



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**ANÁLISIS DEL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LAS
MICROEMPRESAS DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO**

AUTORES:

JARAMILLO JIMÉNEZ VICTOR ALONSO

LEÓN PLÚAS JOSÉ MARCELO

MILAGRO, NOVIEMBRE DEL 2013

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por el Sr. José Marcelo León Plúas y el Sr. Víctor Alonso Jaramillo Jiménez para optar al título de Ingenieros en Contaduría Pública y Auditoria y que acepto tutorías a los estudiantes, durante la etapa de desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 27 días del mes de septiembre del 2013

Eco. Franklin Gaibor

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egr. José Marcelo León Plúas y Egr. Víctor Alonso Jaramillo Jiménez, autores del proyecto: **“Análisis del Nivel de Cultura Tributaria en las Microempresas del Cantón San Francisco de Milagro”**, declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 27 días del mes de septiembre del 2013

MARCELO LEÓN PLÚAS

CI.0928426501

VÍCTOR JARAMILLO JIMÉNEZ

CI. 1203565047

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

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

MEMORIA CIENTIFICA ()

DEFENSA ORAL ()

TOTAL ()

EQUIVALENTE ()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por darme la Sabiduría y Fortaleza para alcanzar mis metas, ya que todo proviene de Él y para Él, queriendo en su divina voluntad concederme este logro en mi vida.

A mi familia por anhelar siempre la superación para mí en este aspecto de mi vida, brindándome ánimo en esos momentos difíciles para no rendirme.

A esta noble institución por su cálida acogida dándome la confianza para adquirir esos conocimientos que han sido y serán muy útiles para mi vida profesional, como a cada uno de esos Grandes docentes que han tenido la paciencia necesaria para compartir sus conocimientos.

A todos los microempresarios de Milagro, que han iniciado su mundo económico demostrando que se necesitan muchas ganas, un gran talento, esfuerzo y deseo de aprender para alcanzar grandes metas.

MARCELO LEÓN PLÚAS

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi gratitud en primer lugar a ese Ser tan maravilloso que ha cambiado mi vida y me ha permitido Ser lo que he llegado Ser; a Dios, porque sin El no estuviera a la cumbre del éxito.

A mis padres Sra. Juana Plúas Macías, Sr. Elio León Moreira por inculcarme siempre el bien y ese deseo de superación en todos los aspectos de mi vida.

A mis hermanos y amigos que han estado allí para ayudarme en esos momentos complicados dándome la mano para seguir adelante con ánimo y alegría.

A la Universidad Estatal de Milagro y sus docentes, por esa dedicación abnegada para impartir sus conocimientos y ser parte de formación profesional.

A mi tutor Eco. Franklin Gaibor por cada espacio de su tiempo y conocimiento brindado, para que este proyecto sea el buen resultado de años de estudio y así alcanzar tan anhelado título.

MARCELO LEÓN PLÚAS

DEDICATORIA

Si escribiese todos los nombres de las personas a las cuales quiero dedicar este logro, seria otra tesis.

Dedico este logro a mí querido Padre y Madre que sembraron en mi la semilla de la superación y que no escatimaron esfuerzos para llegar hacer una persona de bien para la sociedad.

A todos mis amigos y familiares que han creído en mí dándome palabras de aliento en esos momentos cuando las cosas se ponían difíciles.

A mi familia quienes han sacrificado tiempo para que yo alcance esta meta, a mi querida esposa.

VICTOR JARAMILLO JIMÉNEZ

AGRADECIMIENTO

A Dios por todas las cosas bellas que me ha dado en esta vida, como son mi familia, mi querida Madre que con sus esfuerzos y cariño supo darme la fortaleza para creer en mi y descubrir a lo largo de la vida el potencial con el cual Dios me ha dotado, también quiero agradecer.

Mis hijos por su amor y paciencia, a mis hermanos que de alguna manera han sido mi fortaleza en las pruebas que ha significado alcanzar este logro.

A mi esposa que ha sacrificado tiempo para apoyarme en este proyecto, mis amigos que también pusieron su granito de arena en este proyecto.

VICTOR JARAMILLO JIMÉNEZ

CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procesado a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo a la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “ANÁLISIS DEL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO” y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 27 de septiembre del 2013

MARCELO LEÓN PLÚAS

CI.0928426501

VÍCTOR JARAMILLO JIMÉNEZ

CI. 1203565047

INDICE

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

	Pág.
1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1 Problematización.....	1
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.1.3 Formulación del Problema.....	4
1.1.4 Sistematización del Problema.....	4
1.1.5 Determinación del Tema.....	4
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo General de la Investigación.....	4
1.2.2 Objetivo Especifico de la Investigación.....	4
1.3. Justificación.....	5

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico.....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	11
2.1.3 Fundamentación.....	15

2.2.	Marco Legal.....	24
2.3.	Marco conceptual.....	26
2.4.	Hipótesis y Variables.....	29
2.4.1.	Hipótesis General.....	29
2.4.2.	Hipótesis Particulares.....	29
2.4.3.	Declaración de Variables.....	30
2.4.4.	Operacionalización de las Variables.....	31

