



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES

PROYECTO
PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
OFICINA DEDICADA A OFERTAR SERVICIOS DE ASESORÍA
ADMINISTRATIVA, FINANCIERA, TECNOLÓGICA Y MERCADOTÉCNICA
PARA CONTRIBUIR CON LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE LAS
MIPYMES DE LA ZONA CÉNTRICA DEL CANTÓN MILAGRO**

AUTORES:

**GUEVARA MACÍAS WASHINGTON OLIVO
DELGADO GONZALEZ JESSICA CAROLINA**

MILAGRO, ABRIL 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por el Sr. Washington Olivo Guevara Macías y la Srta. Jessica Carolina Delgado González, para optar al título de Ingenieros Comerciales y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 19 días del mes de Abril del 2013

Jinsop Gamboa Poveda MAE

Firma del tutor(a)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta 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 19 días del mes de Abril del 2013

Washington Guevara Macías

Jessica Delgado González

Firma del egresado (a)

CI: 0927000760

Firma del egresado (a)

CI: 0923904866

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de 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

Con mucho amor dedicamos este proyecto a nuestra familia; ya que ellos son nuestros pilares y apoyo para cumplir con éxito una meta más en nuestras vidas; porque sin ellos no podríamos seguir adelante pues son nuestra fuerza y ganas de seguir avanzado en cada meta propuesta, por ellos nos esforzamos y avanzamos logrando cumplir nuestros objetivos; y en especial a nuestras padres quienes pusieron con mucho esfuerzo y esmero en nosotras las primeras bases de la educación.

AGRADECIMIENTO

Al culminar otra etapa de nuestra vida queremos agradecer en primer lugar a Dios por darnos la fuerza y guiarnos en cada paso que dimos en el trayecto de nuestra carrera.

A nuestros padres y a los docentes por transmitirnos con sabiduría sus conocimientos y supieron sembrar en nosotras la responsabilidad y amor a nuestra profesión.

Un agradecimiento muy especial a nuestro querido tutor Jinsop Gamboa Poveda MAE. Quien con paciencia y delicadeza supo acertadamente guiarnos en la elaboración de nuestro proyecto, que sin duda alguna sin su ayuda no podríamos culminar con éxito nuestra meta.

A nuestra querida familia por su comprensión, paciencia y ayuda a lo largo de nuestros estudios, ya que fueron nuestra inspiración para superarnos cada día más.

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Lcdo. Jaime Orozco Hernández, Msc.

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 nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE ASESORÍA Y DESARROLLO A FIN DE INNOVAR LAS MIPYMES EN LA ZONA CÉNTRICA DEL CANTÓN MILAGRO”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 19 de Abril del 2013

Washington Guevara Macías

Jessica Delgado González

Firma del egresado (a)

CI: 0927000760

Firma del egresado (a)

CI: 0923904866

INDICE GENERAL

Carátula	i
Aceptación del tutor	ii
Declaración de Autoría de la Investigación	iii
Certificación de la Defensa	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Cesión de Derechos del Autor	vii
Índice General.....	viii
Índice de Cuadros	xii
Índice de Figuras	xvii
Índice de Gráficos	xvii
Resumen	xx
Abstract.....	xxii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.1.3 Formulación del Problema	4
1.1.4 Sistematización del Problema.....	4
1.1.5 Determinación del Tema	4
1.2 Objetivos	4
1.2.1 Objetivo General	4
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5

1.3 Justificación	5
CAPÍTULO II.....	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1 Marco Teórico	7
2.1.1 Antecedentes Históricos	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales	8
2.1.3 Fundamentación	9
2.2 Marco Legal	31
2.3 Marco Conceptual	61
2.4 Hipótesis y Variables.....	63
2.4.1 Hipótesis General	63
2.4.2 Hipótesis Particulares	64
2.4.3 Declaración de Variables	64
2.4.4 Operacionalización de las Variables	65
CAPÍTULO III.....	67
MARCO METODOLÓGICO	67
3.1 Tipo Y Diseño De La Investigación Y Su Perspectiva General.....	67
3.2 La Población y la Muestra	68
3.2.1 Características de la Población.....	68
3.2.2 Delimitación de la Población	69
3.2.3 Tipo de Muestra.....	69
3.2.4 Tamaño de la Muestra	69
3.2.5 Proceso de selección	70
3.3 Los Métodos y las Técnicas	71
3.3.1 Métodos Empíricos	72
3.3.2 Técnicas e instrumentos	72

3.4 Propuesta de Procesamiento Estadístico de la Información	73
CAPÍTULO IV	74
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	74
4.1 Análisis de la Situación Actual.....	74
4.2 Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas	84
4.3 Resultados	84
4.4 Verificación de Hipótesis	85
CAPÍTULO V	87
PROPUESTA.....	87
5.1 Tema.....	87
5.2 Justificación	87
5.3 Fundamentación	88
5.4 Objetivos	93
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta	93
5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta	93
5.5 Ubicación	94
5.6 Estudio de Factibilidad	94
5.7 Descripción de la Propuesta.....	95
5.7.1 Actividades	95
5.7.1.1 Filosofía Corporativa.....	95
5.7.1.2 Estructura Funcional	96
5.7.1.3 Mapa de Procesos	105
5.7.1.4 Análisis del Medio Ambiente del Negocio y del Nivel de Competitividad del sector.....	110
5.7.1.5 Estrategias de Marketing Mix	116

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero	119
5.7.3 Impacto	128
5.7.4 Cronograma	128
5.7.5 Lineamientos para evaluar la Propuesta	129
CONCLUSIONES	130
RECOMENDACIONES	131
BIBLIOGRAFÍA	132
LINCOGRAFÍA	133
Anexo 1: Formato de la Encuesta	136
Anexo 2: Información sobre las MYPYMES del Cantón Milagro.....	139
Anexo 3: Permisos	150
Anexo 4: Fotos	152
Anexo 5: The Plagiarism Checker	153

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1

Las MIPYMES pueden estar formadas por personas naturales y/o personas jurídicas o sociedades..... 57

Cuadro 2

Formato de registro de ventas y compras 60

Cuadro 3

Cuadro de declaraciones 61

Cuadro 4

Tabla de variables independientes 65

Cuadro 5

Tabla de Variables dependientes 66

Cuadro 6

Total de la población del comercio al por mayor y menor del cantón Milagro 70

Cuadro 7

Nivel de dependencia del desarrollo de las MIPYMES con el grado de formación académica de sus dueños..... 74

Cuadro 8

Importancia de invertir en tecnología 76

Cuadro 9	
Necesidad de implementar la tecnología en las MIPYMES	77
Cuadro 10	
Importancia de la formación académica de quienes administren la MIPYMES	78
Cuadro 11	
Nivel de importancia de una gestión basada en objetivos y resultados	79
Cuadro 12	
Importancia de la planificación en las MIPYMES	80
Cuadro 13	
Nivel de importancia del marketing para las MIPYMES.....	81
Cuadro 14	
Necesidad de un Centro de Capacitación para el desarrollo de las MIPYMES	82
Cuadro 15	
Nivel de mejora de las MIPYMES al aplicarse estrategias de marketing	83
Cuadro 16	
Verificación de Hipótesis	85
Cuadro 17	
Foda	110

Cuadro 18	
Análisis FO-FA-DO-DA	111
Cuadro 19	
Análisis PORTER	112
Cuadro 20	
Barreras de entrada	113
Cuadro 21	
Servicios de sustitutos	113
Cuadro 22	
Determinantes de la rivalidad	114
Cuadro 23	
Poder de los compradores	114
Cuadro 24	
Negociación de los proveedores	115
Cuadro 25	
Resumen de análisis (nivel de atractividad)	115
Cuadro 26	
Servicios y precios	117

Cuadro 27	
Recurso humano.....	119
Cuadro 28	
Activos Fijos	119
Cuadro 29	
Depreciación de Activos.....	120
Cuadro 30	
Inversión del Proyecto	120
Cuadro 31	
Financiamiento del Proyecto	120
Cuadro 32	
Gastos Administrativos	121
Cuadro 33	
Gastos Generales	121
Cuadro 34	
Gastos de ventas	122
Cuadro 35	
Detalle de ingresos	122

Cuadro 36	
Flujo de efectivo Proyectado	123
Cuadro 37	
Estado de pérdidas y ganancias proyectado	124
Cuadro 38	
Balance general proyectado.....	125
Cuadro 39	
Indices Financieros	126
Cuadro 40	
Cronograma de actividades	128

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1	
Croquis donde se desarrollará la Asesoría	94
Figura 2	
Logotipo de la compañía	116
Figura 3	
Anuncio del periódico	118
Figura 4	
Volante.....	118

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1

Nivel de dependencia del desarrollo de las MIPYMES con el grado de formación académica de sus dueños..... 75

Gráfico 2

Importancia de invertir en tecnología 76

Gráfico 3

Necesidad de implementar la tecnología en las MIPYMES 77

Gráfico 4

Importancia de la formación académica de quienes administren la MIPYMES 78

Gráfico 5

Nivel de importancia de una gestión basada en objetivos y resultados 79

Gráfico 6

Importancia de la planificación en las MIPYMES 80

Gráfico 7

Nivel de importancia del marketing para las MIPYMES..... 81

Gráfico 8

Necesidad de un Centro de Capacitación para el desarrollo de las MIPYMES 82

Gráfico 9	
Nivel de mejora de las MIPYMES al aplicarse estrategias de marketing	83

Gráfico 10	
Organigrama	96

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de impulsar el desarrollo e innovación de MIPYMES en la zona céntrica del cantón Milagro con el afán de promover el turismo, disminuir el desempleo y desarrollar nuevos negocios que generen un impulso comercial en el cantón, para ello se está analizando la posibilidad de innovar las MIPYMES realizando estudios, planes de inversión y capacitación las mismas que promueven un alto nivel de desarrollo comercial.

El primer capítulo: Consiste específicamente en el planteamiento del problema, en la delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite darnos cuenta de la importancia que tiene la innovación de las MIPYMES en la zona céntrica del cantón Milagro. Donde se ha establecido los objetivos generales y específicos que abarcan los logros y beneficios que pretendemos alcanzar con el desarrollo del mismo. la justificación nos explica el porqué de nuestro proyecto la importancia y seriedad ya que esto nos ayuda al crecimiento socioeconómico de nuestra sociedad.

El segundo capítulo: Se fundamenta en las diferentes investigaciones que hemos realizado sobre el tema planteado, en su fomentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la importancia de este trabajo investigativo.

El tercer capítulo: Aquí nos referimos a la modalidad de investigación que es de campo y también la bibliografía que nos permite definir claramente el problema existente, el mismo que nos da la pauta para el respectivo estudio e investigación de la muestra que estamos considerando para el desarrollo del presente tema. Además hemos aplicado la técnica conocida como la encuesta, dirigida a la ciudadanía Milagreña.

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

En el quinto capítulo: Hemos establecido una propuesta que aporta de forma positiva al desarrollo empresarial de las MIPYMES en la zona céntrica del cantón Milagro, lo que permitirá dar a conocer como está basado nuestro proyecto de asesoría en base a las estrategias que utilizamos, el financiamiento establecido, la estructura funcional y cada uno de los procesos que hemos considerado factibles para nuestro proyecto.

ABSTRACT

This project aims to conduct a feasibility study for the implementation of promoting the development and innovation of MIPYMES in downtown Canton Miracle in an effort to promote tourism, reduce unemployment and develop new businesses that generate a commercial boost in the canton, for it is exploring the possibility of conducting studies MIPYMES innovate, investment plans and training them to promote a high level of commercial development.

The first chapter consists specifically in the problem statement in the definition and evaluation of that which makes us realize the importance of innovation in MIPYMES in downtown Canton Miracle. Where has established the general and specific objectives covering the achievements and benefits we want to achieve with the development justification explains why our project the importance and seriousness as this helps us to socio-economic growth of our society.

The second chapter is based on the various researches we have done on the issue raised, as has the relevant scientific fomentation historical review that gives us extensive knowledge about the importance of this research work.

Chapter three: This refers to the kind of research that is in the field and also the literature allows us to define the problem clearly exists, it gives us the pattern for the respective study and research shows that we are considering for development of this topic. Moreover we have applied the technique known as the survey, aimed at Milagreña citizenship.

In the fourth chapter: We have the respective questions in the same survey were conducted and applied to the population sample taken as a reference for our market study, which were applied in its entirety can get the expected results and a correct analysis through this investigative technique.

In the fifth chapter: We have established a proposal that contributes positively to the business development of MIPYMES in downtown Canton Miracle, which will raise awareness as our project is based advisory based on the strategies we use, the funding established, the functional structure and each of the processes we have considered feasible for our project.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene la finalidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un programa de asesoría y desarrollo a fin de innovar las MIPYMES en la zona céntrica del cantón Milagro con el afán de promover el turismo, disminuir el desempleo y desarrollar nuevos negocios que generen un impulso comercial en el cantón, para ello se está analizando la posibilidad de innovar las MIPYMES realizando estudios sobre planes de inversión y capacitación las mismas que promueven un alto nivel de desarrollo comercial.

Considerando la problemática y mediante estudios hemos podido verificar que nuestro proyecto dará un sin número de beneficios para los empresarios de las MIPYMES, será de gran impacto el que cuenten con el apoyo de una asesoría que les brindara capacitación, y podrán tomar sus propias decisiones con seguridad logrando el mejoramiento continuo de su negocio.

El proyecto tiene como objetivo cambiar la perspectiva de los empresarios que administran las MIPYMES en la zona céntrica del cantón Milagro hacía, para que así ellos reaccionen de manera práctica y oportuna, descubriendo nuevas oportunidades de negocios que se generen a diario.

Este proyecto contribuirá en el desarrollo económico del cantón elevando su nivel cultural, social, que promoverá una mayor rentabilidad en los negocios y nuevas fuentes de trabajo para un mejor porvenir de las familias del cantón.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro, se ha observado que gran parte de las mismas no implementan estrategias innovadoras que fomenten el desarrollo empresarial, debido a que los empresarios no consideran fundamental la implementación de estrategias concernientes a temas como financiamiento, marketing, tecnología y administración esto implica que se no se fomente el amplio desarrollo empresarial que se requiere para el mejoramiento económico en el cantón y sus alrededores.

El desconocimiento de los planes de inversión en este sector ocasiona que durante muchos años estos no puedan desarrollar o tener una firmeza en el nicho de mercado que estos han establecido, debido a que las entidades bancarias no generan programas de capacitación dirigidos a microempresarios, esto genera que las MIPYMES del cantón no obtengan el suficiente financiamiento necesario para innovar y detener el desarrollo empresarial de las mismas.

Se ha podido observar que un gran porcentaje de las MIPYMES en el cantón Milagro no utilizan la tecnología adecuada para sus negocios lo que impide que se lleve un óptimo control en las actividades que se realizan en los negocios, gran parte del poco uso de la tecnología se debe a que los dueños consideran que los costos de la implementación de los programas tecnológicos son muy elevados esto genera que no se establezca control en las actividades y se generen pérdidas.

A lo antes expuesto se puede sumar, que es común que algunas MIPYMES en el cantón Milagro no se considere una publicidad adecuada, debido a que los propietarios consideran que no es un gasto necesario, esto ocasiona que gran parte de la ciudadanía desconozca de los beneficios y servicios que estas entidades proporcionan.

Otro punto importante es que los propietarios de los negocios no realizan una planificación adecuada para el funcionamiento de sus empresas, debido a que se desconoce sobre temas de organización y controles internos, lo que genera que actúen en un mercado que previamente no fue analizado en su totalidad.

Pronostico

El desarrollo de MIPYMES en el cantón Milagro tiene un futuro que debe enfrentar grandes peligros, lo que pondrá en riesgo su permanencia y crecimiento, todo como resultado de no contar con la asesoría que les permita implementar ideas creativas e innovadoras relacionadas con temas tanto administrativos, tecnológicos, financieros y de marketing, que les ayudaría a mejorar sus negocios y generar empleo.

Control del pronóstico

El éxito de las MIPYMES se refiere al desarrollo de las mismas, visualizado en su crecimiento y el atraer nuevos clientes, como resultado de una labor eficiente y competitiva, por ende, lograr lo expuesto requerirá de una asesoría permanente sobre aspectos administrativos, financieros, tecnológicos, mercadotécnicos, etc., esto les dará la posibilidad de acceder a las oportunidades del mercado, en un siglo donde competir es la clave del éxito.

1.1.2 Delimitación del problema

Espacio

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Zona: Rural

Área: Comercial

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera afecta al desarrollo de las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro, la implementación de estrategias innovadoras?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo influyen las asesorías que puedan recibir las MIPYMES milagreñas, en la aplicación de planes de inversión y desarrollo

¿De qué forma la escasa aplicación de estrategias de inversión influye en la tecnología empleada por las a las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro?

¿En qué medida el nivel de aplicación de estrategias de marketing por parte de las MIPYMES del cantón Milagro afecta a su posicionamiento?

¿De qué manera la ausencia de una gestión basada en objetivos y resultados incide en el crecimiento de las MIPYMES.

1.1.5 Determinación del tema

“Estudio de factibilidad para la implementación de una oficina dedicada a ofertar servicios de asesoría administrativa, financiera, tecnológica y mercadotécnica para contribuir con la innovación y desarrollo de las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro”.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar de qué manera afecta al desarrollo de las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro, el no implementar estrategias innovadoras, a través de una investigación dirigida al sector mencionado, para contribuir con el crecimiento y éxito empresarial de este cantón.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Determinar cómo influyen las asesorías que puedan recibir las MIPYMES milagreñas, en la aplicación de planes de inversión y desarrollo
- Analizar de qué forma la escasa aplicación de estrategias de inversión influye en la tecnología empleada por las a las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro.
- Establecer en qué medida el nivel de aplicación de estrategias de marketing por parte de las MIPYMES del cantón Milagro afecta a su posicionamiento
- Indagar de qué manera la ausencia de una gestión basada en objetivos y resultados incide en el crecimiento de las MIPYMES.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Milagro es un sector netamente comercial, en el cual se puede apreciar una serie de negocios de diferentes actividades empresariales o micro-empresariales, por ello, se tomó en consideración realizar un estudio para las diferentes necesidades que presenta, encontrándonos que los microempresarios no tienen el nivel académico ni la capacitación necesaria para el desarrollo e innovación de empresas en el cantón.

Para verificar la viabilidad del desarrollo e innovación de las MIPYMES, se realizará un estudio de mercado, tomando en cuenta una muestra considerable, con la cual obtendríamos información relevante sobre la propuesta planteada, la misma que se desarrollará a través de la aplicación de encuestas y entrevistas, que serán de gran ayuda para medir el nivel de aceptación por parte de los microempresarios al desarrollo comercial de las pequeñas y medianas empresas. Posteriormente se realizarán los respectivos análisis e interpretaciones de los resultados, creando una base de datos, la misma que aportará o servirá como referencia para el desenvolvimiento del proyecto.

Para darle mayor credibilidad a este trabajo se realizará investigaciones bibliográficas, periódicos, revistas etc., con el fin de obtener información veraz que fundamente el marco teórico de este estudio. Así mismo se enfocara el diseño de la

investigación a la aplicación de cinco tipos; como es la investigación de campo, aplicada, descriptiva, exploratoria, explicativa, de modalidad cuantitativa.

Con todo esto se pretende cubrir con las expectativas de este trabajo de investigación, el mismo que es un requisito previo a la obtención de nuestro título de tercer nivel, así mismo se espera que este estudio sirva de apoyo para quienes desean implementar este tipo de desarrollo empresarial.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

HISTORIA DE LAS MIPYMES EN EL ECUADOR.

La empresa nació para atender las necesidades de la sociedad creando satisfactores a cambio de una retribución que compensara el riesgo, los esfuerzos y las inversiones de los empresarios. Una empresa familiar se da porque el abuelo o el hijo, dominaba un buen oficio, o tenía conocimiento de la confección de algún producto, o la habilidad para comercializar algo, esto daba el nacimiento de un nuevo negocio, con el cuidado y dedicación de la familia este negocio prosperaba y quedaba como herencia a los nietos y a las nuevas generaciones que vengan, de acuerdo a esa época las exigencias de administración se limitaba a una buena atención y a tener un buen producto para tener éxito, de ahí muchas empresas que antes fueron exitosas se quedaron en el camino. Y muy pocas pudieron adaptarse o mantenerse, un número limitado puede crecer para convertirse en una gran empresa.

En la actualidad, las funciones de la empresa ya no se limitan a las mencionadas antes. Al estar formada por hombres, la empresa alcanza la categoría de un ente social con características y vida propias, que favorece el progreso humano - cómo finalidad principal al permitir en su seno la autorrealización de sus integrantes y al influir directamente en el avance económico del medio social en el que actúa. En la vida de toda empresa el factor humano es decisivo.

La administración establece los fundamentos para lograr armonizar los números y en ocasiones divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores. En cualquier estructura industrial existe la pequeña y mediana industria.

La pequeña industria, tenía como fuente creadora las necesidades primarias del hombre. Así, se formó no solo como fuente de suministro de bienes para el consumo, sino también como activador del desarrollo de las fuerzas productivas.

Al crecer el mercado interno, aparecieron grandes y medianas, pero lo básico en esa estructura, es la pequeña y micro empresa.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Realizando un previo análisis sobre asesoramiento a las diferentes MIPYMES, en la actualidad, nuestra ciudad necesita de un centro de asesoramiento para las MIPYMES existentes, la cual ayudaría a brindar consultoría en el área administrativa, financiera, tecnológica y marketing especialmente dirigidas a los microempresarios, y no se puede descartar la cercanía de este cantón con otras ciudades de la provincia del Guayas, entre ellos: Yaguachi, Naranjito, donde tampoco existen estos negocios de asesoramiento.

Cabe recalcar que en Guayaquil existen muchas empresas que brindan este servicio las cuales pertenecen a la cámara de la pequeña industria del guayas, tales como:

Apoyamipyme: Fortalecimiento empresarial brinda servicios orientados a trabajar por las MIPYMES buscando mayor competitividad y productividad empresarial a través de asesoría en aspectos tributarios, contables y financieros.

Incubamipyme: Pre- incubación empresarial brinda servicios encaminados a guiar a los emprendedores en el proceso de crear una empresa ofreciendo a los emprendedores herramientas y mecanismos de apoyen que estimulen y faciliten su actividad económica.

Infomipyme: Información, noticias, y estadísticas, información estadística de MIPYMES, así como ferias, oportunidades comerciales entre otros temas.

En Milagro tenemos Empresa Asesora EMPRENDER S.A, dedicada a llevar la Contabilidad sistematizada y de manera cómoda para los negocios, cuenta con servicios de: Declaraciones del impuesto a la renta, Declaraciones de Retención en la fuente y del I.V.A., declaraciones de anexos transaccionales etc.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación científica

MIPYMES

DEFINICIÓN

Se entiende por MIPYMES a: micro, pequeña y mediana empresa, toda entidad de explotación económica, realizada por personas naturales o jurídicas, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios.

Las MIPYMES tienen necesidades específicas que deben ser atendidas por el estado. Este tipo de empresas forma, en conjunto, grandes riquezas para cada país además de ser uno de los principales motores del empleo. Sin embargo, por sus particularidades, necesitan amparo y estímulos para competir frente a las grandes empresas o corporaciones.

Las líneas de crédito con condiciones especiales, los beneficios impositivos y la consultoría sin cargo son algunos de los instrumentos que suelen ofrecerse desde el estado a las MIPYMES para desarrollarse.

Características generales de las MIPYMES:

“Existe una serie de características comunes en este tipo de empresas. A continuación se citan algunas de las más generalizadas y son:

Poca o ninguna especialización en la administración: la dirección se encuentra a cargo de una sola persona, la cual cuenta con muy pocos auxiliares y en la mayoría de los casos, no está capacitada para realizar esta función.

Falta de capital: es un inconveniente que se da por dos causas principales que son la ignorancia del pequeño empresario de que hay fuentes de financiamiento y la forma en que estas operan; la segunda es el inexperience acerca de la mejor manera de exponer la situación de su negocio y sus necesidades ante las posibles fuentes financieras.

Relación personal estrecho del director con quienes intervienen en la empresa: la facilidad con que el director o jefe está en contacto directo con sus subordinados, constituye un aspecto muy positivo porque ayuda en la mejor comunicación.

Situación poco dominante en el mercado de consumo: dada su magnitud, las MIPYMES considerada de manera individual se limita a trabajar un mercado muy pequeño, por tanto sus operaciones no repercuten en forma importante en el mercado.

Íntima relación de la comunidad local: debido a sus escasos recursos en todos los aspectos, sobre todo la pequeña empresa, se liga a la comunidad local, de la cual tiene que obtener bienes, personal administrativo, mano de obra calificada y no calificada, materias primas, equipo, etc.

La mayoría carece de un TIC's como ayuda o medio de trabajo.

Muchos desconocen en si los beneficios que estos significan.

Clasificación de las MIPYMES:

1. Mediana Empresa:

a) Empresa que cuente con personal entre cincuenta y uno y doscientos trabajadores.

b) Activos totales entre cinco mil uno y quince mil salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña Empresa:

a) Empresa que cuente con personal entre once y cincuenta trabajadores.

b) Activos totales entre quinientos uno y menos de cinco mil uno salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

- a) Empresa que cuente con personal no superior a los diez trabajadores.
- b) Activos totales inferior a quinientos uno salarios mínimos mensuales legales vigentes.”¹

Perfiles de las MIPYMES:

Las MIPYMES, son empresas u organizaciones dedicadas a las actividades industriales y de servicios que combina fundamentalmente su capital, trabajo y medios productivos para obtener un servicio o bien que se propone a satisfacer diversas necesidades en un sector determinado y en un mercado de consumidores.

Por su estructura las MIPYMES tienen algunas ventajas entre las que se destacan: la gran capacidad para aprovechar los recursos humanos; la posibilidad de concentrarse en productos en los que se tenga máxima competitividad de acuerdo con las tendencias de la demanda; la facilidad de adaptación a los cambios y oportunidades del mercado; las contribuciones para una mejor distribución de ingreso a favor de los segmentos bajos de la población; la agilidad para satisfacer demandas de consumo, incluso el intermedio de las grandes y medianas empresas, y requerimientos del sector público sobre todo en el marco de la descentralización y la flexibilidad en el manejo de costos frente a las escalas de producción.

Las MIPYMES también tienen inconvenientes, algunos de estos son: Problemas de escasez de recursos para una asignación que les brinde igualdad de oportunidades frente a otras empresas, el difícil acceso a la información sobre procesos técnicos productivos; la desventaja competitiva por la baja escala de producción y las limitaciones de productividad; la débil agremiación y representatividad frente a una limitada atención del estado, y la carencia del mecanismos de créditos apropiados, ágiles, suficientes y oportunos.

Las MIPYMES de subsistencia se caracterizan por no tener capacidad de acumulación y por ser inestables, tener equipos de trabajo simples y combinar la actividad empresarial con la doméstica; en la mayoría de los casos, el propietario

¹ Portal para MYPYMES. (s.f.). Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/Pymes.htm> PORTAL PARA MYPYMES

comparte el trabajo con los subordinados u operarios. Por el bajo nivel tecnológico, este tipo de establecimientos solo tienen la capacidad de satisfacer una demanda de mercados reducidos y de bajo poder adquisitivo, lo que los coloca en un segmento inferior con un margen limitado de utilidad para su capitalización y crecimiento.

Las MIPYMES de acumulación realizan su actividad productora con un excedente lo que les permite adecuar sus equipos y mantener un flujo de producción conforme con los inventarios de materias primas y mercancías terminadas.

Compiten en el mercado interno con cierto grado de calidad, diseño y funcionalidad, generalmente en segmentos de demanda insatisfechas de empresas medianas o grandes; además, sus trabajadores son asalariados con alta rotación por las condiciones contractuales, y la baja calificación técnica en el oficio.

Dentro de la MIPYMES de acumulación existen 2 tipos, la simple y la ampliada. Las de acumulación simple tienen un margen de utilidad reducido, una lenta incorporación de nuevas tecnologías productivas, y 5 o menos trabajadores. Las de acumulación ampliada son más dinámicas, tienen capacidad de modernización y operan con más de cinco trabajadores.

Las MIPYMES se caracterizan por tener un empresario multifuncional fuera y dentro de la planta. Facilitar que se concentre en la gestión gerencial de la empresa es tarea de una concepción de desarrollo. Entre los problemas más importantes que enfrentan estos empresarios se encuentran la debilidad política, gremial y social, y el predominio de las visiones de corto plazo.

INFLUENCIA DE LAS MIPYMES EN EL ENTORNO SOCIAL.

En este aspecto es importante señalar, que las pequeñas y medianas empresas son de vital importancia para el país, ya que son generadoras de fuentes de empleo, ayudando manera directa a la sostenibilidad de los hogares, y por ende a la economía del Ecuador.

En la actualidad el Estado está descuidando la atención a las MIPYMES, sin darse cuenta que son un pilar fundamental para la economía del país. Lo que debería hacer el Gobierno Ecuatoriano es buscar maneras de apoyo al desarrollo de las MIPYMES, pudiendo ser estas, desde cursos de capacitación en entidades públicas

a bajos costos, hasta la liberación de algunos impuestos, o maneras rápidas y sencillas para su constitución. Si la ayuda fuera algo que el estado quisiera ofrecer, no existirían barreras para que aumentara el número de PYMES en el país, la competitividad de las mismas y la generación de plazas de trabajo.

