



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES  
PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO  
COMERCIAL**

**TEMA:**

**“ANÁLISIS DE LAS CAUSAS QUE IMPIDEN A LAS  
MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD DE MILAGRO, DESARROLLEN  
SU EMPRENDIMIENTO Y LA PERMANENCIA EN EL MERCADO  
COMPETITIVO”**

**EGRESADOS:**

**DANIEL ARTURO BEJARANO BOLAÑOS  
JULIO CESAR MENDIETA SOLÍS**

**FEBRERO 2012**

**MILAGRO**

**ECUADOR**

## **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

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

### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de “**Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniero comercial

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

Presentado por los Egresados:

DANIEL BEJARANO BOLAÑOS

C.I 0401319082

JULIO MENDIETA SOLÍS

C.I 0913961074

**TUTOR**

---

MSc. Elicza Ziadet Bermúdez

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egrs. Daniel Bejarano y Julio Mendieta, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal de la MSc. Elicza Ziadet Bermúdez.

Milagro, Febrero del 2012.

---

DANIEL BEJARANO  
C.I 0401319082

---

JULIO MENDIETA  
C.I 0913961074

## **CERTIFICACION DE LA DEFENSA**

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>MEMORIA CIENTÍFICA</b> | <b>( )</b> |
| <b>DEFENSA ORAL</b>       | <b>( )</b> |
| <b>TOTAL</b>              | <b>( )</b> |
| <b>EQUIVALENTE</b>        | <b>( )</b> |

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR DELEGADO**

## **DEDICATORIA**

A dios, por darme la fortaleza necesaria para seguir cumpliendo mis metas, y la confianza interna para sobrellevar las circunstancias que nos depara la vida.

A mi esposa Jenny por brindarme todo su amor y paciencia compartiendo gratos momentos junto a mi pequeña hija Abigail que llego a mi vida y ser la felicidad de nuestras vidas.

A mis padres, porque gracias a sus valores inculcados me han hecho una persona de bien y un buen profesional, y su apoyo incondicional me ayudado a culminar esta meta.

**DANIEL BEJARANO BOLAÑOS**

## **DEDICATORIA**

Este logro indiscutiblemente se lo debo a las personas que han permanecido de manera incondicional y pacientemente a mi lado en el transcurso de este tiempo, dedicado a mi esposa Jessica mis hijos Ariana y Ares los cuales han debido soportar por largo tiempo mi ausencia, calor y atención debida, a mi madre que con su bendición me apoya e impulsa a seguir hacia adelante, a mi padre que desde el cielo estoy seguro celebra conmigo este logro y por sobre todo a Dios, creador de todo lo que hay a nuestro alrededor, ya que sin su bendición y ayuda no hubiese tenido el gusto y agrado de culminar este ansiado triunfo.

**JULIO MENDIETA SOLÍS**

## **AGRADECIMIENTO**

A la universidad Estatal de milagro, institución que nos abrió sus puertas para brindarnos la oportunidad de culminar nuestros estudios superiores, a través de sus docentes que cada día nos transmitieron de la mejor manera sus conocimientos y esfuerzos para formarnos como profesionales competitivos y dotarnos de todo ese conocimiento partiendo siempre desde los principios morales característica importante e indispensable que rigen nuestras vidas

También a nuestra asesora MSc. Elicza Ziadet Bermúdez, que con sus conocimientos logro dar el impulso que hacía falta para la culminación de este desafío, que no habría tenido sentido si no se hubiera contado con su apoyo y comprensión

**DANIEL BEJARANO BOLAÑOS**  
**JULIO MENDIETA SOLÍS**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala Murillo

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de **“Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Febrero del 2012

---

DANIEL BEJARANO  
C.I 0401319082

---

JULIO MENDIETA  
C.I 0913961074



## ÍNDICE GENERAL

|   |      |
|---|------|
| Página de carátula o portada.                         | i    |
| Página de la constancia de aprobación por el tutor.   | ii   |
| Página de declaración de autoría de la investigación. | iii  |
| Certificación de la Defensa                           | iv   |
| Página de dedicatoria.                                | v    |
| Página de agradecimiento.                             | vi   |
| Página de Cesión de Derechos de Autor.                | vii  |
| Índice general.                                       | viii |
| Índice de cuadros                                     | ix   |
| Índice de gráficos.                                   | x    |
| Índice de Figuras.                                    | xi   |
| Resumen.  | xii  |
| Abstract.   | xiii |

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

|   | Pág. |
|---|------|
| Introducción.....                         | 1    |
| 1.1 Planteamiento del problema.....       | 3    |
| 1.1.1. Problematización del Problema..... | 3    |
| 1.1.2 Delimitación del Problema.....      | 4    |
| 1.1.3 Formulación del Proyecto.....       | 4    |
| 1.1.4 Sistematización del problema.....   | 4    |
| 1.1.5 Determinación del tema.....         | 5    |

|  |   |
|--|---|
| 1.2 Objetivos.....                           | 5 |
| 1.2.1 General.....                           | 5 |
| 1.2.2 Específicos.....                       | 5 |
| 1.3 Justificación.....                       | 5 |
| 1.3.1 Justificación de la investigación..... | 5 |

## CAPITULO II

### MARCO REFERENCIAL

|                                       | <b>Pág.</b> |
|---------------------------------------|-------------|
| 2.1 Marco teórico.....                | 7           |
| 2.1.1 Antecedentes históricos.....    | 7           |
| 2.1.2 Antecedentes referenciales..... | 10          |
| 2.1.3 Fundamentación.....             | 12          |
| 2.2 Marco legal.....                  | 22          |
| 2.3 Marco conceptual.....             | 27          |
| 2.4 Hipótesis y variables.....        | 31          |
| 2.4.1 Hipótesis General.....          | 31          |
| 2.4.2 Hipótesis Particulares.....     | 31          |
| 2.4.3 Declaración de variables.....   | 32          |

|  |    |
|--|----|
| 2.4.4 Operacionalización de las variables..... | 33 |
|--|----|

### **CAPITULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| 3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general..... | 35          |
| 3.2 Población y muestra.....   | 35          |
| 3.2.1 Características de la población.....                             | 36          |
| 3.2.2 Delimitación la población.....                                   | 36          |
| 3.3 Métodos y técnicas.....  | 36          |
| 3.3.1 Métodos Teóricos.....  | 36          |
| 3.3.2 Método Empíricos.....  | 36          |
| 3.3.3 Técnicas e instrumentos.....                                     | 37          |
| 3.4 El Tratamiento estadístico de la información.....                  | 37          |

### **CAPITULO IV**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| 4.1 Análisis de la situación actual.....                          | 38          |
| 4.2 Análisis comparativo, evolución tendencias y perspectiva..... | 39          |
| 4.3 Resultados.....   | 49          |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 4.4 Verificación de la hipótesis..... | 50 |
|---------------------------------------|----|

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| 5.1 Tema.....                                    | 51          |
| 5.2 Fundamentación.....                          | 51          |
| 5.3 Justificación.....                           | 58          |
| 5.4 Objetivos.....                               | 58          |
| 5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....      | 58          |
| 5.4.2 Objetivos específicos.....                 | 58          |
| 5.5 Ubicación.....                               | 59          |
| 5.6 Estudio de factibilidad.....                 | 61          |
| 5.7 Descripción de la propuesta.....             | 82          |
| 5.7.1 Actividades.....                           | 90          |
| 5.7.2 Recursos análisis financiero.....          | 91          |
| 5.7.3 Impacto.....                               | 100         |
| 5.7.4 Cronograma.....                            | 101         |
| 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta..... | 102         |
| Conclusiones.....                                | 103         |
| Recomendaciones.....                             | 104         |
| Bibliografía.....                                | 105         |

## ÍNDICE DE CUADROS

|  |    |
|--|----|
| <b>Cuadro 1.</b>   |    |
| Operacionalización de las variables.....                           | 33 |
| <b>Cuadro 2.</b>   |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 39 |
| <b>Cuadro 3.</b>   |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 40 |
| <b>Cuadro 4.</b>   |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 41 |
| <b>Cuadro 5.</b>   |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 42 |
| <b>Cuadro 6.</b>   |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 43 |
| <b>Cuadro 7.</b>   |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 44 |
| <b>Cuadro 8.</b>   |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 45 |
| <b>Cuadro 9.</b>   |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 46 |
| <b>Cuadro 10.</b>  |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 47 |
| <b>Cuadro 11.</b>  |    |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 48 |
| <b>Cuadro 12.</b>  |    |
| Verificación de la hipótesis.....                                  | 50 |
| <b>Cuadro 13</b>   |    |
| Barreras de entrada.....   | 75 |
| <b>Cuadro 14</b>   |    |
| Servicios sustitutos.....  | 75 |
| <b>Cuadro 15</b>   |    |
| Determinantes de la rivalidad.....                                 | 76 |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| <b>Cuadro 16</b>                     |    |
| Poder de compra.....                 | 76 |
| <b>Cuadro 17</b>                     |    |
| Negociación con los proveedores..... | 77 |
| <b>Cuadro 18</b>                     |    |
| Análisis del sector comercial.....   | 77 |
| <b>Cuadro 19</b>                     |    |
| Matriz FODA.....                     | 80 |
| <b>Cuadro 20</b>                     |    |
| Plan de acción.....                  | 83 |
| <b>Cuadro 21</b>                     |    |
| Programa de capacitación.....        | 84 |
| <b>Cuadro 22</b>                     |    |
| Precios.....                         | 86 |
| <b>Cuadro 23</b>                     |    |
| Recursos.....                        | 91 |
| <b>Cuadro 24</b>                     |    |
| Activos fijos.....                   | 92 |
| <b>Cuadro 25.</b>                    |    |
| Depreciación Activos fijos.....      | 92 |
| <b>Cuadro 26.</b>                    |    |
| Sueldos y beneficios sociales.....   | 93 |
| <b>Cuadro 27.</b>                    |    |
| Gastos administrativos.....          | 94 |
| <b>Cuadro 28.</b>                    |    |
| Costo de venta.....                  | 95 |
| <b>Cuadro 29.</b>                    |    |
| Presupuesto de ingreso.....          | 95 |
| <b>Cuadro 30.</b>                    |    |
| Inversión del proyecto.....          | 96 |
| <b>Cuadro 31.</b>                    |    |
| Tabla de amortización.....           | 97 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| <b>Cuadro 32</b>          |     |
| Estado de resultado.....  | 97  |
| <b>Cuadro 33</b>          |     |
| Flujo de caja.....        | 98  |
| <b>Cuadro 34</b>          |     |
| Balance general.....      | 99  |
| <b>Cuadro 35</b>          |     |
| Índice financieros.....   | 99  |
| <b>Cuadro 36</b>          |     |
| Tasa de rendimientos..... | 100 |
| <b>Cuadro 37</b>          |     |
| Cronograma.....           | 101 |

## ÍNDICE DE GRÁFICO

|  | <b>PAG.</b> |
|--|-------------|
| <b>Grafico 1.</b>  |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 39          |
| <b>Grafico 2</b>   |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 40          |
| <b>Grafico 3.</b>  |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 41          |
| <b>Grafico 4.</b>  |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 42          |
| <b>Grafico 5.</b>  |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 43          |
| <b>Grafico 6.</b>  |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 44          |
| <b>Grafico 7.</b>  |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 45          |
| <b>Grafico 8.</b>  |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 46          |
| <b>Grafico 9.</b>  |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 47          |
| <b>Grafico 10.</b>   |             |
| Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro..... | 48          |
| <b>Grafico 11.</b>   |             |
| Organigrama estructural.....                                       | 62          |
| <b>Grafico 12.</b>   |             |
| Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....                       | 74          |



## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1.</b>  |    |
| Croquis.....  | 59 |
| <b>Figura 2</b>   |    |
| Distribución interna de la asesoría administrativa..... | 60 |
| <b>Figura 3.</b>  |    |
| Logotipo.....   | 85 |
| <b>Figura 4.</b>  |    |
| Tarjetas de presentación.....                           | 88 |
| <b>Figura 5.</b>  |    |
| Volantes.....   | 89 |

## RESUMEN

Mediante este trabajo queremos dar a conocer el Desarrollo Comercial del Cantón Milagro, fortaleciendo el sector microempresarial a través de asesorías administrativas, para incrementar la productividad del microempresario milagreño, haciéndolos competitivos para que puedan operar de manera eficiente, apropiada, con el fin de tener como resultado una estructura organizacional sólida y sustentable ante los cambios trascendentales del mercado. Por lo tanto, se ha desarrollado una amplia información, iniciado entonces con el planteamiento de la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó un instrumento investigativo conocido como la encuesta dirigida a la ciudadanía milagreña, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que este casco comercial no mantiene una alta demanda de estos establecimientos de asesorías. Información relevante para afianzar con certeza la propuesta, la cual contiene, su misión, visión, organigramas, manuales, así mismo se realizó el diseño de un logotipo, el cual representara la identidad de esta organización. Por último se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos, donde se demostró la rentabilidad de la microempresa a través de los estados financieros y los sus respectivos índices como el VAN y TIR. Para concluir con este trabajo se efectuó las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que deben ser tomadas en consideración para optimizar cada día las actividades administrativas y operativas de esta nueva alternativa microempresarial.

## **ABSTRACT**

By means of this work we want to give to know the Commercial Development of the Canton Miracle, strengthening the sector microempresarial through administrative consultantships, to increase the productivity of the microempresario milagreño, making them competitive so that they can operate in an efficient, appropriate way, with the purpose of having an organizational solid and sustainable structure as a result in the face of the momentous changes of the market. Therefore, a wide information has been developed, begun then with the position of the outlined problem, your objectives, delimitation, formulation and your corresponding justification, you have also been carried out a historical small review on this commercial activity and the market, you will also be likewise all the necessary information for a better understanding of the investigative work your respective hypothesis which respond to the formulation of the problem and variables. In the methodological mark the universe was determined; that is to say the population's portion for the calculation of the sample where you uses an investigative well-known instrument as the survey directed to the citizenship milagreña, once obtained the data of this tool you proceeded to carry out the interpretation of the results, that is to say the gathering, tabulation and analysis of the investigative instrument, where one could know that this commercial helmet doesn't maintain a discharge you demand of these establishments of consultantships. Outstanding information to secure with certainty the proposal, which contain, your mission, vision, flowcharts, manuals, likewise one carries out the design of a logotype, which represented the identity of this organization. Lastly one carries out a projection of expenses, revenues and investment of active, where the profitability of the microempresa was demonstrated through the financial states and those your respective indexes as VAN and TIR. To conclude with this work it was made the respective conclusions and recommendations, the same ones that should be taken in consideration to optimize every day the administrative and operative activities of this alternative new microempresarial.

## INTRODUCCIÓN

Milagro es un sector que mantiene una amplia plaza de mercado, donde existe una serie de empresa y microempresas, siendo los estos últimos el objeto de estudio en este proyecto.

Los microempresarios esperan que sus negocios crezcan de tal manera que su nivel de ingresos y rentabilidad también se incrementen pero, para lograr ese objetivo, este crecimiento debe ser bien planificado y organizado. Basado en un previo análisis del mercado, muchas microempresas han crecido de manera desorganizada y sin planificación en todas sus áreas ocasionando una serie de problemas que hace que los microempresarios disminuyan su participación en el mercado.

Es importante tener presente que existen muchas herramientas para mejorar la gestión administrativa. El propósito de este trabajo es ayudar a la gestión administrativa de la microempresa de una manera práctica, para que sea más efectiva y permita reaccionar de manera oportuna ante un mundo tan cambiante.

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

El presente proyecto se encuentra dividido en cinco capítulos:

El primer capítulo consiste específicamente en el planteamiento del problema, la delimitación, formulación de la problemática central, también encontramos los objetivos generales y específicos. La justificación nos explica el porqué de nuestro proyecto, la importancia en el crecimiento socioeconómico de nuestra sociedad, beneficiando significativamente a los microempresarios de la ciudad de Milagro.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico que explica y pone de manifiesto información relevante sobre el sector microempresarial. En su fundamentación científica consta todo lo relacionado al tema planteado, permitiendo enriquecer los conocimientos sobre la creación, desarrollo y evolución de las leyes, normas y reglamentos administrativos.

El tercer capítulo, nos referimos a la modalidad de investigación la cual es no experimental se mantendrá un control de la variables, analizando las falencias del sector microempresarial, así mismo se ha empleado el tipo de investigación exploratoria, explicativa y de campo, para fundamentar el trabajo.

El cuarto capítulo, es donde se detalla la tabulación de las encuestas, información que posibilita la interpretación de datos obtenidos, donde se estableció la viabilidad sobre la creación de una empresa de asesoría.

En el capítulo quinto se presenta la propuesta, objetivo general y específico, la justificación y fundamentación científica, con el respectivo análisis de mercado y las variables del marketing aplicados a la propuesta, además de una proyección financiera que demostró la rentabilidad de la asesoría, todo esto potencializará la presencia de esta nueva alternativa en el sector comercial del cantón Milagro.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

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

#### **1.1.1 Problematización.**

A las Microempresas de la ciudad de Milagro le afectan ciertas dificultades específicamente de carácter estructural las cuales son inherentes a su dimensión, estas desventajas, principalmente frente a la gran empresa, hacen de este tipo de entidades un centro de vulnerabilidad que se materializa en una indiscutible estandarización de tener como utilidad lo que les permita continuar con el negocio y apenas una mínima rentabilidad. Para explicar este tipo de dificultades que afectan a las pequeñas y medianas empresas se focalizara el estudio en las variables que causa en la actualidad que las microempresas se vean acorraladas dentro de los cambios que exige el entorno tecnológico, económico y laboral, la idea es tratar de defender su posición en el mercado, lo que no tiene ningún horizonte realista puesto que un gran número de estas se ve obligada al conformismo, estas limitaciones de carácter estructural, son restricciones al desarrollo de las microempresas y vienen dadas en función de su dimensión, es decir, a menor tamaño más agudizadas se encuentran de modo que sus incidencias están muy ligadas a los aspectos cualitativos definitorios de la dimensión en las microempresas de menor tamaño.

Para profundizar este estudio hay que analizar los efectos que causan o derivan de esta singular deficiencia, los cuales responden a las siguientes variables que provienen de la escasa formación empresarial, mínima base tecnológica, y una probable y escasa política de financiación que apoye el desarrollo de estas microempresas.

Problemática que se debe de seguir de manera muy detallada y considerando el entorno siempre evolutivo del medio, rebatiendo de manera muy efectiva toda situación que genere retrasos en el desarrollo de las microempresas, es lo que se

busca, para no continuar engrosando las estadísticas de microempresas que surgen con mucha expectativa de triunfo y no consiguen permanencia en el mercado ni los parámetros financieros propuestos y presupuestados,

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

El presente proyecto se desarrollará en:

|           |                      |
|-----------|----------------------|
| País      | Ecuador              |
| Región    | Costa                |
| Provincia | Guayas               |
| Cantón    | Milagro              |
| Área      | Avda. García Moreno. |

Las microempresas a investigar serán tomados del sector que comprende la Calle García Moreno desde la Empresa Azucarera Valdez hasta el cuartel de Policía Nacional y se compararán con los proporcionados por la Cámara de Comercio de Milagro.

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

Como incide la carencia de un sistema estructural en las microempresas de la ciudad de Milagro en su permanencia y desarrollo en el mercado competitivo.

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

El escaso nivel académico de sus emprendedores ¿Cómo influye en el proceso de permanencia y desarrollo de las microempresas?

La implementación de la tecnología en las microempresas ¿Cómo afecta en su desarrollo competitivo?

¿Cómo influyen las políticas rígidas por parte de las entidades financieras en el desarrollo competitivo a los microempresarios de la ciudad de Milagro?

### **1.1.5 Determinación del tema.**

Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo,

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar como incide la carencia estructural en las microempresas de la ciudad de Milagro, a través de un estudio de mercado, e impulsar la permanencia y desarrollo competitivo en el mercado

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar como el grado de preparación académica de los emprendedores influye en la permanencia y desarrollo de las microempresas.
- Identificar como la implementación de la tecnología en las microempresas de Milagro incide en la permanencia en el mercado.
- Determinar cómo influye las políticas rígidas por parte de las entidades financieras en el desarrollo competitivo a los microempresarios de la ciudad de Milagro

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

### **1.3.1 Justificación de la investigación**

La investigación se dirigirá con análisis minucioso para poder conocer e interpretar los posibles y principales, aspectos y procesos que debe tener una microempresa, con la finalidad de tener rentabilidad, permanencia y ventaja competitiva en el mercado.

En Milagro en los últimos años se ha notado un crecimiento microempresarial y productivo muy significativo pero de manera muy desordenada y empírica, de manera que el negocio o los negocios proliferan de manera desmedida en un sector de la Avda. García Moreno arteria principal del Comercio de esta Ciudad, lo cual origina caos en el tránsito vehicular y circulación peatonal por la gran cantidad de comerciantes informales que circulan en el sector, los mismos que ofrecen al transeúnte el producto de su comercio dentro de su entorno muy singular simple y a



metódico solo estableciendo la presencia del comprador vs el producto ofrecido quedando en segundo plano la necesidad del cliente.

Actitud muy generalizada transmitida en el sector, el mismo que por su gran afluencia de público hace tal vez pensar a los microempresarios que se debe de continuar así, pero toda esta visión cae por su peso al momento de hacer notar que por desconocimientos estructurales, relacionados con la parte financiera, tecnológica, y académica, muy lento su emprendimiento avanzaría de manera eficaz y eficiente para lograr las utilidades esperadas por el microempresario, y esto, en el mejor de los casos.

En ocasiones se ha observado como los emprendedores de diferentes microempresas no solo de la Ciudad de Milagro sino del País, ante cualquier problema que tienen o experimentan no conocen los procesos que una microempresa de éxito ejecuta en época de crisis, los mismos que indiscutiblemente son necesarios para evitar su deceso, la mayoría de estos microempresarios ejercen actividades de manera empírica, carente de habilidades, competencias, y conocimientos básicos para dirigir la microempresa, lo que generaba la conformidad en cuestión de ingresos ( no muy altos) del emprendimiento, desgaste de recursos, y por ende requieren urgente atención en su estructuración, para desarrollar ventajas competitivas, y lograr ubicar productos de alta rotación en el mercado nacional, generando ofertas innovadoras y creativas que logren satisfacer las necesidades del cliente dentro de un marco detallado en que la oferta y la demanda intercambian beneficios mutuos.

El propósito de esta investigación está orientado para optimizar la administración de los microempresarios del cantón Milagro, a través de una asesoría adecuada para potencializar su participación en el mercado, logrando así un posicionamiento respetable y permanente en este sector comercial.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

###### **ANTECEDENTES DE LAS MICROEMPRESAS EN EL MUNDO**

No solo en el Perú el sector de la pequeña y microempresa es revalorizado y tomado en cuenta dentro del escenario económico y el panorama de las nuevas sociedades. A nivel mundial la revalorización del sector como unidades productivas de pequeña escala se dan a partir de los años 70 debido principalmente a cambios estructurales como el crecimiento de los servicios, es decir que el antiguo paradigma de que solo son empresas aquellas unidades de producción que producen bienes o tangibles cambia rotundamente desde que las facturaciones por servicios de consultorías empresariales, tratamientos clínicos, respaldo o soporte técnico y la valorización del conocimiento como factor de producción de riqueza; empiezan a generar riqueza y valor agregado a los intangibles que con el tiempo se comienzan a valorizar como un activo tanto como las infraestructuras o maquinarias en las principales economías; paralelamente el crecimiento de los productos informáticos en un contexto en que los cambios se dan día a día y que la obsolescencia se cuenta por segundos, las empresas se ven en la necesidad de reducir su tamaño para contar con mayor eficiencia, es decir se hacen pequeños los productos y se hacen pequeñas las empresas.

Otro fenómeno importante que acelera este crecimiento de la pequeña y microempresa es la caída de las 500 grandes empresas en EEUU en los últimos 20 años, en especial a fines de los años 70 donde los EEUU deciden adoptar el modelo neoliberal descartando el Keynesianismo que le había salvado la vida en la

depresión de los 30. En este periodo debido a la gran envergadura de las empresas norteamericanas en cuanto a su tamaño y su estructura de personal (A pesar de que sus productos eran duraderos pero costosos, combinado con el hecho de que en toda su producción se encontraba un margen de merma que en el largo plazo se traducía en pérdida de recursos financieros y de competitividad), que ocasiona que estas empresas y la misma economía Norteamericana perdieran espacio en un mercado internacional cada vez más competitivo, es que se agota el modelo Fordista y Taylorista de gran escala; y Japón bajo una nueva Filosofía de Juran y Deming de la Calidad Total y el Kaizen comienza a tener un papel protagónico dentro del espacio económico dominando nuevos mercados entre ellos el norteamericano, con productos de alta tecnología, tamaño usuario y sobre todo al alcance de la mayoría de los consumidores. Japón rompe los paradigmas de la Empresa y domina al mundo nuevamente de la mano de su producción y de la estrategia de terciarizar su producción de una ETN (Empresa Transnacional) a un conjunto de PYMES subcontratistas.

Como hemos observado el panorama competitivo de las principales economías comienza a desarrollar nuevas estrategias para dominar nuevos mercados y ganar nuevos segmentos, esto se refleja en el crecimiento económico de Japón, Alemania, los Tigres del Asia, Canadá y el mismo EEUU. Sin embargo la tasa de paro en muchos de estos países todavía no encuentra una solución coherente, las políticas de subsidios y de seguros contra el desempleo son alguna forma de solucionar temporalmente este problema, en países con menos desarrollo el estado empresario fracasa (Caso Latinoamérica) y trajo consigo un proceso Hiperinflacionario de orden continental, la pobreza en estos bloques aumenta y la migración de la población de países pobres hacia países desarrollados crece, convirtiéndose esta población migrante en una mayor carga para estas sociedades, es por tanto que la idea de que cada cual construya su fuente de trabajo es aceptada con mucha algarabía ya que le quedaba tan solo al estado dotar de un mejor y mayor marco de promoción para que aparezca este nuevo sector de empresas familiares de pequeña escala o las denominadas microempresas.

Para contar con un mayor panorama estadístico podríamos mencionar que en EEUU el 40% de las microempresas muere antes de los 5 años, las 2/3 partes pasa a la

segunda generación y tan solo el 12% sobrevive a la tercera generación. Además existen en los EEUU 22,1 millones de negocios que generan 129 millones de puestos de empleo y ocupa 5.8 personas por empresa.

Bajo este panorama es que el sector microempresarial toma mayor fuerza en el contexto económico y social de nuestro país. El nacimiento del núcleo de las microempresas, se dan en dos formas: La primera es que se originan como microempresas propiamente dichas, que quiere decir, las que se pueden distinguir correctamente, una organización y estructura, donde existe gestión empresarial ó un propietario de la firma y trabajo remunerado. Estas, en su totalidad, son de capital intensivo y se desarrollan dentro de un sector formal de la economía.

Por otro lado, están aquellas que tuvieron origen familiar, caracterizadas por la gestión que solo se preocupaba de su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento.

