTABLES	
Análisis del rendimiento de la empresa	
Análisis del rendimiento de la empresa	
Reducción de la inversión a un valor optimo	
Empleo de modelos de costos predeterminado	
Puesta en marcha de esquemas de presupuestación y control presupuestario de las operaciones	
Reducción de costos	
TRIBUTARIAS	
Asesoría externa	
Evaluar las posibilidades de retorno tributario	
Cambios en la legislación tributaria de la empresa	
Revisión de las declaraciones tributarias	



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESAS DEL CANTÓN DE MILAGRO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL
Y INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA

10.- ¿Está de acuerdo que la empresa capacite constantemente al personal que labora en ella?

Totalmente de acuerdo	
Parcialmente de acuerdo	
Poco de acuerdo	
Desacuerdo	

11.- ¿Cuáles son las áreas de trabajo donde se requiere mayor capacitación del personal?

Contabilidad y Tributación	
Administración	
Ventas	
Finanzas	
Producción	

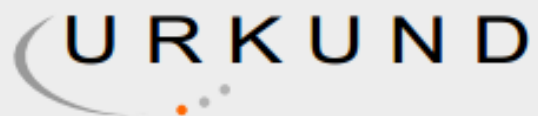
Anexo 5. Formulario 103 Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta

SRJ FORMULARIO 103		DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE DEL IMPUESTO A LA RENTA		No. _____	
<p>IMPORTE POSIBLE DEL CÉDULO SOBRE EL CUAL SE DEBE ASERAR EL IMPUESTO:</p> <p>IMPORTE POSIBLE DEL CÉDULO SOBRE EL CUAL SE DEBE ASERAR EL IMPUESTO: _____</p>					
<p>DE IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO PASIVO (SUJETO DE RETENCIÓN):</p> <p>Nombre: _____</p>					
<p>DETALLE DE PAGOS Y RETENCIONES POR IMPUESTO A LA RENTA:</p>					
<p>FOR PAGOS EFECTUADOS EN EL PAÍS</p>					
DESCRIPCIÓN DE OPERACIONES QUE SUPERA O CUMPLE BASE DEGRADADA		BASE IMPONIBLE		VALOR RETENIDO	
SERVICIOS	PROFESIONES PROFESIONALES	300	0	300	0
	PROFESIONES EN EJERCICIO	300	0	300	0
	PROFESIONES SIN EJERCICIO	300	0	300	0
	OTROSERVICIOS O APROVECHAMIENTO DE LA EXPORTE O IMPORTACIÓN	300	0	300	0
	PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN	300	0	300	0
	TRANSPORTE PASAJE DE PASAJEROS O SERVICIO PASAJE O PASAJE DE CARGA	300	0	300	0
A TRAVÉS DE LA OPERACIÓN DE COMPAÑÍAS CULTURALES O RECREATIVAS		300	0	300	0
SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS, SERVICIOS DE INSTRUCCIÓN COMPLETA		300	0	300	0
POR SERVICIOS, SERVICIOS DE ACTOS, SERVICIOS, INVENTOS Y SALARIOS		300	0	300	0
ARRENDAMIENTO	ARRENDAMIENTO	300	0	300	0
	SERVICIOS DE ARRENDAMIENTO	300	0	300	0
SERVICIOS Y REPARACIONES (MANTENIMIENTO Y REPARACIONES)		300	0	300	0
REPARACIONES PROFESIONALES		300	0	300	0
CONSTRUCCIÓN		300	0	300	0
SERVICIOS, SERVICIOS, SERVICIOS Y SALARIOS		300	0	300	0
SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN	A CONTRATACIONES	300	0	300	0
	A CONTRATACIONES	300	0	300	0
COMPAÑÍA LOCAL DE SERVICIOS Y PRODUCCIÓN		300	0	300	0