ENTORNO ECONÓMICO

La familia es el primer eslabón en la cadena de la sociedad, y la ayuda que brindara a las MIPYMES a estos hogares, es muy grande, ya que los trabajos ejecutados en las mismas son remunerados, y por lo tanto la economía de los hogares se ve resuelta.

Esta es la principal influencia en la economía, ya que si el patrimonio de los hogares del país se ve numeroso, se puede decir que la economía de la nación también lo está. Gracias a la existencia de MIPYMES, el país se ha visto muy mejorado, su dominio económico puede ser representado en el PIB (Producto Interno Bruto), producen el 80% del Producto Interno Bruto del país.

La influencia económica de las MIPYMES se puede ver expresada también en el área financiera, en la cual se recalcan dos ámbitos:

- Gracias a las fuentes de trabajo que brindan las MIPYMES, los colaboradores que ejecutan sus labores en ellas y por tanto reciben una retribución, tienen la posibilidad de ahorrar en una Institución Financiera.
- A pesar de que para las MIPYMES, es difícil acceder a créditos, pero cuando lo consiguen pueden ayudar a que las Instituciones Financieras se vean favorecidas mediante los intereses que se generan.

En las diferentes áreas en que se desarrollan las MIPYMES, pueden generar recursos financieros, ya sea para la compra de suministros, para la remuneración de sus colaboradores, o hasta para la reinversión en su negocio, nos podemos dar cuenta el tendencia económica que esto significa. Es decir, que si una MIPYMES compra a un proveedor, este se ve favorecido económicamente. De la misma forma, que cuando se paga un salario o sueldo a un trabajador, este puede ahorrar, o bien

puede invertir en la compra de bienes y servicios, apoyando así la economía de otros sectores o de otras MIPYMES.

“Programa de Mejora Competitiva para las Mipymes genera resultados positivos

Como parte de la política de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), el Ministerio de Industrias y Productividad desarrolló el Programa de Mejora Competitiva para potenciar la aplicación de herramientas de gestión que impulsen la productividad de las empresas.

Dicho Programa propició una experiencia nueva y positiva en el país. A partir de noviembre de 2011 hasta diciembre de 2012 se capacitó a 6 empresas en diferentes líneas de negocio que se contemplan en la Agenda de Transformación Productiva.

A través del Acuerdo de Cooperación Internacional para el desarrollo de las mipymes, celebrado entre la Cartera de Estado y el Fondo Argentino de Cooperación Horizontal FOAR se realizó el diseño e implementación del Programa de Mejora Competitividad. Por este motivo, la Secretaría de Mipymes y Artesanías realizó el acto de clausura y agradecimiento este martes 11 de diciembre en Ambato.

Para Ricardo Zambrano, subsecretario de Mipymes y Artesanías “los beneficios del programa se traducen en la reducción de movimientos en la línea de producción, optimización de equipos y tiempos de producción, reducción de costos, optimización del personal y desarrollo de estándares de calidad en los productos finales.”

En la provincia de Tungurahua el sector Alimentos Frescos y Procesados, Metalmecánico- Carrocero, Confecciones y Madera obtuvo resultados positivos. Al respecto, Rocío Jara, representante de los empresarios beneficiados afirmó que “este proceso cumplido tendrá un efecto multiplicador y generará continuidad para lograr cambios profundos en nuestras empresas”.

Las estrategias se enfocaron en la aplicación de herramientas de gestión para la mejora de la productividad de las industrias seleccionadas. De igual forma se diseñó e implementó un esquema de trabajo conjunto entre el sector público y privado, en el apoyo y acceso de las mipymes a nuevas tecnologías y conocimiento.

Como parte del proceso se capacitó al personal del Ministerio de Industrias y Productividad en especializaciones técnicas con el fin de cumplir los planes de apoyo industrial del Ecuador.

“Nuestro equipo técnico se ha fortalecido, cohesionado y sobretodo se ha preparado de la mejor forma para emprender el reto”, señaló Carlos Díaz, Director de Desarrollo de Mipymes del Ministerio. Según su experiencia, “el programa desde ahora inicia con un nuevo proceso de continuidad. “Gracias a las herramientas de gestión productiva podremos fomentar el desarrollo productivo de las Mipymes ecuatorianas”, puntualizó.”²

Redacción Economía

“La facturación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el Servicio de Rentas Internas (SRI) creció en un promedio del 10,4% interanual en el período 2011-2012, en comparación con el 2010-2011 según indicó el subsecretario del ramo, Ricardo Zambrano.

“Es una demostración de que estos emprendimientos forman parte importante en la agenda del Estado. Ello se evidencia en sus buenas prácticas empresariales y tributarias”, indicó el funcionario del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro).

Estos actores se encuentran como prioridad para el sistema de contratación pública, por medio de su inclusión en catálogos electrónicos de bienes y servicios, dijo. Según cifras oficiales, la participación de las MIPYMES en el sector público ha crecido del 59% en 2008 a casi el 70% el año pasado, con una inversión total estimada en más de 5.000 millones de dólares cada año. “Hemos considerado la forma de cómo incentivar a que estas empresas tengan contratos con el Estado, por ello las MIPYMES cuentan con espacios en los que se prioriza su participación en las Compras Públicas”, afirmó Zambrano.

² (s.f.). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/programa-de-mejora-competitiva-para-las-mipymes-genera-resultados-positivos/>

Las declaraciones las formuló en el marco de la entrega de los premios Ekos Pymes, una iniciativa privada de reconocimiento a los actores de la economía popular y solidaria, que se realizó la noche del jueves en Quito.”³

FUNDAMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

Contabilidad.

Ciencia o técnica que nos permite llevar un control de una empresa o negocio a través de registros, para calcular las riquezas o pérdidas que se obtiene y llegar a una buena toma de decisiones.

Comercio.

Se llama comercio al intercambio de materiales que sean libres en el mercado compra y venta de servicios y bienes, para su uso, venta o innovación. Es el cambio de algo por otra cosa del mismo valor. Por actividades industriales o comerciales deducimos que es tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un comerciante.

Se denomina comerciante a la persona natural o jurídica que se dedica al comercio de manera habitual, como las sociedades mercantiles. También se usa la palabra comercio para referirse a una entidad comercial o tienda.

Proceso Administrativo.

Es la ciencia técnica o social que se ocupa de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos (financieros, humanos, tecnológicos, materiales, el conocimiento, entre otros.) de la empresa, con el fin de lograr el mayor beneficio posible; este beneficio puede ser social o económico, dependiendo esto de los objetivos que persiga la organización.

³ *EL TELÉGRAFO: Mipymes facturan 10% más.* (s.f.). Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/mipymes-facturan-10-mas.html>

PLANEACIÓN

“La planeación o planificación es el proceso a través del cual una empresa analiza el ambiente externo, analiza su situación interna, elabora objetivos de acuerdo a dichos análisis, y diseña estrategias y cursos de acción destinados a alcanzar dichos objetivos.

Importancia de la planeación

Sea cual sea el tamaño de una empresa, la planeación es fundamental para el éxito de ésta debido a las siguientes razones:

Sirve de base para las demás funciones

- La planeación sirve como base para las demás funciones administrativas (organización, coordinación y control), sirve para organizar recursos, sirve para coordinar tareas o actividades, y sirve para controlar y evaluar resultados (al permitir comparar los resultados obtenidos con los planificados).
- Reduce la incertidumbre y minimiza los riesgos

La planeación permite reducir la incertidumbre y minimizar los riesgos, al analizar la situación actual, los posibles sucesos futuros, proponer objetivos y trazar cursos de acción.

- Genera compromiso y motivación

La planeación genera el compromiso y la identificación de los miembros de la empresa con los objetivos y, por tanto, los motiva en su consecución.

Características de la planeación

Toda buena planeación debe contar con las siguientes características:

Es precisa

La planeación debe contemplar objetivos específicos, es decir, no objetivos generales sino objetivos que puedan medirse; igualmente, contempla estrategias o acciones concretas que permitan alcanzar dichos objetivos.

Es factible

La planeación, antes de ser realizada, debe considerar los recursos y la verdadera capacidad de la empresa, y no debe proponer objetivos o estrategias que estén fuera del alcance de las posibilidades de la empresa.

Es coherente

La planeación debe tener en cuenta todos los planes de la empresa, sean de largo, mediano o corto plazo; debe ser coherente con todos los demás planes y, de ese modo, lograr eficiencia en su ejecución.

Es evaluada constantemente

La planeación debe ser evaluada constantemente, se debe controlar y evaluar permanentemente su desarrollo y sus resultados.

Es flexible

La planeación no debe estar escrita en piedra, debe ser lo suficientemente flexible como para permitir cambios o correcciones cuando sean necesarios, por ejemplo, cuando sea necesario adaptarla a los cambios repentinos del mercado.

Genera participación

La planeación debe comprometer la participación de todos los miembros de la empresa, todos deben aportar en su elaboración y desarrollo.

Genera motivación

La planeación debe identificar y comprometer a todos los miembros de la empresa con el logro de los objetivos y, de ese modo, motivarlos en su consecución.

Es permanente

La planeación es un proceso permanente y continuo, una vez cumplido los objetivos, debe proponer nuevas metas.

Para conocer el proceso o los pasos necesarios para realizar una planeación, te invitamos a leer el artículo la planeación de una empresa.”⁴

⁴ *Crece Negocios.* , Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/importancia-y-caracteristicas-de-la-planeacion/>

Importancia de la planificación estratégica

“Los cambios sustanciales en plano económico, político y tecnológico que han tenido lugar en el ámbito internacional y el impacto directo de ellos en la economía han transformado el entorno y las condiciones en que operan nuestras empresas.

El ambiente competitivo que existe hoy en día, se ha generado en gran parte al desarrollo constante de la Tecnología, de la sociedad, de la economía y de los conocimientos (informaciones basadas en Internet), etc. Esto ha llevado a las empresas a desarrollar nuevas estrategias de negocios, para no solamente adaptarse a este ambiente, sino para lograr una ventaja competitiva. Para lograr esta adaptación, las empresas se han visto forzadas a realizar análisis exhaustivos para poder cambiar las nuevas tecnologías con los procesos de negocio y de esta forma cubrir de una manera más eficiente las necesidades de sus clientes sin olvidar sus objetivos empresariales. Estos análisis y modificaciones han generado innumerables tendencias tales como la reingeniería entre otros.

La implementación de los nuevos cambios ha impactado fuertemente a las empresas, debido a que en ocasiones, las empresas no se encuentran preparadas para un cambio en sus procesos de negocio. Por lo tanto, es importante realizar previamente una plantación estratégica que apoyara a una empresa a alcanzar la ventaja competitiva deseada.

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa.

Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, y sea de niveles superiores o niveles inferiores.

Ha de destacarse que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes estratégicos, es de considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las empresas.

Se consideran como puntos de vista en la planeación estratégica:

El Porvenir de las Decisiones Actuales:

La planeación trata con el porvenir de las decisiones actuales. Esto significa que la planeación estratégica observa la cadena de consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, relacionada con una decisión real o intencionada que tomará el director. La esencia de la planeación estratégica consiste en identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros. Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

Proceso:

La planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. También es un proceso para decidir de antemano qué tipo de esfuerzos de planeación debe hacerse, cuándo y cómo debe realizarse, quién lo llevará a cabo, y qué hará con los resultados. La planeación estratégica es sistemática en el sentido de que es organizada y conducida con base en una realidad entendida.

Para la mayoría de las empresas, la planeación estratégica representa una serie de planes producidos después de un periodo de tiempo específico, durante el cual se elaboraron los planes. También debería entenderse como un proceso continuo, especialmente en cuanto a la formulación de estrategias, ya que los cambios en el ambiente del negocio son continuos. La idea no es que los planes deberían cambiarse a diario, sino que la planeación debe efectuarse en forma continua y ser apoyada por acciones apropiadas cuando sea necesario.

Filosofía:

La planeación estratégica es una actitud, una forma de vida; requiere de dedicación para actuar con base en la observación del futuro, y una determinación para planear constante y sistemáticamente como una parte integral de la dirección. Además, representa un proceso mental, un ejercicio intelectual, más que una serie de procesos, procedimientos, estructuras o técnicas prescritos.

Estructura:

Cuarto, un sistema de planeación estratégica formal une tres tipos de planes fundamentales, que son: planes estratégicos, programas a mediano plazo, presupuestos a corto plazo y planes operativos. La planeación estratégica es el esfuerzo sistemático y más o menos formal de una compañía para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la compañía.”⁵

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

“Un manual de procedimientos es un instrumento administrativo que apoya el quehacer cotidiano de las diferentes áreas de una empresa.

En los manuales de procedimientos son consignados, metódicamente tanto las acciones como las operaciones que deben seguirse para llevar a cabo las funciones generales de la empresa. Además, con los manuales puede hacerse un seguimiento adecuado y secuencial de las actividades anteriormente programadas en orden lógico y en un tiempo definido.

Los procedimientos, en cambio, son una sucesión cronológica y secuencial de un conjunto de labores concatenadas que constituyen la manera de efectuar un trabajo dentro de un ámbito predeterminado de aplicación.

Todo procedimiento implica, además de las actividades y las tareas del personal, la determinación del tiempo de realización, el uso de recursos materiales, tecnológico y financiero, la aplicación de métodos de trabajo y de control para lograr un eficiente y eficaz desarrollo en las diferentes operaciones de una empresa.

Las ventajas de contar con manuales de procedimientos son:

- a. Auxilian en el adiestramiento y capacitación del personal.
- b. Auxilian en la inducción al puesto.
- c. Describen en forma detallada las actividades de cada puesto.

⁵ ORTIZ, Sandro., Obtenido de <http://sandroivan.blogspot.es/1253807161/importancia-de-la-planificacion-estrategica/>

- d. Facilitan la interacción de las distintas áreas de la empresa.
- e. Indican las interrelaciones con otras áreas de trabajo.
- f. Permiten que el personal operativo conozca los diversos pasos que se siguen para el desarrollo de las actividades de rutina.
- g. Permiten una adecuada coordinación de actividades a través de un flujo eficiente de la información.
- h. Proporcionan la descripción de cada una de sus funciones al personal.
- i. Proporcionan una visión integral de la empresa al personal.
- j. Se establecen como referencia documental para precisar las fallas, omisiones y desempeños de los empleados involucrados en un determinado procedimiento.
- k. Son guías del trabajo a ejecutar.

Un sistema está basado en varios procedimientos interdependientes.

Elaboración

Para elaborar un manual de procedimientos hay que seguir los siguientes pasos:

Definir el contenido:

- Introducción.
- Objetivos.
- Áreas de aplicación.
- Responsables.
- Políticas.
- Descripción de las operaciones.
- Formatos.
- Diagramas de flujo.
- Terminología.
- Recopilación de información.
- Estudio preliminar de las áreas.
- Elaboración de inventario de procedimientos.
- Integración de la información.
- Análisis de la información.
- Graficar los procedimientos.

- Revisión de objetivos, ámbito de acción, políticas y áreas responsables.
- Implantación y recomendaciones para la simplificación de los procedimientos.

Las fuentes de información más comunes son:

Archivos de la empresa.

Directivos, ejecutivos asesores y empleados.

Los métodos para compilar la información son:

Encuestas.

Investigación documental.

Observación directa.

Recomendaciones generales de presentación

La presentación es muy importante, para lo cual hay que considerar:

- a. Logotipo.
- b. Nombre de la empresa.
- c. Lugar y fecha de elaboración.
- d. Responsables de la revisión y autorización.
- e. Índice con la relación de capítulos que forman el manual.
- f. Carátula, portada, índice general, introducción, parte sustancial del manual, diagramas y anexos.
- g. Formatos de hojas intercambiables para facilitar su revisión y actualización en tamaño carta u oficio.
- h. Utilizar el método de reproducción en una sola cara de las hojas.
- i. Utilizar separadores de divisiones para los capítulos y secciones del manual.

Revisión, aprobación, distribución e implantación

Una vez concluido el documento tiene que ser revisado para verificar que la información esté completa, que sea veraz y no tenga contradicciones.

El responsable de cada área de la empresa debe aprobar el contenido para su impresión, difusión y distribución con los ejecutivos y empleados que deben tenerlo. Para implantar el manual se requiere capacitar al personal encargado de realizar las actividades.”⁶

“VISION

Es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro

Elementos de una visión

Formulada para los líderes

Dimensión del tiempo

Integradora

Amplia y detallada

Positiva y alentadora

Realista y posible

Consistente

Difundida interna y externamente

MISION

La misión indica la manera como una organización pretende lograr y consolidar las razones de su existencia. Señala las prioridades y la dirección de las actividades de una organización, identifica los mercados a los que se dirige, los clientes a los que quiere servir y los productos que quiere ofrecer.

Determina la contribución de los diferentes agentes en el logro de los propósitos básicos de la organización

⁶ Obtenido de <http://www.ingenieria.unam.mx/~guiaindustrial/disenio/info/6/1.htm>

Elementos de la misión

Definición del negocio

Visión y metas principales

Filosofía corporativa

Objetivos

Son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo de su visión y misión.

Involucran a toda la organización Definidos al más alto nivel Sirven de marco para los objetivos

Funcionales

Características de un buen objetivo

Es medible

Establece un plazo para alcanzarlo

Define al responsable del mismo”⁷

“**La asesoría financiera** es un servicio que presta un asesor financiero que puede ayudarte en las decisiones que debas tomar en materia de finanzas, con el objetivo de que puedas rentabilizar cada vez más tus recursos financieros.

- Poder fijar metas financieras y personales
- Poder evaluar tu estado financiero
- Desarrollar un plan coherente y realista para que puedas llevar a cabo tus metas financieras
- Poner en marcha tu plan de acción y realizar el seguimiento correspondiente.
- Entre otros objetivos

⁷ STONER, J., & HILL, C. (s.f.). *Administración Estratégica*.

Otros de los motivos por el cual puedes estar necesitando de un asesor financiero son:

- Saber de qué manera puedes ahorrar lo suficiente para tu retiro
- Manejar una herencia o algún otro dinero inesperado
- Prepararte para contraer matrimonio o divorciarte
- Planear para el nacimiento o la adopción de una niña o niño.
- Enfrentar crisis financieras
- Cuidar a tus padres ancianos
- Progresar económicamente
- Ahorrar para la educación de tus hijos

Entre otros motivos.

- Para escoger un asesor financiero por lo menos debes entrevistar a tres personas que cumplan con ese requisito para de esa manera seleccionar el más apropiado.
- Recuerda que el asesor financiero es un profesional que te ayudará a descubrir cuáles son tus necesidades financieras en donde analizará tu historial pasado, presente y futuro en materia financiera, considerando tu edad, tu patrimonio, tu tipo impositivo, tu situación profesional y familiar, entre otros aspectos.
- Una vez que haya analizado tu perfil de riesgo y tus necesidades financieras, te planteará las recomendaciones de inversión y te brindará el asesoramiento que corresponda.
- Recuerda que es importante que entre el cliente y el profesional asesor exista una buena relación, la cual será la base de confianza que permitirá una exitosa gestión.”⁸

⁸ “Gestión de la Empresa y las estrategias empresariales Gestion.Org. Portal N°1”. (s.f.). *REVISTA DIGITAL*.

Asesoría Administrativa

“La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales

Introducción

Las áreas de actividades o áreas de responsabilidad, departamentos o divisiones están en relación directa con las funciones básicas que realiza la empresa a fin de lograr sus objetivos. Dichas áreas comprenden actividades, funciones y labores homogéneas, las más comunes y usuales en todas las empresas son: producción, mercadotecnia, recursos humanos y finanzas.

Áreas funcionales

La efectividad de la administración de una empresa no depende del éxito de una área específica sino del ejercicio de una coordinación balanceada entre las etapas del proceso administrativo y la adecuada realización de las actividades de las principales áreas funcionales, mismas que son:

PRODUCCIÓN: Es aquella que formula y desarrolla los métodos más adecuados para a la elaboración de los productos al suministrar y coordinar la mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridos.

MERCADOTECNIA: Su fin es unir los factores y hechos que influyen en el mercado para crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita distribuyéndolo en forma tal que esté a su disposición en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.

FINANZAS: Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos con el objeto de que pueden funcionar debidamente.

RECURSOS HUMANOS: Su objetivo es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa a través de programas adecuados de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo.”⁹

QUE PARÁMETROS SE DEBEN SEGUIR PARA ADMINISTRAR CON ÉXITO UN NEGOCIO

1. “Ver la realidad:

El primer paso para una administración alejada del estrés es no engañarse. Para ello es vital informarse sobre el negocio y el ambiente económico. Luego es importante establecer metas.

2. Planificar:

Las metas son parte del proceso de planeación. Por esto explica Messias, la planificación debe tener un propósito, procesos, personas, asociaciones y placer.

3. Utilizar capital propio:

Como el dinero de afuera cuesta caro, el consultor aconseja que idealmente se debe partir por usar el propio presupuesto o con parte del de los socios.

4. Controlar el inventario:

Es importante saber lo que el negocio ofrece de tal manera de controlar, incluso, hasta el stock que se posee. Tener un inventario es un buen sistema, que además permite tener todo controlado y bien organizado. Así se evita un dolor de cabeza a la hora de organizar las cuentas de la empresa.

5 .Conocer al cliente:

Un buen equipo de ventas puede disminuir la tensión, porque conociéndolos se logra saber los precios que esperan y lo que desean, en general, de la marca y del producto. Es crucial entonces rastrear los hábitos de consumo de los clientes.

⁹ CHIAVENATO, I.: *Administración - Proceso Administrativo* (Tercera ed.), Editora McGraw-Hill., 2001

6. Ser el líder de su empresa:

Si no se involucra lo necesario en la empresa para conocer todos los detalles puede ocurrir que otros tengan que tomar las decisiones. El consultor advierte que no se debe dejar que un empresario tenga mayor liderazgo que el empresario. La ética no se puede dejar de lado, sigue Messias, y para que esto ocurra "se deben cumplir con las obligaciones legales, tributarias, mano de obra y comerciales. Detrás de una empresa no ética siempre hay alguien estresado"¹⁰

INNOVACIÓN

“La innovación es el rompimiento en tiempo y espacio de un proceso, producto o servicio, que se presenta con una nueva cualidad incremental o radical y que es aceptado por el cliente. Su impacto puede ser económico, social o ambiental.

La innovación se clasifica en tres grandes grupos:

Innovación tecnológica: Comprende los cambios introducidos en los productos y en los procesos. De ahí que pueda clasificarse en:

- Innovación de producto: Consiste en fabricar y comercializar nuevos productos o productos ya existentes mejorados.
- Innovación de proceso: Corresponde a la instalación de nuevos procesos de producción, que por lo general, mejoran la productividad, la racionalización de la fabricación y, por consiguiente, la estructura de costos.

Innovación social: Intenta proponer soluciones nuevas a los problemas de desempleo sin trastocar la eficiencia de la empresa.

Innovación en métodos de gestión: Reúne las innovaciones que no se pueden incluir en las dos anteriores categorías. Son innovaciones como las realizadas en los ámbitos comerciales, financieros, organizativos, que acompañan, apoyan y potencian la corriente innovadora de la empresa.

¹⁰ 6 pasos para administrar su negocio sin estresarse, Obtenido de <http://AméricaEconomía.com>

Innovación y mejora continua.

Ahora bien, la Mejora Continua, alineada con la innovación, nos amplía la perspectiva de nuestra organización. Por innovación de procesos, entendemos una reconsideración fundamental y el rediseño radical en los procesos de las organizaciones, alcanzando drásticamente mejoras en las medidas críticas de resultados, tales como: costos, calidad, servicio, capacidad de respuesta, etc.

Por rediseño primordial de nuestros procesos, entendemos el replanteamiento integral de la "forma en que hacemos las cosas", por lo que dichos procesos deben innovarse en la medida en que las condiciones del mercado, la competencia, los requerimientos del cliente y la globalización y la tecnología nos impongan como una necesidad latente.

En ocasiones, las mejoras son insuficientes, aun cuando muchas veces sean deseables o incluso pueden ser lo que la organización necesite, por lo que debemos de analizar los esquemas actuales y establecidos y de ser necesario, debemos innovar.

La innovación de los procesos, implica considerar:

1. -Establecimiento de la Visión de Negocio.
2. -Establecimiento de Políticas y valores.
3. -Identificación de Objetivos.
4. -Establecimiento de Objetivos.
5. -Planeación.
6. -Establecimiento de Estrategias.
7. -Identificación de recursos.
8. -Dotación de recursos.
9. -Medición de resultados."¹¹

¹¹ CANTILLO, G., JUSTA, B., & CURIEL, L.: *Evaluación de la Gestión de la Tecnología y la Innovación en una Unidad de Información.*, Obtenido de http://www.empaimatanzas.co.cu/revista/REVISTA_archivos/Page971.htm, 2009

2.2 MARCO LEGAL

**“LEY PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.**

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISION LEGISLATIVA Y CODIFICACION

**En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la
Constitución Política de la República.**

RESUELVE:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS

SECCION I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- * La compañía en nombre colectivo;
- * La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- * La compañía de responsabilidad limitada;
- * La compañía anónima; y,
- * La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las empresas poseen sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos. 2 . . . /

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeran esa prueba en el perentorio término de tres días, continuar con ellas el juicio.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva.

Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil.

En caso de que no llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, esta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez, según el caso. 3 . . . /

Cuando se aporte bienes hipotecados, será por el valor de ellos y su dominio se transferirá totalmente a la compañía, pero el socio aportante recibirá participaciones o acciones solamente por la diferencia entre el valor del bien aportado y el monto al que ascienda la obligación hipotecaria. La compañía deberá pagar el valor de ésta en la forma y fecha que se hubieren establecido, sin que ello afecte a los derechos del acreedor según el contrato original.

No se podrá aportar a la constitución o al aumento de capital de una compañía, bienes gravados con hipoteca abierta, a menos que ésta se limite exclusivamente a las obligaciones ya establecidas y por pagarse, a la fecha del aporte.

Los créditos solo podrán aportarse si se cubriera, en numerario o en bienes, el porcentaje mínimo que debe pagarse para la constitución de la compañía según su

especie. Quien entregue, ceda o endose los documentos de crédito quedará solidariamente responsable con el deudor por la existencia, legitimidad y pago del crédito, cuyo plazo de exigibilidad no podrá exceder de doce meses. No quedará satisfecho el pago total con la sola transferencia de los documentos de crédito, y el aporte se considerará cumplido únicamente desde el momento en que el crédito se haya pagado.

En todo caso de aportación de bienes el Superintendente de Compañías, antes de aprobar la constitución de la compañía o el aumento de capital, podrá verificar los avalúos mediante peritos designados por él o por medio de funcionarios de la Institución.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326, de 25 de noviembre de 1999.

Art. 11.- El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

Art. 12.- Será infructuoso en contra de terceros cualquiera limitación de las facultades representativas de los administradores o gerentes que se estipulare en el contrato social o en sus reformas.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Sin embargo, la falta de inscripción no podrá oponerse a terceros, por quien hubiere obrado en calidad de administrador.

En el contrato social se estipulará el plazo para la duración del cargo de administrador que, con excepción de lo que se refiere a las compañías en nombre colectivo y en comandita simple, no podrá exceder de cinco años, sin perjuicio de

que el administrador pueda ser indefinidamente reelegido o removido por las causas regales.

En caso de que el administrador fuere reelegido, estará obligado a inscribir el nuevo nombramiento y la razón de su aceptación. 4 . . . /

Art. 14.- La falta de inscripción, una vez vencido el plazo señalado en el artículo anterior, será sancionada por el Superintendente de Compañías o el juez, en su caso, con multa de diez a doscientos sucres por cada día de retardo, sin que la multa pueda exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social, pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, solo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

1. Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
2. Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
3. Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

Las copias que los funcionarios mencionados deben enviar a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.

En el Reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

La multa no podrá exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

De producirse repetición el Superintendente podrá solicitar a la Corte Suprema de Justicia la destitución del funcionario. 5 . . . /

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;

- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

Art. 21.- Las transferencias de acciones y de participaciones de las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de Compañías serán comunicadas a ésta, con indicación de nombre y nacionalidad de cedente y cesionario, por los administradores de la compañía respectiva, dentro de los ocho días posteriores a la inscripción en los libros correspondientes.

Art. 22.- La inversión extranjera que se realice en las sociedades y demás entidades sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías no requerirá de autorización previa de ningún organismo del Estado.

Art. 23. Las compañías extranjeras que operen en el país y estén sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de Compañías deberán enviar a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance anual y del estado de cuenta de pérdidas y ganancias de su sucursal o establecimiento en el Ecuador;
- b) La nómina de los apoderados o representantes;
- c) Copia autorizada del anexo sobre el Movimiento Financiero de Bienes y Servicios, del respectivo ejercicio económico; y,
- d) Los demás datos que solicite la Superintendencia.

Los documentos que contengan los datos requeridos en este artículo se presentarán suscritos por los personeros y en la forma que señale la Superintendencia de Compañías.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326, de 25 de noviembre de 1999.6 . . . /

Art. 24.- Cuando la Superintendencia de Compañías lo juzgare conveniente podrá exigir a compañías no sujetas a su vigilancia, los datos e informaciones que creyere necesarios.