Las microempresas familiares tienen dos desafíos constantes para constituirse en fuertes amenazas a su supervivencia o permanencia. Ellos son el aprendizaje y la constante practica de las nuevas formas de administración, así como la constante reinversión del negocio, por los factores internos y externos que intervienen en el mercado, la cual para cambiar de una microempresa domestica , a una gran microempresa de éxito, es fundamental realizar cambios en la forma como se está administrando, entrar en un proceso de integración y automatización de la información , estandarización de los flujos de procesos, para convertirse en muy eficientes

El representante del IEFE, Instituto de Empresas Familiares del Ecuador, el señor Camilo Ontaneda, nos dice que las empresa de índole familiar, abarcan el 80% de las empresa que están en nuestro país, El origen de una empresa familiar se da porque el abuelo o el hijo o cualquier descendiente, dominaba un buen oficio o tenia conocimientos del producto, y lo que es mucho mejor la habilidad para comercializar algo, esto daba el surgimiento a un nuevo negocio, con la dedicación de la familia este negocio surgía y quedaba como ejemplo y herencia a todos los descendientes y las nuevas generaciones, de acuerdo a esa época las exigencias de administración

existían muchas barreras a la buena atención y tener un excelente producto o servicio para así tener éxito, es por eso muchas microempresas que llegaron a ser exitosas se quedaron en el camino, y muy pocas pudieron mantenerse en el mercado y pocas de ellas pudieron crecer para convertirse en las microempresas de gran éxito.

Las microempresas en nuestro país siempre están pensando poner en práctica un proceso que ayude a buscar la eficiencia, también denominada automatización siempre debe ir ligada a la palabra como hacerlo, para que funcione y nos de los resultados esperados

### **2.1.2 Antecedentes referenciales.**

**Título:** Estudio microempresarial.

**Fuente:** Departamento de Investigación (UNEMI)

Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del Cantón Milagro y cantones aledaños, y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento.

El proyecto está localizado en la Ciudad de Milagro, las zonas urbanas, urbanas marginales y rurales, considerando las pymes y microempresas legalmente constituidas y en normal ejercicio de actividades. Además se involucrará a cinco cantones con más cercanía a Milagro, y que comprenden: El Triunfo, Marcelino Maridueña, Naranjito, Simón Bolívar y Yaguachi. En los cantones aledaños se considerará solamente el sector urbano comercial

El Gobierno Central está encaminado a realizar cambios de modelos de gestión e incrementos de cobertura, aprovechando el presupuesto del estado, en especial en las áreas de salud, educación y la del sistema de protección social.

El Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social ha sido el encargado de consolidar la transformación del Gabinete a Consejo, apoyando a los ministerios en el diseño de reformas, monitoreando su gestión, brindando asistencia técnica, diseñando y poniendo en marcha programas que requieren acciones interministeriales. Ha actuado en muchos casos como una incubadora de proyectos sociales que fortalecen las capacidades de los ministerios para sus rectorías sectoriales. Se han institucionalizado experiencias pilotos como las de los programas Hilando y Nutriendo el Desarrollo, que ahora se convierten en programas con

importantes presupuestos y ambiciosas metas de inclusión de más de 22.000 personas en el 2008. También se ha institucionalizado el proyecto piloto de Negocios Sociales Inclusivos, con la participación de varios ministerios: MIES, MAGAP, SNV, CORPEI y el Programa Nacional de Micro finanzas, que juntos han beneficiado a más de 48.000 micro y pequeños productores. Finalmente, se han articulado varias iniciativas para mitigar los efectos de la inflación en la población más vulnerable, a través de los programas SOCIO AHORRO, SOCIO TIENDA y SOCIO SOLIDARIO. La primera iniciativa ya está en marcha y consiste en un ahorro del 8% en compras de hasta US\$ 60 dólares en las cadenas de TÍA y AKÍ, para los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano. Socio Tienda es una iniciativa que busca que las pequeñas tiendas tengan acceso a microcrédito a tasa subsidiada, asistencia técnica, capacitación y a una serie de productos con el compromiso de vender a precios acordados a la comunidad. Finalmente, Socio Solidario es una iniciativa pública-privada que busca construir una canasta de productos específicos con substanciales descuentos para todos, basándose en la reducción de márgenes de toda la cadena productiva y en una presentación y tamaño más barato, sin sacrificar calidad. Existe una guía de derechos sociales y de garantías explícitas donde los objetivos de equidad y mejora de calidad de servicios se han hecho realidad a través de la institucionalización de programas pilotos masivos, la creación de nuevos programas, cambios de modelo de gestión e incremento de cobertura en todos los programas.

La CNCF (Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional), es una institución gubernamental que impulsa y facilita eficientemente la capacitación y formación profesional laboral de calidad, contribuyendo a elevar el nivel de competitividad de los sectores productivos del país y de vida de los trabajadores.

Es un organismo con enfoque estratégico y base legal sólida, que mantiene comunicación abierta con los actores y beneficiarios de la sociedad, que opera con métodos eficaces para fomentar el acceso a capacitación a través de centros calificados y vela por el respeto a la normativa. Además, posee un amplio reconocimiento y marco legal consolidado, que trabaja en forma articulada con otros actores del sistema y promueve el fortalecimiento de los centros de capacitación

para apoyar las demandas de globalización, y tiene pleno control de los aportes del sector privado, que cuenta con apoyo internacional y gran cobertura de su acción.

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Definición de microempresa**

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

#### **Características de la microempresa**

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

#### **Objetivos de las microempresas**

- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades
- Promover la cultura emprendedora
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero en las actividades económicas.

- Marco legal sobre el cual se brindara el soporte y financiamiento a la microempresa

### **Ventajas de las microempresas**

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

### **Desventajas de las microempresas**

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

### **Características de los microempresarios.**

Destaca características como una gran necesidad de realizaciones, la disposición de tomar riesgos moderados, una fuerte confianza en si mismo y una pasión por el negocio. Al analizar a los microempresarios encontramos individuos que en gran parte, se ajustan a su imagen. Sin embargo se debe tener en cuenta lo siguiente: todavía carecemos de pruebas de la importancia de estas características y por otro lado, hay excepciones a toda regla e individuos que no se ajustan al molde de todas maneras son empresarios de éxito.

### **Oportunidades de negocio**

Las oportunidades de negocios se deben crear, es por ello generalmente, los administradores con iniciativas, son quienes buscan éstas oportunidades, primero,



buscan el mercado y después buscan situaciones dentro de las cuales puedan operar con éxito una idea de negocio.

Es necesario destacar que solo algunos negocios tienen perspectivas de crecimiento, ya que están tienen una base de conocimiento de administrar un negocio.

### **Recompensas de ser microempresarios.**

Los individuos se ven atraídos hacia la actividad comercial por diversos incentivos poderosos y en otros casos por una mezcla de posibles satisfacciones, estas recompensas pueden ser de las ganancias, de la independencia, y de una forma de vida satisfactoria.

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

Los resultados financieros de cualquier negocio deben compensar a su propietario por invertir su tiempo personal (equivalente a un salario o sueldo) y ahorros personales (intereses o dividendos) antes de que se obtengan ganancias reales. Los microempresarios esperan un rendimiento que no solo les compensen el dinero y el tiempo que invierten, sino que les premien bien.

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

La libertad de operar independiente es otra recompensa de ser microempresario. Muchos de nosotros tenemos un gran deseo de tomar decisiones, asumir riesgos y tener recompensas. En algunos microempresarios usan su independencia para lograr flexibilidad en su vida personal y hábitos de trabajo

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

Los microempresarios hablan frecuentemente de la satisfacción que experimentan de sus propios negocios; se refieren al trabajo que hacen como diversión, también lo disfruta cuando ser jefe y ser un líder cívico en la comunidad

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

Comenzar a operar a un negocio propio suele exigir un trabajo duro, largas horas y mucha energía emocional, también tienen la amarga experiencia de sufrir tensiones personales, así como la necesidad de invertir mucho tiempo y un arduo trabajo.

La posibilidad del fracaso del negocio es una amenaza constante para los microempresarios. No hay ninguna garantía del éxito, ni siquiera de una salida decorosa para un microempresario que fracasa, a nadie le gusta ser un perdedor, pero ésa es siempre una posibilidad para una persona que empieza un negocio

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

Cada negocio empieza una idea y un plan de la empresa es necesario para guiar la investigación y el desarrollo de esta idea. Si su área suena atractiva, entonces usted planea como llegar allá. Un plan de negocios es el mapa de carreteras para el éxito de la empresa. Al describir un plan del negocio, usted considerará todas las partes de su empresa en detalle. Usted observará cuidadosamente se empresa la industria, su competencia, sus clientes, y su habilidad para triunfar.

### **Microempresas generadoras de empleo**

En las economías modernas la presencia de gran número de pequeños negocios, que representan las unidades productivas del país, su característica más importante de las Microempresas son la flexibilidad, que les ayuda a orientarse hacia las diferentes necesidades de los consumidores, y su creatividad para reaccionar y responder a los rápidos cambios del entorno.

El significado social se traduce en la generación de oportunidades de trabajo, que constituye la posibilidad de realización personal para muchas personas, y además, la promoción del desarrollo regional de los pueblos. Uno de los obstáculos para el desarrollo de este tipo de microempresas y su libre acceso al mercado en su formalización y posterior registro

### **Naturaleza de los empresarios de las microempresas.**

El perfil principal de la mayoría de los microempresarios en el Ecuador, ellos centran la mejor atención de su tiempo a la comercialización de sus productos, la

recuperación de cartera, la reposición de sus inventarios y la preocupación de cómo pagar a sus proveedores.

No manejan el concepto global de la administración de microempresas donde igual valor tienen para un empresario el control de sus activos y pasivos corrientes como el costo promedio de ventas, costos de producción y los gastos operacionales, que van a permitir tener el control de los márgenes de rentabilidad, planificación, presupuestación y ejecución de la estrategia.

Los errores más comunes en los microempresarios.

- No miden los gastos, se fijan simplemente en el diferencial que existe entre el precio de venta y el costo de venta de sus productos, están acostumbrados a manejarse viendo la utilidad bruta. Esto muchas veces produce un margen de error entre la utilidad bruta y los márgenes operacionales, a tal punto de llevarlo a la quiebra sin que el microempresario pueda identificar a tiempo donde se está produciendo un déficit patrimonial.
- Otra de las coincidencias que existe en la naturaleza de los microempresarios es la fijación de los precios. Determinan un porcentaje de utilidad basado en el costo de la mercadería, pero cuando aplican un descuento a los clientes no se dan cuenta lo que están causando sobre el precio de venta del producto.
- Muchos directivos microempresariales y de pequeña empresas ignoran la importancia de los beneficios de la tecnología y las comunicaciones, un componente ineludible de la competitividad en el mundo de los negocios.

Las microempresas carecen de planificación, presupuestación, falta de ejecución de la estrategia, es más, muchos empleados no tienen ni idea con respecto a cuál es la estrategia de su empresa. Hay un vacío de comunicación entre la misión o visión de la alta dirección y las acciones diarias de los empleados.

Los dueños de una microempresa, están acostumbrados a mezclar los ingresos de la empresa con sus gastos personales, en varias ocasiones los valores recaudados en efectivo son tomados antes de llegar a ser depositados como debería ser para cerrar el procedimiento transaccional contable. La falta de conocimiento global del proceso les hace cometer errores, ya que igual podrían tomar los ingresos en

efectivo, pero después del depósito, contra una cuenta por cobrar al dueño de la microempresa.

¿Dónde se esconde la razón de las tribulaciones que atraviesan algunas microempresas? Sin duda, el problema que se planea al pequeño empresario es el de adquirir una verdadera “capacidad de dirección”

En cambio los principios de una buena dirección empresarial son universales. Se aplican por igual a las empresas del mismo sector, y aun a las de sectores diferentes. Y es en esta función, llámese dirección o gestión, donde se encuentran los verdaderos problemas.

Por tal motivo, insistiremos en las causas de los problemas que aquejan a las microempresas, que será tanto como señalar los caminos que no se han de seguir en la dirección de la pequeña y mediana empresa. Y colocaremos en dichos caminos hitos o señales de advertencia que avisen de los peligros que encierran cada una de esas azarosas vías.

Algunos pequeños empresarios confunden, los problemas de fondo con sus manifestaciones superficiales, el empresario tiene que tratar de solucionar lo siguiente:

- **La personalidad del empresario y el desarrollo de la gestión.** El término dirección frente a la gestión, hay que tener en cuenta que la materialización de algunos aspectos de la dirección es, en el día a día, el desarrollo (gestión) de la actividad de la empresa en sus diferentes niveles. Una de las bases de la pequeña y la mediana empresa es la importancia de las relaciones humanas. Su dimensión, perfectamente delimitada, implica una interrelación intensa que hace que la personalidad del empresario y su elenco directivo marquen el funcionamiento y la evolución de la empresa.

En otras palabras, la personalidad del empresario la que da un carácter especial a su propia creación, que es su negocio analizar que características destacan en ese tipo de sociedades. La dirección de las microempresas se suelen hallar en manos de personas que son las rebeldes impenitentes del mundo empresarial.

- **Rasgos de la personalidad del pequeño empresario.** Los tres rasgos fundamentales de su personalidad son, sentido de la independencia muy desarrollado, por lo menos, un gran deseo de no depender del control ajeno, gran sentimiento empresarial, o quizás un deseo de poner en práctica sus propias ideas y aptitudes, estar dominado por consideraciones personales y familiares, o bien por motivos impersonales o de lucro, ya sea de iniciar o continuar el negocio.
- **Sentimiento de la Independencia.** Puede convertirse en el peor enemigo si se acentúa el aspecto negativo. El excesivo sentimiento de independencia le lleva a no admitir consejos de nadie. Se considera autosuficiente y niega a los demás los conocimientos precisos para indicarle el camino que se debe seguir. La mayoría de los microempresarios no admiten consejos de nadie, diciendo que los asesores saben mucho de teoría, pero nada de problemas prácticos.
- **Espíritu Emprendedor.** Su deseo de plasmar las ideas en una obra viva y de aplicar sus aptitudes al mundo de los negocios, este espíritu empresarial, que constituye el motor de su actividad, al permitirle que vea oportunidades donde otros no ven nada, y que impulse a emprender negocios allí donde otros solo encuentran dificultades insuperables, no está exento de riesgos unas veces por defecto y otras por exceso. Quien carezca de la suficiente iniciativa, haría mejor en buscar empleo en otra empresa y renunciar a crear una propia empresa propia, en otro extremo del espectro quienes asumen riesgos sin análisis suficiente o trabajan al tanteo se exponen fácilmente a desperdiciar recursos y esfuerzos.
- **Entre el lucro y ciertos imperativos.** Es la de moverse en un terreno intermedio entre el frío afán de lucro y los imperativos personales y familiares. Así como una gran mayoría persigue el beneficio como el único objetivo y en el fundamenta sus decisiones a menos que esté en juego su supervivencia, el pequeño empresario adopta una postura un tanto ambigua entre ese afán de ganancia y otras consideraciones, como su edad, su salud, sus relaciones familiares.

Estas consideraciones no financieras pueden ocultar un serio peligro para el microempresario. Por ejemplo: no se den elegir los proveedores sólo por amistad o por vínculos familiares, sino porque además, los precios sean idénticos o más convenientes, los plazos de entrega iguales o más cortos, se pone en peligro la supervivencia de la microempresa.

La influencia del entorno, también afecta a la evolución de las empresas, la necesidad de conocer el entorno, tales como disponibilidad de locales, proximidad al hogar, conocimiento del vecindario y ofertas de traspaso de negocios, los nuevos dueños no se molestaron en evaluar objetivamente la rentabilidad potencial del desplazamiento. Al no hacerlo así, algunos no se dieron cuenta que la zona o lugar escogido estaba en decadencia, tal vez porque no era el sitio adecuado para el tipo de negocio proyectado, o el mercado de ese producto o servicio ya estaba saturado

### **Principales pasos para iniciar una microempresas**

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

## **El fracaso de la pequeña y mediana empresa.**

La ley biológica de adaptación al medio es aplicable también a los negocios. Las empresas siguen el curso marcado por su director; así pues, de la preparación, experiencia directiva e información de éste depende la supervivencia de aquella. Se dice que las causas de sus tribulaciones son casi siempre las mismas y que, directa o indirectamente, pueden imputarse a la dirección y se clasifican en lo siguiente

- **Incompetencia.** La mitad de los problemas empresariales se deben, en alguna medida, a la falta de preparación de sus directores o dueños. Algunas personas sin la suficiente preparación para hacer frente a las responsabilidades de un negocio deciden, sin embargo, crear una empresa ¿hay leyes que regulen el acceso al mundo empresarial de los menos dotados? Es una cuestión de opciones políticas; o se coarta la libertad económica del individuo, o los requisitos para la creación de pequeñas empresas son más bien formales, como puede ser la concesión de una licencia fiscal. En una economía de mercado, e incluso mixta, el pequeño y mediano empresario tiene la plena libertad, incluida la de fracasar y volver a empezar. Y sobre esta libertad descansa en buena medida la riqueza de los pueblos.
- **Experiencia directiva.** En las pymes, el director gerente a de realizar una serie de funciones que se caracterizan por una cierta especialización en campos diferentes, como son las compras, la planificación, el control de producción, la explotación, las ventas, la financiación. Es difícil que una sola persona esté preparada en temas tan diversos.

Suele suceder que el director de una pequeña empresa, que destaca por su conocimiento o experiencia en una función específica, dedique a ésta la mayor parte de su tiempo, bien por afición o bien por seguridad de hacerla bien, mientras que las demás funciones quedan sin la atención suficiente.

- **Falta de experiencia directiva.** La falta de experiencia en la dirección del negocio. Esta experiencia se logra adquiriendo primero un bagaje técnico en todos los aspectos de la dirección y preocupándose luego de asegurar la puesta al día de los conocimientos directivos. También hay que tener en cuenta la continuidad de la dirección para el caso de que falte el responsable.

Existen dos medidas apuntan a solucionar el problema como son: adquirir la formación directiva completa y actualizada, capacitar al posible sucesor en la dirección.

- **Desconocimiento del sector.** Muchos hombres de empresa confunden la capacidad y experiencia adquiridas en un sector de la economía con una disposición innata que les asegura el triunfo en cualquier actividad empresarial que debe acometer, se aconseja tener conocimientos del sector a donde se va a crear la empresa.
- **Negligencia.** Es peor que la dirección deficiente; es la ausencia de toda la dirección, es dejar los asuntos propios en manos de otros sin la supervisión, ni el control suficiente. Tiene su origen en la falta de salud, en la pérdida de interés por el negocio, en las dificultades familiares, en la adquisición de malos hábitos o en la pereza.
- **Fallos administrativos.** Constituye un falló en el sentido de no haber adoptado a tiempo medidas adecuadas y correctivas, para salvaguardar a la compañía de determinados riesgos.

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

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

La necesidad es aquello que alguien le falta y que, conjuntamente otros tienen. Es obvio que no puede haber necesidad en su aceptación económica normal de algo que aun no existe

Por lo tanto ya hay una “oferta” de la mercadería que suple esa necesidad y una “demanda” suficiente como para hacerla “rentable”. Si así no fuera, había entonces un “mercado apetecible” a disposición. La producción de alimentos, de medicamentos, de viviendas, su abundancia, su súper producción, es la tarea



prioritaria, hasta que se alcance a todos, sin excepción, tratando siempre de evitar los perjuicios que puedan generar su posible explotación irracional y exagerada.

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

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

## **2.2 MARCO LEGAL**

Para la constitución de una sociedad anónima en el Ecuador, la superintendencia de compañías establece los siguientes requisitos:

**El nombre.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. 01.Q.DSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2001) y su reforma constante en la Resolución No. 02.Q.DSC.006 (R.O. 566 de 30 de abril del 2002).

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto

Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

**Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

#### **El objeto social: Informe previo.**

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes. Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

- **Afiliaciones** (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías):
- **A la Cámara de la Construcción.-** En el evento de que la compañía vaya a operar en el sector de la construcción, se debe obtener la afiliación a la Cámara de la Construcción correspondiente, de acuerdo con lo prescrito en el Art. 4 del Decreto Supremo No. 3136 de 14 de enero de 1979, publicado en el R.O. 762 de 30 de los mismos mes y año.
- **A la Cámara de Agricultura.-** Si la compañía va a tener como actividad principal de su objeto la agricultura o la ganadería, se debe afiliarla a la Cámara de Agricultura respectiva, en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 3 de la Ley Reformatoria a la Ley de Centros Agrícolas, Cámaras de Agricultura Provinciales y Zonales, publicada en el R. O. 326 de 29 de noviembre de 1993.

**Afiliaciones** (previas a la obtención de la inscripción de la escritura constitutiva y de su resolución aprobatoria en el Registro Mercantil):

**A la Cámara de Industriales o de la Pequeña Industria.-** Si la compañía va a dedicarse a cualquier actividad industrial es necesario que se obtenga la afiliación a la Cámara de Industriales respectiva o a la Cámara de la Pequeña Industria que corresponda, en observancia de lo dispuesto en el Art. 7 del Decreto No. 1531, publicado en el R.O. 18 de 25 de septiembre de 1968 o en el Art. 5 de la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, publicada en el R.O. 878 de 29 de agosto de 1975 y reformada mediante Ley promulgada en el R.O. 200 de 30 de mayo de 1989.

**A la Cámara Provincial de Turismo.-** Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras

Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, publicada en el R.O. 689 de 5 de mayo de 1995.

**A la Cámara de Comercio.-** En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

**Cumplimiento de otros requisitos en razón del objeto social:**

**Compañías consultoras.-** Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada o el de la compañía en nombre colectivo, conforme a lo dispuesto en el Art. 5 de la Ley de Consultoría, publicada en el R.O. 136 de 24 de febrero de 1989. De acuerdo con el artículo citado, su objeto deberá contraerse únicamente a la actividad consultora, en cualquiera de sus manifestaciones. Los socios de este tipo de compañía deberán acreditar título profesional conferido por un instituto de educación superior del país o del extranjero, siempre que, en este último caso, haya sido revalidado en el Ecuador (Art. 6 de la Ley de Consultoría).

**Compañías de Vigilancia y Seguridad Privada.-** Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada, en atención a lo dispuesto en el Art. 7 de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada, publicada en el Registro Oficial No. 130 de 22 de julio del 2003; de igual manera, el objeto social deberá ser exclusivo, en orden a lo previsto en el Art. 8 del mismo cuerpo legal.

**Compañías de Intermediación Laboral, de Tercerización de Servicios Complementarios y los del Servicio de Colocación de Empleo a través de Agencias Privadas de Colocación.-** Esta clase de compañías deberá conformarse de acuerdo con la Ley Reformativa al Código del Trabajo, Mediante la Cual se regula la Actividad de Intermediación Laboral y la de Tercerización de Servicios Complementarios, publicada en el Registro Oficial No. 298 de 23 de junio del 2006. Las personas naturales que realicen actividades de intermediación laboral o tercerización de servicios complementarios en los sectores de la construcción y agrícola, se someterán a todas las disposiciones de la Ley antes citada.

**Compañías de Servicios Auxiliares del Sistema Financiero.-** En la constitución de compañías que se van a dedicar a prestar servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: Transporte de especies monetarias y de valores, servicios de cobranza, cajeros automáticos, servicios contables y de computación, fomento a las exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera; y, otras deberán previamente ser calificadas como tales por la Superintendencia de Bancos y luego someter el trámite de aprobación a la Superintendencia de Compañías, en orden a lo dispuesto en el tercer inciso del artículo primero de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, sin perjuicio de cumplir con otros requisitos que la Ley exija en atención a la actividad específica que estas compañías realicen.

#### **El origen de la inversión:**

Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991.

La inversión extranjera directa en laboratorios de larvas y centros de investigación acuícola será autorizada por el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero, previo informe del Instituto Nacional de Pesca (Art. 36 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones). El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía. Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas, según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación

Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R.O. 379 de 8 de agosto de 1998.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el caso de aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal para la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima

Para establecer este emprendimiento se necesitara realizar los siguientes trámites y así poder estar en goce con las obligaciones según la ley para poder iniciar sin problemas en este sector empresarial.

### **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

Para ampliar la información teórica de este proyecto tomaremos como base conceptos básicos de introducción a la materia investigada

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

**Asesoría.-** Es el lugar que por medio de un asesor nos transmite sus conocimientos para una buena administración de una empresa.

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

**Clientes Potenciales:** Son aquellos que no realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar.

**Clientes Reales:** Son aquellas personas, empresas u organizaciones que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente, son los que generan el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

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

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

**Competencia.-** Se conoce como competencia al conjunto de empresas que ofrecen productos iguales (o similares) a los de nuestra empresa o producen bienes "sustituyes"(que sustituyen en el consumo a nuestros productos).<sup>1</sup>

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

**Coyuntura.-** Situación económica de un país, una región o una empresa en un momento determinado<sup>2</sup>

**Dirección.-** Es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones; para la discusión de este papel se debe saber cómo es el comportamiento de la gente, como individuo y como grupo. De manera apropiada para alcanzar los objetivos de una organización<sup>3</sup>

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

---

<sup>1</sup> <http://www.monografias.com/trabajos12/marking/marking2.shtml>

<sup>2</sup> <http://es.mimi.hu/economia/coyuntura.html>

<sup>3</sup> <http://www.monografias.com/trabajos15/direccion/direccion.shtml>

**Estructura administrativa.-** La estructura administrativa es el "sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos"<sup>4</sup>

**Evolutivo.-** Dícese de lo que ocurre o se desarrolla por evolución.<sup>5</sup>

**Gestión.-** La gestión se encarga de ejecutar todas aquellas órdenes planificadas por la administración<sup>6</sup>

**Inherente.-** procede del latín inhaerens, una conjugación del verbo inhaerere (estar unido).

**Inversión.-** La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa<sup>7</sup>

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

**Marketing.-** Es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica<sup>8</sup>

**Planeación estratégica.-** Es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación<sup>9</sup>

**Plaza o distribución.-** "Un conjunto de organizaciones independientes involucradas en el proceso de poner un producto o un servicio a disposición del consumidor o del usuario de negocios para su utilización o su consumo."<sup>10</sup>

---

<sup>4</sup> <http://www.monografias.com/trabajos73/estructura-administrativa-desarrollo-organizacional/estructura-administrativa-desarrollo-organizacional.shtml>

<sup>5</sup> <http://www.diccionario-web.com.ar/largo/evolutivo.html>

<sup>6</sup> <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/definicion-de-gestion.html>

<sup>7</sup> <http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>

<sup>8</sup> <http://www.marketing-free.com/articulos/definicion-marketing.html>

<sup>9</sup> [http://infoplanificacion.blogspot.com/2006/09/definicion-de-conceptos\\_13.html](http://infoplanificacion.blogspot.com/2006/09/definicion-de-conceptos_13.html)

<sup>10</sup> Philip Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 354



**Precio.-** “La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de todos los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de tener un producto y servicio”<sup>11</sup>

**Procesos.-** Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad<sup>12</sup>

**Producto.-** “Cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para atraer la atención, para su adquisición, su empleo o su consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.”<sup>13</sup>

**Promoción de ventas.-** Consiste en intensivos de corto plazo que la empresa realiza para fomentar la venta de un producto o servicio.

**Promoción.-** La promoción como instrumento de Marketing tiene como objeto comunicar la existencia del producto, dar a conocer sus características, ventajas y necesidades que satisfacen, tiene también como fin persuadir al comprador potencial de los beneficios que reporta el producto ofrecido o en definitiva estimular la demanda.