SERVICIOS A LA ACTIVIDAD (SERVICIOS DE PRODUCCIÓN - EXPORTACIÓN)		300	0	300	0
PAGOS DE SERVICIOS O OPERACIONES (SERVICIOS Y SERVICIOS)		300	0	300	0
OTRAS RETENCIONES	IMPUESTOS EN EL PAÍS	300	0	300	0
	IMPUESTOS EN EL PAÍS	300	0	300	0
	IMPUESTOS EN EL PAÍS	300	0	300	0
	IMPUESTOS EN EL PAÍS	300	0	300	0
SERVICIOS, OPERACIONES EFECTUADAS EN EL PAÍS		300	0	300	0
<p>FOR PAGOS AL EXTERNO</p>					
<p>CON CONTRIBUCIÓN DE OTRAS TRANSACCIONES:</p>					
EN CONTRIBUCIÓN DE OTRAS TRANSACCIONES	INTERVENCIÓN POR FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS EXTERNOS	400	0	400	0
	INTERVENCIÓN DE CARÁCTER EXTERNO	400	0	400	0
	OTROS CONCEPTOS	400	0	400	0
A FAVOR DE PROYECTOS EXTERNOS	INTERVENCIÓN	400	0	400	0
	OTROS CONCEPTOS	400	0	400	0
	OTROS CONCEPTOS	400	0	400	0
PAGOS AL EXTERNO (SERVICIOS Y SERVICIOS)		400	0	400	0
SERVICIOS, OPERACIONES EFECTUADAS CON EL EXTERNO		400	0	400	0
TOTAL DE RETENCIONES IMPUESTO A LA RENTA		CANTIDAD RETENIDA		800	0
PAGO PASIVO (información)		CANTIDAD PAGADA		800	0
<p>DETALLE DE RETENCIONES AL PAÍS (Para declaraciones sustraitas):</p>					
IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE
IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE
<p>IMPORTE DE OTRAS TRANSACCIONES (con fines para instituciones y empresas del sector financiero)</p>					
<p>IMPORTE A PAGAR Y PAGOS DE PAÍS (según se especifique al pagar en declaraciones sustraitas)</p>					
TOTAL IMPUESTO A PAGAR		CANTIDAD PAGADA		800	0
IMPORTE POR PAGAR		CANTIDAD PAGADA		800	0
IMPORTE		CANTIDAD PAGADA		800	0
TOTAL PAGADO		CANTIDAD PAGADA		800	0
IMPORTE CANCELADO (CANTIDAD BANCARIA, EFECTIVO Y OTRAS FORMAS DE PAÑO)		CANTIDAD PAGADA		800	0
IMPORTE TOTAL DE CANCELADO		CANTIDAD PAGADA		800	0
<p>DETALLE DE OTRAS TRANSACCIONES DE ENTIDAD CARITATIVA:</p>					
DETALLE DE OTRAS TRANSACCIONES DE ENTIDAD CARITATIVA			DETALLE DE OTRAS TRANSACCIONES DE ENTIDAD CARITATIVA		
IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE
IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE
<p>DECLARACIÓN QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS EN ESTE DOCUMENTO SON EXACTOS Y VERDADEROS, POR LO QUE ASUME LA RESPONSABILIDAD LEGAL, QUE DE ELLO SE OPORTUNA (Art. 10 de la L. 1711)</p>					
FIRMA SUJETO PASIVO (IMPONENTE LEGAL)			FIRMA CONTADOR		
FIRMA SUJETO PASIVO (IMPONENTE LEGAL)		FIRMA CONTADOR		FIRMA CONTADOR	
FIRMA SUJETO PASIVO (IMPONENTE LEGAL)		FIRMA CONTADOR		FIRMA CONTADOR	

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Anexo 6. Fotos de las encuestas realizadas a las medianas y grandes empresas





Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS FINAL URKUND.docx (D11717138)
Submitted: 2014-10-06 19:34:00
Submitted By: rrobalinom@unemi.edu.ec

Sources included in the report:

http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

Instances where selected sources appear:

8