Art. 25.- Si el Superintendente no recibiere oportunamente los documentos a que se refieren los artículos anteriores, o si aquellos no contuvieren todos los datos requeridos o no se encontraren debidamente autorizados, impondrá al administrador de la compañía remisa una multa de conformidad con el Art. 457 de esta Ley, salvo que antes del vencimiento del plazo se hubiere obtenido del Superintendente la prórroga respectiva, por haberse comprobado la imposibilidad de presentar oportunamente dichos documentos y datos.

La multa podrá repetirse hasta el debido cumplimiento de la obligación exigida.

Si dentro de los treinta días posteriores al vencimiento de los respectivos plazos, el Superintendente no recibiera, por falta de pronunciamiento de la junta general de accionistas o socios, los referidos documentos impondrá a la compañía una multa de cincuenta a quinientos sucres por cada día de retraso, hasta la debida presentación de los mismos. La multa no podrá exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

El Superintendente podrá exigir la presentación del balance general anual y del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias de una compañía sujeta a su vigilancia, una vez transcurrido el primer trimestre del año, aun cuando dichos documentos no hubieren sido aprobados por la junta general de accionistas o de socios. Así mismo, en cualquier tiempo, el Superintendente podrá pedir que una compañía sujeta a su vigilancia le presente su balance de situación a determinada fecha. Este balance deberá ser entregado dentro de los quince días siguientes al mandato del Superintendente, bajo las mismas sanciones previstas en los incisos anteriores, salvo que la compañía, por razones justificadas, hubiere obtenido prórroga del plazo.

Art. 26.- El ejercicio económico de las compañías terminará cada 31 de diciembre.

Art. 27.- En orden al mejor cumplimiento de las obligaciones previstas en los artículos 20 y 23, respecto de las compañías de responsabilidad limitada, la Superintendencia de Compañías reglamentará la presentación de los documentos a los que se refieren dichos artículos.

Art. 28.- Las compañías sujetas por ley al control de la Superintendencia de Compañías y que ejecuten actividades agrícolas, presentarán a ésta su balance anual y su estado de pérdidas y ganancias condensados, así como la información resumida que la Superintendencia determine en el respectivo reglamento.

Art. 29.- Si en la formación de la compañía no se llenaren oportunamente las formalidades prescritas por esta Ley, y mientras no se cumplieren, cualquier socio podrá separarse de la compañía notificándolo a los demás. La compañía quedará disuelta desde el día de la notificación. Respecto de terceros la compañía se tendrá como no existente en cuanto pueda perjudicarlos, pero los socios no podrán alegar en su provecho la falta de dichas formalidades. 7 . . . /

Art. 30.- Los que contrataren a nombre de compañías que no se hubieren establecido legalmente serán solidariamente responsables de todos los perjuicios que por la nulidad de los contratos se causen a los interesados y, además, serán castigados con arreglo al Código Penal.

La falta de escritura pública no puede oponerse a terceros que hayan contratado de buena fe con una compañía notoriamente conocida.

En igual responsabilidad incurrirán los que a nombre de una compañía, aún legalmente constituida, hicieren negociaciones distintas a las de su objeto y empresa, según este determinado en sus estatutos.

Art. 31.- Los acreedores personales de un socio podrán embargar, durante la existencia de la compañía, las utilidades que le correspondan previa deducción de lo que el socio adeudare por sus obligaciones sociales; disuelta la compañía, los acreedores podrán embargar la parte o cuota que corresponde al socio en la liquidación.

No son susceptibles de embargo las cuotas o las participaciones que correspondan al socio en el capital social. En las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, podrán embargarse las acciones mediante la aprehensión de los títulos y la inscripción del embargo en el libro de acciones y accionistas de la compañía.

También son embargables los créditos que correspondan a los accionistas por concepto de dividendos.

Art. 32.- Las Compañías constituidas válidamente conforme a leyes anteriores se sujetarán, en cuanto a su funcionamiento, a las normas de la presente Ley.

Art. 33.- El establecimiento de sucursales, el aumento o disminución de capital, la prórroga del contrato social, la transformación, fusión, escisión, cambio de nombre, cambio de domicilio, convalidación, reactivación de la compañía en proceso de liquidación y disolución anticipada, así como todos los convenios y resoluciones que alteren las cláusulas que deban registrarse y publicarse, que reduzcan la duración de la compañía, o excluyan a alguno de sus miembros, se sujetarán a las solemnidades establecidas por la Ley para la fundación de la compañía según su especie.

La oposición de terceros a la inscripción de la disminución del capital, cambio de nombre, disolución anticipada, cambio de domicilio o convalidación de la compañía, se sujetará al trámite previsto en los Arts. 86, 87, 88, 89 y 90.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de Noviembre de 1999.

Art. 34.- Salvo lo que se dispone en el artículo siguiente, cuando en el otorgamiento de la escritura pública de constitución de una compañía o en la de uno de los actos a los que se refiere el artículo anterior, o bien en los trámites posteriores del proceso de constitución legal de la compañía o perfeccionamiento de aquellos actos, se hubiere omitido algún requisito de validez, se podrá subsanar la omisión y, si así se hiciere, la convalidación se entenderá realizada desde la misma fecha de la escritura convalidada. 8 . . . /

La escritura de convalidación y su inscripción no causaron impuesto alguno.

Art. 35.- No cabe subsanación ni convalidación en los siguientes casos:

- a) Si la compañía no tiene una causa y un objeto reales y lícitos, o si el objeto es prohibido para la especie de compañía, o contrario a la Ley, el orden público o las buenas costumbres;
- b) En las compañías que tiendan al monopolio, de cualquier clase que fueren;
- c) Si el contrato constitutivo no se hubiere otorgado por escritura pública, o si en ésta o en la de alguno de los actos mencionados en el artículo anterior han intervenido personas absolutamente incapaces, o si las personas que han intervenido lo han hecho contraviniendo alguna prohibición legal; y,
- d) Si la compañía se hubiere constituido con un número de socios inferior al mínimo señalado por la Ley para cada especie.

SECCION V

DE LA COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

1. DISPOSICIONES GENERALES

17 . . . / **Art. 92.-** 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" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta empresa el capital estará constituido por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirlos, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

2. DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE

18. . . / **Art. 98.-** Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

Art. 100.- Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

Art. 101.- Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías.

3. DEL CAPITAL

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Nota: Inciso primero reformado por Art. 99-g) de Ley No. 4, publicada en Registro Oficial Suplemento 34 de 13 de marzo del 2000.

Art. 103.- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Art. 104.- Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.
19 . . . /

Art. 105.- La constitución del capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.

Art. 106.- Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles. No se admitirá la cláusula de interés fijo.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan.

Art. 107.- La participación de cada socio es transmisible por herencia. Si los herederos fueren varios, estarán representados en la compañía por la persona que designaren. Igualmente, las partes sociales son indivisibles.

Art. 108.- No se admitirán prestaciones accesorias ni aportaciones suplementarias, sino en el caso y en la proporción que lo establezca el contrato social.

Art. 109.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

Art. 110.- Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

Art. 111.- En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicará la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

Art. 112.- La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma que se establezca en el contrato social, siempre que, para el efecto, se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.

Art. 113.- La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social.

La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la 20 . . . / compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en los respectivos protocolos del notario.

4. DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

- f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;
- g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;
- h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.

En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables. 21 . . . /

- i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercitarán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,
- j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

Art. 115.- Son obligaciones de los socios:

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Acatar las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

5. DE LA ADMINISTRACIÓN

Art. 116.- La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria. 22 . . . /

Art. 117.- Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 118.- Son atribuciones de la junta general:

- a) Designar y remover administradores y gerentes;
- b) Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;
- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;

- j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;
- k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.

En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,

- l) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

Art. 119.- Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

Las ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, las extraordinarias, en cualquier época en que fueren convocadas. En las juntas generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión, o por los medios previstos en el contrato. Es aplicable a estas compañías lo establecido en el Art. 238.

Art. 120.- El o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías el derecho concedido 23 . . . / en el Art. 213. Si el contrato social estableciese un consejo de vigilancia, éste podrá convocar a reuniones de junta general en ausencia o por omisión del gerente o administrador, y en caso de urgencia.

Art. 121.- A las juntas generales concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada junta, a no ser que el representante ostente poder general, legalmente conferido.

Art. 122.- El acta de las deliberaciones y acuerdos de las juntas generales llevará las firmas del presidente y del secretario de la junta.

Se formará un expediente de cada junta. El expediente contendrá la copia del acta y de los documentos que justifiquen que las convocatorias han sido hechas en la forma señalada en la ley y en los estatutos. Se incorporarán también a dicho expediente todos aquellos documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

Las actas podrán extenderse a máquina, en hojas debidamente foliadas, o ser asentadas en un libro destinado para el efecto.

Art. 123.- Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

Art. 124.- Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico, deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

Art. 125.- Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

Los que faltaren a sus obligaciones son responsables, solidariamente si fueren varios, ante la compañía y terceros por el perjuicio causado.

Su compromiso cesará cuando hubiesen procedido conforme a una resolución tomada por la junta general, siempre que oportunamente hubieren observado a la junta sobre la resolución tomada. 24 . . . /

Art. 126.- Los administradores o gerentes que incurrieren en las siguientes faltas responderán civilmente por ellas, sin perjuicio de la responsabilidad penal que pudieren tener:

- a) Consignar, a sabiendas, datos inexactos en los documentos de la compañía que, conforme a la ley, deban inscribirse en el Registro Mercantil, o dar datos falsos respecto al pago de las aportaciones sociales y al capital de la compañía;
- b) Proporcionar datos falsos relativos al pago de las garantías sociales, para alcanzar la inscripción en el Registro Mercantil de las escrituras de disminución del capital, aun cuando la inscripción hubiere sido autorizada por el Superintendente de Compañías;
- c) Formar y presentar balances e inventarios falsos; y,
- d) Ocultar o permitir la ocultación de bienes de la compañía.

Art. 127.- La responsabilidad de los socios administradores de la compañía se extinguirá en conformidad con las disposiciones contenidas en los Arts. 264 y 265 y en la Sección VI de esta Ley.

Art. 128.- Sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar, los administradores o gerentes responderán especialmente ante la compañía por los daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia grave o incumplimiento de la ley o del contrato social. Igualmente responderán frente a los acreedores de la compañía y a los socios de ésta, cuando hubieren lesionado directamente los intereses de cualquiera de ellos.

Si hubieren propuesto la distribución de dividendos ficticios, no hubieren hecho inventarios o presentaren inventarios fraudulentos, responderán ante la compañía y terceros por el delito de estafa.

Art. 129.- Si hubiere más de dos gerentes o administradores, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, en cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

Art. 130.- Los administradores o gerentes no podrán dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la junta general.

Se aplicará a los administradores de estas compañías, la prohibición contenida en el inciso Segundo del Art. 261.

Art. 131.- Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el Registro Mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado. Si no hubiere acaecido alteración alguna en la nómina de los 25 . . . / socios y en la cuantía de las aportaciones desde la presentación de la última lista, bastará presentar una declaración en tal sentido.

Art. 132.- Son aplicables a los gerentes o administradores las disposiciones constantes en los Arts. 129 al 133, inclusive, del Código de Comercio. .0

Art. 133.- El administrador no podrá separarse de sus funciones mientras no sea legalmente reemplazado. La renuncia que de su cargo presentare el administrador, surte efectos, sin necesidad de aceptación, desde la fecha en que es conocida por la junta general de socios. Si se tratare de administrador único, no podrá separarse de su cargo hasta ser legalmente reemplazado, a menos que hayan transcurrido treinta días desde la fecha en que la presentó.

La junta general podrá remover a los administradores o a los gerentes por las causas determinadas en el contrato social o por incumplimiento de las obligaciones señaladas en los Arts. 124, 125 y 131. La resolución será tomada por una mayoría que represente, por lo menos, las dos terceras partes del capital pagado concurrente a la sesión. En el caso del Art. 128 la junta general deberá remover a los administradores o a los gerentes.

Si en virtud de denuncia de cualquiera de los socios la compañía no tomare medidas tendientes a corregir la mala administración, el socio o socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán, libremente, solicitar la remoción del administrador o de los gerentes a un juez de lo civil. Este procederá ciñéndose a

las disposiciones pertinentes para la remoción de los gerentes o de los administradores de las compañías anónimas.

Art. 134.- Toda acción contra los gerentes o administradores prescribirá en el plazo de tres meses cuando se trate de solicitar la remoción de dicho funcionario.

Art. 135.- En las compañías en las que el número de socios exceda de diez podrá designarse una comisión de vigilancia, cuyas obligaciones fundamentales serán velar por el cumplimiento, por parte de los administradores o gerentes, del contrato social y la recta gestión de los negocios.

La comisión de vigilancia estará integrada por tres miembros, socios o no, que no serán responsables de las gestiones realizadas por los administradores o gerentes, pero sí de sus faltas personales en la ejecución del mandato.

6. DE LA FORMA DEL CONTRATO

Art. 136.- La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 26 . . . / de esta Ley y, además, la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 137.- La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;

2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

Art. 138.- La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada. Si éstos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

Art. 139.- Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general. Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía.

En caso de remoción del administrador o del gerente designado en el contrato constitutivo o posteriormente, para que surta efecto la remoción bastará la inscripción del documentos respectiva en el Registro Mercantil. 27 . . . /

Art. 140.- El pago de las aportaciones por la suscripción de nuevas participaciones podrá realizarse:

1. En numerario;
2. En especie, si la junta general hubiere resuelto aceptarla y se hubiere realizado el avalúo por los socios, o los peritos, conforme lo dispuesto en el Art. 104 de esta Ley;
3. Por compensación de créditos;
4. Por capitalización de reservas o de utilidades; y,
5. Por la reserva o superávit proveniente de revalorización de activos, con arreglo al reglamento que expedirá la Superintendencia de Compañías.

La junta general que acordare el aumento de capital establecerá las bases de las operaciones que quedan enumeradas.

En cuanto a la forma de pago del aumento de capital, se estará a lo dispuesto en el segundo inciso del Art. 102 de esta Ley.

Art. 141.- Cuando por disposición contractual se designen funcionarios de fiscalización en esta especie de compañía, se aplicarán las disposiciones del Capítulo 9, Sección VI.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 142.- En lo no previsto por esta Sección, se aplicarán las disposiciones contenidas en la Sección VI, en cuanto no se opongan a la naturaleza de la compañía de responsabilidad limitada.¹²

Código de Comercio

“Artículo 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

¹² *Supercias.*, Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

Artículo 2.- Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno.

De las personas capaces para ejercer el comercio

Artículo 6.- Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

Artículo 7.- Sin embargo de lo dispuesto en el artículo anterior, no pueden comerciar:

- 1.- Las corporaciones eclesiásticas, los religiosos y los clérigos;
- 2.- Los funcionarios públicos a quienes está prohibido ejercer el comercio por el Art. 242 del Código Penal, salvo las excepciones establecidas en el mismo artículo; y,
- 3.- Los quebrados que no hayan obtenido rehabilitación.

Artículo 8.- Las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes.

De la matrícula de comercio.

Artículo 21.- La matrícula de comercio se llevará en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón, en un libro forrado, foliado y cuyas hojas se rubricarán por el Jefe Político del cantón. Los asientos serán numerados según la fecha en que ocurran, y suscritos por el Registrador Mercantil.

Artículo 22.- Toda persona que quiera ejercer el comercio con un capital mayor de mil sucres, se hará inscribir en la matrícula del cantón. Al efecto, se dirigirá por escrito a uno de los jueces de lo Civil, haciéndole conocer el giro que va a emprender, el lugar donde va a establecerse, el nombre o razón con la que ha de

girar, el modelo de la firma que usará, y si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil, el capital que destina a ese comercio.

Si fuere una sociedad la que va a establecerse, se expresará en la matrícula el nombre de todos los socios solidarios; y si varios de ellos tuvieren derecho a usar de la firma social, se acompañará el modelo de la firma de cada uno de ellos. Si fuere un sólo individuo, la firma que usará en sus actos de comercio.

Artículo 23.- También deben inscribirse en la matrícula de comercio del cantón en cuya circunscripción vayan a ejercer su oficio, los corredores y martilladores, previa solicitud suscrita por éstos.

Artículo 24.- También deben inscribirse en la matrícula de comercio los capitanes de buque, y la inscripción se hará en la Oficina de inscripciones del cantón donde tenga su sede el despacho de la Capitanía de Puerto que ha tramitado la patente de navegación.¹³

Para MIPYMES.

Para fines tributarios las MIPYMES deben inscribir su actividad económica en el Servicio de Rentas Internas (SRI), obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cumplir con las obligaciones impuestas por la administración tributaria.

Cuadro 1. Las MIPYMES pueden estar formadas por personas naturales y/o personas jurídicas o sociedades.

MIPYMES	PERSONA NATURAL		PERSONA JURÍDICA
	NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD	OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD	OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD
Microempresa	X	X	X
Pequeña		x	X
Mediana		x	X

Fuente: código de la producción.

¹³ Obtenido de <http://rem.gmtulcan.gob.ec/Leyes/CODIGO%20DE%20COMERCIO.pdf>

CREACIÓN DE MIPYMES

Las Empresas deberán llevar la contabilidad bajo su responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el RUC, por el sistema de Partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000. Están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos. Las personas no obligadas a llevar contabilidad, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

En el Ecuador ha cobrado gran importancia crear una cultura tributaria que permita a todas las personas tanto naturales como jurídicas, conocer y cumplir con las leyes y disposiciones emitidas por los organismos estatales. Particularmente las emitidas por la Superintendencia de Compañías, por el Servicio de Rentas Internas que empieza con la inscripción y obtención del RUC, declaraciones y pago de impuestos, entre otras. Por tanto, toda empresa requiere para realizar sus actividades requiere no solamente tener conocimientos en contabilidad, tributación y finanzas o contar con asesoramiento; sino, tener un departamento especializado. Sin embargo muchas micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), por no tener los recursos económicos necesarios o por su propia decisión no cuentan con un departamento especializado, pero necesitan buscar personas especializadas que los asesoren y le resuelvan las consultas pertinentes. Las condiciones actuales imperantes en nuestro país, podrían llevar a que las MIPYMES, tengan que decidir contratar una persona o empresa especializada que se encargue del procesamiento de la información contable, tributaria, financiera y que a nombre de la empresa cumpla con las obligaciones en forma eficaz y oportuna.

En base a este contexto, surge la oportunidad de crear una empresa que ofrezca los servicios de asesoría y consultoría contable, tributaria y financiera para las MIPYMES que no cuenten con personal especializado.

Después de advertir la importancia del aspecto contable, tributario, y financiero para una empresa, surge la necesidad de establecer el grado de aceptación del servicio de contabilidad, tributación y finanzas y de asesoría entre las MIPYMES, a través de la realización de un estudio de mercado que después de analizar los factores y condiciones imperantes, nos permita identificar el segmento de mercado al cual se dirigirá el proyecto y determinar la demanda insatisfecha a la cual servirá la empresa.¹⁴

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)

TRATAMIENTO TRIBUTARIO PARA LAS MIPYMES

PERSONAS NATURALES

“Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

¹⁴ AREVALO MACHADO, V.: *Creación de una empresa de asesoría contable tributaria y financiera para micro, pequeñas y medianas empresas en el distrito metropolitano de Quito.*

Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

El registro de ventas y compras puede ser realizado bajo el siguiente formato:

Cuadro 2.- Formato de registro de ventas y compras

Fecha	No. de Comprobante de venta (sea de su venta o de su compra)	Concepto	Subtotal	IVA	Total
15/12/2009	001-001-1234567	Compra gaseosas	100,00	12,00	112,00
02/01/2010	001-001-6581269	Compra de frutas	50,00	-	50,00
01/02/2010	001-001-0000026	Venta de mercadería	150,00	18,00	168,00

Fuente: SRI

Nota: En el casillero de “IVA” debe identificar el valor del impuesto para los casos que generen 12% de IVA.

Los plazos para presentar las declaraciones y pagar los impuestos se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

SOCIEDADES

Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.

Las Sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Los plazos para presentar estas declaraciones se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

Cuadro 3.- Cuadro de declaraciones

NOVENO DIGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

Fuente: SRI

Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos. El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario.¹⁵

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Administración.- Es un proceso que consiste en las actividades de planeación, organización, dirección y control para alcanzar los objetivos establecidos utilizando para ellos recursos económicos, humanos, materiales y técnicos a través de herramientas y técnicas sistematizadas.

Calidad.- La forma de hacer las cosas en las que, básicamente, predominan la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar, día a día, procesos y resultados

¹⁵ Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>

Capacitación.- La capacitación es continua no hay periodos en los que se termina sino que se capacita continuamente ya que los trabajadores que tienen mucho tiempo los cambian de puestos por lo que se tiene que estar capacitando continuamente.

Comunicación.- Proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los métodos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Cultura organizacional.- En todas las culturas y sociedades, los individuos se reúnen para llevar a cabo ciertas actividades colectivas, ello supone problemas muy parecidos, puesto que siempre se trata de establecer una dirección, una coordinación y una motivación.

Desempeño.- Es la manera como alguien o algo trabaja, juzgado por su efectividad. Es decirse que cada empresa o sistema empresarial debiera tener su propia medición de desempeño.

Empresa.- La empresa es una organización o institución que se dedica a actividades con fines económicos o comerciales. Encontraremos una variedad de conceptos del término, Debido por lo menos en parte, a que a pesar de su aparente simplicidad el concepto es complejo.

Estrategia.- Planificar y tener un sin número de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

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

Mercado.- Está formado por todos los clientes potenciales que colaboran o comparten una necesidad específica y que estarían dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad.

Reestructuración.- La reestructuración no es más que el reordenamiento o reorganización de un tipo de estructura ya existente que debía ser cambiado o alterado debido a diferentes circunstancias.

Operatividad.- Entendemos por operatividad, en el campo de las relaciones humanas, la relación entre dos o más personas, que dedican parte de su tiempo y capacidades a realizar un objetivo común, previamente determinado.

Personal.- Es un adjetivo que hace referencia a lo perteneciente o relativo a la persona. El término suele utilizarse para nombrar a lo propio o particular de ella. Por ejemplo: *“No creo que pueda asistir a la fiesta: tengo un problema personal que resolver”, “No comparto tu decisión, pero entiendo que es algo muy personal”, “Juan se enojó con Belén porque revisó sus cosas personales”.*

Mercados.- Conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público.

Sistema.- Conjunto de reglas o principios sobre una materia racionalmente enlazados entre sí, Conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto.

Productividad.- La productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción, es decir la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos.

Publicidad.- Medios empleados para difundir algo./ Anuncios, cuñas, mensaje.

Proceso.-Acción de seguir adelante.

Reestructuración empresarial.- En los últimos tiempos nos encontramos con muchas organizaciones con problemas serios en sus resultados. Por ello, de una manera más o menos organizada, actualmente muchas están reestructurándose para salir de la crisis y seguir siendo competitivos.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.4.1 Hipótesis general.

El desarrollo de las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro se ve afectado al no implementar estrategias innovadoras.

2.4.2 Hipótesis Particulares.

La ausencia de asesoría lleva a las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro a no aplicar planes de inversión y desarrollo

La escasa aplicación de estrategias de inversión lleva a las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro a no utilizar la tecnología adecuada.

Al no aplicarse estrategias de marketing, las MIPYMES del cantón Milagro mantienen un débil posicionamiento.

La ausencia de una gestión basada en objetivos y resultados incide en el crecimiento de las MIPYMES.

2.4.3 Declaración de variables

Variable Independiente

Estrategias innovadoras.

Asesoría

Estrategias de inversión

Estrategias de marketing

Gestión basada en objetivos y resultados

Variable Dependiente

Desarrollo

Planes de inversión y desarrollo

Tecnología adecuada

Débil posicionamiento

Crecimiento

2.4.4 Operacionalización de las variables.

Cuadro 4. Tabla de variables independientes

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Estrategias innovadoras.	Conjunto de conocimientos que sirven para producir bienes y servicios, afectando las ramas técnicas, científicas, sociales y culturales.	Resultados financieros, de marketing tecnología y administración.	Registros y apuntes.
Asesoría	Preparación de una persona para que sea apta o capaz para hacer una cosa.	Cursos realizados.	Hoja de vida.
estrategias de inversión	Conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores.	Competencia.	Inclinación de la demanda.
estrategias de marketing	Diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación del medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.	Desarrollo de servicios.	Contratación de los servicios.
Gestión basada en objetivos y resultados.	Cantidad que se gasta o se ha gastado y no genere un aporte productivo.	Inversión realizada.	Plan de inversión.

Fuente: Hipótesis

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Cuadro 5.- Tabla de Variables dependientes

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Desarrollo.	Aumento de la productividad, el consumo y otros indicadores propios de la economía.	Demanda Nivel de Ventas.	Cumplimiento de los objetivos.
planes de inversión y desarrollo .	Conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores.	Competencia.	Inclinación de la demanda.
tecnología adecuada .	Conjunto de métodos y procedimientos que adoptan las dependencias y entidades para salvaguardar sus recursos.	Cumplimiento.	Planes de trabajo.
débil posicionamiento .	Actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transición ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos y necesidades.	Nivel de ventas.	Cumplimiento de los objetivos.
Crecimiento.	Acción y efecto de articular, disponer y hacer operativos un conjunto de medios, factores o elementos para la consecución de un fin en concreto.	Cumplimiento.	Planes de trabajo.

Fuente: Hipótesis

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

TIPOS DE INVESTIGACIÓN:

Investigación aplicada: Este tipo de investigación también nombrada como práctica o empírica. Se identifica porque busca a aplicar o a utilizar los conocimientos que se adquieren. La investigación aplicada se halla vinculada con la investigación básica, ya que depende de los resultados y avances de la misma; este tipo de investigación en el proyecto es aplicada en todo lo que va estructurado en la investigación.

Investigación Explicativa: Este tipo de investigación no solo tiene dependencia causal, intenta referir o acercarse a un problema, además, persigue encontrar las causas del mismo. Puede usar esquemas experimentales y no experimentales.

En este proyecto se aplicó la Investigación Explicativa en la parte de la problematización, ya que está indaga el porqué de los hechos, estableciendo relaciones de causa-efecto.

Investigación Descriptiva: Se forma del diseño, registro, estudio e explicación de la naturaleza actual, y la estructura o procesos de los fenómenos. Su análisis se hace sobre las conclusiones absolutas o sobre cómo una cosa, persona o grupo se maneja o funciona en el presente.

Este tipo de investigación se basa en la circunstancias de hechos, y su característica primordial es su exacta presentación. Por lo que en la investigación se ha utilizado

en las características de la población ya que se refiere a los rasgos de las personas que intervienen en el levantamiento de información.

Investigación Correlacional: Este tipo de investigación es social tiene como objetivo calcular el grado de relación que existe entre dos o más variables, en un argumento en particular. En ciertas ocasiones solo se la relaciona entre dos variables, pero a menudo se colocan en el estudio relaciones entre tres variables. Esta investigación está aplicada en la tabulación de los datos sacados de las encuestas, relacionándose con las variables de relevante vinculación.

Investigación Bibliográfica: Se enfoca en la amplia búsqueda de la exploración en libros, revistas, documentales, trabajos o estudios similares para conocer el estado de la investigación. La selección, indagación, organización, crítica evaluación, e información bibliográfica sobre un fijado tema tiene cierto valor, ya que evita la difusión de publicaciones o permite la perspectiva general de un problema.

Se la utiliza en la recopilación de la fundamentación establecida en diferentes fuentes bibliográficas o libros que se refiera con temas interrelacionados con microempresas, así como también para basar los aspectos que se conciernan con los clientes.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.

3.2.1 Características de la población.

Características Demográficas:

Edad: Indiferente

Género: Indiferente

Formación: Indiferente

Actividad: Negocios – MIPYMES

Etnia: Indiferente

Características Geográficas:

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

3.2.2 Delimitación de la población.

La encuesta aplicada en esta investigación estuvo dirigida a las personas económicamente activas dedicadas al comercio dentro de la ciudad de Milagro; es decir, a los dueños de las MIPYMES.

3.2.3 Tipo de muestra.

La muestra que se ha aplicado es de tipo no probabilística. Este tipo de muestreo, logra obtener claros resultados de la persona o personas que seleccionan la muestra o absolutamente se efectúa atendiendo a razones de bienestar. Los elementos de la muestra son elegidos por procedimientos al azar ó con probabilidades conocidas de selección.

Este instrumento se aplicó a toda la población porque todos van a ser elegidos, el investigador va a seleccionar a las personas para aplicar el instrumento de medición.

3.2.4 Tamaño de la muestra.

La población considerada para el cálculo de la muestra es finita, y el origen se deriva de los datos del GAD Municipal del cantón Milagro - Dirección Financiera Jefatura de Rentas cuyo oficio es N° GADCM-JR-2013-086-0 MIPYMES del cantón Milagro MIPYMES REGISTRADAS 175

Cuadro 6.- Total de la población del comercio al por mayor y menor del cantón Milagro.

RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL
MIPYMES	175

Fuente: Municipio del Cantón Milagro

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

$$n = \frac{175 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{\frac{175 - 1 \cdot 0,05^2}{1,96^2} + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{43,75}{\frac{0,435}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{47,75}{0,11 + 0,25}$$

$$n = 122$$

La fórmula que se aplicó en el proyecto es la que se utiliza cuando tenemos una población finita, cuyo resultado del tamaño de la muestra es de 373 personas.

3.2.5 Proceso de selección.

Muestreo por Cuotas.

Es el método más utilizado en la actualidad, principalmente en las investigaciones y encuestas utilizados por los medios de comunicación. Lo que trata es de construir una muestra igual a la población a estudiar.

Por lo consiguiente se considera un método no aleatorio.

El método por cuotas se basa en la distribución conocida de una población (edad, sexo, categoría socio-económica, profesional...).

Una vez fijada la dimensión de la encuesta que se desea realizar, basta con calcular el número de individuos por cada criterio elegido.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.

Método Histórico-Lógico:

Este método está enlazado al conocimiento de las diferentes fases de los objetos en su proceso cronológico, para conocer sobre el avance y desarrollo del objeto o fenómeno en proceso de investigación, se hace necesario conocer su historia, las etapas importantes de su desarrollo y los vínculos históricos fundamentales.

Por medio de este método se analiza el progreso concreto de la teoría. Los métodos lógicos se instituyen en el conocimiento histórico manifestando la lógica interna de su desarrollo. En el proyecto está aplicado este método porque se vincula con los antecedentes históricos y referenciales.

Método Analítico-Sintético:

Por medio de este método se llega a la verdad de las cosas, inicialmente se dividen los elementos que interceden en la ejecución de un fenómeno terminante, luego se reúnen los elementos que poseen relación lógica entre sí, hasta mejorar y demostrar la verdad de la investigación. La síntesis se ocasiona con los resultados previamente del análisis. Se ha aplicado este método en el proyecto al plantear la hipótesis, y en el análisis de los datos de las encuestas.

Método Hipotético-Deductivo:

El método hipotético-deductivo es el medio o camino que sigue al investigador para hacer de su actividad una experiencia científica. El método hipotético-deductivo tiene varios pasos muy importantes: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para revelar dicho fenómeno, suposición de resultados o proposiciones más básicos que la propia hipótesis, y comprobación de la verdad de dichos enunciados derivados comparándolos con la experiencia.

Este método exige al científico a ordenar la reflexión racional o momento racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la situación real o momento empírico (la observación y la confirmación).

En el proyecto al plantear las hipótesis generales como particulares, tuvo que verificárselas en el campo de investigación, por medio de un análisis a fondo sobre las relaciones con las contestaciones de los encuestados.

3.3.1 Métodos Empíricos

Observación:

Es la técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso a investigar, tomar información y registrarla para su posterior estudio o análisis, es fundamental en la ciencia; existen dos clases de observación.

Observar con un sentido claro, definido, y preciso.

Observar sin intención, o sea sin objetivos definido.

La observación se la aplica en el proyecto, al visitar negocios similares, y el comportamiento de los potenciales clientes.

3.3.2 Técnicas de Investigación

La Encuesta:

La encuesta es un estudio de observación, por medio de cual el investigador busca recopilar datos por medio de una lista de preguntas prediseñado, y no cambia el medio ni controla el proceso que está siendo observado (como sí lo hace en un experimento). Los datos que se obtienen luego de realizar un conjunto de preguntas ordenadas y dirigidas a una muestra característica o al conjunto total de la población en estudio, formada por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer ciertamente estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe escoger las preguntas más útiles, de acuerdo con el entorno de la investigación.

La técnica de investigación utilizada es la encuesta, diseñada por una lista de preguntas enfocadas de acuerdo a las variables, y estará dirigida a 384 personas, donde nos darán a saber a ciencia cierta de forma veraz y confiable la perspectiva que tendrá nuestro proyecto.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Los datos de la encuesta se procesaron mediante el ingreso de la información en el programa utilitario EXCEL, los resultados serán mostrados en sus referidos cuadros de frecuencias relativas y absolutas y mediante gráficos de pasteles, con el respectivo análisis de cada uno de ellos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Para realizar el análisis actual a continuación se presentan las respectivas tablas y gráficos del proceso de en cuestionamiento.

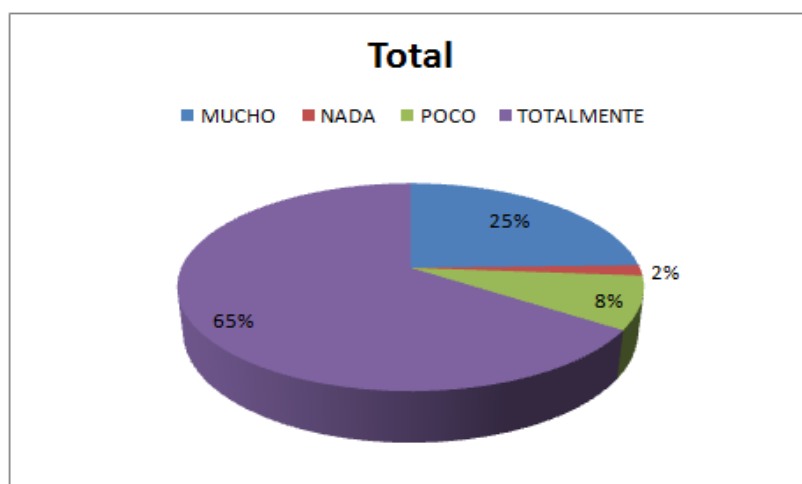
Pregunta 1.- ¿Cree usted que el desconocimiento sobre el desarrollo empresarial de la Mipymes depende de la escasa formación académica de los administradores?

Cuadro 7. Nivel de dependencia del desarrollo de las MIPYMES con el grado de formación académica de sus dueños.

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJES
MUCHO	30	25%
NADA	2	2%
POCO	10	8%
TOTALMENTE	80	66%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 1. Nivel de dependencia del desarrollo de las MIPYMES con el grado de formación académica de sus dueños.



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

De acuerdo a la muestra esto nos revela que en la actualidad el 65% de la población cuentan con un alto grado de desconocimiento sobre el desarrollo empresarial de la MIPYMES así que, es importante contar con herramientas que permitan crear las bases y la estructura adecuada para que el negocio tenga una prolongación, independiente de sus dueños.

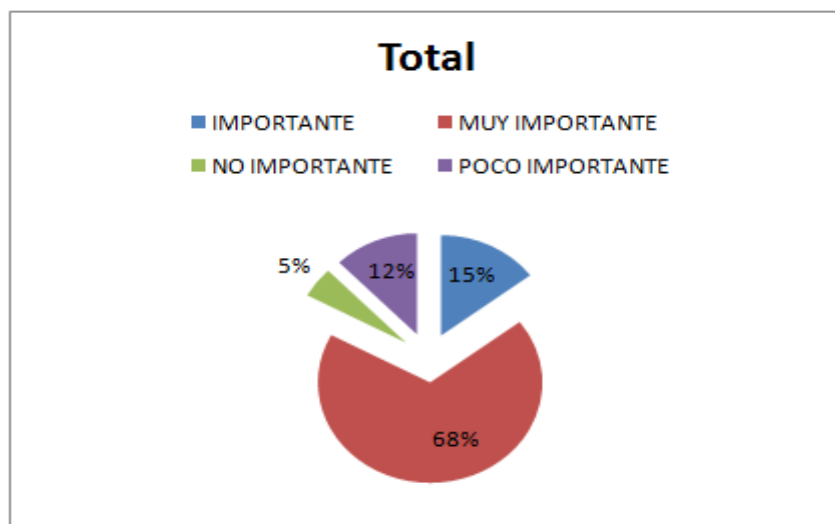
Pregunta 2.- ¿Considera usted que los planes de inversión son importantes para el financiamiento de tecnología en las Mipymes?

Cuadro 8. Importancia de invertir en tecnología

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
IMPORTANTE	18	15%
MUY IMPORTANTE	83	68%
NO IMPORTANTE	6	5%
POCO IMPORTANTE	15	12%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 2. Importancia de invertir en tecnología



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

Nuestra investigación muestra que en la actualidad el 68% considera que los planes de inversión son muy importantes para el financiamiento de las MIPYMES por lo que brindarán empresas sólidas y muy confiables para instituir los negocios, seguros en cada decisión que tomen y así lograr una buena planificación y control de las actividades del establecimiento.

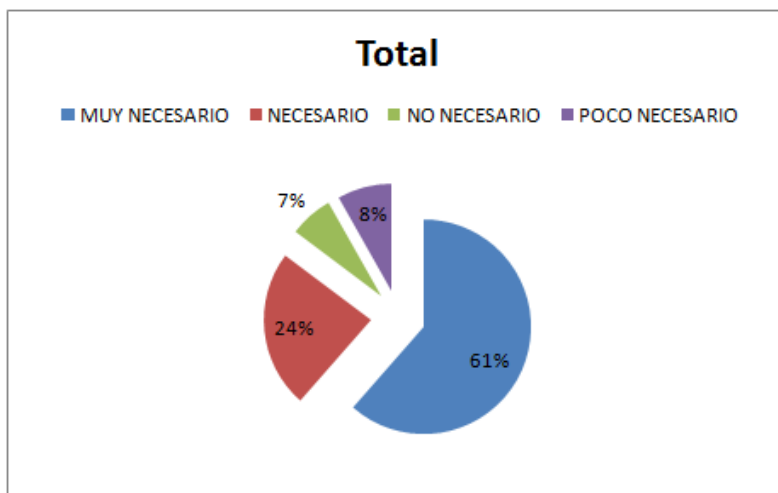
3.- ¿Qué tan necesario cree usted que los administradores de las MIPYMES del cantón Milagro deberían implementar el uso de la tecnología?

Cuadro 9. Necesidad de implementar la tecnología en las MIPYMES

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJES
MUY NECESARIO	75	61%
NECESARIO	29	24%
NO NECESARIO	8	7%
POCO NECESARIO	10	8%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 3. Necesidad de implementar la tecnología en las MIPYMES



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

El 61% de los comerciantes creen que es muy necesario el uso de tecnología adecuada porque mucha de estas empresas no se actualiza y no podrán lograr las metas establecidas, así que es significativo implementar esta tecnología para dar un servicio de alta calidad.

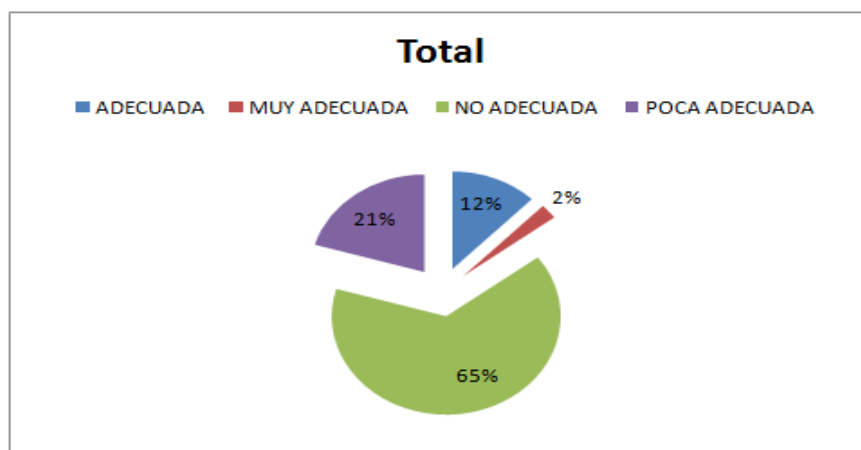
4.- ¿Qué importancia da usted a la formación académica de los administradores de las MIPYMES del cantón Milagro para el desarrollo de estos negocios?

Cuadro 10. Importancia de la formación académica de quienes administren la MIPYMES

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
ADECUADA	15	12%
MUY ADECUADA	3	2%
NO ADECUADA	79	65%
POCA ADECUADA	25	20%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 4. Importancia de la formación académica de quienes administren la MIPYMES



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

El 65% de los microempresarios consideran que la formación académica de los administradores de las MIPYMES del cantón Milagro es poco adecuada, muchos de los empresarios desconocen de las áreas tales como contables, tributarios y financieros y aprender de ellos sería una alternativa que ayudara al desarrollo empresarial.

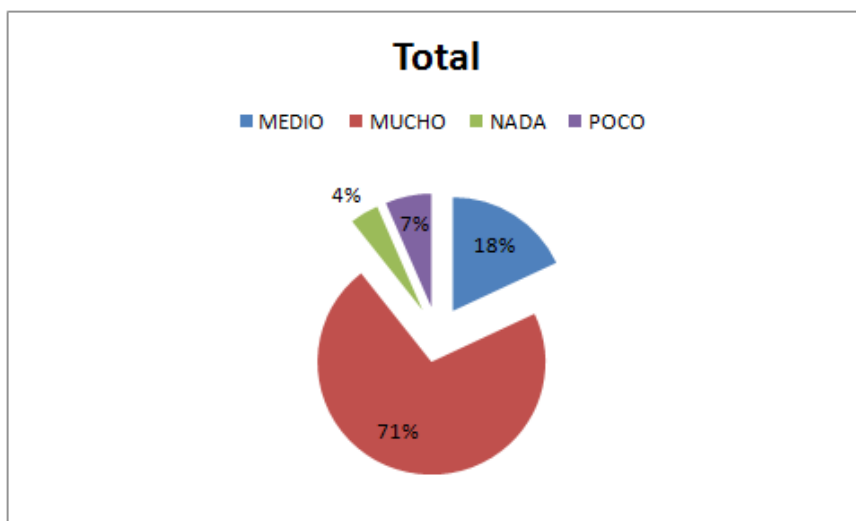
5 ¿Considera usted que una gestión basada en objetivos y resultados permite el crecimiento de las Mipymes?

Cuadro 11. Nivel de importancia de una gestión basada en objetivos y resultados

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJES
MEDIO	22	18%
MUCHO	87	71%
NADA	5	4%
POCO	8	7%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 5. Nivel de importancia de una gestión basada en objetivos y resultados



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

Nuestra investigación nos refleja que el 71% de la población considera una gestión basada en objetivos y resultados permite el crecimiento de las Mipymes es fundamental porque no contribuye al desarrollo empresarial ya que nos permite prevenir ciertos errores e irregularidades.

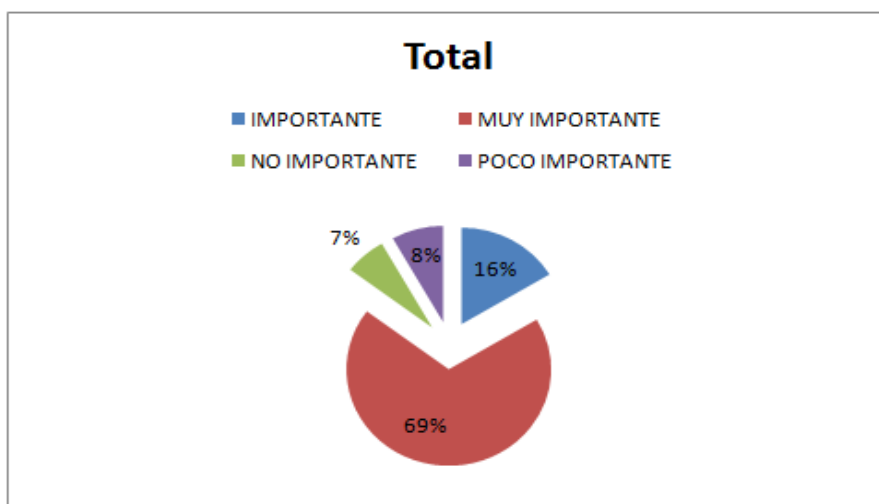
6.- ¿Qué tan importante es para usted la planificación en las MIPYMES?

Cuadro 12. Importancia de la planificación en las MIPYMES

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
IMPORTANTE	20	16%
MUY IMPORTANTE	84	69%
NO IMPORTANTE	8	7%
POCO IMPORTANTE	10	8%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 6. Importancia de la planificación en las MIPYMES



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

De acuerdo a la muestra esto nos revela que en la actualidad el 69% de la población cree que es muy importante la planificación en las MIPYMES porque si no se tiene la planificación correcta los negocios tiendan a desaparecerse y directamente afectarían a los resultados de la microempresa.

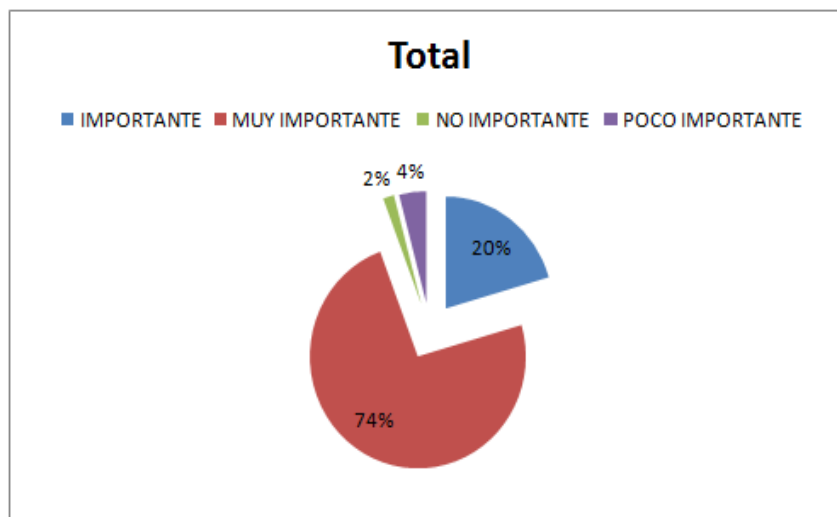
7.- Considera usted que el marketing para las MIPYMES es:

Cuadro 13. Nivel de importancia del marketing para las MIPYMES

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJES
IMPORTANTE	25	20%
MUY IMPORTANTE	90	74%
NO IMPORTANTE	2	2%
POCO IMPORTANTE	5	4%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 7. Nivel de importancia del marketing para las MIPYMES



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

El 79% de la población considera que el Marketing es muy importante para las MIPYMES para dar a conocer sus productos o servicios de una mejor manera, para así lograr los objetivos de la organización e identificar las necesidades y deseos del mercado y adaptarse para brindar las satisfacciones deseadas

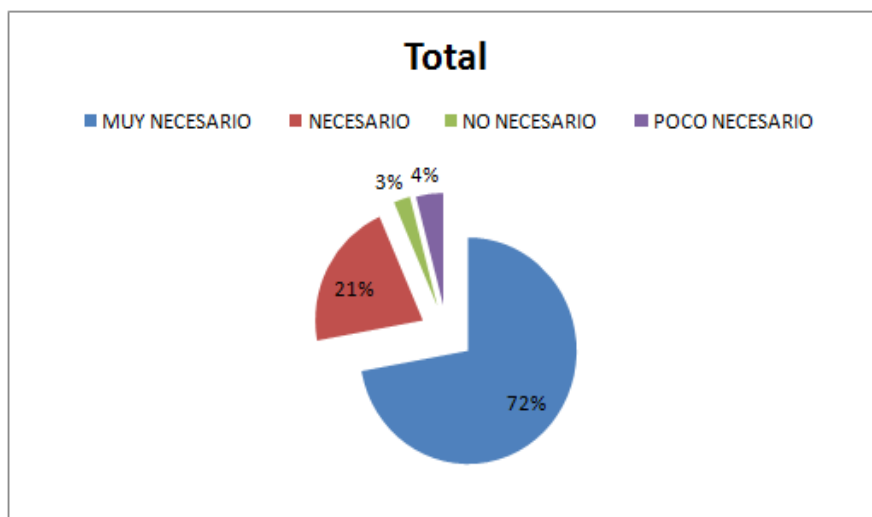
8 ¿Cree usted necesario que en el cantón Milagro debería haber un centro de capacitación para mejorar el desarrollo empresarial de las MIPYMES?

Cuadro 14. Necesidad de un Centro de Capacitación para el desarrollo de las MIPYMES

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
MUY NECESARIO	88	72%
NECESARIO	26	21%
NO NECESARIO	3	2%
POCO NECESARIO	5	4%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 8. Necesidad de un Centro de Capacitación para el desarrollo de las MIPYMES



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

El 72% de la población considera que debería haber un centro de capacitación para mejorar el desarrollo empresarial de las MIPYMES.

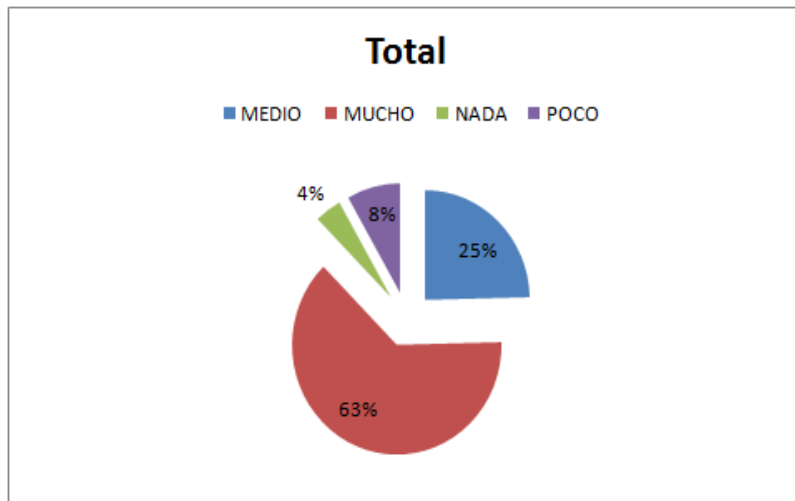
9.- ¿Las MIPYMES del Cantón Milagro mejorarán su posicionamiento al aplicar estrategias de Marketing?

Cuadro 15. Nivel de mejora de las MIPYMES al aplicarse estrategias de marketing.

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJES
MEDIO	30	25%
MUCHO	77	63%
NADA	5	4%
POCO	10	8%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Gráfico 9. Nivel de mejora de las MIPYMES al aplicarse estrategias de marketing.



Fuente: Encuesta a dueños de MIPYMES milagreñas
Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Lectura interpretativa:

El 63% de la población considera que las diferentes MIPYMES mejorarán su posicionamiento al aplicar estrategias de Marketing porque muchas veces la ciudadanía desconoce de los beneficios y servicios que esas empresas brindan.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

En referencia al estudio de mercado realizado en la ciudad de Guayaquil a la Cámara de la pequeña industria, por medio de encuestas establecidas para la implementación de un programa de asesoría y desarrollo a fin de innovar las MIPYMES conocidos como Asesores MIPYMES, es de gran ayuda para el desenvolvimiento de las actividades económicas, ya que por medio de las encuestas realizadas a la población de microempresarios del cantón Milagro ha tenido acogida la propuesta de este proyecto, ofreciendo variedades de servicios administrativos y financieros, lo cual va a tender al mejoramiento y posicionamiento de los mismos en durabilidad y permanencia en este nicho de mercado de los microempresarios.

En la actualidad vemos que existen microempresas dedicadas a diferentes tipos de negocios, con muchos de los propietarios se ha mantenido un dialogo franco y sincero, nos manifiestan que le gustaría contar con este tipo de servicios, mientras que en el Cantón Milagro se obtuvo una aceptación mayor al 50% se espera que la perspectiva en base a este resultado construya en el desarrollo local en beneficio de este sector productivo y de esta manera dejar en firme el proyecto plantado y la necesidad de implantarlo.

4.3 RESULTADOS

Los datos que se han obtenido con la ayuda de los habitantes de la zona céntrica del cantón Milagro que laboran con mucha entrega y esperanza de obtener beneficios de su negocio, nos ayudó a que nuestra investigación cuente con valiosa información para la realización del proyecto.

Es notable como la mayoría de los propietarios de los diferentes negocios carecen de conocimientos en cuanto a procesos administrativos que son muy necesarias para el crecimiento de las MIPYMES, y que están muy conscientes de la importancia que tiene el conocer y poner en práctica estos programas de asesoría y capacitación dirigidos a microempresarios con los temas puntuales ya antes mencionados.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 16. Hipótesis y Verificación

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>El desarrollo de las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro se ve afectado al no implementar estrategias innovadoras.</p>	<p>De acuerdo a los resultados de la pregunta No. 1, aquí el 65% de las personas encuestadas consideran que el desconocer sobre el desarrollo empresarial de la MIPYMES sí tienen incidencia en los logros y éxito del negocio, así también lo establece en la pregunta No 8 por ello se puede inferir que es importante brindar asesoría creando una oficina para así colaborar al crecimiento micro empresarial de esta zona del cantón Milagro.</p>
<p>La ausencia de asesoría lleva a las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro a no aplicar planes de inversión y desarrollo</p>	<p>Un plan de inversión define sus ingresos con precisión, identifica sus metas para el negocio, así como una correcta planificación lo establecen el 69% de encuestados, en la preguntan No. 6 es muy importante, porque nos ayuda a asignar los recursos de forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tener una planificación adecuada.</p>
<p>La escasa aplicación de estrategias de inversión lleva a las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro a no utilizar la tecnología adecuada.</p>	<p>la mayoría de los encuestados en la pregunta N° 2 el 68% y en la pregunta 3 el 61 % de ellos creen que es muy de necesario el uso de la tecnología adecuada anticipándose a los cambios y adaptándose a los mismos. Los microempresarios consideran que tienen un alto grado de necesidad de recibir capacitación continua.</p>

<p>Al no aplicarse estrategias de marketing, las MIPYMES del cantón Milagro mantienen un débil posicionamiento.</p>	<p>En la pregunta N° 7 el 74% de los encuetados consideran que es muy importante que las diferente MIPYMES cuenten con una publicada apropiadas a fin de conseguir muchos más clientes para que ellos conozcan de los servicios y beneficios que estas brindara .</p>
<p>La ausencia de una gestión basada en objetivos y resultados incide en el crecimiento de las MIPYMES.</p>	<p>De acuerdo en la pregunta N° 4 el 65% y en la pregunta N° 5 EL 71 % el de los microempresarios del cantón Milagro han contestado que una gestión basada en objetivos y resultados permite el crecimiento de las Mipymes y a su vez también tener una formación para poder tomar decisiones más afortunadas para la empresa.</p>

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

“Estudio de factibilidad para la implementación de una oficina dedicada a ofertar servicios de asesoría administrativa, financiera, tecnológica y mercadotécnica para contribuir con la innovación y desarrollo de las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro”.

5.2 JUSTIFICACIÓN

El enfoque del trabajo se basa en la creación de una cultura para que los emprendedores piensen en crecer, que dejen ver su negocio como un establecimiento pequeño, que solo cubre las necesidades de su familia para que se conviertan en fuentes generadoras de empleo y den lugar a la apertura de nuevas sedes o ampliar sus líneas de distribución.

Ya que actualmente en la zona céntrica del cantón Milagro existen pocas consultorías que dan el servicio de asesorías financieras, marketing, tecnología y administración, no hay centros de Capacitación que se dedique por completo a los emprendedores de negocio ya que constituye el centro esencial de las actividades económicas

El plan de desarrollo para MIPYMES es una actividad milenaria la cual se desarrolla en todo el mundo, consiste en orientar y sugerir acciones de carácter específico para las organizaciones permitiendo así obtener un crecimiento rentable y sostenido en el tiempo.

Realizando la investigación necesaria se puede comprobar que existe la factibilidad para el desarrollo de este proyecto pues se comprueba la existencia de un mercado insatisfecho. De manera que los microempresarios puedan desarrollar sus actividades cumpliendo estrictamente las exigencias de carácter legal, lo que les aseguraría contar con la confianza de los agentes económicos y a su vez mejorar los niveles de rentabilidad.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Se entiende por MIPYMES a: micro, pequeña y mediana empresa, toda entidad de explotación económica, realizada por personas naturales o jurídicas, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios.

Las MIPYMES tienen necesidades específicas que deben ser atendidas por el estado. Este tipo de empresas forma, en conjunto, grandes riquezas para cada país además de ser uno de los principales motores del empleo. Sin embargo, por sus particularidades, necesitan amparo y estímulos para competir frente a las grandes empresas o corporaciones.

Las líneas de crédito con condiciones especiales, los beneficios impositivos y la consultoría sin cargo son algunos de los instrumentos que suelen ofrecerse desde el estado a las MIPYMES para desarrollarse.

LAS ASESORÍAS:

Definición:

“La asesoría es una actividad muy común por estos días, pero informalmente utilizada desde tiempos inmemoriales por el hombre, mediante la cual se le brindará el apoyo necesario a las personas que así lo requiriesen para que puedan desarrollar diferentes actividades, motivos de la consulta y finalmente, a través del trabajo que la asesoría en cuestión le brinde, poder lograr la comprensión de diferentes situaciones en las cuales se halla la persona o institución que solicita asesoría, judiciales, económicas, políticas, financieras, inmobiliarias, entre otras.”¹⁶

¹⁶ Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/asesoria.php#ixzz2QUWxqJDi>

Importancia:

“Es muy importante que estas empresas sean conscientes del momento por el que está pasando la economía de nuestro país y ahora más que nunca es muy difícil sobrevivir dentro de este mundo tan globalizado y cuyo destino esta cuanto menos dentro de una nube de incertidumbre.

Las asesorías se han convertido en una gran ayuda para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), contribuyendo a su desarrollo.