**Proveedor.-** “Persona o empresa que abastece a otras empresas con insumos, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.”<sup>14</sup>

**Publicidad.-** Es la forma que tiene la empresa para comunicarse con sus clientes reales y potenciales durante un determinado periodo de tiempo, es impersonal y remunerada. “Los objetivos de la publicidad se pueden clasificar según su propósito primordial, es decir, si su meta es informar, persuadir o recordar”<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> Philip Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 312

<sup>12</sup> [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/procesoadministrativoconcepto/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/procesoadministrativoconcepto/)

<sup>13</sup> Philip Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 7

<sup>14</sup> <http://cbl1vinculacionsolis.blogspot.com/2011/05/plan-de-negocios.html>

<sup>15</sup> Philip Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 463

**Pymes.-** Son empresas que se caracterizan principalmente por contar con un nivel de recursos y posibilidades mucho más reducidas que de las grandes empresas<sup>16</sup>

**Rentabilidad.-** En la economía, el concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.<sup>17</sup>

**Sostenibilidad.-** La sostenibilidad maneja a varios niveles de tiempo y espacio y en muchos contextos de organización económica, social y ambiental.<sup>18</sup>

**Venta Personal.-** Es una forma de Comunicación oral e interactiva mediante la cual se transmite información directa y personal a un cliente potencial específico y se recibe de forma simultánea e inmediata, respuesta del destinatario de la información.

**Vulnerabilidad.-** condiciones determinadas por factores o procesos físicos, sociales, económicos y ambientales, que aumentan la susceptibilidad de una comunidad al impacto de amenazas.<sup>19</sup>

## **2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES.**

### **2.4.1 Hipótesis General**

La carencia estructural en las Microempresas de la ciudad de Milagro, incide en su permanencia en el mercado.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares.**

- El nivel académico de los emprendedores influye en el desarrollo de las Microempresas.
- La implementación de la tecnología en las Microempresas incide en su productividad.
- Las políticas rígidas por parte de las entidades financieras influyen en el nivel competitivo de los microempresarios de la ciudad de Milagro.

---

<sup>16</sup> <http://www.definicionabc.com/economia/pyme.php>

<sup>17</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad>

<sup>18</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Sostenibilidad>

<sup>19</sup> <http://www.met.igp.gob.pe/impactos/vulne.html>

### 2.4.3 Declaración de Variables.

#### Hipótesis general

**Variable Independiente:** Estructura organizacional

**Variable dependiente:** Permanencia

#### Hipótesis particulares

Hipótesis particular No 1

**Variable Independiente:** Nivel académico

**Variable dependiente:** Desarrollo.

Hipótesis particular No 2

**Variable Independiente:** Tecnología

**Variable dependiente:** Productividad

Hipótesis particular No 3

**Variable Independiente:** Entidades financieras

**Variable dependiente:** Nivel competitivo.

#### 2.4.4 Operacionalización de las Variables.

**Cuadro # 1**

| <b>Variable.</b>                  | <b>Tipo.</b>          | <b>Concepto.</b>  | <b>Indicadores.</b>  |
|-----------------------------------|-----------------------|---|--|
| <b>Estructura Organizacional.</b> | <b>Independiente.</b> | Cimientos que rigen la dirección y planificación de los estándares que norman las directrices del desenvolvimiento de la empresa.                                     | .Nomina de empleados.<br>. Manual de funciones.<br>.Manual de procedimientos                           |
| <b>Permanencia</b>                | <b>Dependiente</b>    | La permanencia es el posicionamiento de la empresa o microempresa en el sector comercial, destinada a la prestación de servicio o venta de un producto.               | .Pago de impuestos prediales y patentes<br>.Rentabilidad.<br>.Incremento de cartera de clientes.       |
| <b>Nivel Académico.</b>           | <b>Independiente</b>  | Nivel de preparación académica acorde a las necesidades y exigencias del medio que faciliten el entendimiento y aplicación de diferentes estándares de competitividad | .Títulos y documentos otorgados por los organismos competentes.<br>.Evaluaciones de nivel de desempeño |
| <b>Desarrollo</b>                 | <b>Dependiente</b>    | Es la forma de optimizar las actividades administrativas y operativas de una empresa con el fin de cumplir con los propósitos trazados.                               | .Aumento del capital de ahorro<br>.Aumento de la inversión<br>. Estados financieros                    |

|                              |                       |   |  |
|------------------------------|-----------------------|---|--|
| <b>Tecnología</b>            | <b>Independiente.</b> | Necesidad de implantar un adecuado y necesario nivel de tecnología a los procesos internos de la pymes para el tratado automático de la información.        | .Nivel planificación informática.<br>.Grado de Automatización<br>.Nivel de integración de sistemas |
| <b>Productividad</b>         | <b>Dependiente</b>    | La productividad empresarial es resultado de la adecuada utilización de herramientas administrativas e informáticos que agiliten las actividades laborales. | .Número de operaciones de crédito<br>.Optimización de recursos.<br>.Cumplimiento de presupuestos.  |
| <b>Inversión Financiera.</b> | <b>Independiente.</b> | Entidades Financieras que provean de efectivo al negocio a través de una línea de crédito.  | .Nivel de endeudamiento.<br>-.Numero de operaciones de crédito.<br>.Crecimiento de Activos         |
| <b>Nivel competitivo</b>     | <b>Dependiente</b>    | El nivel competitivo depende mucho de la estructura organizacional de la empresa, para que esta afianzara su posicionamiento en este sector empresarial. .  | .Participación en el mercado.<br>.Optimización de costos.  |

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO.**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

**Investigación no experimental.-** Para concretar este proceso investigativo se utilizara este diseño según el control de las variables ya que se analizara en primer lugar las falencias de carácter estructural (variable independiente) que está ganando mucho terreno en la permanencia y desarrollo de estas microempresas

**Investigación Exploratoria.** Utilizaremos este tipo de investigación para pretender tener una visión general de la realidad que viven las microempresas, porque este tema ha sido poco explorado y reconocido, puesto que es dificultoso formular hipótesis precisas

**Investigación Explicativa-** Esta proyecto de investigación nos permitirá saber el porqué las microempresas de la Ciudad de Milagro tienen su comportamiento actual, problemas administrativos, financieros.

**Investigación de Campo.** Los datos obtenidos se recopilan por medio de las encuestas realizadas directamente a los microempresarios.

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

En el desarrollo de esta investigación no se utiliza ninguna muestra, porque el dato referencial se desprende de 400 negocios asentados en la calle García Moreno, lo cual a siempre vista son de carácter formal, no consideramos datos de la Cámara de Comercio de Milagro, la cual suma un aproximado de 700 socios, porque están mezclados entre pequeños, medianos y grandes comerciantes los cuales ejercen su negocios de manera formal e informal

### **3.2.1 Características de la Población.**

La población está conformada por las microempresas que están asentadas en la Av. García Moreno en la ciudad de Milagro, carentes de procesos estructurales capaces de lograr su permanencia en el mercado y por ende la rentabilidad esperada.

### **3.2.2 Delimitación de la Población.**

Para el desarrollo de esta investigación y encuesta vamos a tomar como referencia a 400 negocios establecidos y asentados a lo largo de la Av. García Moreno, tomando como base a los negocios establecidos de una manera formal y así poder seleccionar y proceder con un estudio más apegado a la realidad.

## **3.3 LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS**

### **3.3.1 Métodos Teóricos.**

**Método Analítico – Sintético.-** Para el cumplimiento de este proceso se realizarán encuestas a los microemprendedores para analizarla de forma individual por medio de métodos estadísticos y aplicar un modelo de objeto mediante la determinación de sus componentes, así como las relaciones entre ellos. Esas relaciones determinan por un lado la estructura del objeto y por otro su dinámica.

### **3.3.2 Métodos Empíricos.**

La técnica de investigación que se realizará es la encuesta, para lo cual se formulará un cuestionario de preguntas para receptar opiniones de los microempresarios de Milagro, la encuesta considerará diez consultas conteniendo los siguientes puntos importantes:

- Nivel académico
- Desarrollo
- Implementación tecnológica
- Productividad
- Inversión financiera
- Nivel competitivo

### 3.3.3 Técnicas e instrumentos.

Las técnicas que serán aplicadas en nuestro proyecto son:

**Encuestas.** Diseñar un cuestionario de preguntas, incluye estructurar como se va a identificar , lo que necesitamos investigar y poder tabular este resultado y direccionarnos de manera más objetiva al conocer las causas que impiden a las microempresas de Milagro, desarrollen su emprendimiento y permanencia en el mercado competitivo

**Observación.** Procedimiento utilizado para la aplicación de un diagnostico de los procesos involucrados a través de la visualización de los mismos

### 3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

La técnica utilizada en este proyecto es la encuesta lo cual ayudara a la recolección de datos que van a ser procesados en un cuadro estadístico para un mejor análisis en vía de una propuesta, empleando una modalidad que ayude a cumplir los objetivos propuestos, teniendo una buena planificación y organización de las tareas o actividades programadas

| INSUMOS   | PROCESAMIENTO DE DATOS.  | RESULTADO.  |
|-----------|--|---|
| Encuesta. | Recopilar información de las fuentes de diagnóstico y tabular sugerencias. | Análisis en gráficos de barras que deriven una propuesta de solución. |



## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.**

El sector microempresarial del cantón Milagro mantiene una serie de negocios de diferentes actividades comerciales, manteniendo una débil imagen estructural ante las empresas reconocidas de esta localidad.

La falta de conocimientos sobre el adecuado control de sus haberes ha hecho que estas organizaciones no trasciendan, manteniéndose con bajos ingresos sin la más mínima intención de progresar, aunque muchas veces han tenido que alzar sus negocios.

Muchas de las causas se han dado por la falta de una filosofía organizacional bien definida, manuales de funciones, sistemas informáticos etc., estas herramientas son fundamentales para el desarrollo de esta microempresas, por ello, se ha enfocado el estudio de este trabajo en asesorar a estas organizaciones con el objetivo de que permanezcan en este mercado con altos niveles de rentabilidad, augurando así un sector progresista digno de este cantón.

Razón por la cual sea realizado un estudio de mercado para identificar como proceden los microempresarios en relación al control y manejo de sus negocios a través de los siguientes análisis resultados.

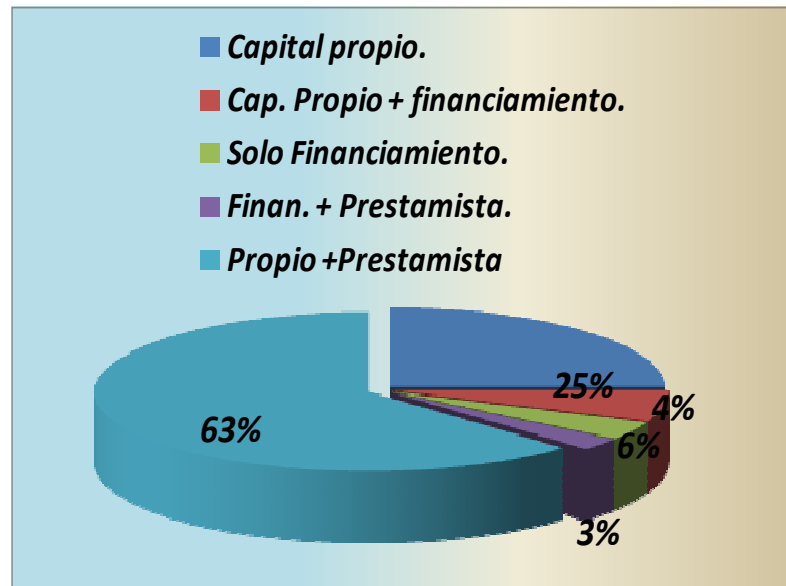
## 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

### 1. ¿Cuándo inicio el negocio, se dio por:

Cuadro # 2

| ALTERNATIVAS                  | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|
| Capital propio.               | 100                 | 25%                 |
| Cap. Propio + financiamiento. | 25                  | 6%                  |
| Solo Financiamiento.          | 15                  | 4%                  |
| Finan. + Prestamista.         | 10                  | 3%                  |
| Propio +Prestamista           | 250                 | 63%                 |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

Gráfico # 1



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta.

Elaborado por: Julio Mendieta y Daniel Bejarano

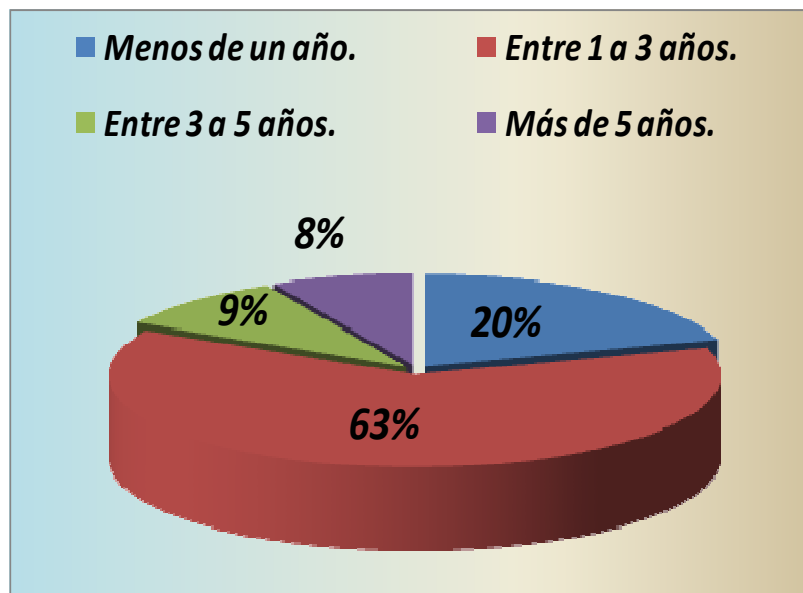
**Interpretación.-** Como se puede observar los encuestados manifestaron que iniciaron sus negocios con capital propio más un apalancamiento a través de un prestamista 63%, seguido de quienes indicaron que pusieron su negocio con capital propio (25%), otros indicaron capital propio mas financiamiento (6%) y entre un 4% y 3% financiamiento mas prestamista.

## 2. ¿Cuál es el tiempo que tiene el negocio en el mercado?

Cuadro # 3

| ALTERNATIVAS      | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|-------------------|---------------------|---------------------|
| Menos de un año.  | 81                  | 20%                 |
| Entre 1 a 3 años. | 251                 | 63%                 |
| Entre 3 a 5 años. | 38                  | 10%                 |
| Más de 5 años.    | 30                  | 8%                  |
| <b>TOTAL</b>      | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

Gráfico # 2



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.  
**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

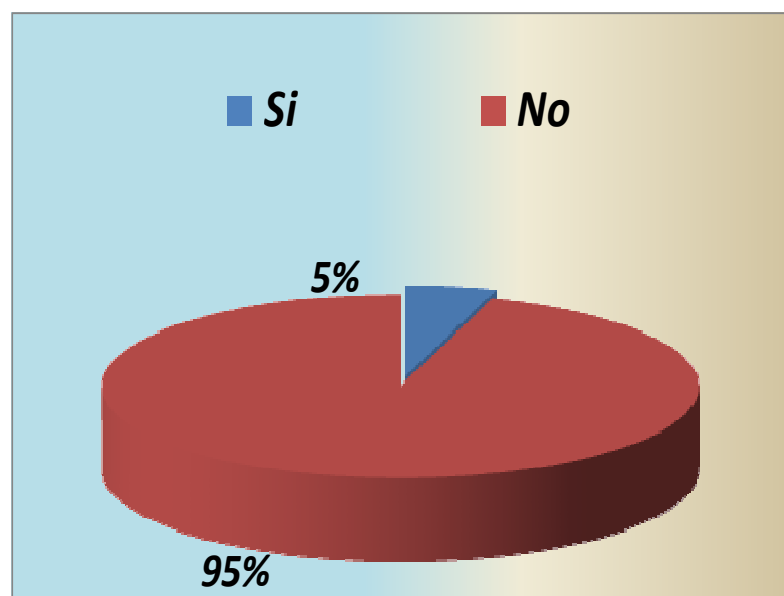
**Interpretación.-** La gráfica indica que un 63% de los encuestados se encuentran ejerciendo en el mercado de uno a tres años, así como quienes tienen un año en este mercado (20%), esto indica que tiene poco tiempo en esta franja comercial, por lo tanto deben aplicar estrategia que les permitan mantenerse, como aquellos que manifestaron que llevan más de cinco años en este casco de mercado.

### 3.- ¿Cuenta su negocio con una estructura organizacional – organigrama?

**Cuadro # 4**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Si           | 20                  | 5%                  |
| No           | 380                 | 95%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

**Gráfico # 3**



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.

**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

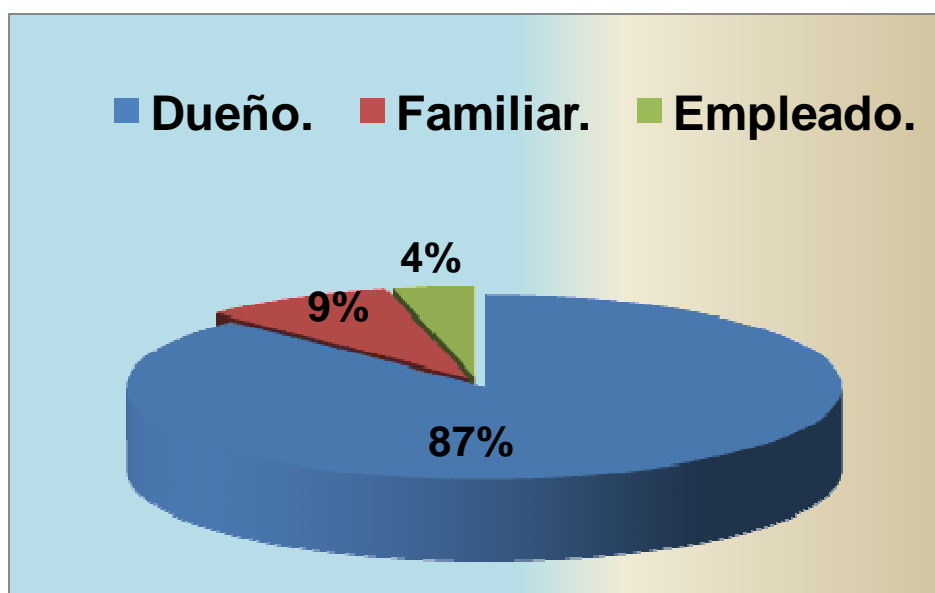
**Interpretación.** Los encuestados indicaron que su negocio no cuenta con una infraestructura organizacional, es decir que no tienen un organigrama (95%), mientras que un 5% indicó que si tienen organigrama.

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

Cuadro # 5

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Dueño.       | 350                 | 88%                 |
| Familiar.    | 35                  | 9%                  |
| Empleado.    | 15                  | 4%                  |
| <b>TOTAL</b> | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

Gráfico # 4



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.  
**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

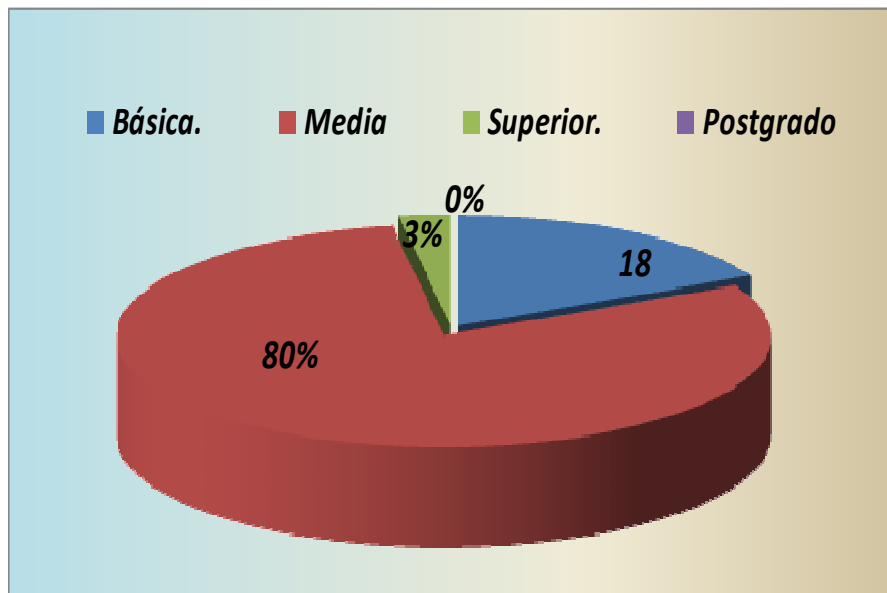
**Interpretación.-** El 87% de los encuestados indicaron que el negocio es administrado por ellos mismos es decir por el propietario, mientras que el 9% manifiesta que lo maneja un familiar, y un 4% por los empleados.

5. La persona que administra su negocio tiene preparación académica?

Cuadro # 6

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Básica.      | 70                  | 18%                 |
| Media        | 320                 | 80%                 |
| Superior.    | 10                  | 3%                  |
| Postgrado    | 0                   | 0%                  |
| <b>TOTAL</b> | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

Gráfico # 5



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.  
**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

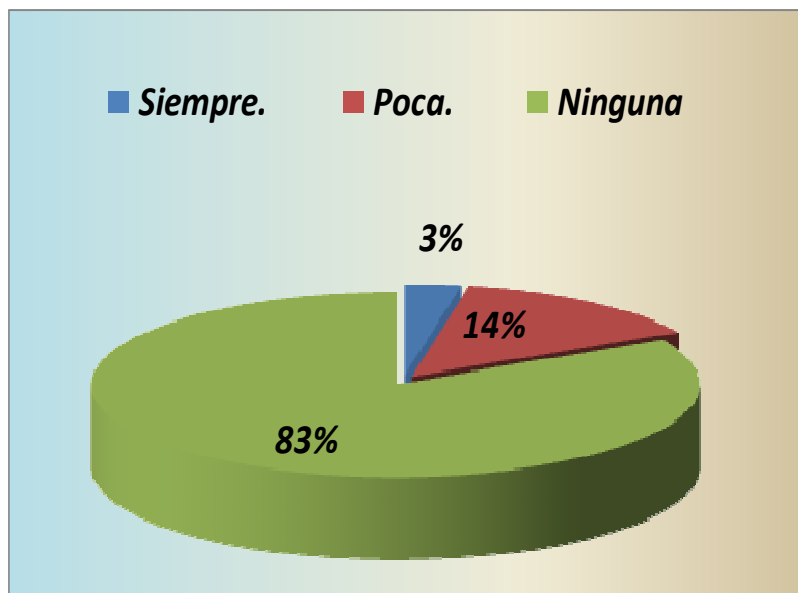
**Interpretación.-** La gráfica circular indica que los administradores de estos negocios establecidos en la calle García Moreno, tienen un nivel de educación medio (80%), un 18% mantiene una educación básica y solo un 3% cuentan con estudios superiores.

6.- ¿El personal que labora en la empresa recibe capacitación para desempeñar las funciones asignadas?

**Cuadro # 7**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Siempre.     | 12                  | 3%                  |
| Poca.        | 56                  | 14%                 |
| Ninguna      | 332                 | 83%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

**Gráfico # 6**



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.  
**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

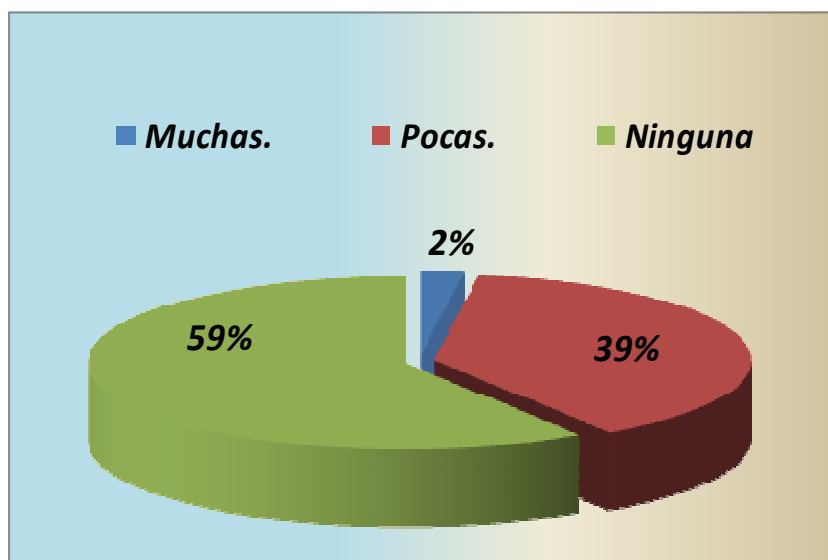
**Interpretación.-** Como se puede observar los encuestados manifestaron que no capacitan al personal para que realicen óptimamente sus funciones (83%), el 14% tienen una escasa capacitación y otros indicaron que si reciben capacitaciones (3%).

## 7.- ¿Conoce alguna empresa que de asesoramiento administrativo?

Cuadro #| 8

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Muchas.      | 9                   | 2%                  |
| Pocas.       | 154                 | 39%                 |
| Ninguna      | 237                 | 59%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

Gráfico # 7



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.

**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

**Interpretación.-** El 59% de los encuestados indicaron que desconocen de empresas de asesoramiento administrativo, mientras que un 39% manifiesta que si conocen, este tipo de establecimientos, pero sin embargo, no se han decidido a utilizar sus servicios.

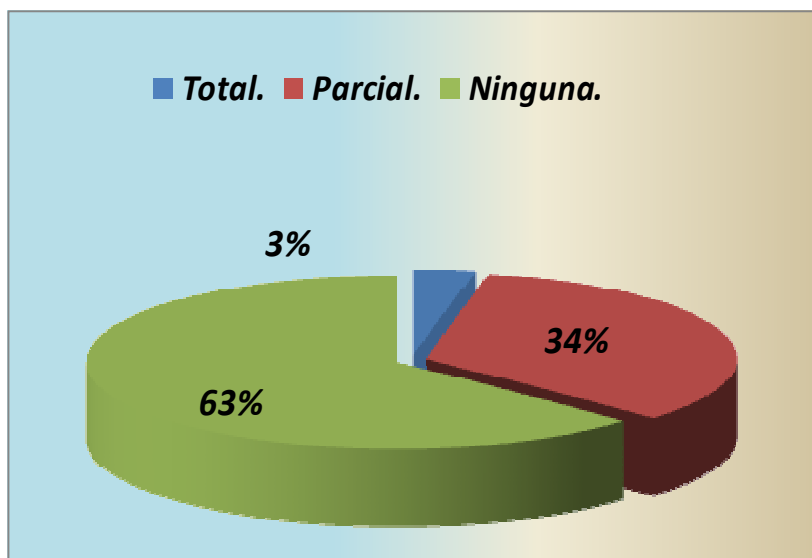


8.- ¿El negocio cuenta con tecnología de punta para su desarrollo empresarial?

Cuadro # 9

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Total.       | 13                  | 3%                  |
| Parcial.     | 135                 | 34%                 |
| Ninguna.     | 252                 | 63%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

Gráfico # 8.



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.  
**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

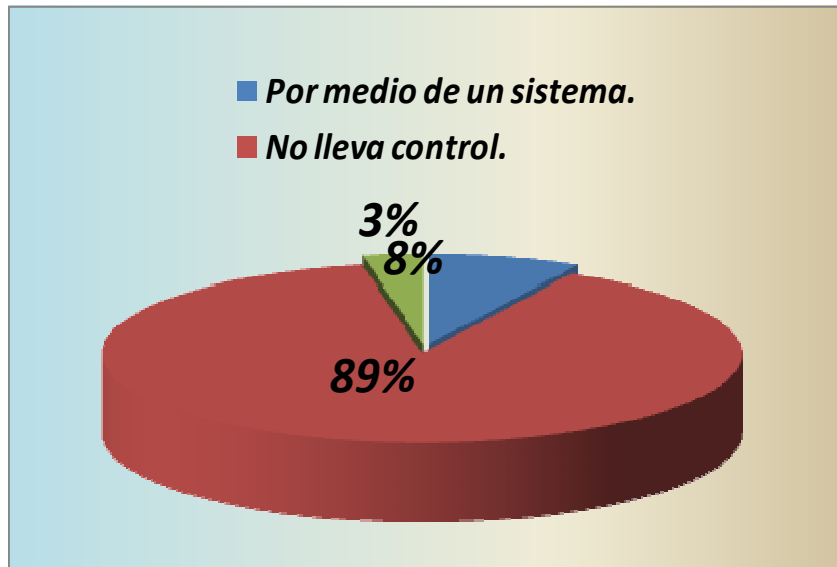
**Interpretación.-** Como se puede apreciar los encuestados en su gran mayoría indicaron que no tienen a su disposición tecnología de punta (63%), el 34% manifestó que utilizan parcialmente la tecnología, a diferencia de un 3% que si utilizan plenamente sistemas actualizados.

## 9.- ¿Cómo lleva el control de su negocio?

Cuadro # 10

| ALTERNATIVAS             | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|--------------------------|---------------------|---------------------|
| Por medio de un sistema. | 31                  | 8%                  |
| No lleva control.        | 357                 | 89%                 |
| Por manuales             | 12                  | 3%                  |
| <b>TOTAL</b>             | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

Gráfico # 9



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.  
**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

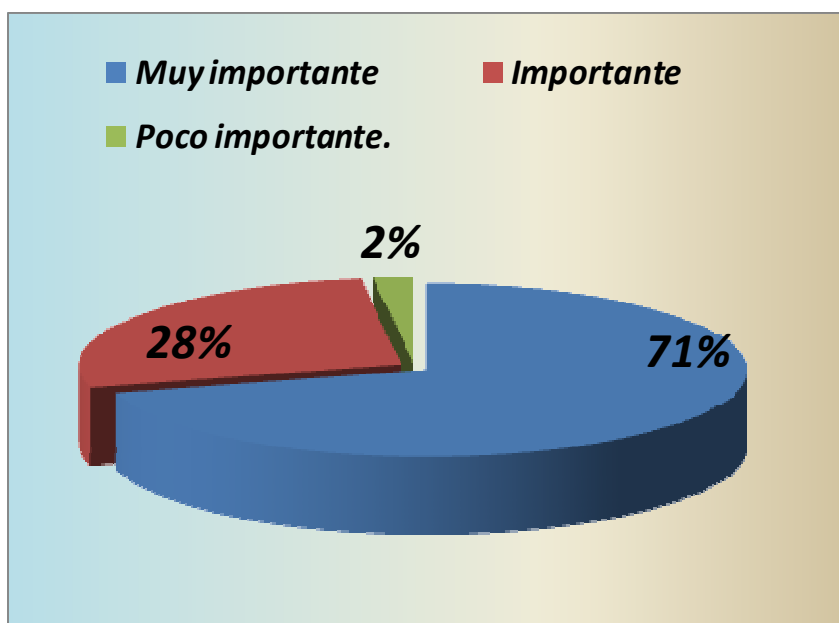
**Interpretación.-** Según estos resultados el 89% de los encuestados manifestaron que no llevan el control de sus operaciones comerciales, sin embargo el 8% de ellos indica que lo hacen a través de un sistema informático y tan solo un 3% por manuales. Esta información demuestra el alto grado de desconocimiento que tienen estos microempresarios sobre la importancia mantener un adecuado control de sus actividades y el efecto positivo que tendría para sus economía.

**10.- ¿Considera que los Créditos Financieros para el desarrollo de las Microempresas cómo?**

**Cuadro # 11**

| ALTERNATIVAS     | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|------------------|---------------------|---------------------|
| Muy importante   | 289                 | 72%                 |
| Importante       | 111                 | 28%                 |
| Poco importante. | 8                   | 2%                  |
| <b>TOTAL</b>     | <b>400</b>          | <b>100%</b>         |

**Gráfico # 10**



**Fuente:** Información obtenida en el proceso de encuesta.  
**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

**Interpretación.-** La gráfica demuestra que los microempresarios consideran muy importante (71%), poder acceder a un apalancamiento financiero, ya que contribuiría a su desarrollo, el 28% considera de importante estos financiamientos, mientras que un 2% indica que no es importante. Es importante que se analice varias alternativas para financiamientos y así facilitarle esta información a los microempresarios a través de la propuesta.

### **4.3 RESULTADOS.**

El estudio de mercado permitió conocer que los microempresarios establecidos en este sector comercial se mantienen en su gran mayoría entre uno a cinco años, existiendo pocos que se han establecido por más de cinco años, esto demuestra que muchos de ellos no se pueden mantener en este sector comercial, al no poseer una estructura organizacional bien definida, además no cuentan con personas altamente capacitadas para mantener un correcto control de sus actividades y poseen conocimientos medios que no alcanzan para mantener en un óptimo funcionamiento los negocios, a esto se les suma que no reciben una capacitación para enriquecer sus conocimientos. En este sector existen pocos establecimientos de capacitación, los mismos que no emplean una adecuada publicidad para darse a conocer, prueba de eso es que, el grupo objetivo desconoce en un 60% la presencia de ellos. La tecnología es una herramienta importante para el desarrollo de toda empresa, sin embargo, la mayoría de estas microempresas no cuentan con sistemas sofisticados, lo cual entorpece el manejo de la información, este tipo de falencias se originan por el poco capital que poseen, por ello, consideran muy importante la posibilidad de acceder a un financiamiento que les permitiría hacer cambios tanto en la parte administrativa como operativa.

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

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS.

Cuadro # 12

| HIPÓTESIS GENERAL   | VERIFICACIÓN  |
|---|---|
| <p>La carencia estructural en las microempresas de la ciudad de Milagro, incide en su permanencia, desarrollo competitivo en el mercado.</p>        | <p>La carencia estructural en las microempresas de la ciudad de Milagro, incide en su permanencia, desarrollo competitivo, la mayoría de ellos no posee un organigrama, funcional información que se puede corroborar en la pregunta tres de la encuesta.</p> |
| <p><b>Hipótesis particular N.- 1</b> El nivel académico de los emprendedores influye en la permanencia y desarrollo de las microempresas.</p>       | <p>El nivel académico de los emprendedores influye en la permanencia y desarrollo de las microempresas, puesto que la mayoría de ellos no poseen un nivel superior de estudio, esto se lo puede corroborar en la pregunta cinco de la encuesta.</p>           |
| <p><b>Hipótesis particular N.- 2</b> La implementación de la tecnología en las microempresas incide en su permanencia en el mercado.</p>            | <p>Efectivamente la implementación de la tecnología en las microempresas incide en su permanencia en el mercado, sin embargo, la mayoría de estos establecimientos no cuentan con esta herramienta informática, según datos de la pregunta ocho.</p>          |
| <p><b>Hipótesis particular N.- 3</b> La inversión financiera influye en el desarrollo competitivo de las microempresas de la ciudad de Milagro.</p> | <p>Los encuestados manifestaron en la pregunta diez de la encuesta que la inversión financiera influye en el desarrollo competitivo de las microempresas de la ciudad de Milagro.</p>   |

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA.**

“Creación de una microempresa de Asesoría Administrativa dirigida a los microempresarios de la ciudad de Milagro”

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN.**

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

#### **Características de la microempresa.**

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

- Mezclan los gastos de subsistencia familiar con los de operatividad del negocio.
- Poco adiestramiento técnico y gerencial.

Marco legal sobre el cual se brindara el soporte y financiamiento a la microempresa  
Las oportunidades de negocios se deben crear, es por ello generalmente, los administradores con iniciativas, son quienes buscan éstas oportunidades, primero, buscan el mercado y después buscan situaciones dentro de las cuales puedan operar con éxito una idea de negocio.

Es necesario destacar que solo algunos negocios tienen perspectivas de crecimiento, ya que están tienen una base de conocimiento de administrar un negocio.

### **Recompensas de ser microempresarios.**

Los individuos se ven atraídos hacia la actividad comercial por diversos incentivos poderosos y en otros casos por una mezcla de posibles satisfacciones, estas recompensas pueden ser de las ganancias, de la independencia, y de una forma de vida satisfactoria.

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

Los resultados financieros de cualquier negocio deben compensar a su propietario por invertir su tiempo personal (equivalente a un salario o sueldo) y ahorros personales (intereses o dividendos) antes de que se obtengan ganancias reales. Los microempresarios esperan un rendimiento que no solo les compensen el dinero y el tiempo que invierten, sino que les premien bien.

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

La libertad de operar independiente es otra recompensa de ser microempresario. Muchos de nosotros tenemos un gran deseo de tomar decisiones, asumir riesgos y tener recompensas. En algunos microempresarios usan su independencia para lograr flexibilidad en su vida personal y hábitos de trabajo

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

Los microempresarios hablan frecuentemente de la satisfacción que experimentan de sus propios negocios; se refieren al trabajo que hacen como diversión, también lo disfruta cuando ser jefe y ser un líder cívico en la comunidad

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

Comenzar a operar a un negocio propio suele exigir un trabajo duro, largas horas y mucha energía emocional, también tienen la amarga experiencia de sufrir tensiones personales, así como la necesidad de invertir mucho tiempo y un arduo trabajo.

La posibilidad del fracaso del negocio es una amenaza constante para los microempresarios. No hay ninguna garantía del éxito, ni siquiera de una salida decorosa para un microempresario que fracasa, a nadie le gusta ser un perdedor, pero ésa es siempre una posibilidad para una persona que empieza un negocio

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

Cada negocio empieza una idea y un plan de la empresa es necesario para guiar la investigación y el desarrollo de esta idea. Si su área suena atractiva, entonces usted planea como llegar allá. Un plan de negocios es el mapa de carreteras para el éxito de la empresa. Al describir un plan del negocio, usted considerará todas las partes de su empresa en detalle. Usted observará cuidadosamente se empresa la industria, su competencia, sus clientes, y su habilidad para triunfar.

### **Microempresas generadoras de empleo**

En las economías modernas la presencia de gran número de pequeños negocios, que representan las unidades productivas del país, su característica más importante de las microempresas son la flexibilidad, que les ayuda a orientarse hacia las diferentes necesidades de los consumidores, y su creatividad para reaccionar y responder a los rápidos cambios del entorno.

El significado social se traduce en la generación de oportunidades de trabajo, que constituye la posibilidad de realización personal para muchas personas, y además, la promoción del desarrollo regional de los pueblos. Uno de los obstáculos para el



desarrollo de este tipo de microempresas y su libre acceso al mercado en su formalización y posterior registro

### **Naturaleza de los empresarios de las microempresas.**

El perfil principal de la mayoría de los microempresarios en el Ecuador, ellos centran la mejor atención de su tiempo a la comercialización de sus productos, la recuperación de cartera, la reposición de sus inventarios y la preocupación de cómo pagar a sus proveedores.

No manejan el concepto global de la administración de microempresas donde igual valor tienen para un empresario el control de sus activos y pasivos corrientes como el costo promedio de ventas, costos de producción y los gastos operacionales, que van a permitir tener el control de los márgenes de rentabilidad, planificación, presupuestación y ejecución de la estrategia.

**La personalidad del empresario y el desarrollo de la gestión.** El término dirección frente a la gestión, hay que tener en cuenta que la materialización de algunos aspectos de la dirección es, en el día a día, el desarrollo (gestión) de la actividad de la empresa en sus diferentes niveles. Una de las bases de la pequeña y la mediana empresa es la importancia de las relaciones humanas. Su dimensión, perfectamente delimitada, implica una interrelación intensa que hace que la personalidad del empresario y su elenco directivo marquen el funcionamiento y la evolución de la empresa.

En otras palabras, la personalidad del empresario la que da un carácter especial a su propia creación, que es su negocio analizar que características destacan en ese tipo de sociedades. La dirección de las microempresas se suelen hallar en manos de personas que son las rebeldes impenitentes del mundo empresarial.

**Rasgos de la personalidad del pequeño empresario.** Los tres rasgos fundamentales de su personalidad son, sentido de la independencia muy desarrollado, por lo menos, un gran deseo de no depender del control ajeno, gran sentimiento empresarial, o quizás un deseo de poner en práctica sus propias ideas y aptitudes, estar dominado por consideraciones personales y familiares, o bien por motivos impersonales o de lucro, ya sea de iniciar o continuar el negocio.

**Sentimiento de la Independencia.** Puede convertirse en el peor enemigo si se acentúa el aspecto negativo. El excesivo sentimiento de independencia le lleva a no admitir consejos de nadie. Se considera autosuficiente y niega a los demás los conocimientos precisos para indicarle el camino que se debe seguir. La mayoría de los microempresarios no admiten consejos de nadie, diciendo que los asesores saben mucho de teoría, pero nada de problemas prácticos.

**Espíritu Emprendedor.** Su deseo de plasmar las ideas en una obra viva y de aplicar sus aptitudes al mundo de los negocios, Este espíritu empresarial, que constituye el motor de su actividad, al permitirle que vea oportunidades donde otros no ven nada, y que impulse a emprender negocios allí donde otros solo encuentran dificultades insuperables, no está exento de riesgos unas veces por defecto y otras por exceso. Quien carezca de la suficiente iniciativa, haría mejor en buscar empleo en otra empresa y renunciar a crear una propia empresa propia, en otro extremo del espectro quienes asumen riesgos sin análisis suficiente o trabajan al tanteo se exponen fácilmente a desperdiciar recursos y esfuerzos.

**Entre el lucro y ciertos imperativos.** Es la de moverse en un terreno intermedio entre el frío afán de lucro y los imperativos personales y familiares. Así como una gran mayoría persigue el beneficio como el único objetivo y en él fundamenta sus decisiones a menos que esté en juego su supervivencia, el pequeño empresario adopta una postura un tanto ambigua entre ese afán de ganancia y otras consideraciones, como su edad, su salud, sus relaciones familiares.

Estas consideraciones no financieras pueden ocultar un serio peligro para el microempresario. Por ejemplo: no se den elegir los proveedores sólo por amistad o por vínculos familiares, sino porque además, los precios sean idénticos o más convenientes, los plazos de entrega iguales o más cortos, se pone en peligro la supervivencia de la microempresa.

La influencia del entorno, también afecta a la evolución de las empresas, la necesidad de conocer el entorno, tales como disponibilidad de locales, proximidad al hogar, conocimiento del vecindario y ofertas de traspaso de negocios, los nuevos dueños no se molestaron en evaluar objetivamente la rentabilidad potencial del desplazamiento. Al no hacerlo así, algunos no se dieron cuenta que la zona o lugar

escogido estaba en decadencia, tal vez porque no era el sitio adecuado para el tipo de negocio proyectado, o el mercado de ese producto o servicio ya estaba saturado

### **El fracaso de la pequeña y mediana empresa.**

La ley biológica de adaptación al medio es aplicable también a los negocios. Las empresas siguen el curso marcado por su director; así pues, de la preparación, experiencia directiva e información de éste depende la supervivencia de aquella. Se dice que las causas de sus tribulaciones son casi siempre las mismas y que, directa o indirectamente, pueden imputarse a la dirección y se clasifican en lo siguiente

**Incompetencia.** La mitad de los problemas empresariales se deben, en alguna medida, a la falta de preparación de sus directores o dueños. Algunas personas sin la suficiente preparación para hacer frente a las responsabilidades de un negocio deciden, sin embargo, crear una empresa ¿hay leyes que regulen el acceso al mundo empresarial de los menos dotados? Es una cuestión de opciones políticas; o se coarta la libertad económica del individuo, o los requisitos para la creación de pequeñas empresas son más bien formales, como puede ser la concesión de una licencia fiscal. En una economía de mercado, e incluso mixta, el pequeño y mediano empresario tiene la plena libertad, incluida la de fracasar y volver a empezar. Y sobre esta libertad descansa en buena medida la riqueza de los pueblos.

**Experiencia directiva.** En las pymes, el director gerente a de realizar una serie de funciones que se caracterizan por una cierta especialización en campos diferentes, como son las compras, la planificación, el control de producción, la explotación, las ventas, la financiación. Es difícil que una sola persona esté preparada en temas tan diversos.

Suele suceder que el director de una pequeña empresa, que destaca por su conocimiento o experiencia en una función específica, dedique a ésta la mayor parte de su tiempo, bien por afición o bien por seguridad de hacerla bien, mientras que las demás funciones quedan sin la atención suficiente.

**Falta de experiencia directiva.** La falta de experiencia en la dirección del negocio. Esta experiencia se logra adquiriendo primero un bagaje técnico en todos los aspectos de la dirección y preocupándose luego de asegurar la puesta al día de los

conocimientos directivos. También hay que tener en cuenta la continuidad de la dirección para el caso de que falte el responsable. Existen dos medidas apuntan a solucionar el problema como son: adquirir la formación directiva completa y actualizada, capacitar al posible sucesor en la dirección.

**Desconocimiento del sector.** Muchos hombres de empresa confunden la capacidad y experiencia adquiridas en un sector de la economía con una disposición innata que les asegura el triunfo en cualquier actividad empresarial que debe acometer, se aconseja tener conocimientos del sector a donde se va a crear la empresa.

**Negligencia.** Es peor que la dirección deficiente; es la ausencia de toda la dirección, es dejar los asuntos propios en manos de otros sin la supervisión, ni el control suficiente. Tiene su origen en la falta de salud, en la pérdida de interés por el negocio, en las dificultades familiares, en la adquisición de malos hábitos o en la pereza.

**Fallos administrativos.** Constituye un falló en el sentido de no haber adoptado a tiempo medidas adecuadas y correctivas, para salvaguardar a la compañía de determinados riesgos.

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

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

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

Esta propuesta tiene como finalidad proponer una estructura organizacional orientada a brindar asesoría administrativa a los microempresarios de la ciudad de Milagro con el fin de obtener rendimientos económicos que les permita posicionarse como un grupo de profesionales capacitados que operaran a través de esta actividad. El propósito de esta propuesta se origina por la poca presencia de asesorías en esta localidad y lo más relevante a la poca participación que tienen las microempresas en este mercado, donde se ha podido visualizar el crecimiento desmedido de los negocios, por la falta de una adecuada administración, por ello, debido a que contamos con los conocimientos necesarios para fortalecer la competitividad de las microempresas se ha propuesto la creación de una asesoría administrativa, la misma que tendrá la finalidad de potencializar las actividades comerciales de los microempresarios milagreños.

### **5.4 OBJETIVOS.**

#### **5.4.1 Objetivo General de la propuesta**

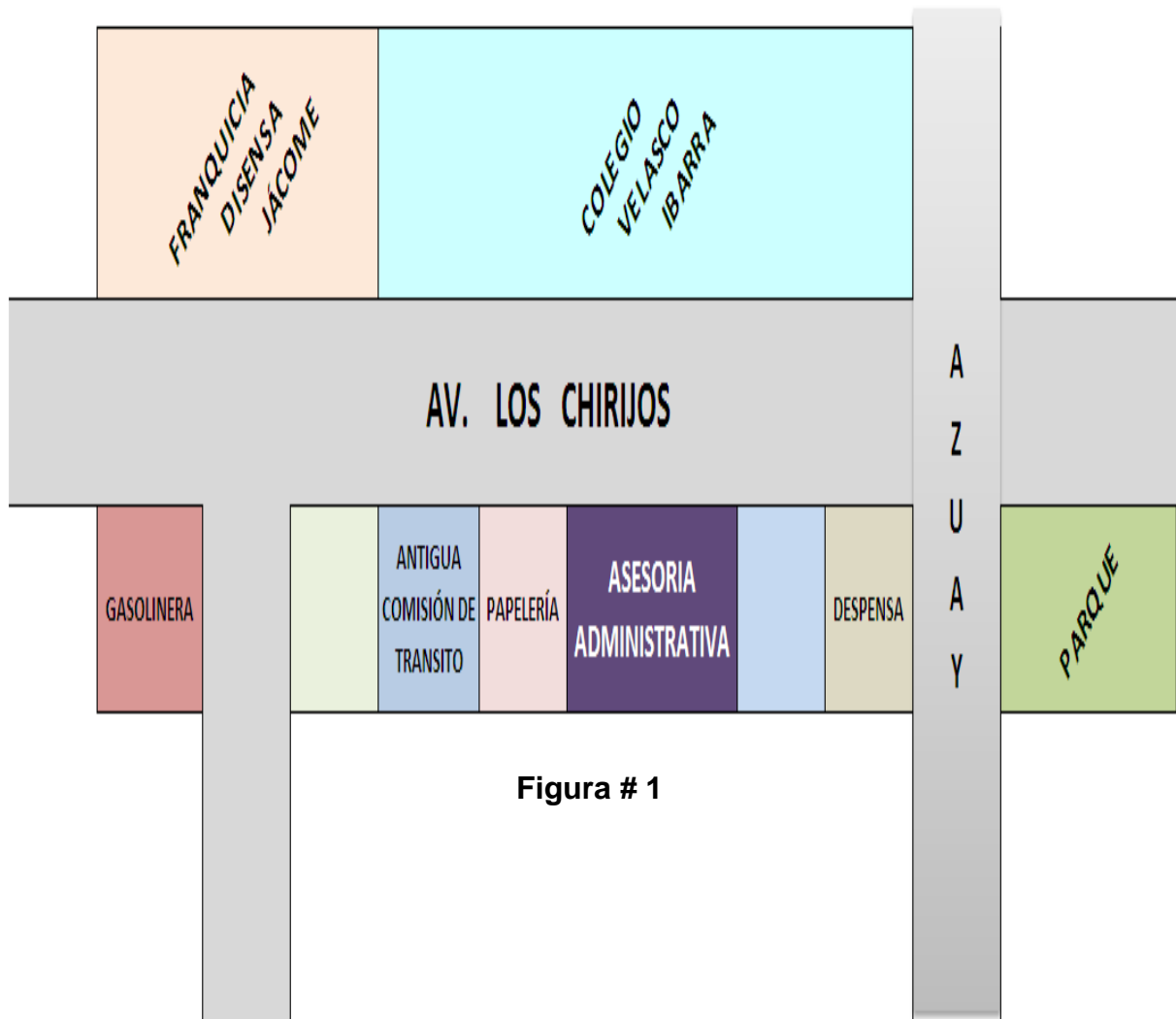
Crear una microempresa de asesoría administrativa en la ciudad de Milagro, aplicando herramientas operativas y comerciales, que optimicen los procesos y procedimientos de las microempresas.

#### **5.4.2 Objetivos específicos**

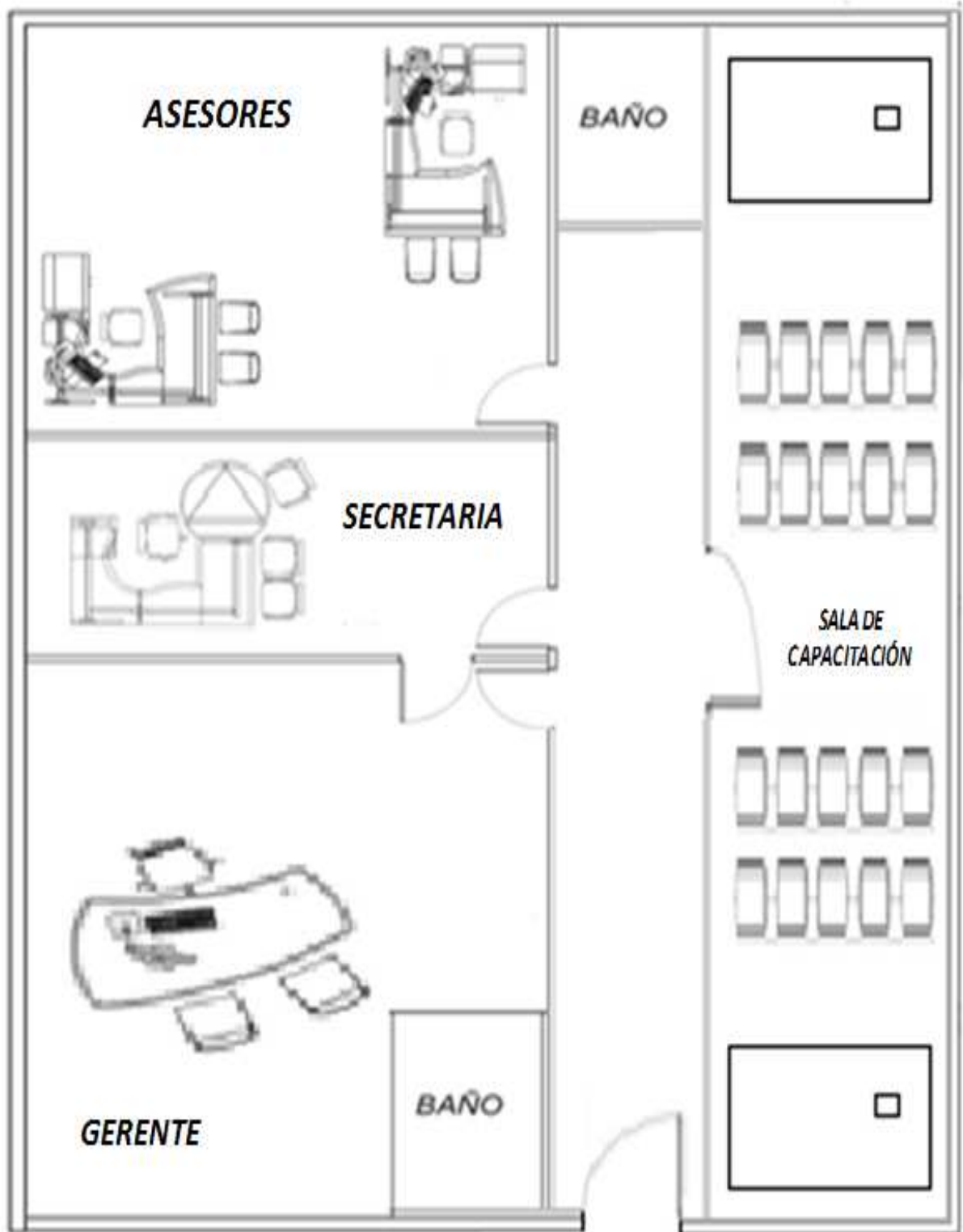
- Ofrecer cursos de capacitación y asesoramiento a los negocios
- Brindar información adecuada al microempresario, solucionando sus problemas comerciales en un corto tiempo, ganándonos de esta manera prestigio y credibilidad en el mercado.
- Fortalecer los procesos de las microempresas de la ciudad de Milagro por el uso de la tecnología
- Contribuir al mejoramiento financiero microempresarial de Milagro

## 5.5 UBICACIÓN.

La microempresa de asesoría estará ubicado en el País Ecuador, provincia del Guayas, Cantón Milagro, en la Av. Chirijos # 723 y calle Azuay. La ventaja de este sitio, ser céntrico y de fácil ubicación, el local es de una sola planta y es propio.



**DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LA ASESORIA ADMINISTRATIVA.**



**Figura 2**

## **5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.**

### **Misión**

Proporcionar una asesoría administrativa eficaz y eficiente que fortalezca el desarrollo microempresarial en la ciudad de Milagro, con una excelente organización administrativa, financiera y operacional a través del trabajo en equipo, buscando la optimización de procesos, procedimientos y recursos administrativos en beneficio de la organización y el mercado.

### **Visión**

Liderar el mercado a través de profesionales de primera que apoyen el desarrollo de los microempresarios, tanto en el área administrativa, financiera y operacional que garantice el éxito de sus negocios y su permanencia en el mercado.

### **Valores Corporativos**

- Disciplina y profesionalismo
- Integridad con nuestros clientes y empleados
- Perseverancia
- Responsabilidad
- Honestidad
- Trabajo en equipo

### **Objetivo General**

Fortalecer el desarrollo microempresarial en la ciudad de Milagro a través de la asesoría, buscando la optimización de procesos, procedimientos y recursos administrativos en beneficio de la organización y el mercado.

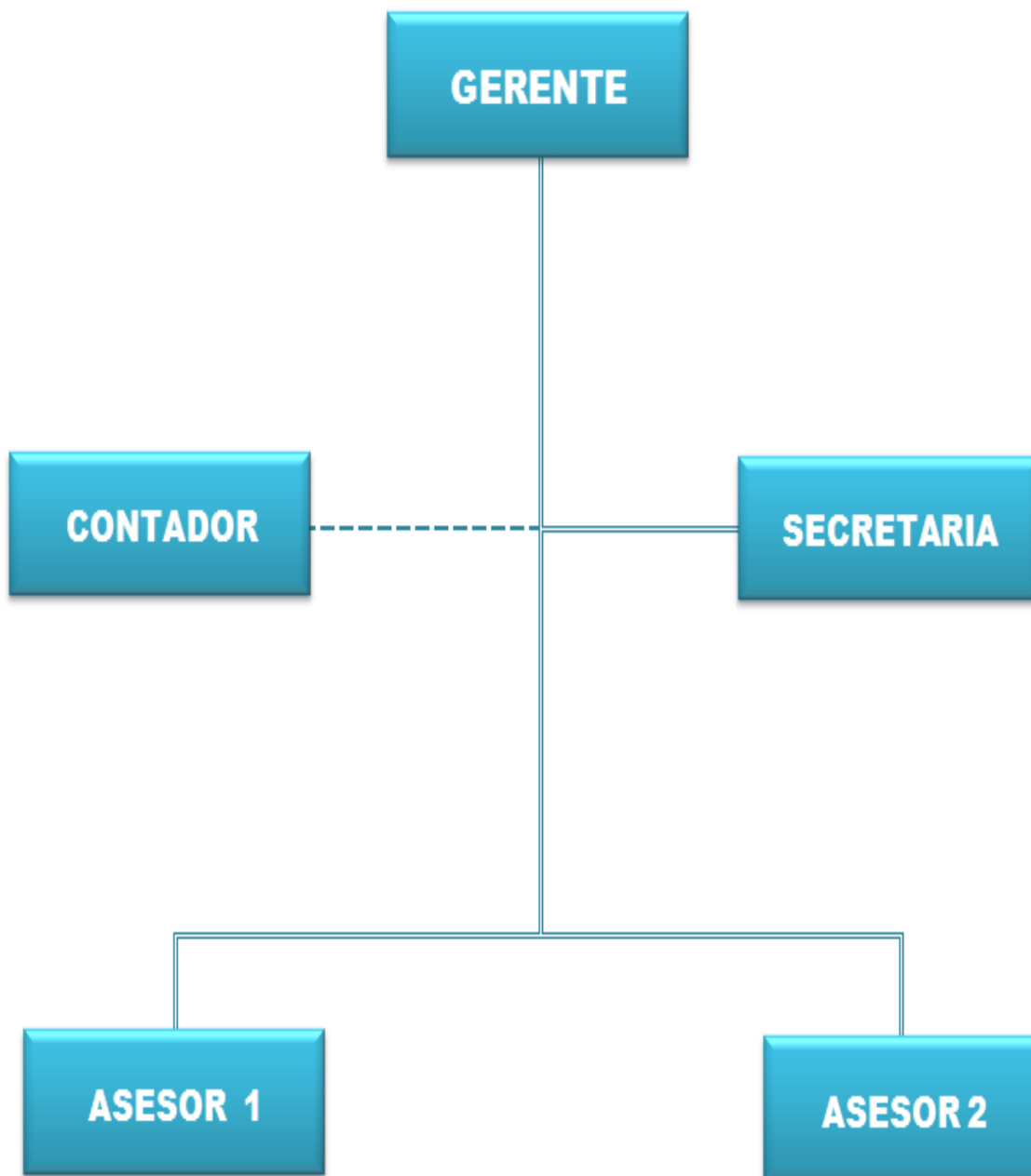
### **Objetivos específicos**

- Generar fuentes de trabajo estables en la comunidad
- Promover la cultura emprendedora hacia el desarrollo competitivo
- Generar redes de apoyo de tipo administrativo y financiero en las actividades económicas.



**Organigrama estructural de la Asesoría Administrativa.**

**Gráfico # 11**



**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

# MANUAL DE FUNCIONES

**Descripción del cargo: GERENTE GENERAL**

**A quien se reporta:** Accionista Principal

**A quien supervisa:** Asesores y secretaria

## **Función General**

Ser responsable de supervisar, coordinar, controlar, planificar y tomar decisiones en todas las áreas del negocio

## **Funciones Específicas.**

- Planifica los futuros talleres direccionados a los microempresarios.
- Coordinar los diferentes talleres para la capacitación de los microempresarios.
- Establece políticas de direccionamiento conforme el negocio propuesto por el cliente.
- Toma decisiones en todo aspecto referente al negocio.
- Supervisar la ejecución de todos los procesos en los diferentes departamentos.
- Controlar la ejecución del trabajo, comparando los resultados reales con los esperados.
- Revisar roles de pago, documentos y estados financieros para que exista un control más efectivo y eficiente
- Autoriza todo tipo de ingresos y egresos de efectivo del negocio
- Elaborar y evaluar políticas de la empresa
- Comparar los resultados reales con los esperados
- Revisar y aprobar los estados financieros con el respectivo presupuesto para tomar futuras decisiones

- Autorizar la adquisición de materia prima e insumos solicitados.
- Reunir periódicamente a los asesores administrativos mínimo 2 veces al mes, para fijar metas y analizar la evolución de la misma.
- Autorizar los pagos que se originen por obligaciones al IESS, SRI y gastos que se generan por permisos de funcionamiento de la microempresa y su normal desarrollo
- Gozar de buenas relaciones interpersonales con el círculo social de la ciudad

### **Características Específicas**

- Requiere de alta moral comprobada
- Lealtad, responsabilidad, respeto y buenas relaciones interpersonales
- Capacidad y criterio para toma de decisiones
- Ser Comunicativo
- Dinamismo y energía
- Dominio en programas informáticos Word, Excel
- Facilidad para trabajar a presión
- Excelente Comunicación organizacional

### **Perfil del Cargo**

**Edad:** 30 – 39 años

**Género:** Indistinto

**Estado Civil:** Indistinto

**Educación:** Título de Tercer Nivel en C.P.A, Administración de empresas o carreras a fines, de preferencia con título de cuarto nivel.

**Experiencia:** 2 años como mínimo en áreas similares

**Descripción del cargo:** Asesor Administrativo

**A quien se reporta:** Gerente

### **Función General**

Apoyo a la gerencia y responsable de coordinar los ciclos de capacitación.

### **Funciones Específicas.**

- Analizar y desarrollar la metodología de trabajo
- Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores
- Planificar asesoría y servicio administrativo a brindarse
- Organizar la información obtenida del cliente en base al tipo de asesoría a brindar.
- Clasificar y ordenar los diferentes temas de asesoría y servicio administrativo a tratarse.
- Redactar los diferentes asesoramientos a tratar.
- Realizar el informe de asesoría.
- Mantenimiento de los archivos de la microempresa

### **Características Específicas**

- Conocimiento en Administración Estratégica
- Lealtad, responsabilidad, respeto y buenas relaciones interpersonales
- Experiencia en la conducción de personal
- Facilidad para trabajar bajo presión

### **Perfil del Cargo**

**Edad:** 30 – 35 años

**Género:** Indistinto

**Estado Civil:** Indistinto

**Educación:** Título de Tercer Nivel Ingeniería Comercial o Administración de Empresas de preferencia con título de cuarto nivel.

**Experiencia:** 2 años como mínimo en áreas similares

**Descripción del cargo:** Secretaria

**A quien se reporta:** Gerente

### **Función General**

Colaborar y cumplir con las funciones delegadas por el Gerente, para un mejor desarrollo y administración de la Empresa.

### **Funciones específica**

- Contestar los teléfonos, pasar comunicaciones y anotar mensajes.
- Dar por teléfono recados rutinarios o especiales.
- Con Manejar el archivo (general y personal).
- Marcar los papeles importantes y conservar un archivo especial.
- Manejar y mantener al día agendas, directorios, tarjeteros anotar las citas de su jefe inmediato.
- Custodiar los documentos internos de la empresa.
- Controlar los horarios de entrada y salida del personal.
- Coordinar visitas con los proveedores para la obtención de insumos
- Recibir y verificar que la mercadería llegue siempre en óptimas condiciones.
- Mantener un buen trato con los clientes.
- Mantener aseada la oficina.

### **PERFIL DEL CARGO**

**Edad:** 23 a 30 años

**Sexo:** femenino

**Estado Civil:** Indistinto

**Educación:** Que este en cursos superiores de Administración de Empresas o carreras afines. (Tercer año en adelante).

**Experiencia:** 1 año en cargos similares.

**Descripción del cargo:** Contador

**A quien se reporta:** Gerente

### **Función General**

Presentar los registros de diario mayor, inventarios, cuentas de bancos, estados financieros y presentar e indicadores financieros.

### **Funciones Específicas**

- Efectuar el pago de impuestos y trámites legales
- Planear inversiones y relaciones con instituciones financieras
- Realizar comparaciones con periodos anteriores y realizar proyecciones financieras
- Planear y controlar todas las actividades contables y financieras de la microempresa
- Asesorar en la toma de decisiones económicas
- Determinar el flujo de efectivo para operaciones de producción
- Determinar gastos variables y fijos

### **PERFIL DEL CARGO**

**Edad:** 29 a 35 años

**Sexo:** Indistinto

**Estado Civil:** Indistinto

**Educación:** Ingeniero en CPA o carreras a fines

**Experiencia:** 1 año en cargos similares.

## **Factibilidad Legal.**

### **Permiso y patente municipal<sup>20</sup>**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

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

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

Una vez que el personal del cuerpo de bomberos haya inspeccionado el local, la mencionada entidad otorga este permiso. En la revisión básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

## **ACTUACIÓN DE LOS CUERPOS DE BOMBEROS Y BOMBERAS Y ADMINISTRACIÓN DE EMERGENCIAS DE CARÁCTER CIVIL<sup>21</sup>**

### **Competencia**

**Artículo 19.** Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil, son los órganos competentes para la prevención, preparación y atención de incendios y otras emergencias; así como para la realización de inspecciones técnicas y emisión de informes sobre las condiciones de seguridad en espacios públicos, comerciales o privados de uso público.

### **Inspecciones**

**Artículo 20.** Ninguna persona podrá oponerse a las inspecciones que el Cuerpo de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil competente practique con el fin de evitar cualquier emergencia.

---

<sup>20</sup> LEY ORGANICA MUNICIPAL

<sup>21</sup> [http://asambleanacional.gov.ec/blogs/vethowen\\_chica/2010/04/20/proyecto-de-ley-de-bomberas-y-bomberos/](http://asambleanacional.gov.ec/blogs/vethowen_chica/2010/04/20/proyecto-de-ley-de-bomberas-y-bomberos/)

### **Cumplimiento de normas**

**Artículo 21.** Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil, verificarán la aplicación de las disposiciones sobre prevención y protección contra incendios y otros siniestros, con el propósito de constatar el cumplimiento de las normas de seguridad en sus respectivas jurisdicciones.

### **Incumplimiento de normas de seguridad**

**Artículo 22.** Si de las inspecciones realizadas se evidencia la falta o deficiente cumplimiento de dichas normas, el Cuerpo de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil respectivo notificará a los propietarios, administradores y usuarios de los inmuebles para que procedan a adoptar las medidas respectivas.

De no realizarse los correctivos procedentes en los plazos previstos, el Primer Comandante del Cuerpo de Bomberos en coordinación con el Ministerio de Interior y Justicia clausurará temporalmente el inmueble o establecimiento de que se trate, hasta tanto se subsanen las causas que originaron la medida. Las decisiones que se tomen de conformidad con lo dispuesto en el presente artículo se impondrán mediante acto motivado.

### **Procesamiento de denuncias**

**Artículo 23.** Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y de Administración de Emergencias de carácter civil, de oficio o por denuncia investigarán las presuntas infracciones a las normas técnicas de prevención y protección contra incendios y otras emergencias, que pongan en peligro el ambiente, la vida de las personas, la integridad de sus bienes o el ejercicio de sus derechos, y están facultados para adoptar en el ámbito de su competencia, las medidas pertinentes para solventar la irregularidad detectada.



## **Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos.

## **La siguiente CODIFICACIÓN Y REFORMAS A LA LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES**

### Capítulo I

#### DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes.- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 2.- Del Registro (Sustituido inc. 1 por el Art. 21 de la Ley 41, R.O. 206, 2-XII-97).- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Todos los organismos del Sector Público así como las instituciones, empresas particulares y personas naturales están obligados a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha Dirección.

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas antes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes. Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como

toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlos y lo consideran conveniente.

Art. 4.- De la inscripción.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades según el caso y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollen actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta S/. 10.000, oo, serán consideradas únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, la Dirección General de Rentas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

La solicitud de inscripción contendrá todos los datos que sean requeridos, y que señale el Reglamento y se presentarán en los formularios oficiales que se entregarán para el efecto.

En caso de inscripciones de oficio la administración llenará los formularios correspondientes.

Art. 5.- Del Número de Registro.- La Dirección General de Rentas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas

jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

Para las personas naturales, que no constituyan empresas unipersonales, el número de identificación tributaria estará dado por el número de la cédula de identidad y/o ciudadanía.

Art. 8.- De la Intransferibilidad del Certificado de Inscripción.- El certificado de inscripción con el número de identificación tributaria es un documento público, intransferible y personal.

Art. 9.- De las Responsabilidades.- Los obligados a inscribirse son responsables de la veracidad de la información consignada, para todos los efectos jurídicos derivados de este acto.

En el caso de los responsables por representación se estará a lo dispuesto en el artículo 26 del Código Tributario.

Art. 10.- Del uso del número de Inscripción en Documentos.- El número de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes determinado en la forma establecida en el artículo 5 de esta Ley, deberá constar obligatoriamente en los siguientes documentos:

- a) Cédula Tributaria;
- b) Certificado Militar o Cédula de las Fuerzas Armadas;
- c) Certificado de antecedentes personales conferido por la Policía Civil Nacional;
- d) Documento de afiliación personal al Seguro Social;
- e) Licencias de conductores;
- f) Matrículas de Comerciantes;
- g) Matrículas de Industriales;
- h) Cédulas de Agricultores;
- i) Documento de afiliaciones a las Cámaras de Artesanías y Pequeñas Industrias;
- j) Carnés de los Colegios Profesionales;
- k) Registros de importadores y exportadores;

- l) Documentos que contengan la matrícula de vehículos (no placas);
- m) Catastro de la Propiedad;
- n) Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos, cuya recaudación se realice por cualquier tipo de institución;
- ñ) Certificado de no adeudar al Fisco o a los Municipios;
- o) Facturas, Notas de Ventas, Recibos y más documentos contables que otorgan los contribuyentes por actos de comercio o servicios;
- p) Planillas de sueldos de todas las instituciones de derecho público o privado;
- q) Permisos de importación, pólizas de exportación y pedimentos de aduana;
- r) En todos los documentos que el Estado y las instituciones oficiales y privadas confieran en favor de terceros y siempre que se relacionen con aspectos tributarios;
- s) En todas las etiquetas y envases de productos que físicamente así lo permitieren.

**Superintendencia de Compañías.-** la Información correspondiente de acuerdo al artículo 20 de la Ley de Compañías, que entre otros determina enviar 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;
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

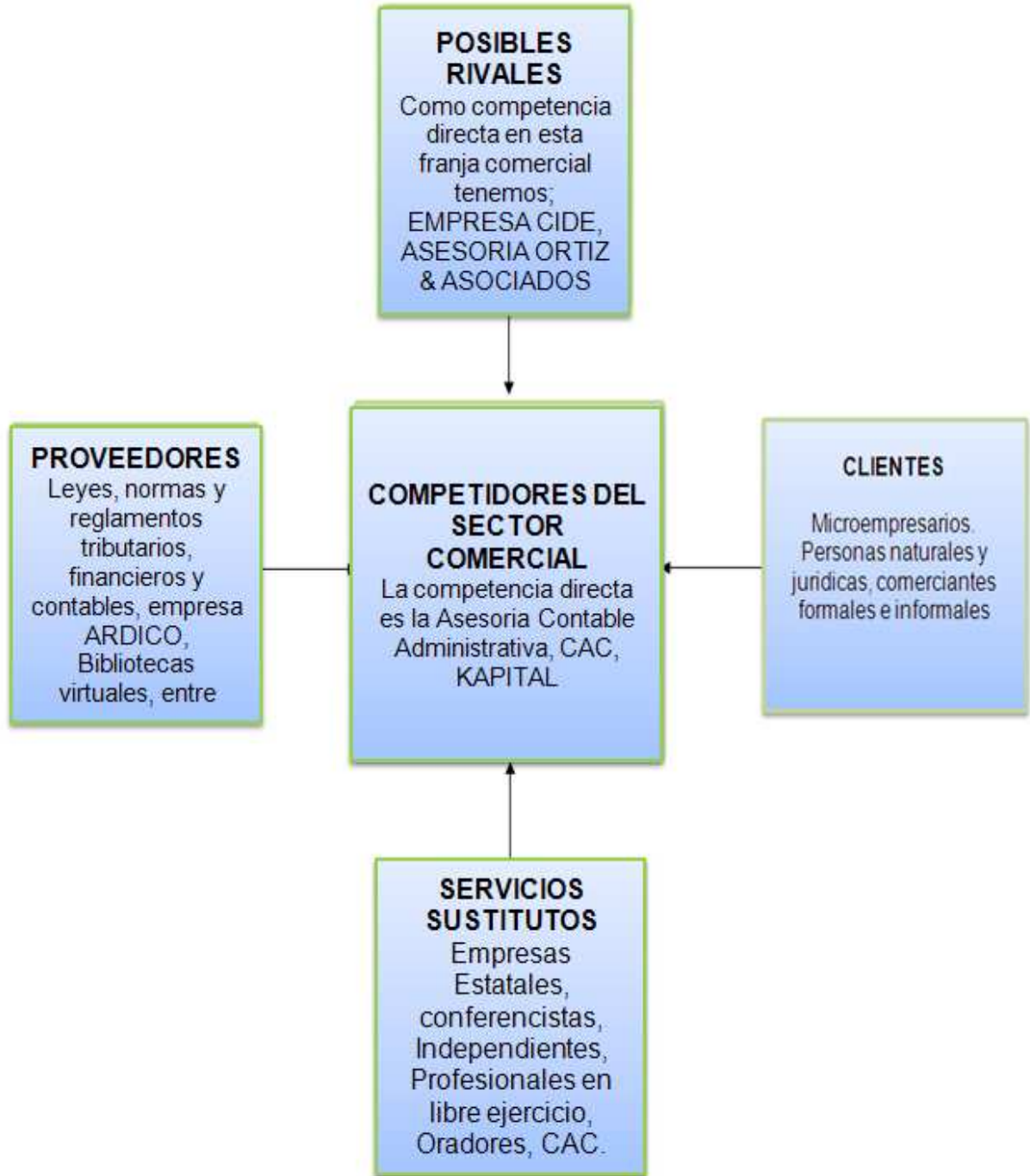
El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine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

**Servicio de Rentas Internas.-** las siguientes obligaciones tributarias:

- a) Anexo de compras de retenciones en la Fuente por Otros Conceptos
- b) Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades
- c) Declaración de Retenciones en la Fuente
- d) Declaración Mensual de IVA

## Análisis de mercado

Gráfico # 12



Elaborado por: Julio Mendieta y Daniel Bejarano

**Cuadro # 13**

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

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

**Cuadro # 14**

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

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

**Cuadro # 15**

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

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

**Cuadro # 16**

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

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

**Cuadro # 17**

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

Para poder obtener herramientas de trabajo sin ningún problema de adquisición, es importante mantener buenas relaciones con dos o tres proveedores fijos que puedan proveernos cuando se necesite algún requerimiento, logrando un cierto grado de ventaja ante la competencia.

**Cuadro # 18**

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

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



# ANÁLISIS FODA

## FACTORES INTERNOS

### FORTALEZAS

- Buena ubicación de la oficina de la Asesoría.
- Profesionales altamente capaces
- Continúa capacitación y actualización del talento humano.
- Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.

### DEBILIDADES

- Nuevos en el mercado
- Infraestructura pequeña
- Poco capital.
- Escasa publicidad del negocio.

## **FACTORES EXTERNOS**

### **OPORTUNIDADES**

- Entidades financieras que otorguen créditos a los microempresarios
- Apoyo del gobierno para créditos
- Demanda insatisfecha
- Escasos conocimientos contables, administrativos y financieros por parte de los microempresarios.

### **AMENAZAS**

- Creación de nuevas asesorías que ofrecen servicios similares.
- Competencia directa desleal.
- Competencia informal.
- Asesores informales.

**MATRIZ FODA**

**Cuadro # 19**

**FACTORES INTERNOS**

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p><b>“Crear una Asesoría Administrativa donde los microempresarios desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo de la ciudad de Milagro”</b></p> | <b>FORTALEZAS</b>  | <b>DEBILIDADES</b>  |
|   | Buena ubicación de la Asesoría.  | Nuevos en el mercado  |
|   | Profesionales altamente capaces  | Infraestructura pequeña   |
|   | Continúa capacitación y actualización del talento humano.  | Poco capital.   |
|   | Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.   | Escasa publicidad del negocio.  |
| <b>OPORTUNIDADES</b>  | <b>FO</b>  | <b>DO</b>   |
| Entidades financieras que otorguen créditos a los microempresarios  | .-El poseer procesos y procedimientos de calidad influirían en el que empresas estables aporten al crecimiento económico del sector comercial.   | .- Con la presencia de microempresas estables que aporten al crecimiento económico fortalecerá la permanencia en esta actividad así seamos nuevos en el mercado.                                    |
| Apoyo del gobierno para créditos  | .-El talento humano debe estar actualizado en todo lo referente a la actividad y servicio que brindará la asesoría, para que se diferencie de la competencia.                                    | .-La administración deberá distribuir adecuadamente los bienes de la asesoría y así poder proyectar una buena imagen  |
| Demanda insatisfecha  | .- Para lograr la máxima satisfacción de los microempresarios, el servicio será personalizado acorde a los requerimientos del cliente.   | .- Los administradores de la asesoría deben buscar un financiamiento a través de una entidad bancaria para poder cubrir con todos los gastos de constitución y poder operar sin ninguna dificultad. |
| Escasos conocimientos contables, administrativos y financieros por parte de los microempresarios.   | .- Con la presencia de un personal capacitado lograremos captar la atención de los microempresarios pues ellos en su mayoría carecen de conocimientos contables, administrativos, y financieros. | Emplear medios publicitarios que proyecten atención de los clientes, para dar a conocer con mayor aceptación y un corto tiempo en este mercado.   |

**FACTORES EXTERNOS**

**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

## FACTORES INTERNOS

|                          |  |   | FORTALEZAS   | DEBILIDADES                    |
|--------------------------|--|---|--|--------------------------------|
| <b>FACTORES EXTERNOS</b> | <b>“Crear una Asesoría Administrativa donde los microempresarios desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo de la ciudad de Milagro”</b> |   | Buena ubicación de la Asesoría.  | Nuevos en el mercado           |
|                          |  |   | Profesionales altamente capaces  | Infraestructura pequeña        |
|                          |  |   | Continúa capacitación y actualización del talento humano.  | Poco capital.                  |
|                          |  |   | Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.   | Escasa publicidad del negocio. |
|                          | <b>AMENAZAS</b>  | <b>FA</b>   | <b>DA</b>  |                                |
|                          | Creación de nuevas asesorías que ofrecen servicios similares.  | Es importante que se ubique en un lugar céntrico de fácil ubicación para las personas, específicamente debe estar situado cerca del sector objeto de estudio.   | .- Utilizar los mejores medios para la publicidad del negocio, dando a conocer la calidad del del servicio que se brindará y así lograr una ventaja competitiva ante la aparición de los sustitutos. |                                |
|                          | Competencia directa desleal.   | .- El contar con un personal altamente capacitado es la garantía para lograr la lealtad de los microempresarios y así contrarrestaremos a la competencia.   | .- El servicio debe ser de calidad, donde el cliente se sienta satisfecho, a pesar de operar con una infraestructura pequeña.  |                                |
|                          | Competencia informal.  | .- Las asesorías deben ser cada día mejor, de forma actualizada y sobre todo personalizada para así lograr un pronto posicionamiento en este mercado.   | .- Realizar un trabajo de calidad, se satisficará las necesidades y exigencias del microempresario logrando credibilidad por parte de ellos y así evitar la competencia desleal.                     |                                |
|                          | Asesores informales.   | .- El contar con procesos adecuados y procedimientos de calidad en la aplicación del trabajo, se realizará una asesoría de calidad, logrando captar gran parte del mercado, evitando la presencia de asesores informales. | Realizar alianzas con medios publicitarios para lograr las mejores herramientas publicitarias para beneficio de la asesoría.   |                                |

**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano

## 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

### Segmentación y composición del mercado

Se ha segmentado el mercado, es decir que la asesoría está orientada a fortalecer las actividades administrativas de los microempresarios. Dentro de esta localidad existen pocas asesorías, pero muchas de ellas se dedican a brindar asesorías contables y tributarias.

La asesoría que estamos proponiendo se enfocará directamente a fortalecer la participación de los microempresarios a través de herramientas administrativas, por ello, hemos estimado que nuestros posibles clientes estarían dentro de una edad más de veinticuatro años en adelante independientemente del sexo que sean.

Cabe mencionar que el servicio será brindado en el Ecuador, Provincia del Guayas: Cantón Milagro (sin embargo pasarían hacer clientes personas que estén cerca del perímetro urbano). En lo relacionado al aspecto social, los microempresarios están entre la clase social media alta con ingresos promedios de \$600 en adelante.

## MARKETING MIX

**PRODUCTO.-** La microempresa Mendieta Bejarano & Asociados brindara asesoría administrativa a los microempresarios, del cantón Milagro en el horario 08:30 a 18:00 horas de Lunes a sábado. Cabe mencionar que el servicio de asesoría será netamente personalizado para crear confianza y lealtad por parte de los clientes independientemente a la actividad que se dediquen.