Gracias a las asesorías estas empresas no solo se verán apoyadas por expertos en la materia sino que también gracias a ellos pueden identificar y aprovechar al máximo las oportunidades de las que disponen o pueden disponer en un futuro.”¹⁷

La asesoría administrativa, en qué consiste:

“Existe lo que conocemos como la asesoría administrativa, y generalmente este es el caso que se aplica en todas las empresas y pequeños negocios que están por emprenderse; la asesoría administrativa nos señala, por ejemplo, la presentación de diferentes proyectos para poder obtener un buen financiamiento, también la elaboración de diferentes manuales o libros que lleven registros del funcionamiento de la empresa, y por supuesto, el sector más importante en el cual la asesoría administrativa nos ayuda muchísimo, es en la selección del personal, el pago de los salarios correspondientes, los planes de desarrollo y capacitación del personal, etc.

También nos encontramos con la asesoría contable cuya función es informarnos acerca de cómo realizar el cálculo y el registro del pago de los empleados que trabajan en la empresa o negocio.

A su vez nos ayuda a realizar los trámites y ejercer el cumplimiento de las obligaciones frente a las diferentes autoridades; nos facilita la tarea de determinar los costos y beneficios que se obtienen por la fabricación y venta de los productos a los que la empresa se dedica a comercializar. Además una buena asesoría contable

¹⁷ Obtenido de <http://winred.com/gestion-de-crisis/las-asesorias-una-solucion-para-las-pymes/gmx-niv5201-con21041.htm>

nos facilita el acceso a las maneras más fáciles para cumplir las determinadas obligaciones que se presentan en una empresa o en un negocio.”¹⁸

La asesoría financiera en qué consiste:

“La asesoría financiera es un servicio que presta un asesor financiero que puede ayudarte en las decisiones que debas tomar en materia de finanzas, con el objetivo de que puedas rentabilizar cada vez más tus recursos financieros.

La finalidad de la asesoría financiera es que puedas:

- Poder fijar metas financieras y personales
- Poder evaluar tu estado financiero
- Desarrollar un plan coherente y realista para que puedas llevar a cabo tus metas financieras
- Poner en marcha tu plan de acción y realizar el seguimiento correspondiente.
- Entre otros objetivos.

Tal vez te preguntes si necesitas contar con los servicios de un asesor financiero, es bueno entonces que te preguntes a ti mismo si tienes experiencia en ese campo, se desea planear eficientemente tu capital y delegar determinados aspectos de tus finanzas.

Si respondes afirmativamente seguramente estés necesitando los servicios de un asesor financiero, quien posea una visión objetiva y que pueda aislar las emociones de las decisiones de inversión.

Otros de los motivos por el cual puedes estar necesitando de un asesor financiero son:

- Saber de qué manera puedes ahorrar lo suficiente para tu retiro
- Manejar una herencia o algún otro dinero inesperado
- Prepararte para contraer matrimonio o divorciarte
- Planear para el nacimiento o la adopción de una niña o niño.
- Enfrentar crisis financieras
- Cuidar a tus padres ancianos

¹⁸Obtenido de <http://www.gestionyadministracion.com/asesoria/>

- Progresar económicamente
- Ahorrar para la educación de tus hijos
- Entre otros motivos.

Para escoger un asesor financiero por lo menos debes entrevistar a tres personas que cumplan con ese requisito para de esa manera seleccionar el más apropiado.

Recuerda que el asesor financiero es un profesional que te ayudará a descubrir cuáles son tus necesidades financieras en donde analizará tu historial pasado, presente y futuro en materia financiera, considerando tu edad, tu patrimonio, tu tipo impositivo, tu situación profesional y familiar, entre otros aspectos.

Una vez que haya analizado tu perfil de riesgo y tus necesidades financieras, te planteará las recomendaciones de inversión y te brindará el asesoramiento que corresponda.

Recuerda que es importante que entre el cliente y el profesional asesor exista una buena relación, la cual será la base de confianza que permitirá una exitosa gestión.”¹⁹

La asesoría tecnológica en qué consiste:

“También podemos contar con la asesoría informática, y en este caso diremos que esta es una de las más importantes debido a que en la actualidad la mayoría de los pequeños negocios y grandes empresas se manejan con sistemas y programas de informática para todas las tareas.

En este caso diremos que contar con asesoría informática no ayuda a implementar diferentes paquete de cómputos que pueden ser muy útiles para mejorar el sistema de inventarios que se posea; también analiza aquellos procesos que nos facilitan todas las tareas que se lleven a cabo en el negocio, reduciendo considerablemente el tiempo que se lleve a cabo en cada una de ellas. Es importante contar con una asesoría en cuanto al uso de Internet y redes informáticas y la capacitación de manejar una computadora. Estos son solo cuatro ejemplos que podemos darle sobre

¹⁹ Obtenido de <http://www.gestion.org/economica/gestion-economica/que-es-la-asesoria-financiera/>

lo que significa una asesoría, pero sin duda hay muchos más, y en nuestro sitio los iremos repasando uno por uno.

Es importante que en el caso de llevar a cabo un nuevo emprendimiento, sin importar cuál sea su magnitud, debe contar con la asesoría necesaria en todos los aspectos que se manejen en dicha empresa o negocio. También, es fundamental que ante cualquier inconveniente financiero y especialmente legal, siempre se asegure de estar asesorado por un buen profesional. En el caso de la asesoría jurídica debemos decir que es el más importante en cuanto a priorizar la eyección del abogado que nos ofrecerá la asesoría ya que en muchos casos, si una persona se encuentra más asesorada, esto puede llegar a generarle problemas muy serios.”²⁰

La asesoría mercadotécnica en qué consiste:

“Para que pueda comprender esto, definiremos a la asesoría de marketing como la acción de informar acerca de las metodologías que se utilizan en el mercado actual, ayudando así a una empresa, a desarrollar sus actividades buscando posesionarse en un lugar privilegiado dentro del mercado. En este sentido, la asesoría de marketing lleva a cabo un estudio muy profundo acerca de las tendencias actuales del mercado, para poder determinar cuáles serán las estrategias más convenientes para que la empresa emplee como arma de competencia.

Si queremos dar una definición algo más técnica sobre la asesoría de marketing, entonces podemos decir que la misma se trata de un conjunto de tácticas estratégicas que son utilizadas con el fin de la de la correcta y exitosa comercialización y distribución de un producto o servicio que sea ofrecido por la empresa en cuestión. La asesoría de marketing suele concentrarse especialmente en llevar a cabo un análisis acerca de los gustos que poseen los diferentes tipos de consumidores, con la pretensión y el fin de lograr establecer sus necesidades y sus deseos, influyendo en su comportamiento para que de esa manera los mismos, deseen adquirir aquellos bienes que ya existente en el mercado.

La actividad de la asesoría de marketing incluye la planificación, organización, dirección y control de todas aquellas decisiones determinantes en una empresa, que

²⁰ Obtenido de <http://www.gestionyadministracion.com/asesoria/>

suelen ser tomadas para establecer las diferentes líneas de los productos, junto con los precios y su respectiva promoción. En estas áreas particulares, la asesoría de marketing es un elemento imprescindible. Además, la misma es responsable de toda la distribución física de cada uno de los productos lanzados al mercado, estableciendo todos los canales correspondientes a la distribución que se utilizarán, y a su vez supervisando y controlando el transporte de bienes que sale desde la fábrica con todos los productos correspondientes y hasta el almacén en donde quedaran almacenados, y de allí, al punto de venta final, es decir, a los comercios. Teniendo en cuenta que la asesoría de marketing nos indica todo esto, entonces debemos tomar conciencia y considerar este elemento como fundamental para el desarrollo comercial de una empresa.”²¹

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Establecer los lineamientos que permitirán el éxito de una oficina dedicada a ofertar servicios de asesoría financiera, administrativa, técnica y de marketing, mediante el desarrollo de estrategias que permitan posicionarnos en el mercado, para contribuir al auge económico y microempresarial del cantón.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Establecer la filosofía corporativa que servirá de directriz para las operaciones del negocio.
- Diseñar la estructura funcional con su respectivo organigrama y Manual de funciones con sus respectivos procedimientos.
- Establecer un estudio del medio ambiente del negocio y el nivel de competitividad del sector.
- Diseñar las estrategias de marketing Mix.
- Elaborar una proyección financiera, que contemple todo los rubros, tanto costos, gastos e ingresos del centro de Asesoría.

²¹ Obtenido de <http://www.gestionyadministracion.com/asesoria/asesoria-de-marketing.html>

5.5 UBICACIÓN

Se propone desarrollar la creación de la Asesoría en una zona estratégica que se va a encontrar ubicado en la República del Ecuador, provincia del Guayas, cantón Milagro en las calles 12 de febrero entre 24 de mayo y calderón en un departamento en la planta alta frente a la avícola Freire.



Figura 1. Croquis donde se desarrollará la Asesoría.

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Administrativo

En el ámbito administrativo existe factibilidad, debido a que el proyecto va hacer administrado por personas profesionales que tienen años de experiencia en empresas de prestigio del cantón.

Presupuestario

En cuanto a lo presupuestario, se cuenta con financiamiento propio lo que nos permitirá establecer las bases de nuestra empresa de asesoría.

Legalmente

Desde el punto de vista legal, existe bastante factibilidad por motivos de que son pocos los requisitos legales que se deben cumplir para desarrollar nuestro proyecto.

Técnico

Para la parte técnica del asesoramiento, las capacitaciones que se propone impartir se piensan manejarlo con docentes de la Universidad Estatal de Milagro ya que los mismos son personas especializadas en los ámbitos propuestos.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1. ACTIVIDADES

A continuación se especifican las diversas actividades que permitirán al negocio operar de una forma correcta y optimizando sus diversos recursos para generar un impacto positivo en el sector de MIPYMES del cantón Milagro.

5.7.1.1. Filosofía corporativa

Manteniendo la fe, esperanza responsabilidad y trabajando en equipo lograremos nuestros éxitos.

Misión

Apoyar en la gestión del desarrollo y consolidación empresarial de nuestros clientes, impulsando al desarrollo de su crecimiento y permanencia en el mercado, proporcionando servicios de asesoría y capacitación con un equipo de alto nivel, comprometidos siempre a servir.

Visión

Ser una empresa líder en asesoría empresarial con presencia a nivel nacional, desarrollando estrategias de negocios que apoyen en todo momento a su negocio.

Valores Corporativos

Compromiso con nuestro país y su desarrollo: Los ecuatorianos poseemos valores humanos que nos orientan a realizar un trabajo eficiente y responsable, que nos compromete aportar significativamente al desarrollo humano y económico de nuestro país.

Excelencia en servir a nuestros clientes: Debemos atender a nuestros clientes satisfaciendo sus necesidades y expectativas, brindándoles un servicio de calidad.

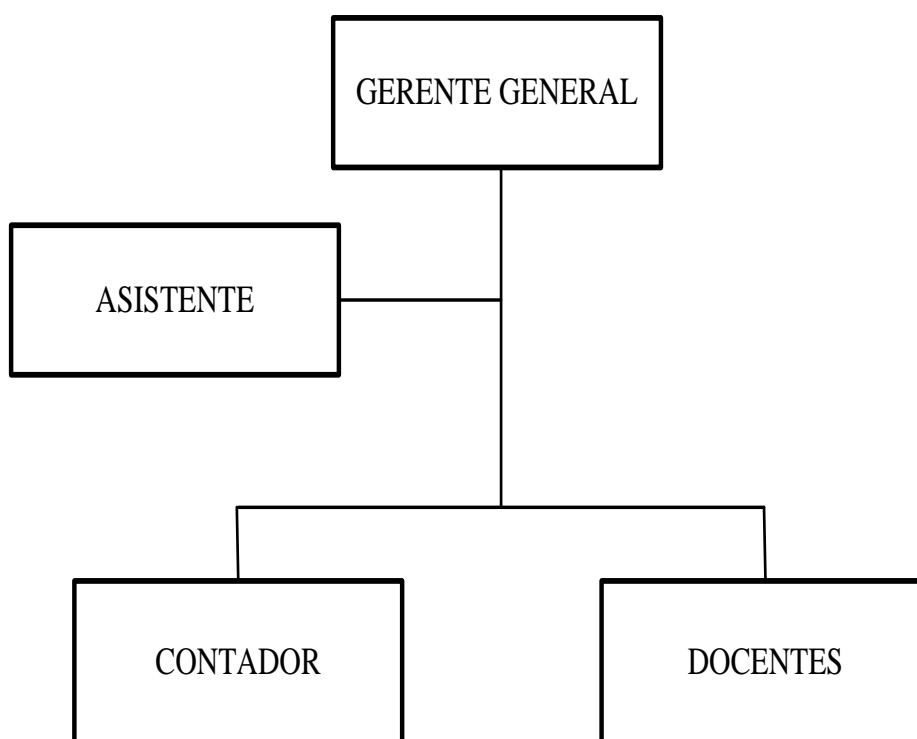
Trabajo en equipo: Debemos trabajar siempre coordinando con nuestros colaboradores y la comunidad, Respetando los derechos humanos y económicos de los mismos.

Responsabilidad social: Creemos que es nuestro deber coadyuvar al bien común de la sociedad mediante acciones concretas, dentro de lo empresarialmente factible, para mejorar la cultura, el turismo, y el desarrollo económico para la comunidad.

5.7.1.2. Estructura Funcional:

Organigrama

Gráfico 10. Organigrama



Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

MANUAL DE FUNCIONES
CWCONSULT

CAPITULO 1:

Cargo: Gerente General.

Reporta a: N/A.

Supervisa a: Asistente, Contador, Docentes.

CAPITULO 2:

Función Básica:

Establecer métodos de administración y evaluación que permitan mejorar la comunicación y aplicación de las normas y procedimientos establecidos en la empresa.

Responsabilidades específicas:

Planificar y organizar las tareas a realizarse en la empresa.

Establecer, comunicar y motivar el cumplimiento de los objetivos anuales de la empresa.

Elaborar conjuntamente con el Contador el Presupuesto general de la empresa.

Aprobar los documentos o Normativas que permitan regularizar el comportamiento operacional y cultural de la empresa.

Aprobación de Contratos, transferencias y diplomas.

Evaluar los Resultados obtenidos en la empresa.

Asignar funciones e impartir instrucciones a los empleados.

Impulsar el desarrollo organizacional de la Empresa y la formación de un ambiente de trabajo agradable para el personal de la compañía.

CAPITULO 3

Perfil del Cargo:

Educación: Titulo Ingeniería Comercial o Carreras afines.

Experiencia: Mínima de 2 años.

Edad: 25 en adelante.

Sexo: Indistinto.

Estado civil: Indistinto.

Capacitación y entrenamiento:

Manejo de utilitarios, Proyect, Internet, planificación estratégica y financiera.

Competencias:

- Liderazgo
- Pensamiento Estratégico
- Trabajo de Equipo
- Enfoque al cliente

Idioma:

Inglés Intermedio

CONDICIONES FÍSICAS Y/O RIESGOS DE TRABAJO:

Realizar sus tareas en un ambiente agradable y confortable y no está expuesto a riesgos de trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES CWCONSULT

CAPITULO 1:

Cargo: Asistente

Reporta a: Gerente General

Supervisa a: N/A

CAPITULO 2:

Función Básica:

Asistir al Gerente General en las actividades relacionadas a la metodología de la empresa, a su vez dar soporte en la gestión operativa, administrativa y financiera con la finalidad de apoyar el cumplimiento de los objetivos planteados por la Gerencia.

Responsabilidades específicas:

Recibir y hacer llamadas, escaneo de documentos, distribuir correspondencia interna, archivar documentos varios y liquidar vales.

Realizar facturas y contratos para proveedores.

Realiza la validación de las facturas del SRI.

Atención a clientes.

Entregar los pagos en efectivo o cheque al personal de la compañía.

Manejo de caja chica.

Manejo de suministros de oficina.

Llevar agenda diaria de reuniones.

Llevar registro de toda la correspondencia.

Ingreso de datos al sistema.

Llevar el control de los pagos de los servicios básicos.

Coordinación de actividades sociales de la empresa.

CAPITULO 3:

Perfil del Cargo:

Educación: Título Ingeniería Comercial o Carreras afines.

Experiencia: Mínima de 1 año.

Edad: 20 en adelante.

Sexo: Indistinto.

Estado civil: Indistinto.

Capacitación y entrenamiento:

Manejo de utilitarios, Marketing.

Competencias:

- Responsabilidad.
- Enfoque a resultados.
- Trabajo de Equipo.
- Enfoque al cliente.

Idioma:

Inglés Intermedio.

CONDICIONES FÍSICAS Y/O RIESGOS DE TRABAJO:

Realizar sus tareas en un ambiente agradable y confortable y no está expuesto a riesgos de trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES CWCONSULT

CAPITULO 1:

Cargo: Contador

Reporta a: Gerente General

Supervisa a: N/A

CAPITULO 2:

Función Básica:

Proporcionar a la Gerencia información financiera confiable sobre las transacciones, pagos y liquidaciones que se efectúan en la empresa, así como realizar el ejercicio contable de la misma.

Responsabilidades específicas:

Elaborar Estados Financieros de acuerdo a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad, Normas Internacionales de Contabilidad y las Normas Internacionales de Información Financiera.

Realizar el pago de Impuestos y trámites legales.

Realizar comparaciones con períodos anteriores y realizar proyecciones financieras.

Planificar y controlar todas las actividades contables y financieras de la empresa.

Asesorar en la toma de decisiones económicas.

CAPITULO 3:

Perfil del Cargo:

Educación: Estudios superiores como CPA.

Experiencia: Mínima de 1 año.

Edad: 25 en adelante.

Sexo: Indistinto.

Estado civil: Indistinto.

Capacitación y entrenamiento:

Manejo de utilitarios, conocimientos contables, estados financieros y presupuesto.

Competencias:

- Responsabilidad.
- Enfoque a resultados.
- Trabajo de Equipo.
- Habilidad analítica.

Idioma:

Inglés Intermedio.

CONDICIONES FÍSICAS Y/O RIESGOS DE TRABAJO:

Realizar sus tareas en un ambiente agradable y confortable y no está expuesto a riesgos de trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES CW CONSULT

CAPITULO 1:

Cargo: Docente

Reporta a: Gerente General

Supervisa a: N/A

CAPITULO 2:

Función Básica:

Capacitar de forma oportuna y veraz a los clientes sobre temas especializados en cada uno de los ámbitos indicados por la administración, con el fin de impulsar el desarrollo profesional de los clientes.

Responsabilidades específicas:

Orientar a los clientes sobre dudas existenciales que se presenten a lo largo de la charla.

Dar una óptima capacitación que cumpla con las expectativas de los clientes.

Proporcionar información que permita orientar de una manera fácil y efectiva a sus clientes.

CAPITULO 3:

Perfil del Cargo

Educación: título de tercer nivel

Experiencia: Mínima de 4 años.

Edad: 25 en adelante

Sexo: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Capacitación y entrenamiento

Conocimientos de la materia a capacitar

Competencias

- Responsabilidad
- Pedagogía
- Empatía
- Habilidad analítica
- Creatividad

Idioma

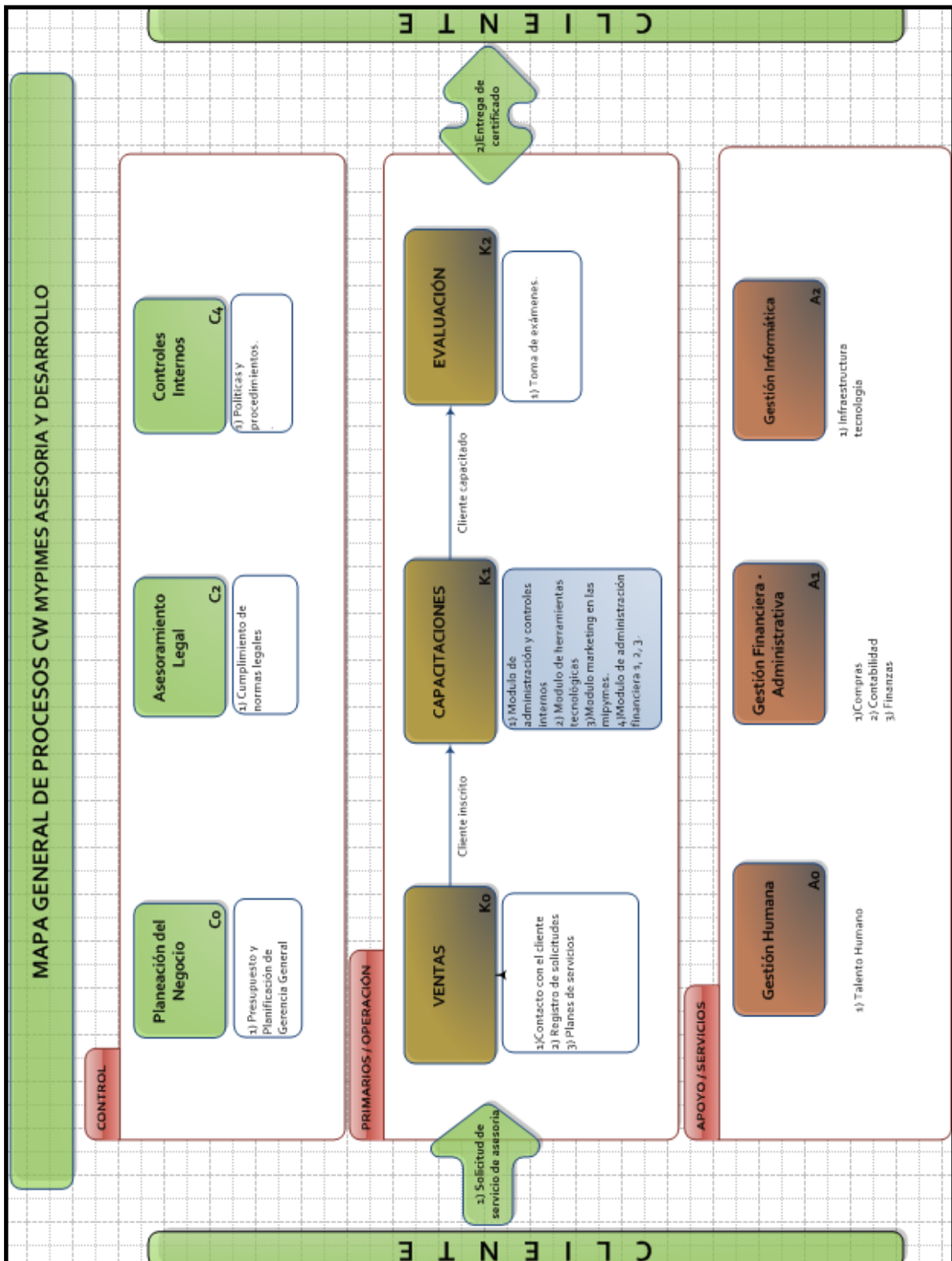
Inglés Intermedio

CONDICIONES FÍSICAS Y/O RIESGOS DE TRABAJO:

Realizar sus tareas en un ambiente agradable y confortable y no está expuesto a riesgos de trabajo.

5.7.1.3. MAPA DE PROCESOS:

Cuadro 16. Mapa de procesos.



Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

COBRO DE SERVICIOS

OBJETIVO.- El objetivo de este procedimiento es el de normar los pasos a seguir para realizar el cobro de los servicios de Asesorías de nuestra empresa.

RESPONSABILIDADES:

Es responsabilidad del Asistente realizar el cobro de acuerdo a las políticas planteadas por la empresa.

Es responsabilidad del Asistente al final del día realizar el cuadro de los cobros que se efectuaron e informarle a la Gerencia sobre el mismo.

POLÍTICAS:

El cobro de los servicios lo realizara exclusivamente el Asistente de empresa.

Los cobros deben ser realizados en horarios de lunes a viernes en las fechas planificadas de acuerdo al curso que se va impartir.

El cobro debe ser generado solo en efectivo o en cheque y al contado.

PROCEDIMIENTO

Cliente se acerca hasta las oficinas e indica en el curso que desea inscribirse.

Asistente le indica los cursos que están disponibles y el valor a cancelar.

Cliente escoge curso que se va a inscribir y realiza el pago correspondiente.

Asistente registra en la base de datos del sistema el curso, fecha y hora en la que va asistir el cliente.

Asistente realiza el cobro.

Asistente elabora una factura original y copia y la realiza la entrega.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PAGO DE SUELDOS

OBJETIVO.- El objetivo de este procedimiento es el de normar los pasos a seguir para realizar el pago de sueldos al personal de la empresa.

RESPONSABILIDADES:

Es responsabilidad del Contador realizar el cuadro de los pagos del personal de la compañía.

Es responsabilidad del Gerente General aprobar los pagos del personal.

Es responsabilidad del Asistente entregar los sobres de los pagos al personal correspondiente.

POLÍTICAS:

El pago se lo efectuara de acuerdo al cuadro realizado por el Contador.

Los pagos se los realizara en días hábiles, 24 horas antes de culminar cada mes.

Los sueldos serán cancelados en efectivo.

Se deberá llevar un registro de los pagos ser actualizado periódicamente.

El cálculo de los pagos se lo efectuara de acuerdo a las horas de capacitación dadas.

PROCEDIMIENTO

Asistente envía registro de asistencias de los catedráticas sobre las horas de los cursos realizados.

Contador realiza el cuadro de los pagos de los colaboradores y envía información al Asistente.

Asistente retira dinero del Banco de acuerdo a la cantidad establecida por el Contador y previo la aprobación del Gerente General.

Asistente entrega el sobre con las cantidades estipuladas a los docentes.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PAGO DE SERVICIOS

OBJETIVO.- El objetivo de este procedimiento es el de normar los pasos a seguir para realizar el pago de los servicios básicos.

RESPONSABILIDADES:

Es responsabilidad del Contador realizar el cuadro de los pagos de los servicios básicos.

Es responsabilidad del Gerente General firmar las papeletas de retiro de ahorros para el pago de los servicios.

Es responsabilidad del Asistente realizar los pagos en las diferentes instituciones estatales de los servicios básicos.

POLÍTICAS:

Todos los pagos de los servicios deberán ser en efectivo.

Bajo ningún concepto se efectuara los pagos de servicios básicos sin la aprobación de la Gerencia.

El contador en los 5 días de haber recibido la factura de luz, agua y teléfono realizara la coordinación respectiva para la adquisición del dinero

PROCEDIMIENTO

Asistente recibe las facturas de los servicios básicos y envía al Contador para su cuadro.

Contador realiza el cuadro e indica el monto a pagar de los servicios básicos.

Asistente recibe facturas las archiva y procede a realizar el pago correspondiente

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

OBJETIVO.- El objetivo de este procedimiento es el de normar los pasos a seguir para la planificación de actividades a realizarse en la empresa.

RESPONSABILIDADES:

Es responsabilidad del Gerente General en coordinación del Asistente y Contador realizar la planificación de los cursos que se realizaran.

Es responsabilidad del Asistente registrar la información sobre los cursos planificados y realizar los trámites correspondientes para la apertura del curso.

POLÍTICAS:

La planificación deberá realizarse en base a los cursos que están programados.

Se debe cumplir con los objetivos y controles propuestos por la Gerencia.

PROCEDIMIENTO

Gerente reúne a los colaboradores para establecer los objetivos anuales.

Contador revisa presupuesto disponible.

Gerente establece la planificación por mes de los cursos a realizarse y los recursos utilizarse para las actividades.

Asistente registra los cursos a realizarse y realiza los trámites correspondientes para la implementación de los cursos.