Cuadro # 20

| PLAN DE ACCIÓN  |   |   |                                 |   |                  |   |                       |                            |                          |
|---|---|---|---------------------------------|---|------------------|---|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| POR QUÉ   | OBJETIVO  | META  | ACTIVIDADES                     | QUIÉN   | CANT. ASISTENTES | GASTO DE CAPACITACIÓN                         | COSTO DE CAPACITACIÓN | FECHA INICIAL DE ACTIVIDAD | FECHA FINAL DE ACTIVIDAD |
| LOS MICROEMPRESARIOS SITUADOS EN LA CALLE GARCIA MORENO MANTIENEN UNA DEBIL PARTICIPACIÓN EN ESTE MERCADO, POR LA DEBIL ADMINISTRACIÓN QUE TIENEN DE SUS NEGOCIOS | FORTALECER EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO A TRAVÉS DE LA ASESORÍA, BUSCANDO LA OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN BENEFICIO DE LA ORGANIZACIÓN Y EL MERCADO. | OPTIMIZAR LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS DE LOS MICROEMPRESARIOS, INCREMENTANDO SU DESARROLLO Y UN POSICIONAMIENTO PERMANENTE. | QUE ES LA ADMINISTRACIÓN        | LOS ASESORES DE LA ASESORIA MENDIETA BEJARANO & ASOCIADOS | 10 ASISTENTES    | BREAK, MATERIALES DE APOYO DIDACTICO \$ 21,50 | \$ 100 POR PERSONA    | LUNES 5 DE MARZO DEL 2012  | VIERNES 9 DE MARZO       |
|   |   |   | PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN |   |                  |   |                       |                            |                          |
|   |   |   | OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN  |   |                  |   |                       |                            |                          |
|   |   |   | PROCESOS ADMINISTRATIVOS        |   |                  |   |                       |                            |                          |
|   |   |   | COMO ADMINISTRAR EL NEGOCIO     |   |                  |   |                       |                            |                          |
|   |   |   | COMO SER MÁS COMPETITIVOS       |   |                  |   |                       |                            |                          |
|   |   |   | COMO MANTENERSE EN EL MERCADO   |   |                  |   |                       |                            |                          |

**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano.

Cuadro # 21

| <b>PROGRAMA DE CAPACITACIÓN</b>                         |                                 |               |               |               |                                       |                 |
|---|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------------------|-----------------|
| <b>ASISTENTES</b>                                       | <b>TEMAS</b>                    | <b>INICIO</b> | <b>HORA</b>   | <b>BREAK</b>  | <b>MATERIALES</b>                     | <b>COSTO</b>    |
| <b>10<br/>MICROEMPRESARIOS</b>                          | QUE ES LA ADMINISTRACIÓN        | 05/03/2012    | 14:00 a 18:00 | 16:30 A 16:45 | FOLLETOS<br>BOLÍGRAFOS<br>REFRIGERIOS | \$ 21,50        |
|   | PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN |               |               |               |                                       |                 |
|   | OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN  | 06/03/2012    | 14:00 a 18:00 |               | REFRIGERIOS                           | \$ 15,00        |
|   | PROCESOS ADMINISTRATIVOS        |               |               |               |                                       |                 |
|   | COMO ADMINISTRAR EL NEGOCIO     | 07/03/2012    | 14:00 a 18:00 |               | REFRIGERIOS                           | \$ 15,00        |
|   | COMO SER MÁS COMPETITIVOS       | 08/03/2012    | 14:00 a 18:00 |               | REFRIGERIOS                           | \$ 15,00        |
|   | COMO MANTENERSE EN EL MERCADO   | 09/03/2012    | 14:00 a 18:00 |               | REFRIGERIOS                           | \$ 15,00        |
| <b>TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS DE LAS CAPACITACIONES</b> |                                 |               |               |               |                                       | <b>\$ 81,50</b> |

Elaborado por: Julio Mendieta y Daniel Bejarano.

Logotipo



Figura # 3



## PRECIO

El precio se establecerá acorde a los problemas y necesidades del servicio requerido haciendo referencia el costo beneficio por el producto brindado.

**Cuadro # 22**

| <b>PRECIOS</b>  |              |
|---|--------------|
| <b>INGRESOS</b>   | <b>VALOR</b> |
| ASESORAMIENTO INTEGRAL DE CÓMO INICIAR SU MICROEMPRESA                | 100,00       |
| OBTENCION DE LOS REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA | 100,00       |
| CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA   | 30,00        |
| OBTENCION, ACTUALIZACION Y CIERRE DE RUC                              | 50,00        |
| LIQUIDACION DE IMPUESTOS MENSUALES                                    | 30,00        |
| ELABORACION DE LOS FORMULARIOS PARA LA DECLARACION ANTE EL SRI        | 50,00        |
| OBTENCION DE AUTORIZACION PARA EMISION DE FACTURAS                    | 50,00        |
| ASESORIA EN LA ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS                 | 50,00        |
| ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS                                | 150,00       |
| ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS                                   | 100,00       |
| DETERMINACION DE LA MEJOR ALTERNATIVA DE INVERSION                    | 250,00       |
| ASESORIA PARA LA OBTENCION DE UN MICRICREDITO                         | 20,00        |

**Elaborado por:** Julio Mendieta y Daniel Bejarano.

## PLAZA

La microempresa ofrecerá su servicio en el Cantón Milagro, en la Av. Chirijos 723 y Azuay. Preocupados por la ubicación se resalta la cercanía en que se encuentra para acceder a este servicio, con facilidades de movilización.

## PUBLICIDAD

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

## PROMOCIONES

Dentro de las promociones se establecerá el 5% del descuento en el servicio durante un mes desde la apertura de la microempresa Mendieta Bejarano & Asociados.

**Los medios publicitarios que se utilizaran son los siguientes.**

### RADIO

#### Asesoría Administrativa

**EMISIÓN:** RADIO LA VOZ DE MILAGRO

**FECHA:** Marzo 2012

**HORARIO:** Matutino

**LOCUCIÓN:** .....

**CONTROL:** ..... FONDO MUSICAL "2"

**LOCUTOR:** ..... Asesoría administrativa para microempresarios, te ofrece, la oportunidad de mejorar tu negocio, fortaleciendo tu participación en este mercado, y posicionándote como una microempresa de alta competencia

Ponemos a tu servicio personal altamente capacitado, actualización en el manejo administrativo, herramientas adecuadas e imagen corporativa bien definida a servicio de la comunidad..... (27")

**CONTROL:**.....FONDO MUSICAL "8"

## Tarjeta de presentación

|  |   |
|--|---|
| <p>La mejor asesoría para fortalecer tu gestión administrativa, te aseguramos tu permanencia en el mercado.</p> <p><b>Dirección:</b> Av. Chirijos y Azuay.<br/><b>Fono:</b> 091601373/094099512</p> <p><b>Ing. Julio Mendieta</b><br/><b>Gerente general</b></p> | <p><b>MENDIETA BEJARANO &amp; ASOCIADOS</b></p> <p><b>TU DESARROLLO EN NUESTRAS MANOS</b></p>  <p><b>CONSULTORIA Y ASESORIA EN DESARROLLO DE MICROEMPRESAS</b></p> |
|--|---|

Figura # 4

Volante.

**ASESORÍA ADMINISTRATIVA**  
**MENDIETA BEJARANO & ASOSIADOS**  
**TU DESARROLLO EN NUESTRAS MANOS**



**CONSULTORIA Y ASESORIA EN DESARROLLO DE  
MICROEMPRESAS**

*Te brindamos un asesoramiento de primera, te aseguramos un  
incremento de tus ingresos en un corto tiempo*

**Tel: 091601373/094099512**      **Dirección: Av. Chirijos y Azuay.**

Figura # 5

### **5.7.1 Actividades.**

- 1.- Adecuaciones del local. (Instalaciones eléctricas, pintado etc).
- 2.- Análisis sobre los medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer la empresa.
- 3.- Proceso de reclutamiento y selección del personal.
- 4.- Reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles como funcionara la empresa acorde a sus cargos.
- 5.- Trámite y gestión de crédito.
- 6.- Compra de equipos, materiales e insumos.
- 7.- Inauguración de la asesoría.
- 8.- Contacto con los proveedores.
- 9.- Contabilizar los movimientos económicos.
- 10.- Presentar los resultados obtenidos.

### 5.7.2 Recursos, análisis financiero.

Los recursos y medios de trabajo utilizados en este trabajo son los siguientes:

**Cuadro # 23**

| <b>DESCRIPCION</b>                     | <b>CANT.</b> | <b>VALOR INDIVIDUAL</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|--|--------------|-------------------------|--------------------|
| <b>RECURSOS OPERACIONALES</b>          |              |                         |                    |
| Papelería                              | 1            | 10,00                   | 10,00              |
| Suministros de oficina                 | 1            | 10,00                   | 10,00              |
| Resmas                                 | 2            | 4,50                    | 9,00               |
| Ciber                                  | 1            | 25,00                   | 25,00              |
| Movilización                           | 1            | 20,00                   | 20,00              |
| Telecomunicaciones                     | 1            | 40,00                   | 40,00              |
| Copias                                 | 420          | 0,05                    | 21,00              |
| Pen driver                             | 1            | 17,00                   | 17,00              |
| Transporte                             | 1            | 20,00                   | 20,00              |
| Perforadora                            | 1            | 4,50                    | 4,50               |
| Refrigerios                            | 1            | 25,00                   | 25,00              |
| Impresiones                            | 1            | 10,00                   | 10,00              |
| Anillado                               | 1            | 3                       | 3,00               |
| <b>TOTAL DE RECURSOS OPERACIONALES</b> |              |                         |                    |
| <b>TOTAL</b>                           |              |                         | <b>214,50</b>      |

**Análisis financiero.**

**Cuadro # 24**

| <b>EMPRESA DE ASESORIA</b> |   |                        |                     |
|----------------------------|---|------------------------|---------------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>       |   |                        |                     |
| <b>CANT.</b>               | <b>DESCRIPCION</b>                      | <b>COSTO. UNITARIO</b> | <b>COSTO. TOTAL</b> |
|                            | <b>MUEBLES Y ENSERES</b>                |                        |                     |
| 4                          | ESCRITORIOS                             | 450,00                 | 1.800,00            |
| 4                          | SILLAS DE ESCRITORIO                    | 45,00                  | 180,00              |
| 10                         | MESAS                                   | 25,00                  | 250,00              |
| 20                         | SILLAS PARA LAS CAPACITACIONES          | 15,00                  | 300,00              |
| 4                          | ARCHIVADORES                            | 156,23                 | 624,92              |
|                            | <b>TOTAL MUEBLES DE OFICINA</b>         |                        | <b>3.154,92</b>     |
|                            | <b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>            |                        |                     |
| 4                          | COMPUTADORA                             | 900,00                 | 3.600,00            |
| 2                          | PROYECTOR                               | 600,00                 | 1.200,00            |
| 1                          | IMPRESORA + ESCANER                     | 160,00                 | 160,00              |
|                            | <b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓ</b>    |                        | <b>4.960,00</b>     |
|                            | <b>EQUIPO DE OFICINA</b>                |                        |                     |
| 1                          | TELEFONO CON LÍNEA                      | 150,00                 | 150,00              |
| 2                          | AIRE ACONDICIONADO                      | 720,00                 | 1.440,00            |
|                            | <b>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</b>      |                        | <b>1.590,00</b>     |
|                            | <b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b> |                        | <b>\$ 9.704,92</b>  |

**Cuadro # 25**

| <b>DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS</b> |                        |                  |                     |                   |
|--|------------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| <b>DESCRIPCION</b>                       | <b>VALOR DE ACTIVO</b> | <b>% DE DEP.</b> | <b>DEP. MENSUAL</b> | <b>DEP. ANUAL</b> |
| MUEBLES Y ENSERES                        | 3.154,92               | 10%              | 26,29               | 315,49            |
| EQUIPO DE COMPUTACION                    | 4.960,00               | 33%              | 136,40              | 1.636,80          |
| EQUIPO DE OFICINA                        | 1.590,00               | 10%              | 13,25               | 159,00            |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>9.704,92</b>        |                  | <b>175,94</b>       | <b>2.111,29</b>   |

Cuadro # 26

| <b>NÓMINA AÑO 1</b> |                 |             |             |             |                                     |                        |                 |                  |
|---------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------------|------------------------|-----------------|------------------|
| <b>PERSONAL</b>     | <b>BASICO</b>   | <b>13RO</b> | <b>14TO</b> | <b>VAC.</b> | <b>Aportes<br/>IESS -<br/>SOLCA</b> | <b>FDO.RESE<br/>V.</b> | <b>REM.</b>     | <b>R-ANUAL</b>   |
| GERENTE GENERAL     | 600,00          | 50,00       | 22,00       | 25,00       | 74,10                               |                        | 622,90          | 7.474,80         |
| ASESOR 1            | 450,00          | 37,50       | 22,00       | 18,75       | 55,58                               |                        | 472,68          | 5.672,10         |
| ASESOR 2            | 450,00          | 37,50       | 22,00       | 18,75       | 55,58                               |                        | 472,68          | 5.672,10         |
| SECRETARIA          | 320,00          | 26,67       | 22,00       | 13,33       | 39,52                               |                        | 342,48          | 4.109,76         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>1.820,00</b> |             |             |             |                                     |                        | <b>1.910,73</b> | <b>22.928,76</b> |

| <b>NÓMINA AÑO 2</b> |                 |             |             |             |                                     |                        |                 |                  |
|---------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------------|------------------------|-----------------|------------------|
| <b>PERSONAL</b>     | <b>BASICO</b>   | <b>13RO</b> | <b>14TO</b> | <b>VAC.</b> | <b>Aportes<br/>IESS -<br/>SOLCA</b> | <b>FDO.RESE<br/>V.</b> | <b>REM.</b>     | <b>R-ANUAL</b>   |
| GERENTE GENERAL     | 624,00          | 52,00       | 22,00       | 26,00       | 77,06                               | 51,98                  | 698,92          | 8.386,98         |
| ASESOR 1            | 468,00          | 39,00       | 22,00       | 19,50       | 57,80                               | 38,98                  | 529,69          | 6.356,24         |
| ASESOR 2            | 468,00          | 39,00       | 22,00       | 19,50       | 57,80                               | 38,98                  | 529,69          | 6.356,24         |
| SECRETARIA          | 332,80          | 27,73       | 22,00       | 13,87       | 41,10                               | 27,72                  | 383,02          | 4.596,26         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>1.892,80</b> |             |             |             |                                     |                        | <b>2.141,31</b> | <b>25.695,71</b> |

| <b>NÓMINA AÑO 3</b> |                 |             |             |             |                                     |                        |                 |                  |
|---------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------------|------------------------|-----------------|------------------|
| <b>PERSONAL</b>     | <b>BASICO</b>   | <b>13RO</b> | <b>14TO</b> | <b>VAC.</b> | <b>Aportes<br/>IESS -<br/>SOLCA</b> | <b>FDO.RESE<br/>V.</b> | <b>REM.</b>     | <b>R-ANUAL</b>   |
| GERENTE GENERAL     | 648,96          | 54,08       | 22,00       | 27,04       | 80,15                               | 54,06                  | 725,99          | 8.711,90         |
| ASESOR 1            | 486,72          | 40,56       | 22,00       | 20,28       | 60,11                               | 40,54                  | 549,99          | 6.599,93         |
| ASESOR 2            | 486,72          | 40,56       | 22,00       | 20,28       | 60,11                               | 40,54                  | 549,99          | 6.599,93         |
| SECRETARIA          | 346,11          | 28,84       | 22,00       | 14,42       | 42,74                               | 28,83                  | 397,46          | 4.769,55         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>1.968,51</b> |             |             |             |                                     |                        | <b>2.223,44</b> | <b>26.681,30</b> |

| <b>NÓMINA AÑO 4</b> |                 |             |             |             |                                     |                        |                 |                  |
|---------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------------|------------------------|-----------------|------------------|
| <b>PERSONAL</b>     | <b>BASICO</b>   | <b>13RO</b> | <b>14TO</b> | <b>VAC.</b> | <b>Aportes<br/>IESS -<br/>SOLCA</b> | <b>FDO.RESE<br/>V.</b> | <b>REM.</b>     | <b>R-ANUAL</b>   |
| GERENTE GENERAL     | 674,92          | 56,24       | 22,00       | 28,12       | 83,35                               | 56,22                  | 754,15          | 9.049,82         |
| ASESOR 1            | 506,19          | 42,18       | 22,00       | 21,09       | 62,51                               | 42,17                  | 571,11          | 6.853,36         |
| ASESOR 2            | 506,19          | 42,18       | 22,00       | 21,09       | 62,51                               | 42,17                  | 571,11          | 6.853,36         |
| SECRETARIA          | 359,96          | 30,00       | 22,00       | 15,00       | 44,45                               | 29,98                  | 412,48          | 4.949,77         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>2.047,25</b> |             |             |             |                                     |                        | <b>2.308,86</b> | <b>27.706,31</b> |

| <b>NÓMINA AÑO 5</b> |                 |             |             |             |                                     |                        |                 |                  |
|---------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------------|------------------------|-----------------|------------------|
| <b>PERSONAL</b>     | <b>BASICO</b>   | <b>13RO</b> | <b>14TO</b> | <b>VAC.</b> | <b>Aportes<br/>IESS -<br/>SOLCA</b> | <b>FDO.RESE<br/>V.</b> | <b>REM.</b>     | <b>R-ANUAL</b>   |
| GERENTE GENERAL     | 701,92          | 58,49       | 22,00       | 29,25       | 86,69                               | 58,47                  | 783,44          | 9.401,25         |
| ASESOR 1            | 526,44          | 43,87       | 22,00       | 21,93       | 65,01                               | 43,85                  | 593,08          | 7.116,94         |
| ASESOR 2            | 526,44          | 43,87       | 22,00       | 21,93       | 65,01                               | 43,85                  | 593,08          | 7.116,94         |
| SECRETARIA          | 374,35          | 31,20       | 22,00       | 15,60       | 46,23                               | 31,18                  | 428,10          | 5.137,20         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>2.129,14</b> |             |             |             |                                     |                        | <b>2.397,69</b> | <b>28.772,33</b> |



Cuadro # 27

| <b>EMPRESA DE ASESORIA</b>          |                 |                 |                  |                  |                  |                  |                  |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>DETALLE DE GASTOS</b>            |                 |                 |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>       |                 | <b>ENERO</b>    | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>     | <b>AÑO 4</b>     | <b>AÑO 5</b>     |
| 1                                   | GERENTE GENERAL | 622,90          | 7.474,80         | 8.386,98         | 8.711,90         | 9.049,82         | 9.401,25         |
| 1                                   | ASESOR 1        | 472,68          | 5.672,10         | 6.356,24         | 6.599,93         | 6.853,36         | 7.116,94         |
| 1                                   | ASESOR 2        | 472,68          | 5.672,10         | 6.356,24         | 6.599,93         | 6.853,36         | 7.116,94         |
| 1                                   | SECRETARIA      | 342,48          | 4.109,76         | 4.596,26         | 4.769,55         | 4.949,77         | 5.137,20         |
| <b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b> |                 | <b>1.910,73</b> | <b>22.928,76</b> | <b>25.695,71</b> | <b>26.681,30</b> | <b>27.706,31</b> | <b>28.772,33</b> |

| <b>GASTOS DE GENERALES</b> |                               | <b>ENERO</b>  | <b>AÑO 1</b>    | <b>AÑO 2</b>    | <b>AÑO 3</b>    | <b>AÑO 4</b>    | <b>AÑO 5</b>    |
|----------------------------|-------------------------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                            | AGUA                          | 8,00          | 96,00           | 99,84           | 103,83          | 107,99          | 112,31          |
|                            | ENERGIA ELECTRICA             | 50,00         | 600,00          | 624,00          | 648,96          | 674,92          | 701,92          |
|                            | TELEFONO                      | 50,00         | 600,00          | 624,00          | 648,96          | 674,92          | 701,92          |
|                            | SERVICIOS DE INTERNET         | 35,00         | 420,00          | 436,80          | 454,27          | 472,44          | 491,34          |
|                            | GASTOS DE CONSTITUCIÓN        | 200,00        | 200,00          | 80,00           | 83,20           | 86,53           | 89,99           |
|                            | SUMINISTROS                   | 180,00        | 300,00          | 312,00          | 324,48          | 337,46          | 350,96          |
|                            | DEP. MUEBLES Y ENSERES        | 26,29         | 315,49          | 315,49          | 315,49          | 315,49          | 315,49          |
|                            | DEP. DE EQUIPO DE COMPUTO     | 136,40        | 1.636,80        | 1.636,80        | 1.636,80        |                 |                 |
|                            | DEP. DE EQUIPO DE OFICINA     | 13,25         | 159,00          | 159,00          | 159,00          | 159,00          | 159,00          |
|                            | <b>TOTAL GASTOS GENERALES</b> | <b>698,94</b> | <b>4.327,29</b> | <b>4.287,93</b> | <b>4.375,00</b> | <b>2.828,75</b> | <b>2.922,92</b> |

|                                   |                 |                  |                  |                  |                  |                  |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b> | <b>2.609,67</b> | <b>27.256,05</b> | <b>29.983,65</b> | <b>31.056,30</b> | <b>30.535,06</b> | <b>31.695,24</b> |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|

Cuadro # 28

| COSTO DE VENTAS |                          |        |                |               |               |                |                |                |                |                |
|-----------------|--------------------------|--------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| CANT.           | DETALLE                  | PRECIO | ENE            | JUNI          | DIC           | AÑO 1          | AÑO 2          | AÑO 3          | AÑO 4          | AÑO 5          |
| 1               | RADIO                    | 30,00  | 30,00          |               |               | 360,00         | 374,40         | 389,38         | 404,95         | 421,15         |
| 1               | GUINDOLAS                | 50,00  | 50,00          |               |               | 100,00         | 104,00         | 108,16         | 112,49         | 116,99         |
| 1               | DIARIO                   | 60,00  | 60,00          | 60,00         |               | 660,00         | 686,40         | 713,86         | 742,41         | 772,11         |
| 1               | VOLANTES                 | 15,00  | 15,00          | 15,00         |               | 60,00          | 62,40          | 64,90          | 67,49          | 70,19          |
| 100             | DIPTICOS                 | 0,50   | 50,00          | 5,00          | 120,00        | 190,00         | 197,60         | 205,50         | 213,72         | 222,27         |
| 100             | TARJETAS DE PRESENTACION | 0,20   | 20,00          | 10,00         |               | 60,00          | 62,40          | 64,90          | 67,49          | 70,19          |
| 1               | OTROS                    | 800,00 | 800,00         |               |               | 1.300,00       | 1.352,00       | 1.406,08       | 1.462,32       | 1.520,82       |
|                 | SERVICIOS PROFESIONALES  |        |                | 200,00        | 200,00        |                |                |                |                |                |
| <b>TOTAL</b>    |                          |        | <b>1025,00</b> | <b>290,00</b> | <b>320,00</b> | <b>2730,00</b> | <b>2839,20</b> | <b>2952,77</b> | <b>3070,88</b> | <b>3193,71</b> |

Cuadro # 29

| EMPRESA DE ASESORIA   |         |      |                 |                  |                  |                  |                  |                  |
|---|---------|------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| PRESUPUESTO DE INGRESOS   |         |      |                 |                  |                  |                  |                  |                  |
| INGRESOS POR VENTA  | VALOR   | CANT | ENER            | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
| ASESORAMEINTO INTEGRAL DE CÓMO INICIAR SU MICROEMPRESA                | 1000,00 | 2    | 2.000,00        | 24.000,00        | 25.200,00        | 26.460,00        | 27.783,00        | 29.172,15        |
| OBTENCION DE LOS REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA | 100,00  | 2    | 200,00          | 2.400,00         | 2.520,00         | 2.646,00         | 2.778,30         | 2.917,22         |
| CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA   | 30,00   | 2    | 60,00           | 720,00           | 756,00           | 793,80           | 833,49           | 875,16           |
| OBTENCION, ACTUALIZACION Y CIERRE DE RUC                              | 50,00   | 2    | 100,00          | 1.200,00         | 1.260,00         | 1.323,00         | 1.389,15         | 1.458,61         |
| LIQUIDACION DE IMPUESTOS MENSUALES                                    | 30,00   | 2    | 60,00           | 720,00           | 756,00           | 793,80           | 833,49           | 875,16           |
| ELABORACION DE LOS FORMULARIOS PARA LA DECLARACION ANTE EL SRI        | 50,00   | 2    | 100,00          | 1.200,00         | 1.260,00         | 1.323,00         | 1.389,15         | 1.458,61         |
| OBTENCION DE AUTORIZACION PARA EMISION DE FACTURAS                    | 50,00   | 2    | 100,00          | 1.200,00         | 1.260,00         | 1.323,00         | 1.389,15         | 1.458,61         |
| ASESORIA EN LA ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS                 | 50,00   | 2    | 100,00          | 1.200,00         | 1.260,00         | 1.323,00         | 1.389,15         | 1.458,61         |
| ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS                                | 150,00  | 1    | 150,00          | 1.800,00         | 1.890,00         | 1.984,50         | 2.083,73         | 2.187,91         |
| ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS                                   | 100,00  | 1    | 100,00          | 1.200,00         | 1.260,00         | 1.323,00         | 1.389,15         | 1.458,61         |
| DETERMINACION DE LA MEJOR ALTERNATIVA DE INVERSION                    | 250,00  | 1    | 250,00          | 3.000,00         | 3.150,00         | 3.307,50         | 3.472,88         | 3.646,52         |
| ASESORIA PARA LA OBTENCION DE UN MICROCRÉDITO                         | 20,00   | 1    | 20,00           | 240,00           | 252,00           | 264,60           | 277,83           | 291,72           |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>  |         |      | <b>3.240,00</b> | <b>38.880,00</b> | <b>40.824,00</b> | <b>42.865,20</b> | <b>45.008,46</b> | <b>47.258,88</b> |

**Cuadro # 30**

| <b>INVERSION DEL PROYECTO</b> |                  |
|-------------------------------|------------------|
| MUEBLES Y ENSERES             | 3.154,92         |
| EQUIPO DE COMPUTACION         | 4.960,00         |
| EQUIPO DE OFICINA             | 1.590,00         |
| CAJA BANCOS                   | 2.000,00         |
| <b>TOTAL DE LA INVERSION</b>  | <b>11.704,92</b> |

| <b>FINANCIACION DEL PROYECTO</b> |            |                  |
|----------------------------------|------------|------------------|
| <b>INVERSION TOTAL</b>           |            | <b>11.704,92</b> |
| Financiado                       | <b>50%</b> | 5.852,46         |
| Aporte Propio                    | <b>50%</b> | 5.852,46         |
|                                  |            | <b>11.704,92</b> |

| <b>TASA</b>                 |            |             |
|-----------------------------|------------|-------------|
| TASA ANUAL INTERES PRESTAMO | <b>16%</b> | <b>0,16</b> |
|                             |            | <b>0,16</b> |