5.7.1.4. Análisis del Medio Ambiente del Negocio y del Nivel de Competitividad del Sector.

FODA:

Cuadro 17. Foda



Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

ANALISIS FO- FA- DO- DA:

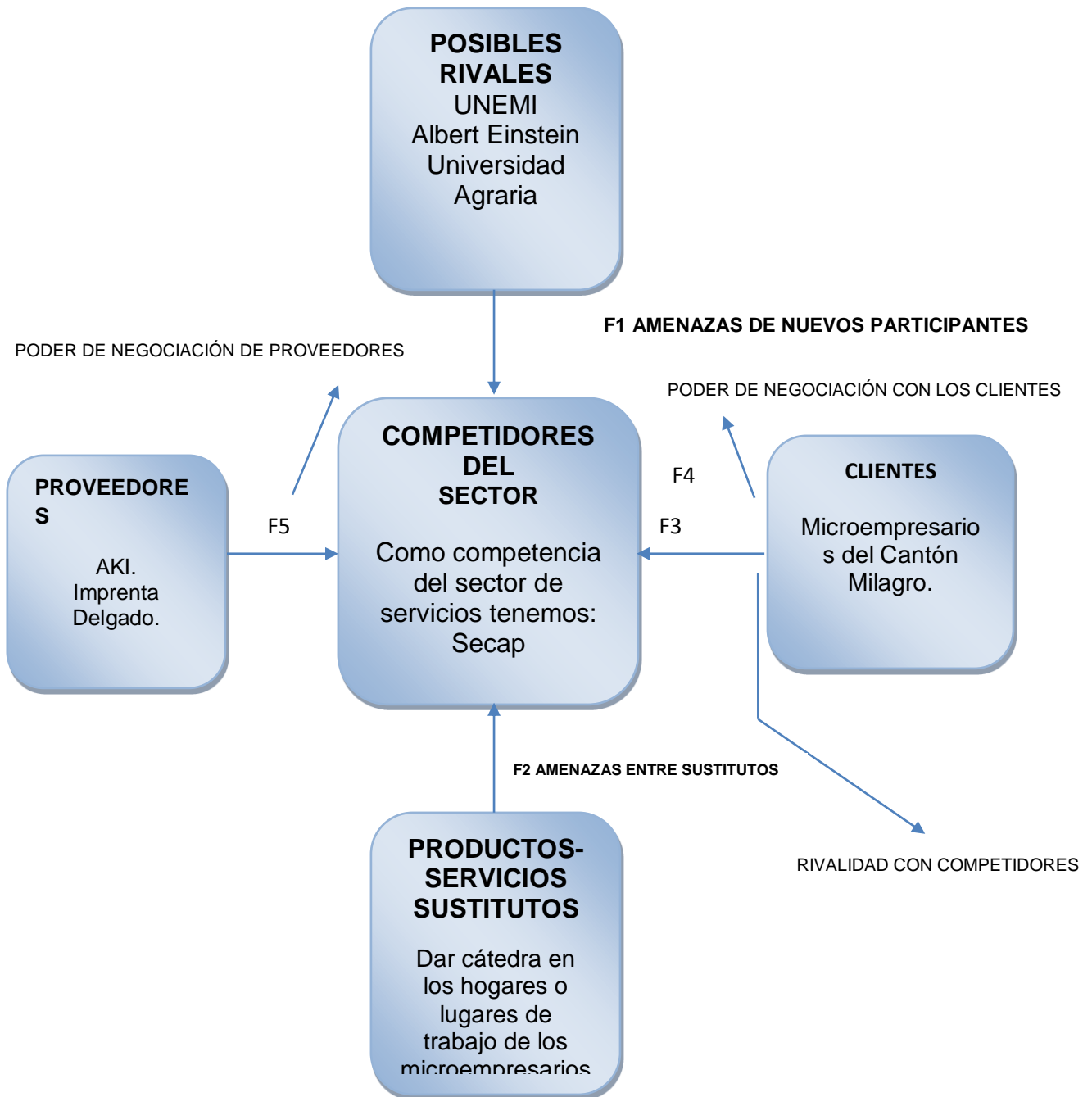
Cuadro 18. Análisis FO-FA-DO-DA

ESTRATEGIAS FO - FA - DO - DA		Análisis interno	
		Fortalezas	Debilidades
		Personal capacitado. Ubicación céntrica. Buen servicio. Trabajo en equipo. Buenas relaciones publicas.	Empresa que recién incursiona en el mercado. Poco capital. Poco espacio para las charlas. Acondicionamiento. Tiempo disponible de los catedráticos
Análisis del entorno	Oportunidades	Fo	Do
	Crecimiento empresarial. Convenios con entidades académicas. Alianza con el estado. Implementar nuevos servicios. Nuevos mercados	Nuestro personal capacitado nos va a generar un servicio optimo y de calidad que nos desarrollara como empresa y atraerá a nuevos clientes, para ello se establecerán alianzas estrategias que generen convenios de interés para nuestra compañía la misma que abarcará nuevos mercados y brindará nuevos servicios.	Somos una empresa que recién incursiona en el mercado a pesar de que se esta comenzando desde cero y con un capital no muy alto se tiene muchas expectativas por los convenios y alianzas estratégicas que podemos proporcionar como empresa.
	Amenazas	Fa	Da
	Normas legales Nuevos competidores. Niveles delincuenciales altos por las zona. Inestabilidad económica.	Ofreceremos un excelente servicio para lograr una ventaja de nuestros competidores. Tenemos un departamento en una ubicación céntrica, lo que permitirá tener un mayor control de la seguridad de nuestro negocio por los altos niveles delincuenciales que se presentan.	Ofrecer nuevos servicios y prestar un ambiente seguro y confortable con trabajo en equipo y organización para desarrollar nuestros servicios y evitar los contratiempos que se puedan presentar en el día a día.

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

ANALISIS DE PORTER:

Cuadro 19. Análisis PORTER.



Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 20. Barrera de entrada.

F1 Barrera de entrada	Bajo	Medio	Alto
Costos		x	
Politica gubernamental	x		
Precio		x	
	1	2	0
Amenaza de nuevos participantes	33%	67%	0%

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Realizando un estudio de las barreras de entradas se obtuvo un nivel medio del (67%), de existencia de barreras de entrada, las mismas que dificultan un poco la creación del departamento de asesoría por ello, el negocio debe buscar los mejores medios para obtener resultados beneficioso para el crecimiento de la empresa.

Cuadro 21. Servicios sustitutos

F2 Servicios sustitutos	Bajo	Medio	Alto
Precios	x		
Prestigio		x	
Distribución		x	
	1	2	0
Amenaza de sustitución	33%	67%	0%

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

En cuanto al análisis de la amenaza de sustitución hemos verificado que hay un nivel del (67%) de aparición de sustitutos que se dediquen a brindar esta clase de servicios en los hogares o en los mismos negocios, sin embargo, no representa mayor preocupación pues conocemos el mercado y sus falencias.

Cuadro 22. Determinantes de la rivalidad.

F3 Determinantes de la rivalidad	Bajo	Medio	Alto
Precios		x	
Prestigio			x
Calidad de servicio			x
	0	1	2
Análisis de rivalidad	0%	33%	67%

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

En lo que respecta a los servicios que vamos a brindar, el análisis presenta un nivel alto del (67%) de la rivalidad por tratarse de empresas posesionadas y de alto prestigio, sin embargo, debemos trabajar en nuestros servicios y mejoras para obtener un alto nivel de prestigio e ir ganando mercado al pasar el tiempo.

Cuadro 23. Poder de los compradores.

F4 Poder de los compradores	Bajo	Medio	Alto
Precios		x	
Calidad de servicio		x	
Imagen corporativa	x		
Ventaja competitiva			x
	1	2	1
Poder del consumidor	25%	50%	25%

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Una parte fundamental que hemos analizado es el poder de compra que tienen nuestros clientes, debido a la poca existencia de este tipo de negocio, sin embargo, se debe trabajar y analizar las expectativas de los mismos para abarcar nuevos mercados.

Cuadro 24. Negociación de los proveedores.

F5 Negociación de los proveedores	Bajo	Medio	Alto
Importación de volumen para el proveedor		x	
Cantidad de proveedores	x		
Ubicación del cliente		x	
	1	2	0
Poder de los proveedores	33%	67%	0%

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

Nuestra empresa establecerá alianzas estratégicas con proveedores que nos proporcionen productos de calidad para el funcionamiento de nuestra empresa a su vez podemos realizar negociaciones con otros tipos de proveedores de acuerdo al crecimiento empresarial que ganaremos con los años.

Cuadro 25. Resumen de análisis (nivel de atractividad).

Magnitud de la empresa	Resumen de análisis del sector comercial, nivel de atractiva					
	Actual			Futuro		
	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Barrera de entrada	1	2	0	0	x	0
Servicios sustitutos	1	2	0	0	x	0
Determinantes de la rivalidad	0	1	2	x	0	0
Poder de los compradores	1	2	1	0	0	x
Poder de los proveedores	1	2	0	0	0	x
Evaluación General	5	5	5	1	2	2
Porcentajes	33%	33%	33%	20%	40%	40%

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara

En base a nuestros análisis hemos podido sustentar que la existencia de esta clase de negocio tiene un alto índice de crecimiento, por ello nosotros como empresa estableceremos un óptimo servicio de calidad para cumplir con las expectativas de nuestros clientes y marcar la diferencia ante la competencia que cada vez se vuelve más fuerte.

5.7.1.5. Estrategias de MARKETING MIX.

Estrategias de Producto:

Nombre de la Empresa:

CWMIPYMES ASESORIA Y DESARROLLO

Razón social:

CWConsult

Logotipo:



Figura 2. Logotipo de la compañía.

Slogan

“¿Problemas en tu negocio? Nosotros estamos para ayudarte CWconsult”.

Servicios a ofrecer:

Entre nuestros servicios nuestros clientes pueden tomar los siguientes cursos:

- Asesoría y capacitación administrativa.
- Asesoría y capacitación financiera.
- Asesoría y capacitación tecnológica.
- Asesoría y capacitación de marketing.

Estrategias de Precio:

Estrategia de Penetración de Mercado.- Nuestra estrategia de precios de penetración de mercado se basa en la atención al cliente y el marketing que proporcionaremos a los microempresarios, en nuestras estrategias induciremos a la importancia de tener conocimientos sobre los temas detallados a continuación.

Detalle de servicios y precios:

Cuadro 26. Servicios y precios.

Modulo administrativo	
Planeación estratégica	
Controles internos	
Gestión por proceso	
Enfoque al cliente	
Desarrollo organizacional	
Total por modulo	100
Modulo tecnológico	
Manejo de utilitarios (básico)	
Enfoque a sistemas	
Creación de base de datos	
Total por modulo	100
Modulo financiero	
Disminuir costos	
Búsqueda de financiamiento	
Análisis de ratios financieros	
Análisis de gastos	
Elaboración de balances y estados	
Total por modulo	100
Modulo de marketing	
Servicio al cliente	
Introducción al marketing	
Estudio de mercado	
mercadeo	
Total por modulo	100

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Estrategias de Plaza o Distribución:

Nuestro servicio será relación directa entre empresa – clientes.

Las estrategias de Mezcla Promocional:

Publicidad:

- **Anuncio en periódico local:**

Se publicara en el periódico la verdad todos los meses el siguiente anuncio por un tiempo estimado de un año.

Milagro ya cuenta con Asesores que ayuden al emprendimiento empresarial con personal comprometido que te brindara asesoramiento de calidad en áreas administrativas, financieras, marketing, tecnología. Ven y aprovecha la gama de servicios que te ofrece a precios asequibles W.C Asesoría y desarrollo para MIPYMES ubicada en las calles Rocafuerte entre 24 de mayo y calderón.

Figura 3. Anuncio del periódico.

- **Volantes:**

Las volantes serán entregadas en los negocios de la zona céntrica del cantón y serán repartidas por las zonas donde se transcurre más el mercado.



Figura 4. Volante.

5.7.2. Recursos, Análisis Financiero.

Recurso Humanos:

Se contara con el siguiente Recurso Humano para nuestro proyecto:

Cuadro 27. Recurso humano.

Cargo	Cantidad
Gerente General	1
Asistente	1
Contador	1
Docentes	16

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Análisis Financiero:

VARIACION INGRESOS	5%
VARIACION GASTOS	3%

Cuadro 28. Activos Fijos

CW CONSULT ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
4	ESCRITORIOS	150.00	600.00
4	SILLAS EJECUTIVAS	60.00	240.00
1	SOFA	150.00	150.00
5	SILLAS DE ESPERA	10.00	50.00
4	ARCHIVADORES	80.00	320.00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1,360.00
EQUIPOS DE OFICINA			
1	FAX	40.00	40.00
2	CALCULADORA	50.00	100.00
4	ENGRAMPADORAS	5.00	20.00
4	TELEFONOS	30.00	120.00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		280.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
4	COMPUTADORAS	600.00	2,400.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300.00	300.00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		2,700.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
2	AIRE ACONDICIONADO	580.00	1,160.00
1	DISPENSADOR	120.00	120.00
1	CAFETERA	55.00	55.00
1	REFRIGERADORA	350.00	350.00
1	EXTINTOR	40.00	40.00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		1,725.00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			6,065.00

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 29. Depreciación de activos.

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	1,360.00	10%	11.33	136.00
EQUIPO DE COMPUTACION	2,700.00	33%	74.25	891.00
EQUIPO DE OFICINA	280.00	10%	2.33	28.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1,725.00	10%	14.38	172.50
TOTAL	6,065.00		102.29	1,227.50

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 30. Inversión del Proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	1,360.00
EQUIPO DE COMPUTACION	2,700.00
EQUIPO DE OFICINA	280.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1,725.00
CAJA - BANCO	2,000.00
TOTAL DE LA INVERSION	8,065.00

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 31. Financiamiento del proyecto.

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		8,065.00
Aporte Propio	100%	8,065.00
		8,065.00

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 32. Gastos administrativos.

CW CONSULT DETALLE DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE PROPIETARIO	7,200.00	7,416.00	7,638.48	7,867.63	8,103.66
1	ASITENTE	6,000.00	6,180.00	6,365.40	6,556.36	6,753.05
1	CONTADOR	4,800.00	4,944.00	5,092.32	5,245.09	5,402.44
16	DOCENTES	119,808.00	123,402.24	127,104.31	130,917.44	134,844.96
		-	-	-	-	-
	APORTE PATRONAL	16,330.25	16,820.16	17,324.76	17,844.50	18,379.84
	DECIMO CUARTO	1,908.00	1,965.24	2,024.20	2,084.92	2,147.47
	DECIMO TERCERO	11,484.00	11,828.52	12,183.38	12,548.88	12,925.34
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	167,530.25	172,556.16	177,732.84	183,064.83	188,556.77

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 33. Gastos generales.

GASTOS DE GENERALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	300.00	309.00	318.27	327.82	337.65
	ENERGIA ELECTRICA	600.00	618.00	636.54	655.64	675.31
	TELEFONO	300.00	309.00	318.27	327.82	337.65
	SERVICIOS DE INTERNET	600.00	618.00	636.54	655.64	675.31
	UTILES DE OFICINA	240.00	247.20	254.62	262.25	270.12
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	136.00	136.00	136.00	136.00	136.00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	891.00	891.00	891.00	-	-
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00
	DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	172.50	172.50	172.50	172.50	172.50
	TOTAL GASTOS GENERALES	3,267.50	3,328.70	3,391.74	2,565.66	2,632.54

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 34. Gastos de ventas.

GASTO DE VENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	120.00				
	IMPULSORAS/VENDEDORAS	-	-	-	-	-
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	120.00	-	-	-	-
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		170,917.75	175,884.86	181,124.58	185,630.49	191,189.31
	GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	169,690.25	174,657.36	179,897.08	185,293.99	190,852.81
	GASTOS GENERALES	2,040.00	2,101.20	2,164.24	2,229.16	2,296.04
	DEPRECIACION	1,227.50	1,227.50	1,227.50	336.50	336.50
		1,227.50	2,455.00	3,682.50	4,019.00	4,355.50

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 35. Detalle de ingresos.

CW CONSULT								
PRESUPUESTO DE INGRESOS								
SERVICIOS	PARTICIPANTES POR MES	MODULOS	P.U.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
				-	-	-	-	-
UNIDADES VENDIDAS								
MODULO ADMINISTRATIVO	11	4	100.00	52,800.00	55,440.00	58,212.00	61,122.60	64,178.73
MODULO TECNÓLOGICO	11	4	100.00	52,800.00	55,440.00	58,212.00	61,122.60	64,178.73
MODULO FINANCIERO	11	4	100.00	52,800.00	55,440.00	58,212.00	61,122.60	64,178.73
MODULO MARKETING	11	4	100.00	52,800.00	55,440.00	58,212.00	61,122.60	64,178.73
AGUA EN BOTELLA		100	0.50	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
TOTAL DE INGRESOS				211,800.00	222,390.00	233,509.50	245,184.98	257,444.22

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 36. Flujo de efectivo proyectado.

CW CONSULT								
FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
INGRESOS OPERATIVOS								
VENTAS	-	211,800.00	222,390.00	233,509.50	245,184.98	257,444.22	1,170,328.70	
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		211,800.00	222,390.00	233,509.50	245,184.98	257,444.22	1,170,328.70	
EGRESOS OPERATIVOS								
INVERSION INICIAL	8,065.00	-	-	-	-	-	-	
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	167,530.25	172,556.16	177,732.84	183,064.83	188,556.77	889,440.84	
GASTO DE VENTAS	-	120.00	-	-	-	-	120.00	
GASTOS GENERALES	-	2,040.00	2,101.20	2,164.24	2,229.16	2,296.04	10,830.64	
COSTO DE VENTAS	-	30,312.00	31,221.36	32,158.00	33,122.74	34,116.42	160,930.52	
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	-	-	-	-	-	-	
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	1,585.54	2,292.57	3,034.04	3,964.76	4,820.77	
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	2,246.18	3,247.80	4,298.22	5,616.75	6,829.43	
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	8,065.00	200,002.25	209,710.43	217,595.45	225,748.99	234,550.74	1,072,972.20	
FLUJO OPERATIVO	-8,065.00	11,797.75	12,679.57	15,914.05	19,435.99	22,893.48	82,720.84	TIR DEL NEGOCIO
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	38%
PRESTAMO BANCARIO	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	
EGRESOS NO OPERATIVOS								
INVERSIONES								
PAGO DE CAPITAL	-	-	-	-	-	-	-	
PAGO DE INTERESES	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	
FLUJO NETO NO OPERATIVO	-	-	-	-	-	-	-	
FLUJO NETO	-8,065.00	11,797.75	12,679.57	15,914.05	19,435.99	22,893.48	82,720.84	TIR DEL INVERSIONISTA
SALDO INICIAL	-	2,000.00	13,797.75	26,477.32	42,391.37	61,827.36		38%
FLUJO ACUMULADO	-	13,797.75	26,477.32	42,391.37	61,827.36	84,720.84		

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 37. Estado de pérdidas y ganancias proyectado.

CW CONSULT						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	211,800.00	222,390.00	233,509.50	245,184.98	257,444.22	1,170,328.70
(-) COSTO DE VENTAS	30,312.00	31,221.36	32,158.00	33,122.74	34,116.42	160,930.52
UTILIDAD BRUTA	181,488.00	191,168.64	201,351.50	212,062.23	223,327.80	1,009,398.17
COSTOS INDIRECTOS	170,917.75	175,884.86	181,124.58	185,630.49	191,189.31	904,746.98
UTILIDAD OPERACIONAL	10,570.25	15,283.78	20,226.92	26,431.75	32,138.49	104,651.20
(-) GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES PART. IMP	10,570.25	15,283.78	20,226.92	26,431.75	32,138.49	104,651.20
PARTICIPACION EMPLEADOS	1,585.54	2,292.57	3,034.04	3,964.76	4,820.77	15,697.68
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	8,984.71	12,991.22	17,192.88	22,466.98	27,317.72	88,953.52
IMPUESTO RENTA	2,246.18	3,247.80	4,298.22	5,616.75	6,829.43	37,936.06
UTILIDAD NETA	6,738.54	9,743.41	12,894.66	16,850.24	20,488.29	66,715.14

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 38. Balance general proyectado.

CW CONSULT						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	2,000.00	13,797.75	26,477.32	42,391.37	61,827.36	84,720.84
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	2,000.00	13,797.75	26,477.32	42,391.37	61,827.36	84,720.84
ACTIVOS FIJOS	6,065.00	6,065.00	6,065.00	6,065.00	6,065.00	6,065.00
DEPRECIAC. ACUMULADA		1,227.50	2,455.00	3,682.50	4,019.00	4,355.50
TOTAL DE ACTIVO FIJO	6,065.00	4,837.50	3,610.00	2,382.50	2,046.00	1,709.50
TOTAL DE ACTIVOS	8,065.00	18,635.25	30,087.32	44,773.87	63,873.36	86,430.34
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	-	-	-	-	-	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	1,585.54	2,292.57	3,034.04	3,964.76	4,820.77
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	2,246.18	3,247.80	4,298.22	5,616.75	6,829.43
TOTAL PASIVO	-	3,831.72	5,540.37	7,332.26	9,581.51	11,650.20
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	8,065.00	8,065.00	8,065.00	8,065.00	8,065.00	8,065.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	6,738.54	9,743.41	12,894.66	16,850.24	20,488.29
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	6,738.54	16,481.95	29,376.61	46,226.85
TOTAL PATRIMONIO	8,065.00	14,803.54	24,546.95	37,441.61	54,291.85	74,780.14
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	8,065.00	18,635.25	30,087.32	44,773.87	63,873.36	86,430.34

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

Cuadro 39. Índices financieros.

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-8,065.00	11,797.75	12,679.57	15,914.05	19,435.99	22,893.48

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	12.00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	82,720.84
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	8,065.00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	205.14%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		52,804.93
VAN	POSITIVO	44,739.93
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1.18
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	18.03
TASA INTERNA DE RETORNO		38%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	211800.00
COSTO DIRECTO	30,312.00
COSTO INDIRECTO	170917.75
FLUJO NETO	11797.75
PAGO DE DIVIDENDOS	0.00
GASTOS FINANCIEROS	0.00
GASTOS PERSONAL	167530.25
ACTIVOS FIJOS NETOS	4,837.50
PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	199464.31
EN PORCENTAJE	94.18%

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	13,797.75
ACTIVOS TOTALES	18,635.25
UTILIDAD NETA	6,738.54

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0.2596	25.96%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0.3616	36.16%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	82,720.84
GASTOS FINANCIEROS	-
INVERSION INICIAL	8,065.00
UTILIDAD NETA	66,715.14
VALOR DEL CREDITO	-
VENTAS	1,170,328.70
COSTO DE VENTA	1,065,677.50
TOTAL DEL ACTIVO	1,709.50

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

5.7.3 Impacto

Se tendrá un impacto positivo que podrá ser evaluado desde los aspectos económicos, sociales y ambientales.

Socialmente, el impacto se podrá medir en las nuevas fuentes de empleo que se originarán cuando el negocio inicie sus operaciones, esto permitirá contribuir con la calidad de vida de estas personas. Sumado a lo expuesto cabe recalcar que al contribuir con el desarrollo de las MIPYMES del cantón, se está impulsando el desarrollo social y económico de esta zona y de sus habitantes.

Desde lo económico, el beneficio o impacto estará dado en el retorno positivo sobre las inversiones. A su vez, existirá la posibilidad de un crecimiento en la economía del negocio propuesto y de los pequeños negocios a los cuales se asesoran.

El impacto ambiental se da desde el momento que se inician las asesorías y se instruye a los dueños de las MIPYMES sobre cómo manejar los recursos materiales para no generar un impacto negativo en el medio ambiente.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 40. Cronograma de actividades.

TIEMPO / ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
OBTENCION DE PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	■	■	■													
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS				■	■											
IMPLEMENTACION Y ADECUACION DE LA OFICINA					■	■										
CONTRATACION DE PERSONAL							■	■								
PUBLICIDAD									■	■	■					
INAUGURACION DEL CENTRO DE ASESORIA													■	■		
ABIERTO AL PUBLICO															■	■

Elaborado por: Jessica Delgado y Washington Guevara.

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Implementado nuestro proyecto podremos verificar que en las MIPYMES se genere estabilidad y competencia entre los microempresarios debido al mejoramiento de sus procesos y estructuras organizacionales, conociendo desde el punto de vista técnico la información financiera necesaria a fin de tomar las decisiones beneficiosas para sus negocios y asumir endeudamientos cuando sean necesarios, esto generara muchas expectativas en el mercado y de esta forma se contribuirá con el desarrollo económico del cantón generando fuentes de trabajo , impulsando el turismo lo que beneficiaria de forma directa e indirecta al país.

A continuación se detallan varios lineamientos o indicadores que permitirán monitorear la propuesta:

- Cantidad de clientes.
- Margen de utilidad del negocio.
- Liquidez del negocio.
- Solvencia.

CONCLUSIONES

- ✓ En el cantón Milagro existe una gran oportunidad de creación de consultorías para MIPYMES las mismas que serán dirigidas a los microempresarios que se dedican a servicio, comercio, manufactura u otros a fin de poder crear una estructura organizacional bien definida.
- ✓ En cuanto a la evaluación económica se garantiza que en cifras financieras el proyecto es viable porque obtuvimos una TIR del 38%, esto nos demuestra un buen rendimiento esperado con respecto a nuestras perspectivas económicas al desarrollar este proyecto.
- ✓ En el sector microempresarial es necesario fomentar una cultura organizacional, financiera, tecnológica y de marketing para que las MIPYMES del cantón obtengan un posicionamiento estable en el mercado.
- ✓ Al implementar el proyecto expuesto se crearían más fuentes de trabajo en este sector del país lo que impulsara el turismo en el cantón.

RECOMENDACIONES

- ✓ Es necesario que se implemente ideas innovadoras que beneficien el progreso de nuestra organización, ya que la competencia cada vez se vuelve más fuerte y presenta alternativas de mercado que pueden opacarnos en el mismo.
- ✓ Implementar un sistema de métodos publicitarios que están detallados en el Marketing Mix de la propuesta, para no disminuir la participación en el mercado y ser más reconocidos.
- ✓ Tomar en consideración las expectativas de los clientes a lo largo de los cursos para proveer más servicios que permitan el desenvolvimiento de la comunidad y el desarrollo económico de las MIPYMES.
- ✓ Luego de un tiempo prudencial apostar por el crecimiento del negocio, ampliando el tipo de servicios.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

ANZOLAS S, “*Administración de pequeñas empresa*”. McGRAW-Hill, México.

ARÉVALO MACHADO, Victoria Janeth: “*creación de una empresa de asesoría contable, tributaria y financiera para micro, pequeñas y medianas empresas mipymes - en el distrito metropolitano de quito*”.

BENASSINI, Marcela: *Introducción a la Investigación de Mercados Enfoque para América Latina*, Pearson Educación, México, 2009.

CHIAVENATO, A: “*Gestión del talento humano*” McGraw-Hill, Colombia, 2005.

KENNETH, Clow y BAACK, Donald: *Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing*, Pearson Educación, México, 2010.

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary: *Principios de Marketing*, Pearson Educación, México, 2008.

PORTER, M: “*Estrategia y ventaja Competitiva*” Grupo Editorial Norma Barcelona, 2006.

RAMIREZ, Davis: *Contabilidad Administrativa*, Mc Graw Hill, México, 2008

ROBBINS S. y DECENZO D, “*Fundamentos de Administración*” McGraw-Hill Colombia, 2005.

STEPHEN, P y COULTER, M: *Administración*, Pearson Educación, México.

WARREN, Carl, REEVE, James y DUCHAC, Jonathan: *Contabilidad Financiera*, Cosegraf, México, 2011

LINCOGRAFIA

Diario el telégrafo micro, mediana, pequeña empresas, 2011

<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/mipymes-facturan-10-mas.html>

Según Código de Comercio

Según Código de la producción, artículo 54 “Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democracia de la producción”.

<http://www.sri.gob.ec>.

<http://www.inec.gov.ec>.

Plan Operativo de la Subsecretaria de MIPYMES y Artesanías.

<http://www.industrias.gob.ec/programa-de-mejora-competitiva-para-las-mipymes-genera-resultados-positivos/>

<http://www.ingenieria.unam.mx/~guiaindustrial/disenio/info/6/1.htm>

<http://rem.gmtulcan.gob.ec/Leyes/CODIGO%20DE%20COMERCIO.pdf>

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>

<http://www.definicionabc.com/general/asesoria.php#ixzz2QUWxqJDi>

<http://winred.com/gestion-de-crisis/las-asesorias-una-solucion-para-las-pymes/gmx-niv5201-con21041.htm>

<http://www.gestionyadministracion.com/asesoria/>

<http://www.gestion.org/economica/gestion-economica/que-es-la-asesoria-financiera/>

<http://www.gestionyadministracion.com/asesoria/>

<http://www.gestionyadministracion.com/asesoria/asesoria-de-marketing.html>

6 pasos para administrar su negocio sin estresarse , Obtenido de <http://AméricaEconomía.com>

CANTILLO, G., JUSTA, B., & CURIEL, L. (2009). *Evaluación de la Gestión de la Tecnología y la Innovación en una Unidad de Información*. Obtenido de http://www.empai-matanzas.co.cu/revista/REVISTA_archivos/Page971.htm.

Crece Negocios. (s.f.). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/importancia-y-caracteristicas-de-la-planeacion/>

EL TELÉGRAFO: Mipymes facturan 10% más. (s.f.). Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/mipymes-facturan-10-mas.html>

Gestión de la Empresa y las estrategias empresariales *Gestion.Org*. Portal N°1. (s.f.). *REVISTA DIGITAL*.

ORTIZ, S. (s.f.). Obtenido de <http://sandroivan.blogspot.es/1253807161/importancia-de-la-planificacion-estrategica/>

Portal para MYPYMES. (s.f.). Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/Pymes.htm>
PORTAL PARA MYPYMES

STONER, J., & HILL, C. (s.f.). *Administración Estratégica*.

Supercias. ,Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

ANEXOS

ANEXO 1.

FORMATO DE LA ENCUESTA



ENCUESTA

1.- ¿Cree usted que el desconocimiento sobre el desarrollo empresarial de la Mipymes depende de la escasa formación académica de los administradores?

Totalmente

Mucho

Poco

Nada

2.- ¿Considera usted que los planes de inversión son importantes para el financiamiento de tecnología en las Mipymes?

Importante

Muy importante

Poco importante

No importante

3.- ¿Qué tan necesario cree usted que los administradores de las Mipymes del cantón Milagro deberían implementar el uso de la tecnología?

Necesario

Poco necesario

Muy necesario

No necesario

4.- ¿Qué importancia da usted a la formación académica de los administradores de las MIPYMES del cantón Milagro para el desarrollo de estos negocios?

Adecuada	<input type="checkbox"/>	Poco adecuada	<input type="checkbox"/>
Muy adecuada	<input type="checkbox"/>	No adecuada	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Considera usted una gestión basada en objetivos y resultados permite el crecimiento de las Mipymes?

Mucho	<input type="checkbox"/>	Poco	<input type="checkbox"/>
Medio	<input type="checkbox"/>	Nada	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Qué tan importante es para usted la planificación en las Mipymes?

Importante	<input type="checkbox"/>	Muy importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	No importante	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Considera usted que el marketing para las Mipymes es:

Importante	<input type="checkbox"/>	Muy importante	<input type="checkbox"/>
Poco importante	<input type="checkbox"/>	No importante	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Cree usted necesario que en el cantón Milagro debería haber un centro de capacitación para mejorar el desarrollo empresarial de las Mipymes?

Necesario	<input type="checkbox"/>	Muy necesario	<input type="checkbox"/>
Poco necesario	<input type="checkbox"/>	Necesario	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Las MIPYMES del Cantón Milagro mejorarán su posicionamiento al aplicar estrategias de Marketing?

Mucho	<input type="checkbox"/>	Poco	<input type="checkbox"/>
Medio	<input type="checkbox"/>	Nada	<input type="checkbox"/>

ANEXO 2
INFORMACION SOBRE LAS MYPYMES DEL CANTON MILAGRO

REPÚBLICA DEL ECUADOR



★ ★ ★ ★ ★
GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA
Jefatura de Rentas



Oficio N° GADCM-JR-2013-086-O
Milagro, 8 de Abril del 2013

Señores
Jéssica Delgado González y Washington Guevara Macías
EGRESADOS DE UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
Presente.-

En atención a oficio s/n de fecha 1 de Abril del 2013, dirigido al señor Alcalde y recibido en esta Jefatura el 5 del mismo mes y año; en el cual solicita información sobre las MYPYMES en el cantón Milagro; adjunto sírvase encontrar cuadro detallado con la información referente a lo solicitado.

Particular que comunico para los fines legales pertinentes

Atentamente,

Ing. Nelly Pizarro Villacís
Jefa de Rentas Municipal

Copia: Archivo
/sc

1791809092001	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A.	FARMACIAS CRUZ AZUL GENESIS CUARENTA Y DOS	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	GARCIA MORENO 916 Y MIGUEL VALVERDE 24 DE MAYO S/N ENTRE ELOY ALFARO Y ATAHUALPA
0992382929001	FARGEN S.A.	GENESIS CUARENTA Y TRES	FARMACEUTICOS	AV. AMAZONAS S/N Y ELOY ALFARO
0992382929001	FARGEN S.A.	PLASTIPROT S.A.	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES	KM 1 VIA PARAISO DE CHOBO
0992714158001	PLASTIPROT S.A.	GRANIZADOS DON RAMON	FABRICACION DE PRODUCTOS PLASTICOS AGROPROTECTORES PARA BANANO	PDTE. ESPINOZA ENTRE AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y 12 DE OCTUBRE (P
0992529172001	CREAGESTION S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	GARCIA MORENO, ENTRE ELOY ALFARO Y TORRES CAUSANA
0992741368001	EMJURO S.A.	ALMACENES EMIUR	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MOTOCICLETAS	
	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A. "PHARMACYS MILAGRO"		VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES	ELOY ALFARO Y 24 DE MAYO
1791809092011	PRIMETIME COMUNICACIONES C/A. LTDA.	FARMACIAS CRUZ AZUL	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPOS Y APARATOS DE COMUNICACION	PRESIDENTE ESPINOZA Y AV. 17 DE SEPTIEMBRE
0691719421001	CORPORACION AZENDE CIA. LTDA.	CORPORACION AZENDE CIA LTDA	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS	CARLOS HIDALGO VILLACIS PRESIDENTE ESPINOZA Y AV. 17 DE SEPT., PASEO SHOPPING MILAGRO
0190167348001			VENTA AL POR MENOR DE BOLETOS DE LOTERIA	
0992643439001	TRACKFAST S.A. COOPERATIVA DE TRANSPORTE PESADO "5 DE DICIEMBRE"		TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA	PARROQUIA MARISCAL SUCRE; AV. MARISCAL SUCRE Y 24 DE MAYO
0992739657001	IMPORTADORA NAGIB S.A.		VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS MEDICINALES Y DE ASEO	AV. JUAN MONTALVO Y ELOY ALFARO DIAGONAL AL BANCO BOLIVARIAN
0991434887001	SERVICIOS FARMACEUTICOS MAYORGA S.A. MAYORFARMA	MAYORFARMA S.A.	VENTA AL POR MENOR Y MAYOR DE PRODUCTOS MEDICINALES	AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y BABAHOYO
0992702591001	SERVICIOS FARMACEUTICOS MAYORGA S.A. MAYORFARMA	MAYORFARMA S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS MEDICINALES	JUAN MONTALVO Y 12 DE FEBRERO AV.17 DE SEPTIEMBRE Y 12 DE OCTUBRE (PASEO SHOPPING)
0912986999001	NOVITAT S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE COMPUTADORAS INCLUYENDO PIEZAS Y MATERIALES CONEXOS	PDTE.J. ESPINOZA / AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y 12 DE OCTUBRE
0992679379001	SUPERMETALES S.A. DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.	DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIALES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE CONSTRUCCION	
0990789061001	S.A. DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS LACTEOS-ALIMENTOS	AV.17 DE SEPTIEMBRE Y PASTAZA (JUNTO GASOLINERA PRIMAX) CDLA. UNIVERSITARIA: AV. PRINCIPAL KM 1.5 VIA A MILAGRO
0968533430001	UNEMI		ESCUELA DE CONDUCCION	

0990598967001	INMOBILIARIA LAVIE S.A.			ADMINISTRACION DE BIENES INMUEBLES, COMPRA-VENTA Y ALQUILER-EXPLOTACION DE BIENES INMUEBLES	PASEO SHOPPING.- AV. 17 DE SEPTIEMBRE S/N Y PTE. ESPINOZA
09900617514001	TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A.	TIA MILAGRO		VENTA AL POR MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS	GARCIA MORENO N°. 1409 Y MIGUEL VALVERDE
09927411775001	WWW MALLWORK S.A.	LA DOLOROSA SUPERMAYORISTA		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE CONFITERIA, PRODUCTOS LACTEOS Y ALIMENTOS EN GENERAL	24 DE MAYO S/N Y 12 DE FEBRERO
0991468218001	DISPROMIL S.A.	DISPROMIL		VENTA POR MAYOR Y MENOR DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y ALIMENTOS EN GENERAL	ELOY ALFARO 421 Y MANUEL HIDALGO KM 3 VIA MILAGRO KM. 26 CDLA. WILLIAN REYES
0992567414001	MUEBLERIA ACURIO CIA. LTDA.	MUEBLERIA ACURIO		VENTA AL POR MENOR DE MUEBLES DE MADERA	GARCIA MORENO 1432 Y 12 DE FEBRERO
0990633436001	LA GANGA R.C.A. LTDA	LA GANGA R.C.A.		VENTA AL POR MAYOR DE ARTEFACTOS PARA EL HOGAR, MOTOCICLETAS Y BICICLETAS	KM. 1 1/2 VIA A NARANJITO
0990319014001	COMERCIAL AGRO-FARM C. LTDA	COMERCIAL AGRO-FARM		VENTA AL POR MAYOR DE INSUMOS AGRICOLAS	C.C. EL PASEO SHOPPING.- PTE. ESPINOZA Y AV. 17 DE SEPTIEMBRE
1791415132001	INT FOOD SERVICES CORP COMERCIALIZADORA	KFC		VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES	
0992344334001	AGRICOLA INDUSTRIAL DE ARROZ HNOS. LOPEZ S.A.	COHERLO		VENTA AL POR MAYOR DE ARROZ	KM 1.5 VIA KM.26 (DIAGONAL A UNEMI) CHILE 300 Y OLMEDO
0990006687001	AGRIPAC S.A.	AGRIPAC		FABRICACION DE INSUMOS AGRICOLAS	
1790736218001	CYEDE CIA. LTDA.	DIGITAL PHOTO EXPRESS		COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS FOTOGRAFICOS Y SERVICIOS DE FOTO ACABADO	5 DE JUNIO S/N. Y PEDRO CARRO GARCIA MORENO 1660 Y T. CAUSANA (ESTABLEC. 01.44)
1791715772001	ECONOFARM S.A.	SANASANA		VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS MEDICINALES Y DE ASO	GARCIA MORENO 12 DE FEBRERO
0910602168001		GENESIS 3		VTA. AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASO	MERCADO 22 DE NOVIEMBRE
0910602168001		GENESIS 6		MEDICINALES Y DE ASO	
0990023654001	FEBRES CORDERO COMPAÑIA DE COMERCIO S.A.	FEBRES CORDERO C.C. S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS QUIMICOS	KM. 2 1/2 VIA A NARANJITO
0990000530001	PYCCA S.A.	1 2 3 DE PYCCA		VENTA POR MAYOR DE DIVERSOS PRODUCTOS, JUGUETES, ARTEFACTOS DEL HOGAR Y APARATOS DE RADIO	GARCIA MORENO E/P.- CARRO Y 5 DE JUNIO
0991344217001	TROLECORP S.A.			VENTA DE OXIGENO Y EQUIPO ESPECIAL CONTRA INCENDIO	JUAN MONTALVO 309 Y CHILE
0190001490001	MARCIMEX S.A.	MARCIMEX		VENTA AL POR MENOR DE ARTEFACTOS ELECTRODOMESTICOS	GARCIA MORENO 1018 Y ELOY ALFARO
0991285679001	SERVIENTREGA ECUADOR S.A.			TRANSPORTE Y ENTREGA DE CORRESPONDENCIA Y PAQUETES	JUAN MONTALVO S/N Y ELOY ALFARO
01900168190001	IMPOCOMIAHER CIA. LTDA.	IMPOCOMIAHER		VENTA AL POR MENOR DE ARTEFACTOS ELECTRODOMESTICOS, MOTOCICLETAS Y ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL	GARCIA MORENO 922 ENTRE 12 DE FEBR Y MIGUEL VALVERDE
0992475439001	DISPROYSER S.A.			VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS EN GENERAL	GUARANDA 214 Y PANIGON CD.-A. NUEVO MILAGRO

0992731699001	COMERCIAL LA GRANJA S.A. COLGRANSA	ROXANA VILLACIS S.A. ROXVILL	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS	GARCIA MORENO 1628 Y ELOY ALFARO
0992312157001	ROXANA VILLACIS S.A. ROXVILL	ROXANA VILLACIS S.A. ROXVILL	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN TIENDAS DE ABARROTES	CALDERON 527 Y ROCAFUERTE
0190001490001	MARCIMEX S.A.		COMERCIO EN GENERAL TANTO AL POR MENOR COMO AL POR MAYOR	GARCIA MORENO Y 12 DE FEBRERO
1791771737001	OMNILIFE DEL ECUADOR S.A.		VENTAS AL POR MAYOR Y MENOR DE SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS	ELOY ALFARO ENTRE OLMEDO Y JUAN MONTALVO
0992702591001	SERVICIOS FARMACEUTICOS MAYORGA S.A. MAYORFARMA		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR	JUAN LEON MERA Y AV. JAIME ROLDOS KM 0.5 VIA MARISCAL SUCRE Y VIA PRINCIPAL CDLA. LA PRADERA
0992690151001	SERRESA SA		VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	JUAN MONTALVO Y 12 DE BEBRERO
0992705906001	GLOBALINDUS S.A.	GLOBALINDUS S.A.	SERVICIO DE ALQUILER DE OFICINA	GALO PLAZA Y AV. QUITO
0992130113001	PROSOFT S. A.		PROCESAMIENTO O TABULACION DE TODO TIPO DE DATOS	CDLA. COSMOPOLITA SOLAR 1 MZ B
0992373563001	PROENERGY S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIALES ELECTRICOS	PEDRO CARBO ENTRE 10 DE AGOSTO Y GARCIA MORENO
09900009732001	COMPANIA GENERAL DE COMERCIO Y MANDATO S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MOTOS	GUAYAQUIL Y ATAHUALPA
09207929575001	CONSTRU-TALLERES JOCEBER S.A.		CONSTRUCCION DE OBRAS CIVILES	24 DE MAYO Y PEDRO CARBO
0190378799001	MULTIMOTOS S.A.	MULTIMOTOS	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MOTOS, BICICLETAS Y ACCESORIOS Y REPUESTOS E INSUMOS	VIA AL KM 26 KM 5 1/2
0992747374001	PLCA SECURITY S.A. CONSTRUCCIONES	INSTITUTO DE CONDUCTORES	ACTIVIDADES DE EDUCACION Y SEGURIDAD VIAL	
0908247828001	INDUSTRIALES Y CIVILES MICHELIN ROMERO S.A. CIMIRSA		CONSTRUCCION DE OBRAS CIVILES	GUAYAQUIL Y MANABI
0992666196001	NEGOCIOS GENERALES NEGENER S.A.		INSTALACION Y ADMINISTRACION DE CENTROS DE RECREACION	KM. 26 VIA MILAGRO JUNTO A DISTRIBUIDORA YAMAHA
0908732464001	EXPOPLATINIUM S.A.	EXPOPLATINIUM S.A.	ACTIVIDADES DE ADMINISTRACION DE SERVICIO DE VENTA DE COMBUSTIBLE Y GASOLINA	AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y CHIRIJS
1792076455001	HERMANOS BARRERA S.C.C.		VENTA Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR	JULIO JARAMILLO KM 1 VIA NARANJITO
0992715332001	CIA. PRODSERVAGRIC SA		IMPORTACION, COMERCIALIZACION Y EXPORTACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS	CHILE Y 5 DE JUNIO
1791411099001	ARCA ECUADOR S.A		EMBOTELLADORA DE GASEOSAS	VIA A MILAGRO KM 2 /2
0992526742001	DINADEC S.A.		VENTA POR MAYOR DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y MACHALA
0992250771001	COMPANIA DE SEGURIDAD MILIPAS CIA.LTDA.	COMPANIA DE SEGURIDAD MILIPAS CIA.LTDA	ACTIVIDADES DE VIGILANCIA Y PROTECCION PARA PROTEGER A PERSONAS O PROPIEDADES	URBANIZACION QUINTA PATRICIA

0992567538001	DISARGESA S.A.		VENTA POR MAYOR Y MENOR DE ELECTRODOMESTICOS PARA EL HOGAR, ARTICULOS DE BAZAR Y MUEBLES DE MADERA	AV. CARLOS J. AROSEMENA Y AV. COLON AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y COLON URB. QUINTA PATRICIA
0992392142001	GASOLISER S.A.	GASOLISER	VENTA AL POR MAYOR DE TODA CLASE DE COMBUSTIBLES EN GASOLINERAS DE GASOLINA	KM 4 VIA KM. 26
1800003766001	S.A. IMPORTADORA ANDINA S.A.I.A.	IMPORTADORA ANDINA	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ACCESORIOS, PARTES Y LUBRICANTES PARA AUTOMOTORES	VIA A NARANJITO KM. 1 COLA. SAN MIGUEL 5-4-5-6 MZ SA
0990865477001	LIRIS S.A.	LIRIS	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE AVES	C.C. EL PASEO SHOPPING, AV. 17 DE SEPTIEMBRE
17913993808001	TELESHOP CIA. LTDA.	TELESHOP	VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DEPORTIVOS, PRENDAS DE VESTIR Y DE CALZADO	GARCIA MORENO Y LISTER ANDRADE SEMINARIO ENTRE 10 DE AGOSTO Y GARCIA MORENO
0992465115001	ENVASMIL S.A.	ENVASMIL S.A.	ENVASADO DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA EN GENERAL	GARCIA MORENO Y BOLIWAR
1791312813001	URBANO EXPRESS	URBANO EXPRESS	TRANSPORTE Y ENTREGA DE CORRESPONDENCIA	JUAN MONTALVO S/N Y ROCAFUENTE
1791809092001	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A.	FARMACIAS CRUZ AZUL	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	GARCIA MORENO S/N Y TORRES CAUSANA
1791809092001	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A.	FARMACIAS CRUZ AZUL	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	C.C. EL PASEO SHOPPING
1791809092001	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A.	FARMACIAS CRUZ AZUL	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	KM. 1.5 VIA A NARANJITO
0992413077001	OPTICAS GMD S.A.	OPTICAS GMD	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPO Y ARTICULOS OPTICOS, OPTOMETRIA, Y AUDIOMETRIA	JUAN MONTALVO Y ELOY ALFARO
0992585064001	ECOBANEC CIA. LTDA.		VENTA, COMERCIALIZACION, EXPORTACION E IMPORTACION DE BANANO	VIA MILAGRO NARANJITO KM. 3
0992167106001	FERRO AGRO COMERCIAL	FERRO AGRO COMERCIAL	VENTA AL POR MAYOR DE SUSTANCIAS QUIMICAS Y ARTICULOS DE FERRERIA	GUAYACUIL Y CHILE
0990009589001	ECHEVERRIA S.A.	ECHEVERRIA S.A.	FUMIGACION AEREA	AV. 17 SEPTIEMBRE Y POTEJESPINOZA (PASEO SHOPPING)
0991451331001	AEROVIC C.A.	AEROVIC C.A.	VENTA POR MAYOR DE ALIMENTOS, COMPRA VENTA ALQUILER Y EXPLOTACION DE BIENES INMUEBLES	AV. CHIRIOS Y GUAYAS
0991511946001	COMERCIALIZADORA COILE S.A.	COILE S.A.	DISTRIBUIDOR DE TELEFONOS CELULARES, ACCESORIOS Y ALQUILER DE EQUIPOS DE COMUNICACION	GARCIA MORENO Y ELOY ALFARO POTE ESPINOZA Y AV. 17 SEPT. PASEO SHOPPING MILAGRO
1791809092001	CELLSHOP S.A.	CELLSHOP S.A.	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	VIA A NARANJITO KM. 3.5 VIA A NARANJITO, DETRAS MOTEL CUPIDO
1791809092001	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A.	FARMACIAS CRUZ AZUL	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	C.C. EL PASEO SHOPPING, AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y POTE. ESTRADA
17910895548001	ARTEFACTOS ECUATORIANOS PARA EL HOGAR S.A. ARTEFACTA	ARTEFACTA	VENTA AL POR MENOR DE ELECTRODOMESTICOS Y ARTICULOS PARA EL HOGAR	
0991509658001	CELAMAX S.A.	CELAMAX	VENTA AL POR MAYOR DE HELADOS	
0992513519001	MELAV CIA. LTDA.		VENTA AL POR MAYOR DE ARTICULOS DE PRIMERA NECESIDAD	
0990004196001	CORPORACION EL ROSADO S.A.	HIPER MILAGRO, SUPERCINES	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACOS EN SUPERMERCADOS	

0991305483001	RESEGRIN S.A.	RESEGRIN	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ACCESORIOS PARTES Y PEZAS DE VEHICULOS	CARLOS JULIO AROSEMENA S/N ENTRE AV. QUITO Y CUENCA
0991305483001	RESEGRIN S.A.	RESEGRIN	VENTA POR MENOR DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS	ELOY ALFARO 510 Y ENRIQUE VALDEZ
0991357297001	VIAJES MILAGRO SOCIEDAD ANONIMA	VIMILSA	AGENCIAS DE VIAJE	CHILE 301 ENTRE JUAN MONTALVO Y 5 DE JUNIO
0992389303001	VIMILSA	VIMILSA	ASESORAMIENTO EMPRESARIAL Y EN MATERIA DE GESTION	RUMIÑAHUI E/ GUAYAQUIL Y CALDERON AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y AV. COLON (INTERIOR DEVIES CORP)
0992353104001	INSILIM S.A.		VENTA POR MAYOR DE EQUIPO DE REFRIGERACION, INCLUSO PARTES Y PIEZAS	
0992353104001	GENRA S.A.		ALQUILER A CORTO Y LARGO PLAZO DE EQUIPOS DE COMUNICACION, INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE ESTACIONES DE TELECOMUNICACIONES	GARCIA MORENO VILLAS DEL IESS
0992128879001	CADACHEXPOR S.A.	COMERCIALIZADORA AGRICOLA DE ALBERTO CHONG QUI	VENTA POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOS	CDLA. INERHI, CALLE A Y CALLE SN (A UNA CUADRA DEL COLOTTO
0992448563001	HUMANACORP S.A.	HUMANACORP S.A.	VENTA POR MAYOR Y MENOR DE ELECTRODOMESTICOS PARA EL HOGAR	AV. COLON 1100 Y FEDERICO PAEZ
0992567538001	DISARGESA S.A.		CONSTRUCCION DE OBRAS CIVILES, INSTALACION Y MANTENIMIENTO DE SISTEMAS ELECTRICOS	GUAYAQUIL 1209 ENTRE ELOY ALFARO Y RUMIÑAHUI
0992555653001	IMPESO S.A.	IMPESO S.A.		
0992555653001	IMPORTADORA FERNANDO ALVAREZ CEVALLOS IFERAC S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE CALZADO	C.C. PASEO SHOPPING
0992554061001	AGRICOLA PORTILLA ROMERO S.A.	BOUTIQUE IRONY AGRICOLA PORTILLA ROMERO S.A.	ACTIVIDADES DE CULTIVO DE PRODUCTOS AGRICOLAS	KM. 3 1/5 VIA MILAGRO KM 26
0100416700001	ROMERO S.A. AGRIPROM	AGRIPIROM	VIGILANCIA Y PROTECCION A TRAVES DE GUARDIANES	9 DE OCTUBRE Y CALDERON(EDIF. HOTEL CARSO INN PISO 2 OF.112)
0992582642001	PROSECURITY CIA. LTDA.	PROSECURITY	COMPRA Y VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS AGRICOLAS	VICTOR EMILIO ESTRADA Y BABAHOYO
0916308646001	COWHIMA S.A.		VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS EN GENERAL	CDLA. NUEVO MILAGRO
0924671282001	DELESA S.A.	LA DOLOROSA	IMPORTACION DE LLANTAS	24 DE MAYO Y 12 DE FEBRERO
0992702826001	LLANTASJEVI S.A.	LLANTASJEVI	TALLER DE REPARACION Y VENTA DE REPUESTOS	ELOY ALFARO Y ENRIQUE VALDEZ ESQ.
0992654937001	ITEGMOTORS S. A.	ITEGMOTORS S. A.		VIA AL KM 26 KM 1
0992702591001	FARMACEUTICOS MAYORGA S.A.	MAYORFARMA S.A.	OFICINA ADMINISTRATIVA	JUAN MONTALVO Y 12 DE FEBRERO
0992649577001	MAYORFARMA	COMERCIAL GAVILANES	VENTA POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN GENERAL	24 DE MAYO 821 Y MIGUEL VALVERDE
0992443707001	COMGAV S.A.		CONSTRUCCION, ALQUILER DE MAQUINARIA DE EQUIPO DE CONSTRUCCION	AV. 17 DE SEPTIEMBRE 1101 Y AV. COLON
0990304211001	USEFUL S.A.		COMERCIALIZACION DE MOTOS Y MOTOCICLETAS, PARTES, PIEZAS, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE MOTOCICLETAS	PEDRO CARBO Y GARCIA MORENO

0992587261001	ALDOUSCORP S.A.	COMPRA VENTA LA FE	COMERCIALIZACION DE JOYAS Y ARTICULOS DE LA RAMA Y DE ARTEFACTOS ELECTRODOMESTICOS	JUAN MONTALVO 9 DE OCTUBRE CDLA. SAN FRANCISCO, BRASIL 121 Y ECUADOR
0992676701001	D'LAOCH S.A.		CONSTRUCCION DE OBRAS CIVILES Y SERVICIO DE ASESORIA Y REPRESENTACION EN GENERAL	AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y LOS RIOS
0992382929001	FARGEN S.A.	GENESIS VEINTE Y UNO	MEDICINALES Y DE ASEO	ANDRES BELLO Y AV. QUITO
0992382929001	FARGEN S.A.	GENESIS TREINTA Y SIETE	VENTA POR MENOR DE PRODUCTOS QUIMICOS Y FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO.	GUAYAQUIL Y ESCOBEDO
0992382929001	FARGEN S.A.	GENESIS VEINTICINCO	VENTA POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES, DE ASEO Y PRODUCTOS QUIMICOS	AV. NAPO Y JORGE ICAZA
0992382929001	FARGEN S.A.	GENESIS TREINTA Y OCHO	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	
0992642890001	SERVIAUTO TAMAYO Y ASOCIADOS S.A. SERVITAM	AUTOSERVICIOS TAMAYO	SERVICIOS DE LAVADA Y LUBRICADORA DE AUTOMOTORES MANTENIMIENTO EN GENERAL DE VEHICULOS AUTOMOTORES EN LUBRICADORAS	AV. 17 DE SEPTIEMBRE 19 Y MACHALA AV. CARLOS JULIO AROSEMENA 413 Y AV. QUITO
0992697245001	DISRAVE S.A.		VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PARA SU CONSUMO INMEDIATO	AV. QUITO Y OTTO AROSEMENA
0992666498001	SOCIEDAD DE HECHO CIVIL Y COMERCIAL ALSAHARA	ALSAHARA		AV.17 DE SEPTIEMBRE Y 12 DE OCTUBRE PASEO SHOPPING
0591716107001	MANUEL EUSTORGIO DEFAZ CIAMEDA CIA.LTDA.	TOTTO	VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR	C.C. EL PASEO SHOPPING
0992622482001	FLOPIWORLD S.A.	COMIDAS DE VICTOR	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PARA SU CONSUMO INMEDIATO	MEXICO E/VENEZUELA Y PANAMA CDLA. SAN FRANCISCO
0992546069001	SERVICEMANIA S.A.	SERVICEMANIA S.A.	CONSTRUCCIONES CIVILES, INSTALACION MANTENIMIENTO Y REPARACION DE SISTEMAS ELECTRICOS	MEXICO E/VENEZUELA Y PANAMA, CDLA. SAN FRANCISCO
0992552271001	TECNISOLIDA S.A.	TECNISOLIDA S.A.	CONSTRUCCIONES CIVILES, MANTENIMIENTO Y REPARACIONES DE SISTEMAS ELECTRICOS	
0991412980001	DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCA	DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS EN GENERAL	10 DE AGOSTO 104 Y ROBERTO ASTUDILLO KM. 2 VIA KM. 26
0990006792001	TIOSA S.A.	JAPON MILAGRO	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS DE PANIFICACION	GARCIA MORENO ENTRE DOCE DE FEBRERO Y MIGUEL VALVERDE
0990043027001	ICESA S.A.		VENTA AL POR MENOR Y MAYOR DE ARTEFACTOS PARA EL HOGAR	URUGUAY ENTRE ECUADOR Y MEXICO
0916860919001	LIMPAVED S.A.		LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE AREAS VERDES	
099264323001	INDUSTRIA DE TORNO Y FUNDICION AVILA S.A. INDEFUNA	INDEFUNA	TORNO, FRESA, FUNDICION Y SOLDADURA	AV. MARISCAL SUCRE S/N FRENTE A LA SUB ESTACION NORTE DE CNE
0992702591001	FARMCEUTICOS MAYORGA S.A. MAYORFARMA	MAYORFARMA S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS MEDICINALES	CDLA SAN CAMILO Y AV 17 DE SEPT M203

0990008604001	CREDITOS ECONOMICOS CREDICOSA S.A.	CREDITOS ECONOMICOS	VENTA AL POR MENOR DE ARTEFACTOS DE ELECTRODOMESTICOS Y ARTICULOS PARA EL HOGAR	GARCIA MORENO 1642 E/ ELOY ALFARO Y TORRES CAUSANA
0992176989001	AJEQUADOR S.A.	AJEQUADOR	VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS Y GASEOSAS	GARCIA MORENO 1312 Y FEDERICO PROAÑO
0992231092001	DEVIES CORP S.A.		VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS EN GENERAL	AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y AV. COLON
0991352937001	FERTISA, FERTILIZANTES, TERMINALES Y SERVICIOS S.A.	FERTISA	VENTA AL POR MAYOR DE ABONOS, SERVICIOS PORTUARIOS Y FABRICACION DE ABONOS QUIMICOS	VIA A NARANJITO, KM 2 1/2
0992344741001	ESCOBAR CASTRO S.A.	ESCOBAR CASTRO S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS, GASEOSAS Y AGUA	ROCAFUERTE Y GARCIA MORENO
0910602168001	AGRICOLA GANADERA	GENESIS 15	VTA. AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	GARCIA MORENO Y ELOY ALFARO
09910610495001	MARTINEZ HNOS. CIA. LTDA.	AGRICOLA GANADERA MARTINEZ HNOS. CIA. LTDA.	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS VETERINARIOS	GARCIA MORENO 541 Y PEDRO CARBO
0991318402001	HIERROS DEL ECUADOR HIDELEC S.A.	HIERROS DEL ECUADOR HIDELEC S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE METALES EN FORMAS PRIMARIAS	24 DE MAYO 407/9 DE OCTUBRE Y PEDRO CARBO
0990163510001	INDUSTRIAS Y PREDIOS DON ANTONIO CIA. LTDA.		REALIZADAS EN PILADORAS	17 DE SEPTIEMBRE
0991319522001	SUMINISTROS MEDICOS DEL ECUADOR PUCO REA CIA. LTDA.		VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES	24 DE MAYO 428 Y 9 DE OCTUBRE
1390060757001	DIPAC MANTA S.A.	DIPAC MANTA S.A	VENTA AL POR MAYOR DE METALES	AV. COLON
0992382929001	FARGEN S.A. ECUAQUIMICA	GENESIS 2	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	AV. ALFREDO ADUM ZIADE Y AV. COLON VIA A LAS PIÑAS
0990018707001	ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS C.A.	ECUQUIMICA	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS AGROQUIMICOS, FARMACEUTICOS Y MEDICINALES	AV. 17 DE SEPTIEMBRE S/N KM 1 VIA KM. 26
0992400048001	JAVANINVEST S.A.	E&E MATERIALES Y CONSTRUCCIONES	TRANSPORTE DE MATERIALES DE CONSTRUCCION POR CARRETERA	VIA KM 26 JUNTO A LA PEPSI COLA
0991345213001	ALPORT S.A.		EMBOTELLADO DE AGUA PURIFICADA Y VENTA AL POR MAYOR	RCTO. BANCO DE ARENA KM.4.5 VIA A NARANJITO
0910602168001		GENESIS 5	AGUA PURIFICADA	AV. NAPO Y TUMBEZ - CIUDADELA DAGER
0910602168001		GENESIS 7	VTA. AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	AV. MARISCAL SUCRE
0991174176001	ORICORP S.A.		VENTA AL POR MENOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	CDLA. CAÑAVERALES S/N KM 1 VIA A KM 26