Cuadro # 31

**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

|                           |                |                |                   |                |
|---------------------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|
| Capital (k)               | 5852,46        |                |                   |                |
| Interes Anual (i - a)     | 16             | %              |                   | 0,03           |
| Interes Mensual (i)       | 0,01           |                |                   | 1,21           |
| Plazo de Prestamo en Años | 5              |                |                   |                |
| Numeros de Pagos al Año   | 12             |                |                   |                |
| Numeros Total de Pagos    | 60             |                |                   |                |
|                           |                |                |                   |                |
| Tasa Fija                 | 142,32         |                |                   | <b>SALDO</b>   |
| # Pagos                   | <b>ABONO k</b> | <b>ABONO i</b> | <b>DIVIDENDOS</b> | <b>CAPITAL</b> |
| 0                         |                |                |                   | 5.852,46       |
| 1                         | 64,29          | 78,03          | 142,32            | 5.788,17       |
| 2                         | 65,14          | 77,18          | 142,32            | 5.723,03       |
| 3                         | 66,01          | 76,31          | 142,32            | 5.657,01       |
| 4                         | 66,89          | 75,43          | 142,32            | 5.590,12       |
| 5                         | 67,79          | 74,53          | 142,32            | 5.522,33       |
| 6                         | 68,69          | 73,63          | 142,32            | 5.453,65       |
| 7                         | 69,61          | 72,72          | 142,32            | 5.384,04       |
| 8                         | 70,53          | 71,79          | 142,32            | 5.313,51       |
| 9                         | 71,47          | 70,85          | 142,32            | 5.242,03       |
| 10                        | 72,43          | 69,89          | 142,32            | 5.169,61       |
| 11                        | 73,39          | 68,93          | 142,32            | 5.096,21       |
| 12                        | 74,37          | 67,95          | 142,32            | 5.021,84       |

Cuadro # 32

| <b>EMPRESA DE ASESORIA</b>                       |                  |                  |                  |                  |                  |                   |  |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|--|
| <b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b> |                  |                  |                  |                  |                  |                   |  |
|  | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>     | <b>AÑO 4</b>     | <b>AÑO 5</b>     | <b>TOTAL</b>      |  |
| <b>VENTAS</b>                                    | 38.880,00        | 40.824,00        | 42.865,20        | 45.008,46        | 47.258,88        | 214.836,54        |  |
| (-) <b>COSTO DE VENTAS</b>                       | 2.730,00         | 2.839,20         | 2.952,77         | 3.070,88         | 3.193,71         | 14.786,56         |  |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                            | <b>36.150,00</b> | <b>37.984,80</b> | <b>39.912,43</b> | <b>41.937,58</b> | <b>44.065,17</b> | <b>200.049,98</b> |  |
| <b>COSTOS INDIRECTOS</b>                         | 27.256,05        | 29.983,65        | 31.056,30        | 30.535,06        | 31.695,24        | 150.526,30        |  |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>                      | <b>8.893,95</b>  | <b>8.001,15</b>  | <b>8.856,13</b>  | <b>11.402,52</b> | <b>12.369,93</b> | <b>49.523,68</b>  |  |
| (-) <b>GASTOS FINANCIEROS</b>                    | 877,23           | 734,14           | 566,40           | 369,76           | 139,25           | 2.686,77          |  |
| <b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>                  | <b>8.016,72</b>  | <b>7.267,02</b>  | <b>8.289,74</b>  | <b>11.032,76</b> | <b>12.230,68</b> | <b>46.836,92</b>  |  |
| <b>PARTICIPACION EMPLEADOS</b>                   | 1.202,51         | 1.090,05         | 1.243,46         | 1.654,91         | 1.834,60         | 7.025,54          |  |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>                   | <b>6.814,21</b>  | <b>6.176,96</b>  | <b>7.046,28</b>  | <b>9.377,85</b>  | <b>10.396,08</b> | <b>39.811,38</b>  |  |
| <b>IMPUESTO RENTA</b>                            | 1.703,55         | 1.544,24         | 1.761,57         | 2.344,46         | 2.599,02         | 16.978,38         |  |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                             | <b>5.110,66</b>  | <b>4.632,72</b>  | <b>5.284,71</b>  | <b>7.033,39</b>  | <b>7.797,06</b>  | <b>29.858,53</b>  |  |

Cuadro # 33

| <b>EMPRESA DE ASESORIA</b>         |                   |                 |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
|------------------------------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| <b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>    |                   |                 |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
|                                    | <b>AÑO 0</b>      | <b>ENE.</b>     | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>     | <b>AÑO 4</b>     | <b>AÑO 5</b>     | <b>TOTAL</b>      |
| <b>INGRESOS OPERATIVOS</b>         |                   |                 |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| VENTAS                             | -                 | 3.240,00        | 38.880,00        | 40.824,00        | 42.865,20        | 45.008,46        | 47.258,88        | 214.836,54        |
| <b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>   |                   | <b>3.240,00</b> | <b>38.880,00</b> | <b>40.824,00</b> | <b>42.865,20</b> | <b>45.008,46</b> | <b>47.258,88</b> | <b>214.836,54</b> |
| <b>EGRESOS OPERATIVOS</b>          |                   |                 |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| INVERSION INICIAL                  | <b>11.704,92</b>  | -               | -                | -                | -                | -                | -                | -                 |
| GASTO DE ADMINISTRATIVOS           | -                 | 1.910,73        | 22.928,76        | 25.695,71        | 26.681,30        | 27.706,31        | 28.772,33        | 131.784,42        |
| GASTOS GENERALES                   | -                 | 523,00          | 2.216,00         | 2.176,64         | 2.263,71         | 2.354,25         | 2.448,42         | 11.459,02         |
| COSTO DIRECTO                      |                   | 1.025,00        | 2.730,00         | 2.839,20         | 2.952,77         | 3.070,88         | 3.193,71         | 14.786,56         |
| PAGO PARTICIP. EMPLEADOS           | -                 | -               | -                | 1.202,51         | 1.090,05         | 1.243,46         | 1.654,91         | 1.834,60          |
| PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA       | -                 |                 | -                | 1.703,55         | 1.544,24         | 1.761,57         | 2.344,46         | 2.599,02          |
| <b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b> | <b>11.704,92</b>  | <b>3.458,73</b> | <b>27.874,76</b> | <b>33.617,61</b> | <b>34.532,07</b> | <b>36.136,48</b> | <b>38.413,84</b> | <b>162.463,62</b> |
| <b>FLUJO OPERATIVO</b>             | <b>-11.704,92</b> | <b>-218,73</b>  | <b>11.005,24</b> | <b>7.206,39</b>  | <b>8.333,13</b>  | <b>8.871,98</b>  | <b>8.845,04</b>  | <b>44.261,78</b>  |
| <b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>      | -                 | -               | -                | -                | -                | -                | -                | -                 |
| PRESTAMO BANCARIO                  | 5.852,46          | -               | -                | -                | -                | -                | -                | -                 |
| <b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>    | <b>5.852,46</b>   | -               | -                |                  | -                |                  | -                |                   |
| <b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>       |                   |                 |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| <b>INVERSIONES</b>                 |                   |                 |                  |                  |                  |                  |                  |                   |
| PAGO DE CAPITAL                    | -                 | 64,29           | 830,62           | 973,71           | 1.141,45         | 1.338,09         | 1.568,60         | 5.852,46          |
| PAGO DE INTERESES                  | -                 | 78,03           | 877,23           | 734,14           | 566,40           | 369,76           | 139,25           | 2.686,77          |
| <b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b> | -                 | <b>142,32</b>   | <b>1.707,85</b>  | <b>1.707,85</b>  | <b>1.707,85</b>  | <b>1.707,85</b>  | <b>1.707,85</b>  | <b>8.539,23</b>   |
| <b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>     | <b>5.852,46</b>   | <b>-142,32</b>  | <b>-1.707,85</b> | <b>-1.707,85</b> | <b>-1.707,85</b> | <b>-1.707,85</b> | <b>-1.707,85</b> | <b>-8.539,23</b>  |
| <b>FLUJO NETO</b>                  | <b>-5.852,46</b>  | <b>-361,05</b>  | <b>9.297,39</b>  | <b>5.498,54</b>  | <b>6.625,29</b>  | <b>7.164,14</b>  | <b>7.137,20</b>  | <b>35.722,56</b>  |
| <b>SALDO INICIAL</b>               |                   |                 | <b>2.000,00</b>  |                  |                  |                  |                  |                   |
| <b>FLUJO ACUMULADO</b>             | -                 | <b>-361,05</b>  | <b>11.297,39</b> | <b>16.795,94</b> | <b>23.421,22</b> | <b>30.585,36</b> | <b>37.722,56</b> |                   |

Cuadro # 34

| <b>EMPRESA DE ASESORIA</b>       |                  |                  |                  |                  |                  |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>BALANCE GENERAL</b>           |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>CUENTAS</b>                   | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>     | <b>AÑO 4</b>     | <b>AÑO 5</b>     |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>          |                  |                  |                  |                  |                  |
| CAJA -BANCOS                     | 11.297,39        | 16.795,94        | 23.421,22        | 30.585,36        | 37.722,56        |
| <b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>    | <b>11.297,39</b> | <b>16.795,94</b> | <b>23.421,22</b> | <b>30.585,36</b> | <b>37.722,56</b> |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>             | 9704,92          | 9.704,92         | 9.704,92         | 9.704,92         | 9.704,92         |
| DEPRECIAC. ACUMULADA             | 2.111,29         | 4.222,58         | 6.333,88         | 6.808,37         | 7.282,86         |
| <b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>      | <b>7.593,63</b>  | <b>5.482,34</b>  | <b>3.371,04</b>  | <b>2.896,55</b>  | <b>2.422,06</b>  |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS</b>          | <b>18.891,02</b> | <b>22.278,27</b> | <b>26.792,26</b> | <b>33.481,91</b> | <b>40.144,62</b> |
| <b>PASIVO</b>                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>CORRIENTE</b>                 |                  |                  |                  |                  |                  |
| PRESTAMO                         | 5.021,84         | 4.048,14         | 2.906,69         | 1.568,60         | 0,00             |
| PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR    | 1.202,51         | 1.090,05         | 1.243,46         | 1.654,91         | 1.834,60         |
| IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR    | 1.703,55         | 1.544,24         | 1.761,57         | 2.344,46         | 2.599,02         |
| <b>TOTAL PASIVO</b>              | <b>7.927,90</b>  | <b>6.682,43</b>  | <b>5.911,72</b>  | <b>5.567,98</b>  | <b>4.433,62</b>  |
| <b>PATRIMONIO</b>                |                  |                  |                  |                  |                  |
| APORTE CAPITAL                   | 5.852,46         | 5.852,46         | 5.852,46         | 5.852,46         | 5.852,46         |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO           | 5.110,66         | 4.632,72         | 5.284,71         | 7.033,39         | 7.797,06         |
| UTILIDAD AÑOS ANTERIORES         | -                | 5.110,66         | 9.743,38         | 15.028,09        | 22.061,47        |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>10.963,12</b> | <b>15.595,84</b> | <b>20.880,55</b> | <b>27.913,93</b> | <b>35.710,99</b> |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b> | <b>18.891,02</b> | <b>22.278,27</b> | <b>26.792,26</b> | <b>33.481,91</b> | <b>40.144,62</b> |

Cuadro # 35

| <b>INDICES FINANCIEROS</b> |                     |             |             |             |             |             |
|----------------------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>DESCRIPCION</b>         | <b>INV. INICIAL</b> | <b>AÑO1</b> | <b>AÑO2</b> | <b>AÑO3</b> | <b>AÑO4</b> | <b>AÑO5</b> |
| Flujos operativos          | <b>-11.704,92</b>   | 11.005,24   | 7.206,39    | 8.333,13    | 8.871,98    | 8.845,04    |
| <b>TASA DE DESCUENTO</b>   |                     |             |             |             |             |             |
| TASA DE DESCUENTO          | 20%                 |             |             |             |             |             |

**Cuadro # 36**

|                                     |                     |
|-------------------------------------|---------------------|
| <b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b> | <b>MAYOR AL 12%</b> |
| SUMATORIA DE FLUJOS                 | 44.261,78           |
| AÑOS                                | 5                   |
| INVERSION INICIAL                   | 11.704,92           |
| TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO        | 75,63%              |

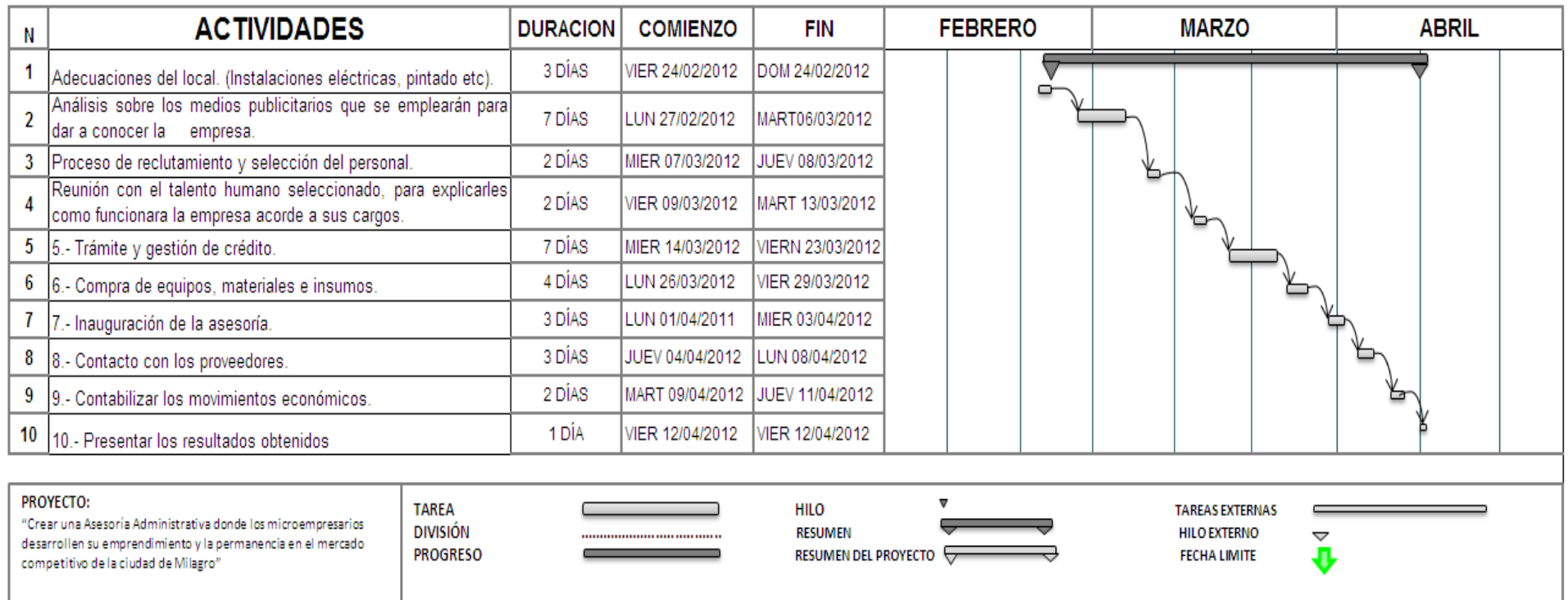
|                                |                 |                  |
|--------------------------------|-----------------|------------------|
| SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS     |                 | 26.831,05        |
| VAN                            | <b>POSITIVO</b> | <b>15.126,13</b> |
| INDICE DE RENTABILIDAD I.R.    | MAYOR A 1       | 1,77             |
| RENDIMIENTO REAL               | MAYOR A 12      | 77,38            |
| <b>TASA INTERNA DE RETORNO</b> |                 | <b>75%</b>       |

### 5.7.3 Impacto

- La implementación del negocio que ofrecemos busca acaparar el mercado del Cantón Milagro contribuyendo de forma directa a la sostenibilidad del microempresario.
- A nivel laboral proporcionando plazas de trabajo y capacitación adecuada de la misma, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de los milagreños.
- La optimización de las actividades de los microempresarios permitirá un posicionamiento respetable en este casco comercial.
- Luego del análisis desde el punto de vista de los propietarios en la relación costo beneficio se ven positivamente compactados, con esto asegura una inversión bien realizada.

### 5.7.4 Cronograma.

Cuadro # 37





#### **5.7.4 Lineamiento para evaluar la propuesta.**

Para poder establecer una excelente propuesta se estableció la utilización de una herramienta investigativa para la obtención de información veraz sobre el tema planteada, instrumento llamado encuesta, para saber de una forma directa que criterio tienen los microempresarios sobre este servicio, una vez obtenida esta información se procedió a establecer los respectivos análisis como el de Porter y Foda para conocer con mayor precisión el mercado y más de cerca a la competencia existente, para poder operar con mayor eficiencia y eficacia, con el claro objetivo de posicionarse en este sector comercial del Cantón Milagro.

## CONCLUSIONES

La Creación de la Asesoría es un negocio viable, pues tomando en cuenta que conocemos los procesos y la competencia en esta actividad, a continuación detallaremos las respectivas conclusiones.

1.- Los servicios de asesorías que prestan los profesionales situados en este cantón son diversos, puesto que existen muchas necesidades de los microempresarios. Sin embargo no se cubre con las expectativas de crecimiento que el cliente espera sobre la administración de su negocio.

2.- El poco conocimiento de la administración que tienen los microempresarios en el ejercicio de sus actividades está afectando la participación de estos negocios.

3.- La administración de las microempresas en su mayoría están a cargo de los mismos dueños, a pesar de que no están debidamente capacitados para llevar un adecuado control de sus actividades comerciales, razón por la cual mantienen una débil participación en el mercado.

4.- A pesar de que la tecnología forma parte importante en el desarrollo de todo negocio, existe un gran porcentaje de negocios que no tienen un sistema informático sofisticado.

5.- La propuesta demuestra a través de los índices financieros que esta nueva alternativa de asesoramiento es rentable con un 75% a diferencia de la tasa de mercado, lo cual demuestra que la asesoría podrá mantenerse en el mercado.

## RECOMENDACIONES

- 1.- Realizar un análisis persistente del comportamiento del cliente para establecer estrategias comerciales que satisfagan las exigencias de dichos clientes, a tal punto de generar su lealtad.
- 2.- Es importante que más de brindar una asesoría administrativa se oriente al microempresario a utilizar elementos publicitarios, puesto que son herramientas que ayudan a posicionar en un corto tiempo a todo negocio.
- 3.- Se recomienda que se realice continuas capacitaciones, ilustrando de esa manera al administrador, para que de esta manera se optimice las actividades internas y externas de la micronegocios.
- 4.- Implementar un sistema informático que se ajuste a las necesidades de la microempresa, logrando de esta manera un óptimo control operativo y a su vez altos niveles de rentabilidad.
- 5.- Se debe cumplir con los presupuestos establecidos en la parte financiera de esta propuesta ya que de esta manera se logrará llegar con el índice de rentabilidad del negocio, como es la TIR.
- 6.- Iniciar a mediano plazo la expansión del negocio hacia otros sectores del país.

## **BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

**BREALEY** Richard A, **STEWART** Myers C. *“PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS”* Quinta Edición. McGraw-Hill, 1990.

**BAAMONDE** Richard, Libro: *PRINCIPIOS DEL MARKETING*. Editorial Limerin.

**CHIAVENATO**, Idalberto: *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*, Quinta Edición, Editorial MC. Graw- Hill 2004.

**EMERY**, Douglas R.; **Finnerty** John D., *ADMINISTRACIÓN FINANCIERA CORPORATIVA*, Primera Edición Pearson Educación, México. 2000.

**HOLGUÍN CABEZAS** Rubén. *ELEMENTOS DE ECONOMÍA CUARTA EDICIÓN*, Editorial Ediciones Holguín S.A.

**HOLGUÍN CABEZAS** Rubén. *ELEMENTOS DE ECONOMÍA QUINTA EDICIÓN*, Editorial Ediciones Holguín S.A.

**JUMBOL**, Joel: *INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS*, Tercera Edición, Bogotá DC, Colombia 2005 p 486.

**KOTLER** P.; **Armstrong** G., *“MERCADOTECNIA”*, Sexta Edición, Prentice Hall, 1994.

**KOONTZ** Harold. *ELEMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Mc Graw Hill.

**LEÓN** Félix. *ENCICLOPEDIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*, Editorial Copyright

**LEXUS** Editores. *ENCICLOPÉDICO COLOR*, Editorial Lexus.

**LONGENECKER** G. Justin. *ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS*, Editorial Edición 11.

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

**PALACIOS LÓPEZ** Livia. *CONTABILIDAD INTERMEDIA*, Editorial Ministerio de Educación y Cultura.

**PAULI GUNTER**. *MANUAL COMUNICACIONAL*, Editorial Limerin S.A

**STRAUS** George y **SAYLES** Leonard R. *PERSONAL*, Editorial Hebreos Hnos. Sucesores S.A

**SAMUELSON** Carlos. *INICIOS DE LA ORGANIZACIÓN*, Editorial Edibosco.

**STONER**, James, **FREEMAN**, Edward; **GILBERT** Jr., Daniel. *ADMINISTRACIÓN*, Sexta Edición, Prentice Hall, 1995.

**VAN** Horne, J. C., y **WACHOWIEZ**, J. M., *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*, Octavo Edición, Prentice May, México, 1994.

**VARGAS CUEVAS** Luís. *PRINCIPIO DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Facultad de Ciencias Económicas.

**VENITZKY**, Guillermo: *PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y PRESUPUESTO*, Editorial, Librería S.A.

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

**VOLPENTESTA**, Jorge Roberto: *ORGANIZACIONES Y ESTRUCTURAS*. Osmar D.

**WALPOLE**, Ronald, **RAYMOND** Myers. “*PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA*”, Cuarta Edición McGraw-Hill. *yatti*, Buenos Aires, 1990.

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

## **LINCOGRAFÍAS**

[www.angeco.com](http://www.angeco.com) Asociación Nacional de Entidades de Gestión de Cobro – España.

[www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec) Superintendencia de Compañías.

[www.bce.gov.ec](http://www.bce.gov.ec) Banco Central del Ecuador

[www.superban.gov.ec](http://www.superban.gov.ec) Superintendencia de Bancos

# ANEXOS

**ANEXO 1**



**UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO.  
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.  
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL.**

**Encuesta dirigida a los administradores de las Microempresas de la Ciudad de Milagro.**

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <p><b>1. ¿Cuándo inicio el negocio, se dio por:</b></p> <p>Capital propio. <input type="text"/></p> <p>Cap. Propio + financiamiento. <input type="text"/></p> <p>Solo Financiamiento. <input type="text"/></p> <p>Finan. + Prestamista. <input type="text"/></p> <p>Propio +Prestamista <input type="text"/></p> <p>Prestamista. <input type="text"/></p> | <p><b>2. ¿Cuál es el tiempo que tiene el negocio en el mercado?</b></p> <p>Menos de un año. <input type="text"/></p> <p>Entre 1 a 3 años. <input type="text"/></p> <p>Entre 3 a 5 años. <input type="text"/></p> <p>Más de 5 años. <input type="text"/></p> | <p><b>3.- ¿Cuenta su negocio con una estructura organizacional – organigrama?</b></p> <p>Si. <input type="text"/></p> <p>No. <input type="text"/></p>                                     | <p><b>4.- ¿Quién es la persona que administra su negocio?</b></p> <p>Dueño. <input type="text"/></p> <p>Familiar. <input type="text"/></p> <p>Empleado. <input type="text"/></p>                          |
| <p><b>5¿La persona que administra su negocio tiene preparación académica?</b></p> <p>Básica. <input type="text"/></p> <p>Media <input type="text"/></p> <p>Superior. <input type="text"/></p> <p>Postgrado. <input type="text"/></p>  | <p><b>6.- ¿El personal que labora en la empresa recibe capacitación para desempeñar las funciones asignadas?</b></p> <p>Siempre. <input type="text"/></p> <p>Poca. <input type="text"/></p> <p>Ninguna. <input type="text"/></p>                            | <p><b>7.- ¿Conoce alguna empresa que de asesoramiento administrativo?</b></p> <p>Muchas. <input type="text"/></p> <p>Pocas. <input type="text"/></p> <p>Ninguna. <input type="text"/></p> | <p><b>8.- ¿El negocio cuenta con tecnología de punta para su desarrollo empresarial?</b></p> <p>Total. <input type="text"/></p> <p>Parcial. <input type="text"/></p> <p>Ninguna. <input type="text"/></p> |
| <p><b>10.- ¿Considera que los Créditos Financieros para el desarrollo de las Microempresas cómo?</b></p> <p>Muy importante <input type="text"/> Importante <input type="text"/> Poco importante. <input type="text"/></p>   |   |   |   |

# ANEXO 2



## Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales

Especie Valorada \$ 1.00

**Nº 019259**

★ ★ ★ ★ ★  
GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No. \_\_\_\_\_

PRIMERA VEZ  RENOVIACIÓN

|     |     |     |
|-----|-----|-----|
| DÍA | MES | AÑO |
|-----|-----|-----|

| DATOS DEL CONTRIBUYENTE |         |             |             | No. CÉDULA DE CIUDADANÍA |
|-------------------------|---------|-------------|-------------|--------------------------|
| APELLIDOS               |         | NOMBRES     |             |                          |
| PATerno                 | MATerno | 1er. NOMBRE | 2do. NOMBRE | R.U.C.                   |

| DATOS DEL SOLICITANTE                          |                             |  |     |                              |
|--|-----------------------------|--|-----|------------------------------|
| DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO                  |                             | TELÉFONO (S)   | FAX | CASILLA                      |
| ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD |                             | FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO |     | CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO) |
| SI <input type="checkbox"/>                    | NO <input type="checkbox"/> | MES  | DÍA | AÑO                          |
|  |                             |  |     | \$.                          |

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

|          |  |                          |
|----------|--|--------------------------|
| CLASE A. | DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.                        | <input type="checkbox"/> |
| CLASE B. | DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.              | <input type="checkbox"/> |
| CLASE C. | NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN. | <input type="checkbox"/> |

| ACTIVIDAD  | PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA  |
|--|--|
| COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/><br>FINANCIERA <input type="checkbox"/> ARTESANAL <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE _____<br>ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____ | No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN _____<br>FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN _____ |

| INFORMACIÓN ESTADÍSTICA   |   |
|---|---|
| ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/><br>AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/><br>COMERCIO <input type="checkbox"/> PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/> ARTESANÍA <input type="checkbox"/> | CANTIDAD DE TRABAJADORES<br>1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/><br>21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/><br>51 - 200 <input type="checkbox"/> |

| NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)   |                |                  |
|---|----------------|------------------|
| DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES. | LIQUIDADO POR: | RELIQUIDADO POR: |
| SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL   | _____          | _____            |

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:  
 1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.  
 2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVIACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.



- d) Dirección del domicilio y del establecimiento;
- e) Tipo de actividad económica a la que se dedica;
- f) Monto del capital con el que opera el establecimiento;
- g) Indicación si el local es propio, arrendado o anticresis;
- h) Año y número del registro y patente anterior;
- i) Fecha de iniciación de la actividad;
- j) Informe si lleva o no contabilidad; y,
- k) Firma del sujeto pasivo o de su representante legal.

Una vez obtenida la patente, todas las personas estarán en la obligación de exhibir la patente en un lugar visible del establecimiento o local.