MICRO - PEQUEÑA Y MEDIANAS EMPRESAS CANTON MILAGRO				
RUC_CI	PROPIETARIO	NOMBRE_LOCAL	ACTIVIDAD_ECONOMICA	DIRECCION
0992157119001	MUCALSA S.A.	MUCALSA	VENTA AL POR MAYOR DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y NO ALCOHOLICAS	AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y MACHALA
0910602168001		GENESIS 4	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	GARCIA MORENO Y CHILE 12 DE FEBRERO /GARCIA MORENO Y 24 DE MAYO
0910602168001		GENESIS 1	VTA. AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	10 DE AGOSTO 523 ENTRE PEDRO CARBO Y BOLIVAR
0992391146001	CAVNET S.A.	CAVNET	PROVEEDORES DE INTERNET	BOLIVAR
0910602168001		GENESIS 9	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	CHIRIJO Y GUAYAS ESQUINA
0910602168001		GENESIS 8	VTA. AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	TORRES CAUSANA Y MANUEL HIDALGO
0992392428001	IMPROCU S.A.	IMPROCU S.A.	VENTA POR MAYOR DE EQUIPOS Y APARATOS DE COMUNICACION INCLUIDO SUS PARTES Y PIEZAS	BOLIVAR 515 Y 24 DE MAYO
0990965366001	COHERVI S.A.	COHERVI S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS EN GENERAL MASIVO	OLMEDO S/N VARGAS TORRES
0992243929001	ENDISPE S.A	ENDISPE S.A	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS EN GENERAL	OLMEDO S/N Y VARGAS TORRES
0992567414001	MUEBLERIA ACURIO CIA LTDA.	MUEBLERIA ACURIO DOS	VENTA AL POR MENOR DE MUEBLES Y MOTOCICLETAS	CHILE Y OLMEDO
1791413237001	SUPERDEPORTE S.A. COMPANIA GENERAL DE COMERCIO Y MANDATO S.A.	CONCESIONARIO DE MARATHON SPORTS	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DEPORTIVOS, CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR	C.C. EL PASEO SHOPPING, AV. 17 DE SEPTIEMBRE
0990009732001	LATINGAME S.A.	COMANDATO	VENTA AL POR MENOR DE ELECTRODOMESTICOS	GARCIA MORENO ENTRE 12 DE FEBRERO Y ELOY ALFARO
0992380578001	MEDICINA INTEGRAL MILAGRO S.A.	CASINO ROYAL	JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS EN CASINOS	9 DE OCTUBRE Y CALDERON
0991513361001	MEDINTESA	MEDINTESA	CONSULTA Y TRATAMIENTO REALIZADAS POR MEDICOS	12 DE FEBRERO S/N Y 5 DE JUNIO
0992462396001	CONFICOMPANY S.A.	EL NUEVO FAVORITO #2	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO	CALLE 24 DE MAYO S/N Y ROCAFUERTE
0992365447001	VILLAGUA S.A.		VENTA AL POR MAYOR DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	MALECON Y AGUIRRE
0992426934001	CAFE BOMBON S.C.B. S.A.	CAFE BOMBONS C.B. S.A.	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN FUENTES DE SODA	C.C. EL PASEO SHOPPING
1790298817001	KERAMIKOS S.A.	KERAMIKOS	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE CONSTRUCCION	JUAN MONTALVO 500 Y BOLIVAR
1791809092001	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A.	FARMACIAS CRUZ AZUL	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	C.C. EL PASEO SHOPPING
0992523956001	PROMOCIONES STEVENS PROSTEVE S.A.	PROMOCIONES STEVENS	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR, ARTEFACTOS DEL HOGAR, PRENDAS DE VESTIR	AV. NAPO Y JORGE CARRERA ANDRADE

0992529121001	CHIMASA S.A.	CHIMASA S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MOTOCICLETAS	GARCIA MORENO Y PEDRO CARBO
0992608099001	SERVIRESDUOS S.A. SERVICIOS FARMACEUTICOS MAYORGA MAYORFARMA S.A.		SERVICIOS DE RECOLECCION Y ALMACENAMIENTO DE ACEITES USADOS, AGUAS DESENTIDAS, MEZCLAS OLEOSAS Y PRODUCTOS HIDRACORBORIFICOS, PROSECCAMENTO Y DISPOSICION FINAL	JUNTO A LA HACIENDA EUGENIA
0992702591001	COOPERATIVA DE TRANSPORTE CEVALLOS QUERO	MAYORFARMA S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS MEDICINALES	GUAYAQUIL Y 9 DE OCTUBRE ESQ.
1890054281001	ECONOFARM S.A.		SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL PASAJEROS	AZOGUES Y BABAHOYO, TERMINAL TERRESTRE
1791715772001	FARGEN S.A.	SANA SANA GENESIS TREINTA Y SEIS	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES	AV. NAPO Y AV. PAQUISHA AV. ARMANDO JIMENEZ S/N Y ENRIQUE ALBAN CDLA. LAS PIÑAS
09110602168001	COMPLEJO TURISTICO (PIPO S.A. COMTUPISA)		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICINALES Y DE ASEO	LOTIZACION RIVERAS DE MILAGRO CALLE PRINCIPAL
0992711965001			FOMENTO AL TURISMO EN CENTRO DE RECREACION	
0990014094001	INDUATO S.A. SERVICIOS	INDUATO S.A.	VENTA AL POR MAYOR DE ACCESORIOS, PARTES Y PIEZAS DE VEHICULOS; Y AUTOMOVILES Y VEHICULOS PARA TODO TERRENO	SOLAR 2, LOTIZACION LA MATILDE VIA KM. 26 (JUNTO A CTE)
0992702591001	FARMACEUTICOS MAYORGA S.A. MAYORFARMA SERVICIOS	MAYORFARMA	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMO HUMANO	TORRES CAUSANA Y CARLOS CHIRIGUAYA
0992702591001	FARMACEUTICOS MAYORGA S.A. MAYORFARMA	MAYORFARMA	VENTA AL POR MENOR Y MAYOR DE PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMO HUMANO	GARCIA MORENO Y JACOBO BUCARAM
0992782609001	CONSORCIO COSECHA VERDE & GREEN VALLEY	CONSORCIO COSECHA VERDE & GREEN VALLEY	PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	AV. 17 DE SEPTIEMBRE SOLAR 1 PILADORA DON ANTONIO KM 1
0992749539001	DISMARVIC S.A. FERRETERIA EL CHINO	DISMARVIC S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE HELADOS	GUAYAQUIL Y ROCAFUERTE
0992690763001	FERRCHINO S.A. CLINICA SANTA INES S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS Y ACCESORIOS DE FERRETERIA	CDLA. CAÑAVEALES FRENTE A DISENSA
0992740361001	CLUSAISA IMAGEN SANTA INES S.A.		CONSULTA Y TRATAMIENTO POR MEDICOS DE MEDICINA GENERAL O ESPECIALIZADA INCLUSO CIRUJANOS	OLMEDO 1000 Y ELOY ALFARO OLMEDO 2 Y ELOY ALFARO (JUNTO A LA CLINICA SANTA INES)
0992785489001	SANTIMAGENSA		SERVICIO DE DIAGNOSTICO E IMAGENES RAYOS X	AV. PRINCIPAL 5-6 Y AV 17 DE SEPT.- CHIRIJS
0991331859001	ATIMASA S.A.	ATIMASA E/S MILAGRO	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN TIENDAS DE ABARROTES	
0991331859001	ATIMASA S.A.	ATIMASA S.A.	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLE	AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y AV. CHIRIJS

1791809092001	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A.	FARMACIAS CRUZ AZUL GENESIS CUARENTA Y DOS	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	GARCIA MORENO 916 Y MIGUEL VALVERDE 24 DE MAYO S/N ENTRE ELOY ALFARO Y ATAHUALPA
0992382929001	FARGEN S.A.	GENESIS CUARENTA Y TRES	FARMACEUTICOS	AV. AMAZONAS S/N Y ELOY ALFARO
0992382929001	FARGEN S.A.	PLASTIPROT S.A.	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES	KM 1 VIA PARAISO DE CHOBO
0992714158001	PLASTIPROT S.A.	GRANIZADOS DON RAMON	FABRICACION DE PRODUCTOS PLASTICOS AGROPROTECTORES PARA BANANO	PDTE. ESPINOZA ENTRE AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y 12 DE OCTUBRE (P
0992529172001	CREAGESTION S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	GARCIA MORENO, ENTRE ELOY ALFARO Y TORRES CAUSANA
0992741368001	EMJURO S.A.	ALMACENES EMJUR	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MOTOCICLETAS	
	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A. "PHARMACY MILAGRO"		VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES	ELOY ALFARO Y 24 DE MAYO
1791809092011	PRIMETIME COMUNICACIONES C/A. LTDA.	FARMACIAS CRUZ AZUL	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE EQUIPOS Y APARATOS DE COMUNICACION	PRESIDENTE ESPINOZA Y AV. 17 DE SEPTIEMBRE
0691719421001	CORPORACION AZENDE CIA. LTDA.	CORPORACION AZENDE CIA LTDA	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS	CARLOS HIDALGO VILLACIS PRESIDENTE ESPINOZA Y AV. 17 DE SEPT., PASEO SHOPPING MILAGRO
0190167348001			VENTA AL POR MENOR DE BOLETOS DE LOTERIA	
0992643439001	TRACKFAST S.A. COOPERATIVA DE TRANSPORTE PESADO "5 DE DICIEMBRE"		TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA	PARROQUIA MARISCAL SUCRE; AV. MARISCAL SUCRE Y 24 DE MAYO
0992739657001	IMPORTADORA NAGIB S.A.		VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS MEDICINALES Y DE ASEO	AV. JUAN MONTALVO Y ELOY ALFARO DIAGONAL AL BANCO BOLIVARIAN
0991434887001	SERVICIOS FARMACEUTICOS MAYORGA S.A. MAYORFARMA	MAYORFARMA S.A.	VENTA AL POR MENOR Y MAYOR DE PRODUCTOS MEDICINALES	AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y BABAHOYO
0992702591001	SERVICIOS FARMACEUTICOS MAYORGA S.A. MAYORFARMA	MAYORFARMA S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS MEDICINALES	JUAN MONTALVO Y 12 DE FEBRERO
0992702591001	MAYORFARMA	MAYORFARMA S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS MEDICINALES INCLUYENDO PIEZAS Y MATERIALES CONEXOS	AV.17 DE SEPTIEMBRE Y 12 DE OCTUBRE (PASEO SHOPPING)
0912986999001	NOVITAT S.A.		VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIALES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE CONSTRUCCION	PDTE.J. ESPINOZA / AV. 17 DE SEPTIEMBRE Y 12 DE OCTUBRE
0992679379001	SUPERMETALES S.A. DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.	DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS LACTEOS-ALIMENTOS	AV.17 DE SEPTIEMBRE Y PASTAZA (JUNTO GASOLINERA PRIMAX) CDLA. UNIVERSITARIA: AV. PRINCIPAL KM 1.5 VIA A MILAGRO
0990789061001				
0968533430001	UNEMI		ESCUELA DE CONDUCCION	

ANEXO 3

PERMISOS

 **REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES**
PERSONAS NATURALES  *...le hace bien al país!*

NUMERO RUC: 0923904866001

APELLIDOS Y NOMBRES: DELGADO GONZALEZ JESSICA CAROLINA

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 06/04/1985 **FEC. ACTUALIZACION:** 02/02/2012

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 18/05/2006 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCIÓN: 18/05/2006 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE IMPRENTA

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: OLMEDO Número: S/N Intersección: PEDRO CARBO
Referencia: JUNTO A LA GASOLINERA SACOTO Teléfono: 042976702

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:


* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

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

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

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 002 **ABIERTOS:** 1

JURISDICCION: (REGIONAL LITORAL SUR) GUAYAS **CERRADOS:** 1

 **SRI**
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS LITORAL SUR R.U.C.

Gloria Vanessa Duarte Cevallos
DELEGADO DEL R.U.C.
Servicio de Rentas Internas
LITORAL SUR

Jessica Delgado
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Gloria Vanessa Duarte Cevallos
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: GVDC110808 Lugar de emisión: MILAGRO/OLMEDO Y JUAN Fecha y hora: 02/02/2012 15:37:30

Página 1 de 2

SRI.gov.ec

CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
RUC. 0968513910001

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO

TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No. 0041383

FECHA: 17/01/2012

AÑO : 2012

RUC : 092390486-6

NOMBRES: DELGADO GONZALEZ JESSICA CAROLINA

DIRECCION: SOLIVAR Y 3 DE JUNIO

ACTIVIDAD: IMPRENTAS Y PERIODICOS*

IMPRENTA DELEGADO

TASA : \$ 43.39

TITULO : \$ 1.40

RECARGO : \$ 0.00

TOTAL : \$ 44.79

CATEGORIA: PRIMERA

CUERPO DE BOMBEROS
DE MILAGRO

17 ENE 2012

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, la documentación, se procede a extender la presente tasa por servicio de prevención contra incendio.

Después de la inspección del Dpto de Prevención del Cuerpo de Bomberos, será responsabilidad única del propietario del local comercial cualquier modificación.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuere requerido.

Abnegación y Disciplina

JEFE DE PREVENCIÓN

EMISION

17/01/2012 04:11:34 PM

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

CUERPO DE BOMBEROS MILAGRO

R.U.C.: 0968513910001

Dirección: Rocafuerte # 461 y García Moreno
Teléfono: 2970-351 (Emergencia 102)
2974-283 (Oficina) • Milagro - Ecuador

TESORERA

ANEXO 4

FOTOS

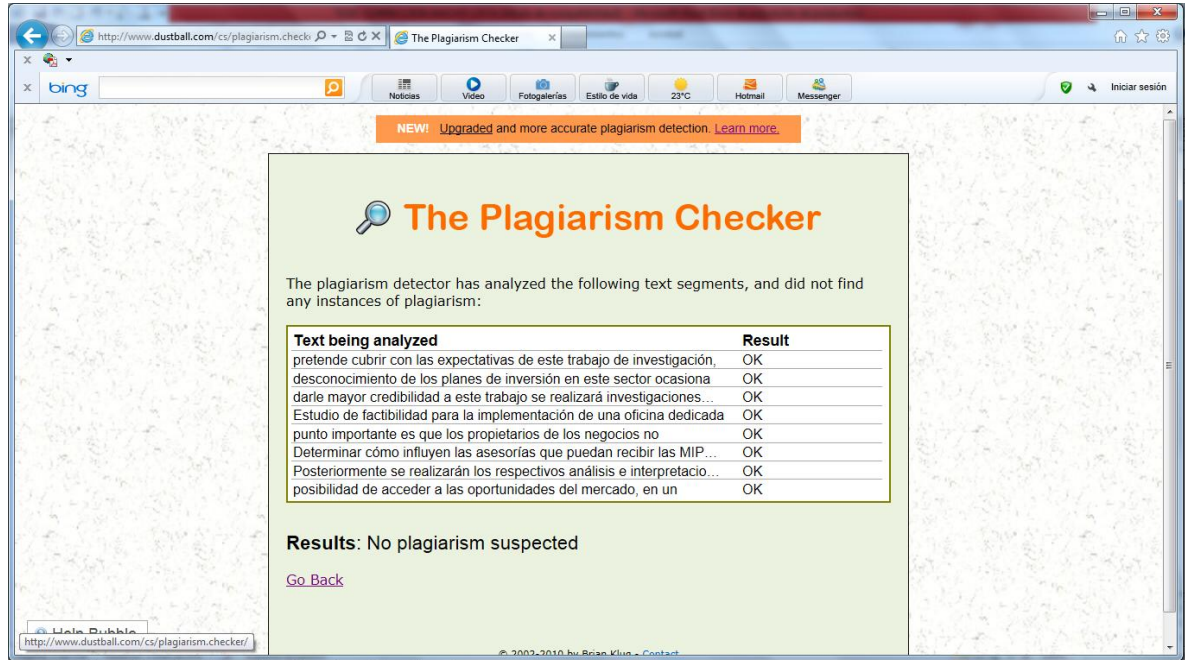
Encuesta que se realizó a microempresarios para analizar si el proyecto es factible.



ANEXO 5

THE PLAGIARISM CHECKER

CAPITULO I



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

The Plagiarism Checker

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

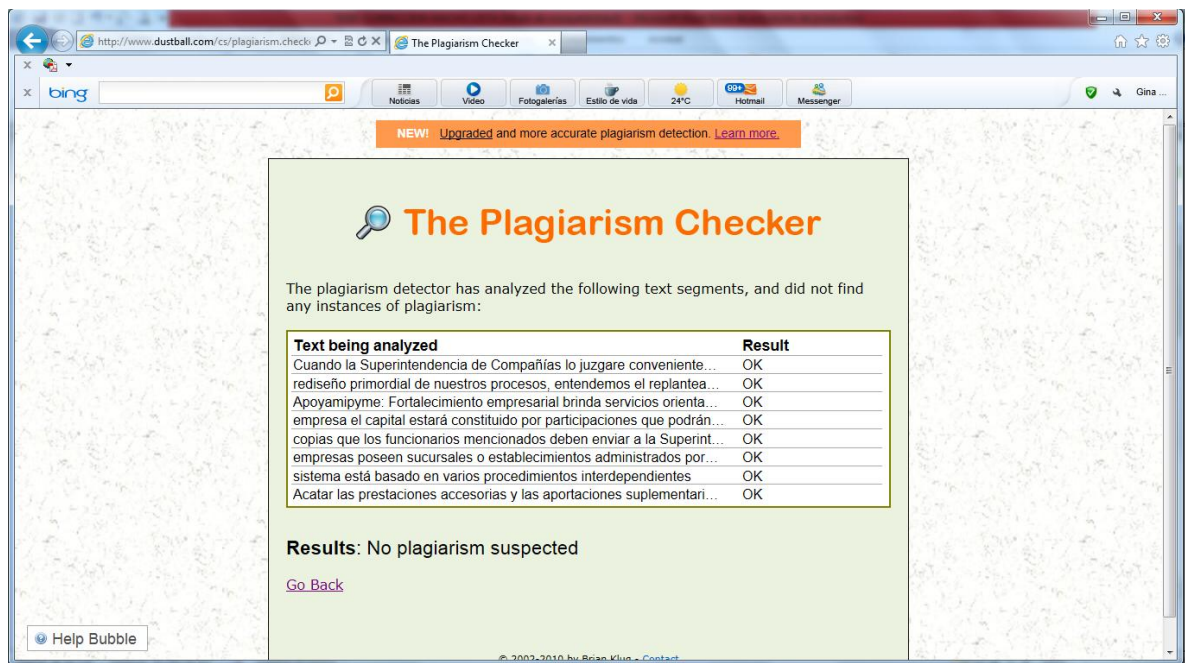
Text being analyzed	Result
pretende cubrir con las expectativas de este trabajo de investigación,	OK
desconocimiento de los planes de inversión en este sector ocasiona	OK
darle mayor credibilidad a este trabajo se realizará investigaciones...	OK
Estudio de factibilidad para la implementación de una oficina dedicada	OK
punto importante es que los propietarios de los negocios no	OK
Determinar cómo influyen las asesorías que puedan recibir las MIP...	OK
Posteriormente se realizarán los respectivos análisis e interpretacio...	OK
posibilidad de acceder a las oportunidades del mercado, en un	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klus - [Contact](#)

CAPITULO II



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

The Plagiarism Checker

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

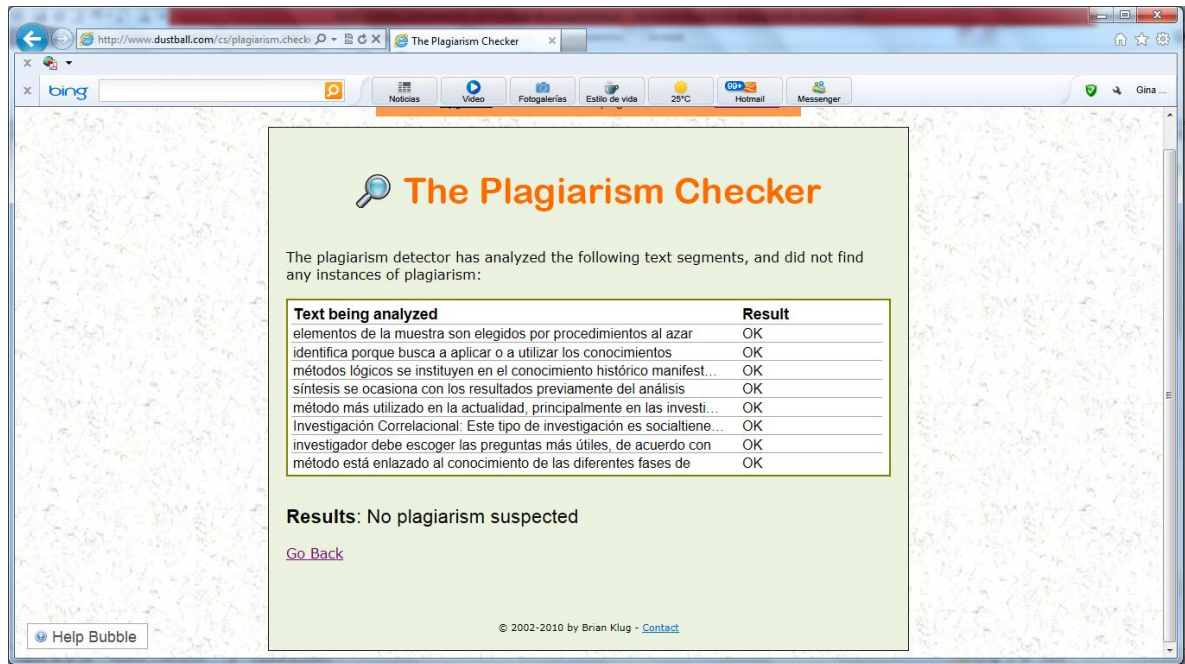
Text being analyzed	Result
Cuando la Superintendencia de Compañías lo juzgare conveniente...	OK
rediseño primordial de nuestros procesos, entendemos el replantea...	OK
Apoyamipyme: Fortalecimiento empresarial brinda servicios orienta...	OK
empresa el capital estará constituido por participaciones que podrán...	OK
copias que los funcionarios mencionados deben enviar a la Superint...	OK
empresas poseen sucursales o establecimientos administrados por...	OK
sistema está basado en varios procedimientos interdependientes	OK
Acatar las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementari...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klus - [Contact](#)

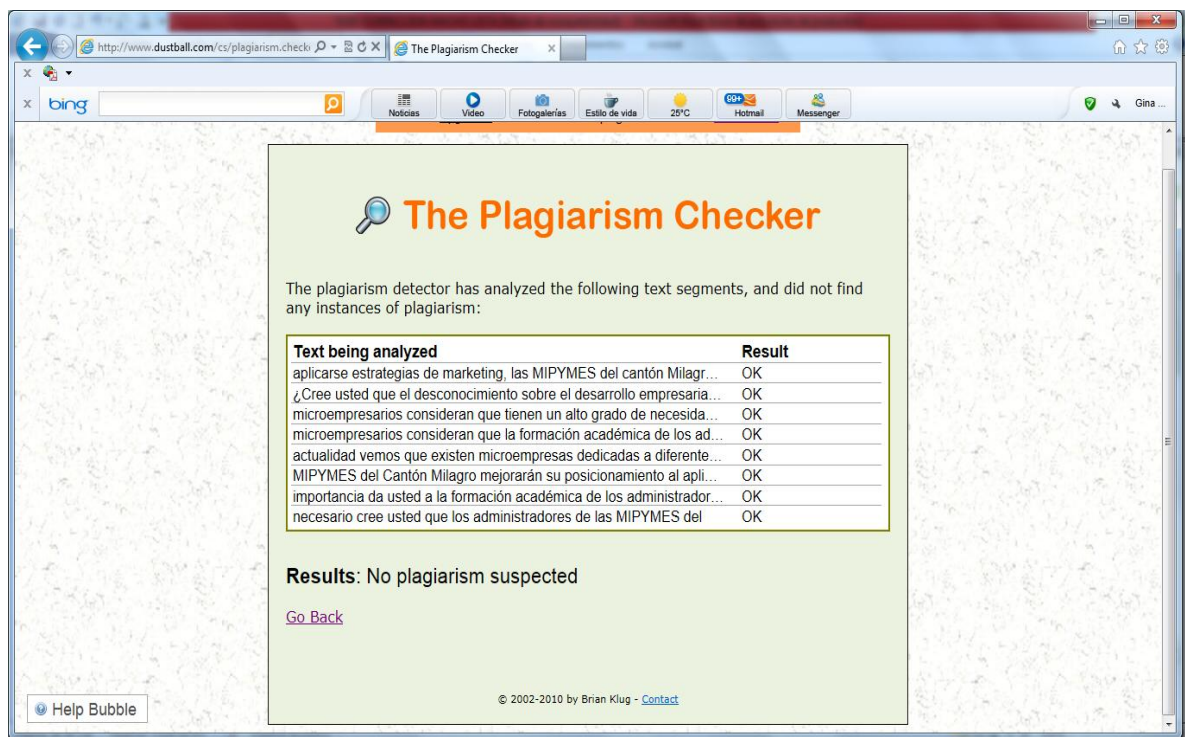
CAPITULO III



The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker>. The page title is "The Plagiarism Checker". The main heading is "The Plagiarism Checker" with a magnifying glass icon. Below the heading, it states: "The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:". A table follows, listing text segments and their results. The results are all "OK". Below the table, it says "Results: No plagiarism suspected" and provides a "Go Back" link. At the bottom, there is a "Help Bubble" and a copyright notice: "© 2002-2010 by Brian Klug - Contact".

Text being analyzed	Result
elementos de la muestra son elegidos por procedimientos al azar	OK
identifica porque busca a aplicar o a utilizar los conocimientos	OK
métodos lógicos se instituyen en el conocimiento histórico manifest...	OK
síntesis se ocasiona con los resultados previamente del análisis	OK
método más utilizado en la actualidad, principalmente en las investi...	OK
Investigación Correlacional: Este tipo de investigación es socialtiene...	OK
investigador debe escoger las preguntas más útiles, de acuerdo con	OK
método está enlazado al conocimiento de las diferentes fases de	OK

CAPITULO IV



The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker>. The page title is "The Plagiarism Checker". The main heading is "The Plagiarism Checker" with a magnifying glass icon. Below the heading, it states: "The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:". A table follows, listing text segments and their results. The results are all "OK". Below the table, it says "Results: No plagiarism suspected" and provides a "Go Back" link. At the bottom, there is a "Help Bubble" and a copyright notice: "© 2002-2010 by Brian Klug - Contact".

Text being analyzed	Result
aplicarse estrategias de marketing, las MIPYMES del cantón Milagr...	OK
¿Cree usted que el desconocimiento sobre el desarrollo empresaria...	OK
microempresarios consideran que tienen un alto grado de necesida...	OK
microempresarios consideran que la formación académica de los ad...	OK
actualidad vemos que existen microempresas dedicadas a diferente...	OK
MIPYMES del Cantón Milagro mejorarán su posicionamiento al apli...	OK
importancia da usted a la formación académica de los administrador...	OK
necesario cree usted que los administradores de las MIPYMES del	OK

CAPITULO V

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

The Plagiarism Checker

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

Text being analyzed	Result
Manteniendo la fe, esperanza responsabilidad y trabajando en equi...	OK
responsabilidad del Asistente realizar los pagos en las diferentes in...	OK
responsabilidad del Asistente registrar la información sobre los curs...	OK
sector microempresarial es necesario fomentar una cultura organiza...	OK
respondes afirmativamente seguramente estés necesitando los serv...	OK
manera que los microempresarios puedan desarrollar sus actividad...	OK
Realizar comparaciones con períodos anteriores y realizar proyecci...	OK
Recibir y hacer llamadas, escaneo de documentos, distribuir corres...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)