**Art. 9.- DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE.-** La base del impuesto será la siguiente:

- a) Para las personas naturales o jurídicas o sociedades de hecho, que estén obligadas a llevar contabilidad la base del impuesto será el total del activo del año inmediato anterior, menos el pasivo corriente. Para tal efecto deberán entregar una copia del balance general presentado en los organismos de control a más de esto para el caso de personas jurídicas deberán presentar copia del balance sellados por la Superintendencia de Compañías o por la Superintendencia de Bancos, según corresponda;
- b) Para las personas naturales o jurídicas que tengan sucursales o agencias en el cantón Milagro, la base imponible se determinará en relación al porcentaje de participación en el cantón;
- c) Para las personas naturales que no estén obligados a llevar contabilidad, la base imponible será el total del activo o en su defecto el total de ingresos menos el total de gastos declarados para el impuesto a la renta, conforme a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), excluyendo terrenos y edificios; y si el caso lo amerita en forma presuntiva;
- d) Para las actividades nuevas, el capital de operación será el inicial o de apertura de la actividad;
- e) Para las personas naturales o jurídicas que están sujetas al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) se debe tomar en cuenta la base imponible declarada en el SRI;
- f) Para el caso que se demuestre que los pasivos corrientes sean mayores que los activos totales, y por consiguiente el resultado de la diferencia entre los activos totales y pasivos corrientes sea un valor en negativo; la base imponible a tomarse será la del año inmediato anterior; . . . y,
- g) Los sujetos pasivos que no se inscribieren en el registro de patentes municipales, y los que no hagan la declaración formal dentro del plazo estipulado, se procederá a la determinación del impuesto en forma presuntiva, según el Art. 92 del Código Tributario.

**Art. 10.- CUANTÍA DEL IMPUESTO ANUAL DE PATENTE.-** Conforme a lo señalado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad), se establece la siguiente tabla para la determinación del impuesto:

TABLA PARA EL CÁLCULO DEL IMPUESTO DE PATENTES

| Fracción básica | Fracción excedente | Impuesto sobre fracción básica | Impuesto sobre fracción excedente |
|-----------------|--------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| 0,00            | 500,00             | 10,00                          | 0,00%                             |
| 500,01          | 2.000,00           | 25,00                          | 0,20%                             |
| 2.000,01        | 5.000,00           | 40,00                          | 0,30%                             |
| 5.000,01        | 10.000,00          | 45,00                          | 0,40%                             |
| 10.000,01       | 25.000,00          | 70,00                          | 0,60%                             |
| 25.000,01       | 50.000,00          | 150,00                         | 0,80%                             |
| 50.000,01       | 100.000,00         | 300,00                         | 0,78%                             |
| 100.000,01      | 300.000,00         | 800,00                         | 0,80%                             |
| 300.000,01      | 600.000,00         | 2.000,00                       | 0,80%                             |
| 600.000,01      | 1.000.000,00       | 5.000,00                       | 1,00%                             |
| 1.000.000,01    | 5.000.000,00       | 10.000,00                      | 1,00%                             |
| 5.000.000,01    | En adelante        | 25.000,00                      | 0,80%                             |

**Art. 11.- REDUCCIÓN DEL IMPUESTO POR PÉRDIDAS O DESCENSO EN LAS UTILIDADES.-** Estas se aplicarán de acuerdo al contenido del Art. 549 el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad).

**Art. 12.- DEL AUMENTO DE CAPITAL.-** En caso de aumento de capital, cambio de propietario y/o accionistas, cambio de domicilio o de denominación del establecimiento, deberá ser comunicado de manera inmediata al Departamento de Rentas Municipal para su actualización en el respectivo catastro, asumiendo el contribuyente la responsabilidad legal ante el Municipio del Cantón Milagro con su firma en el correspondiente formulario, adquirido en la Tesorería. Un representante de la Jefatura de Rentas podrá efectuar las inspecciones del caso, con el fin de verificar los cambios notificados por el contribuyente.

**Art. 13.- DE LA LIQUIDACIÓN.-** En caso de liquidación de las actividades económicas que causen las obligaciones de los tributos materia de esta ordenanza, deberá comunicarse al Departamento de Rentas Municipales, dentro de treinta (30) días contados a partir de la finalización de las operaciones, cumpliendo el siguiente procedimiento:

- a) Cancelación de valores adeudados y presentación de la copia de este comprobante; y,
- b) Solicitud de eliminación del catastro.

Comprobado dicho caso se procederá a la cancelación de la inscripción, y a suprimir el nombre del catastro; de otro modo se entenderá que el negocio continúa hasta la fecha de su aviso.

**Art. 14.- PAGO INDEPENDIENTE DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD.-** El impuesto a la patente se deberá pagar durante el tiempo que se desarrolla la actividad o desde de la obtención del Registro Único de Contribuyentes, aunque la actividad no se haya efectuado.

En el caso que el contribuyente no hubiere notificado a la Administración Tributaria Municipal, dentro de los 30 días siguientes a la finalización de la actividad gravada, se considerará como ejercida, por lo cual el sujeto pasivo deberá pagar por patente anual, el valor establecido desde la fecha de finalización de la actividad hasta la fecha de notificación a la Administración. Sin embargo, de existir documentos que justifiquen plenamente que la actividad económica no fue ejercida, el sujeto pasivo pagará por concepto de impuesto de patente anual diez dólares (US\$ 10,00) por cada año, desde la fecha de finalización de la actividad a la fecha de notificación de la Administración.

**Art. 15.- PAGO INDIVIDUAL POR CADA ACTIVIDAD.-** Cuando varias personas naturales o sociedades ejerzan conjunta o individualmente, en un mismo establecimiento, más de una actividad económica, cada una de ellas declarará y pagará el impuesto de patentes, según la actividad que realice.

Si una persona natural tiene más de un local, para el ejercicio de su actividad económica, en el cantón Milagro, para la determinación del impuesto de patentes, deberá consolidar los capitales que se distribuyen en cada establecimiento, siempre y cuando correspondan al mismo tipo de actividad.

**Art. 16.- DE LA EMISIÓN DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO.-** En base al catastro de patentes, los títulos de crédito por patente municipal se emitirán el primer día laborable de cada año, sin perjuicio de los resultados que arrojen las verificaciones de las declaraciones y sea necesario reliquidar. En este evento, se emitirán los títulos complementarios que fueren menester.

**Art. 17.- DE LOS RECLAMOS.-** En casos de errores en la determinación del impuesto, el contribuyente tiene derecho a solicitar al Director Financiero, la revisión del proceso de determinación y por ende la rectificación de la cuantía del impuesto a que hubiera lugar, también podrá solicitar la exclusión de su nombre del registro de contribuyentes de este impuesto, en los casos de enajenación, liquidación o cierre definitivo del negocio.

**Art. 18.- CLAUSURA.-** Se procederá a la clausura del establecimiento, cuando los sujetos pasivos de este impuesto incurran en uno o más de los siguientes casos:

- a) Falta de declaración por parte de los sujetos pasivos, en las fechas y plazo establecidos, aún cuando la declaración no origine tributos;
- b) No facilitar la información requerida por la Administración Municipal;
- c) Incumplimiento en el pago de títulos emitidos por patentes y notificaciones realizadas por el Departamento de Rentas, sin perjuicio de la acción coactiva;
- d) Impedir a los funcionarios autorizados por la Administración Tributaria Municipal a efectuar las inspecciones o verificaciones tendientes al control del impuesto de patentes exhibiendo la información y documentos que les fueren solicitados;
- e) Proporcionar falsa información a los Inspectores del Departamento de Rentas;
- f) Inobservancia a las citaciones realizadas por la Jefatura de Rentas.

Previo a la clausura la Administración Tributaria a través de la Comisaría Municipal notificará al sujeto pasivo, concediéndole un término de 15 días para que cumpla con las obligaciones tributarias y documentadamente justifique su incumplimiento. De no hacerlo, la Dirección Financiera ordenará la clausura del establecimiento.

**Art. 19.- DESTRUCCIÓN DE SELLO.-** La destrucción de sellos que impliquen inicio de actividades sin autorización y/o la oposición a la clausura, dará lugar a iniciar las acciones legales pertinentes, por Asesoría Jurídica Municipal.

**Art. 20.- EXENCIONES.-** Estarán exentos del pago de patentes municipales, los artesanos calificados como tales por la Junta Nacional de Defensa del Artesano quienes deberán justificar su calidad de tales en la Dirección Financiera Municipal.

**Art. 21.- NORMAS SUPLETORIAS.-** En todo lo que no estuviese prescrito en la presente ordenanza se sujetará a las disposiciones del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad) y el Código Tributario.

**Art. 22.- DEROGATORIA.-** La presente ordenanza deroga la aprobada por el Concejo Cantonal de Milagro en sesiones ordinarias del 14 y 22 de abril del 2005, y todas aquellas que se opongan a la presente.

**ART. 23.- VIGENCIA.-** La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y firmado en la sala de sesiones del Ilustre Concejo Municipal de Milagro, a los 21 días del mes de diciembre del año 2010.

Ing. Juan Bastidas Aguirre, VICE-ALCALDE DEL I. CONCEJO  
Ing. Pilar Rodríguez Quinto, SECRETARIA DEL I. CONCEJO

**SECRETARÍA MUNICIPAL.-** La infrascrita Ing. Pilar Rodríguez Quinto, Secretaria del Concejo, CERTIFICA: Que la presente "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO" fue discutida y aprobada por el Ilustre Concejo de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro en Sesiones Ordinarias del 14 y 21 de diciembre de 2010, en primer y segundo debate respectivamente.

**Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en sus artículos 546 al 551 establece a favor de los municipios el derecho al cobro del impuesto de patentes municipales y metropolitanos a todos los comerciantes e industriales y todas las personas que ejerzan permanentemente cualquier actividad de orden económico dentro del cantón respectivo;

**Que,** la norma legal antes mencionada en su Art. 548, dispone que el Concejo mediante Ordenanza establecerá la tarifa del impuesto anual en función del patrimonio de los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón, siendo la tarifa mínima de diez dólares (US\$ 10,00) y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 25,000.00);

**Que,** el Art. 492 del COOTAD dice que las municipalidades y distritos metropolitanos reglamentarán por medio de ordenanzas el cobro de sus tributos;

**Que,** el Art. 57 del COOTAD, dice que entre las atribuciones del concejo municipal le corresponde regular, mediante ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor;

**Que,** es necesario actualizar y armonizar la Ordenanza antes mencionada con el nuevo Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

En virtud de las atribuciones que le confiere las disposiciones legales transcritas:

**EXPIDE:**

**La "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO".**

**Art. 1.- OBJETO DEL IMPUESTO (MATERIA IMPONIBLE).**- Establécese el impuesto de patente anual municipal que se aplicará sobre las actividades comerciales, industriales, financieras, de servicios y económicas en general, expresada en el valor de la base imponible.

**Art. 2.- SUJETOS PASIVOS.**- Son sujetos pasivos del impuesto de patentes municipales, todas las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y propietarios de negocios individuales, nacionales, extranjeros, y todos los profesionales, que permanentemente ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras y de servicios, que obligatoriamente deberán registrarse en el catastro de patente anual municipal.

Son sujetos pasivos en calidad de contribuyentes las personas naturales; en calidad de responsables:

- Los Directores, Presidentes, Gerentes o representantes de las personas jurídicas y demás entes colectivos con personalidad legalmente reconocida;
- Los representantes legales de menores no emancipados y los tutores o curadores con administración de negocios de los demás incapaces;
- Los que dirigen, administran o tengan la disponibilidad de negocios de entes colectivos que carecen de personalidad jurídica;
- Los mandatarios, agentes oficiosos o gestores voluntarios respecto de los negocios que administran o dispongan;
- Los adquirentes de negocios o empresas por los impuestos de patentes municipales que se hallare deudando el vendedor, generados en la actividad de dichos negocios o empresas que se transfieren, por el año que se realice la transferencia y por los dos años anteriores, responsabilidad que se limitará al valor de esos bienes;
- Las sociedades que sustituyen a otras, haciéndose cargo del activo y el pasivo en todo o en parte sea por fusión, transformación, absorción o cualquier otra forma. La responsabilidad comprenderá a los impuestos de patentes municipales adeudados por aquellas hasta la fecha del respectivo acto;
- Los sucesores a título universal, respecto de los impuestos de patentes municipales adeudados por el causante; y,
- Los donatarios y los sucesores a título singular, respecto de los impuestos de patentes municipales adeudados por el donante o causante correspondiente a los negocios legados o donados.

**Art. 3.- OBLIGACIONES DE LOS SUJETOS PASIVOS.**- Los sujetos pasivos del impuesto de patentes están obligados a cumplir con los deberes formales establecidos en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), el Código Tributario, en todo cuanto se relacione con este impuesto, y específicamente con lo siguiente:

- Inscribirse en el catastro del impuesto de patentes que para la determinación de este impuesto llevará la Oficina de la Jefatura de Rentas;
- Presentar la declaración de su patrimonio de operación de la actividad económica, en los formularios entregados por la Administración Tributaria Municipal, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
- Facilitar a los funcionarios autorizados de la Administración Tributaria Municipal, las inspecciones o verificaciones tendientes al control o a la determinación del impuesto de patentes municipales, exhibiendo las declaraciones, informes, libros, registros y demás documentos proporcionados para tales efectos y formular las declaraciones que les fueren solicitadas; y,

- Concurrir a las oficinas de la Administración Tributaria Municipal, cuando su presencia sea requerida por la administración.

**Art. 4.- DEL DOMICILIO TRIBUTARIO.**- Para todos los efectos tributarios relativos al impuesto de patentes municipales, se tendrá como domicilio:

- Para las personas naturales, cualquier lugar ubicado dentro de la jurisdicción del cantón Milagro donde residan habitualmente o permanentemente ejerzan sus actividades económicas;
- Para las personas jurídicas, el lugar señalado en el contrato social o en los respectivos estatutos; y, en su defecto, cualquier lugar de la jurisdicción de este cantón donde permanentemente ejerzan sus actividades económicas;
- Para sociedades de hecho cualquier lugar de la jurisdicción del cantón Milagro donde funcionen permanentemente sus negocios; y,
- Las personas domiciliadas en el exterior, naturales o jurídicas que mantuvieren actividades económicas dentro de la jurisdicción del cantón Milagro y que por tanto, son contribuyentes del impuesto de patentes municipales, están obligados a instituir representantes y fijar domicilio en el cantón Milagro; y, comunicar del particular a la Administración Tributaria Municipal.
- Si omitieren tales deberes, se tendrá como representante a las personas que ejecutaren tales actividades.

**Art. 5.- SUJETO ACTIVO DEL IMPUESTO.**- El sujeto activo del impuesto de patente anual es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Francisco de Milagro, administrada por la Dirección Financiera Municipal a través del Departamento de Rentas.

**Art. 6.- FACULTADES DEL SUJETO ACTIVO.**- A la Dirección Financiera Municipal se le otorga las siguientes facultades:

- Solicitar a la Superintendencia de Compañías, de Bancos y otras entidades, la lista actualizada de las compañías, entidades financieras, cooperativas y asociaciones cuyo domicilio se halle en el cantón Milagro;
- Solicitar a los diversos gremios empresariales del cantón, la nómina actualizada de sus afiliados, con indicación de la actividad económica, dirección, representante legal, domicilio y patrimonio;
- Requerir al Servicio de Rentas Internas copia del registro único de contribuyente, así como de las declaraciones del impuesto a la renta de los contribuyentes que se requiera; y,
- Solicitar a terceros cualquier información relacionada con la realización del hecho generador de este impuesto.

**Art. 7.- PLAZO PARA DECLARAR Y OBTENER LA PATENTE.**- Para ejercer permanentemente una actividad comercial, industrial, financiera, de servicio o de carácter económico en general, dentro de la jurisdicción del cantón Milagro, se requiere la obtención de la patente anual, previa la inscripción en el registro municipal, que para estos efectos, mantendrá la Oficina de la Jefatura de Rentas.

La patente anual se deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inicien las actividades gravadas con este impuesto, o durante el mes de enero de cada año para los negocios ya establecidos y para las personas jurídicas u obligadas a llevar contabilidad lo harán hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la Renta. El incumplimiento a esta norma se sancionará con una multa que será equivalente al tres por ciento (3%) por cada mes o fracción de mes de retraso en la presentación de la declaración y pago, misma que se calculará sobre el impuesto causado según la respectiva declaración; multa que no excederá del 100% de dicho impuesto a la patente anual. Esta sanción será determinada, liquidada y pagada por el sujeto pasivo, sin necesidad de resolución administrativa previa, caso de no hacerlo, la Municipalidad las cobrará aumentadas en un 20%, sin perjuicio de los intereses de mora que origine el incumplimiento y, en caso de concurrencia de infracciones, se aplicarán las sanciones que procedan según lo previsto en el Libro IV del Código Tributario.

**Art. 8.- DEL REGISTRO Y CATASTRO DEL IMPUESTO DE PATENTE ANUAL.**- El sujeto pasivo del impuesto de patentes municipales, deberá presentar al Departamento de Rentas Municipales, los siguientes documentos:

Las personas naturales:

- Formulario de declaración de patente;
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación; y,
- Copia del registro único de contribuyente o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE).

Las sociedades:

- Formulario de declaración de patente;
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal;
- Copia del acta o resolución de constitución de la compañía original y copia;
- Original y copia de los balances y declaraciones presentados a la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos y/o Servicio de Rentas Internas.

La Oficina Municipal de Rentas, llevará el catastro de patente anual, donde se registrará la información consignada en el formulario de declaración que hiciera el contribuyente, formulario valorado que será adquirido en la Tesorería Municipal y será llenado por el interesado, con los siguientes datos:

- Nombres y apellidos completos del sujeto pasivo o razón social;
- Número de cédula de ciudadanía o pasaporte;
- Nacionalidad;

ANEXO 5

COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: ABR DIA: 27 AÑO: 2011 CAJA No.: 14 No.: 000283451

CONTRIBUYENTE: ILUSTRE M. MILAGRO MENDOZA SAQUISILI MARIA ROSARIO  
 Direccion: CALLE MIGUEL VALVERDE ENTRE INGLATERRA Y PEDRO VE 01-05-29-77-0-0-0-0

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 01-05-29-77-0-0-0-0  
 CODIGO TRANSACC.: URB

**PAGO DE PREDIOS URBANO Y ADICIONALES 2011**  
 TITULO DE CREDITO No. 0 62934

Avaluo Prop. Urb. \$ 79.687,18  
 CUERPO DE BOMBEROS 11.95

| VALOR RECIBIDO        |                      |
|-----------------------|----------------------|
| EFFECTIVO             | \$ *****11.95        |
| CHEQUES               | \$ *****0.00         |
| N/C y/o TRANSFER      | \$ *****0.00         |
| <b>TOTAL RECIBIDO</b> | <b>\$ *****11.95</b> |

0248822

MUNICIPALIDAD DE MILAGRO  
 TESORERIA  
 27 ABR 2011  
 11:40:20  
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO  
 PAGADO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

ANEXO 6

COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: NOV DIA: 24 AÑO: 2010 CAJA No.: 5 No.: 000011831

CONTRIBUYENTE: HERNANDEZ FRANCO ZOILA ELIZABETH  
 Direccion: TORRES CAUSANA Y ENRIQUE VALDEZ

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 090808499001  
 CODIGO TRANSACC.: PAT

**PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2010**  
 TITULO DE CREDITO No. P-2321

IMP. PATENTE 37.00  
 REG. SANITARIO 2.00  
 FORMULARIOS 6.00  
 EMISION 1.00

Interes: 2.85 Multa: 41.10 Coactiva: 0.00

| VALOR RECIBIDO        |                      |
|-----------------------|----------------------|
| EFFECTIVO             | \$ *****59,95        |
| CHEQUES               | \$ *****0,00         |
| N/C y/o TRANSFER      | \$ *****0,00         |
| <b>TOTAL RECIBIDO</b> | <b>\$ *****59,95</b> |

01-46460  
 21 NOV 2010  
 12:15:52  
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

**ANEXO 7**



★ ★ ★ ★ ★  
GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
**SAN FRANCISCO DE MILAGRO**



**DIRECCION DE URBANISMO, ARQUITECTURA Y CONSTRUCCION  
D.U.A.C**

**ORDEN DE PAGO**

**MEMORANDUN N°: GADCM- DUAC-2011-2629-M  
Fecha 31 de octubre de 2011**

**PARA:** Ec. Fabian Andrade  
**DIRECTOR FINANCIERO**

**ASUNTO :** ordenes de pago

---

Agradeceré ordenar la emisión de un título de crédito por el valor de **\$2,00 (DOS DOLARES)** por concepto de **certificado USO DE SUELO PARA TALLER DE ALUMINIO** ubicado en la calle Olmedo y Enrique Plaza a nombre de **CUELLO GUSTAVO**

Atentamente

Arq. Jorge Bahamonde M.  
**DIRECTOR DE LA D.U.A.C**

**ANEXO 8**

**Formulario**

**Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Canton  
SAN FRANCISCO DE MILAGRO**

**LINEA DE FABRICA**

|                 |     |      |     |
|-----------------|-----|------|-----|
| Nº DE SOLICITUD |     |      | 312 |
| MES             | DIA | AÑO  |     |
| 11              | 14  | 2011 |     |

**DATOS DEL PROPIETARIO Y O RESPONSABLE TECNICO**

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| NOMBRE:<br>MAGDALENA CHAFLA TENESACA Y JULIO ZUÑIGA GARATE | CEDULA DE CIUDADANIA<br>060150327-9 |
|--|-------------------------------------|

**INFORMACION DEL PREDIO**

|                                 |                                |   |   |
|---------------------------------|--------------------------------|---|---|
| CIUDAD<br>MILAGRO               | PARROQUIA<br>ERNESTO SEMINARIO | CIUDADELA<br>LOS CAÑAVERALES                          | CODIGO O CLAVE CATASTRAL<br>03-02-47-08 |
| MANZANA<br>47                   | SOLAR<br>08                    | CALLE<br>CALLEJÓN ENTRE CALLE PRIMERA Y GRAL. ANDRADE |   |
| ANCHO DE VIA PRINCIPAL<br>----- |                                | ANCHO DE ACERA<br>-----                               | LINEA DE FABRICA DESDE EL EJE.<br>----- |
| ZONA:<br>ZR-3                   |                                |   |   |

**NORMAS DE EDIFICACION**

**MEDIDAS DEL SOLAR SEGUN LEVANTAMIENTO TOPOGRAFICO**

|                  |                |                 |                  |   |                     |
|------------------|----------------|-----------------|------------------|---|---------------------|
| NORTE<br>10.00 m | SUR<br>10.00 m | ESTE<br>16.50 m | OESTE<br>16.50 m | AREA DEL SOLAR<br>165.00 m <sup>2</sup> | ANCHO DE ACERA<br>m |
|------------------|----------------|-----------------|------------------|---|---------------------|

**CONDICIONES DE EDIFICACION**

|   |  |  |   |                                     |
|---|--|--|---|-------------------------------------|
| FRENTE DEL LOTE<br>10.00 m              | ALTURA MAX. EDIFICACION<br>PB + 1 NIVEL      | ALTURA MIN. EDIFICACION<br>-----               | DENSIDAD NETA<br>300 hab/Ha                     | ESTACIONAMIENTO<br><br>1 X VIVIENDA |
| RETIRO FRONTAL 1<br>2.50 m Sin Soportal | RETIRO LATERAL<br>0.1 x la medida del frente | RETIRO LATERAL<br>0.1 x la medida del frente   | RETIRO POSTERIOR<br>0.1 x la medida del fondo   |                                     |
| COS<br>0.65 m <sup>2</sup>              | CUS<br>1.30 m <sup>2</sup>                   | VOLADO SOBRE LINEA DE LINDERO FRONTAL<br>----- | VOLADO SOBRE LINEA DE CONSTR. FRONTAL<br>1.00 m |                                     |

**COMPATIBILIDAD DE USO**

|  |   |
|--|---|
| USO PERMITIDO<br><br>VIVIENDA BIFAMILIAR | USO COMPATIBLE<br>CON EDUCACION, COMERCIO DE VECINDARIO<br>SALUD, OFICINAS, CULTURA, DEPORTE. |
|--|---|

USO CONDICIONADO: ( EN EL MISMO SOLAR )  
CONDICIONADOS CON OTROS USOS SE PERMITE INDUSTRIAS PEQUEÑAS ARTESANIAS  
SI SE CONTROLA EMISIONES DE RUIDOS OLORES O VIBRACIONES

**USOS PROHIBIDOS**

COMBUSTIBLE TOXICOS O EXPLOSIVOS, GRANDES INDUSTRIAS DE CUALQUIER TIPO.

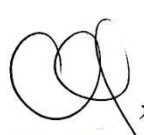

**CONDICIONES DE ORDENAMIENTO**

|                          |                 |   |       |
|--------------------------|-----------------|---|-------|
| OBSERVACIONES (SOPORTAL) |                 | CARACTERISTICA DE LA EDIFICACION SEGUN LOS RETIROS EXIGIBLES. | OTROS |
| ANCHO<br>-----           | ALTURA<br>----- |   |       |

**OBSERVACIONES**

**\* NO NOS RESPONSABILIZAMOS POR DIFERENCIAS DE AREAS CON RELACION A ESCRITURA**  
**\* NORMAS DADAS DE ACUERDO AL LEVANTAMIENTO PLANIMETRICO PARTICULAR.**

NOTA: EL PERIODO DE DURACION DE ESTAS NORMAS ES DE UN AÑO

|   |  |
|---|--|
| <br>INSPECTOR | <br>DIRECTOR DE LA D.U.A.C. |
|---|--|

ANEXO 9

GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
SAN FRANCISCO DE MILAGRO  
**COMPROBANTE  
DE INGRESO A CAJA**

|            |           |             |               |                  |
|------------|-----------|-------------|---------------|------------------|
| MES<br>NOV | DÍA<br>14 | AÑO<br>2011 | CAJA No.<br>5 | No.<br>000010675 |
|------------|-----------|-------------|---------------|------------------|

|  |                                    |                                |
|--|------------------------------------|--------------------------------|
| CONTRIBUYENTE<br>CHAFLA TENESACA MAGDALENA | CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL | CODIGO TRANSACC.<br><b>VAR</b> |
|--|------------------------------------|--------------------------------|

**CERTIFICADOS DEUSOS DE SUELO, LINEA DE FABRICA,**  
CERTIFICADOS DE LINEA DE FABRICA Y NORMAS DE CONSTRUCCION  
CLAVE CATASTRAL: 03-02-47-08  
Dirección : CDLA. LOS CAÑAVERALES



1756 SAN FRANCISCO DE MILAGRO 1914

|                       | VALOR RECIBIDO       |
|-----------------------|----------------------|
| EFFECTIVO             | \$. *****4.00        |
| CHEQUES               | \$. *****0.00        |
| N/C y/o TRANSFER      | \$. *****0.00        |
| <b>TOTAL RECIBIDO</b> | <b>\$. *****4.00</b> |



PAGADO

|  |   |   |
|--|---|---|
| <br>DIRECTOR FINANCIERO | <br>TESORERO MUNICIPAL | <br>JEFE DE RENTAS |
|--|---|---|

0314341

14 NOV 2011

10:59:45

NELORES

SOLLA Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECCIÓN FINANCIERA - TESORERIA

CONTRIBUYENTE