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1.	El tipo de diseño de investigación	32
3.2.	La Población y la Muestra.....	33
3.2.1	Características de la población.....	33
3.2.2.	Delimitar la Población.....	33
3.2.3.	Tipo de Muestra.....	34
3.2.4.	Tamaño de la Muestra.....	34
3.2.5.	Proceso de Selección.....	35
3.3.	Los Métodos y las Técnicas.....	35
3.3.1	Técnicas e instrumentos de la investigación.....	36
3.4	El tratamiento estadístico de la información.....	36

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1	Análisis de la situación actual.....	37
4.2	Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....	53
4.3	Resultados.....	54
4.4	Verificación de hipótesis.....	56

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1	Tema.....	57
5.2	Fundamentación.....	57
5.3	Justificación.....	62
5.4	Objetivos.....	63
5.4.1	Objetivo General de la Propuesta.....	63
5.4.2	Objetivos Específicos de la Propuesta.....	63
5.5	Ubicación.....	63
5.6	Factibilidad.....	65
5.7	Descripción de la propuesta.....	67
5.7.1	Actividades.....	118
5.7.2	Recursos, Análisis Financiero.....	119
5.7.3	Impacto.....	122

5.7.4	Cronograma.....	122
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta.....	123
	CONCLUSIONES.....	124
	RECOMENDACIONES.....	125
	BIBLIOGRAFÍA.....	126
	LINOGRAFÍAS.....	127
	ANEXOS.....	129

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1	
Clasificación de la empresa.....	22
Cuadro 2	
Operacionalización de las variables.....	31
Cuadro 3	
Encuesta orientada a conocer si los microempresarios han recibido capacitación administrativa o tributaria.....	38
Cuadro 4	
Encuesta aplicada a saber si los microempresarios leen guías informativas.....	39
Cuadro 5	
Encuesta orientada a saber si sus niveles de venta han.....	40
Cuadro 6	
Han hecho arreglos en infraestructura del negocio.....	41
Cuadro 7	
Encuesta orientada a saber si ha recibido capacitación por alguna institución...	42
Cuadro 8	
Encuesta orientada a confirmar su conocimiento en la reforma de las leyes tributarias.....	43
Cuadro 9	
Encuesta orientada a saber si ha aumentado su base de clientes.....	44
Cuadro 10	
Encuesta orientada a saber en qué grado comete enmendaduras cuando llena las facturas.....	45

Cuadro 11	
Encuesta orientada a la puntualidad del pago de sus impuestos.....	46
Cuadro 12	
Encuesta orientada para saber por quien realiza las declaraciones.....	47
Cuadro 13	
Encuesta orientada a saber si ha pagado multas o intereses.....	48
Cuadro 14	
Encuesta orientada a saber si se encuentra en el rango de microempresa.....	49
Cuadro 15	
Encuesta orientada a saber el tipo de comprobantes de venta que utiliza.....	50
Cuadro 16	
Encuesta orientada a saber si posee estados de resultado del negocio.....	51
Cuadro 17	
Encuesta orientada a saber si le beneficiaria tener una guía administrativa y tributaria para su negocio.....	52
Cuadro 18	
Verificación de hipótesis.....	56
Cuadro 19	
Declaración de valor.....	78
Cuadro 20	
Declaración de valor.....	79
Cuadro 21	
Declaración de valor segundo.....	80
Cuadro 22	
Lista de contactos personales.....	82
Cuadro 23	
Categorías de organizaciones.....	83

Cuadro 24	
Lista de contactos de la comunidad.....	83
Cuadro 25	
Habilidades para un negocio.....	94
Cuadro 26	
Finanzas personales mensuales.....	95
Cuadro 27	
Costos mensuales.....	96
Cuadro 28	
Debilidades de un microempresario.....	101
Cuadro 29	
Registro de ventas y compras.....	113
Cuadro 30	
Plazos para presentar declaraciones.....	114
Cuadro 31	
Pago de RISE.....	115
Cuadro 32	
Recursos humanos.....	119
Cuadro 33	
Recursos materiales.....	120
Cuadro 34	
Recursos financieros.....	121
Cuadro 35	
Cronograma textual.....	122
Cuadro 36	
Cronograma cronológico.....	123

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafico 1	
Encuesta orientada a conocer si los microempresarios han recibido capacitación administrativa o tributaria.....	38
Grafico 2	
Encuesta aplicada a saber si los microempresarios leen guías informativas.....	39
Grafico 3	
Encuesta orientada a saber si sus niveles de venta han aumentado.....	40
Grafico 4	
Han hecho arreglos en infraestructura del negocio.....	41
Grafico 5	
Encuesta orientada a saber si ha recibido capacitación por alguna institución....	42
Grafico 6	
Encuesta orientada a confirmar su conocimiento en la reforma de las leyes tributaria.....	43
Grafico 7	
Encuesta orientada a saber si ha aumentado su base de clientes.....	44
Grafico 8	
Encuesta orientada a saber en qué grado comete enmendaduras cuando llena las facturas.....	45

Grafico 9

Encuesta orientada a la puntualidad del pago de sus impuestos..... 46

Grafico 10

Encuesta orientada para saber por quien realiza las declaraciones..... 47

Grafico 11

Encuesta orientada a saber si ha pagado multas o intereses..... 48

Grafico 12

Encuesta orientada a saber si se encuentra en el rango de microempresa..... 49

Grafico 13

Encuesta orientada a saber el tipo de comprobantes de venta que utiliza..... 50

Grafico 14

Encuesta orientada a saber si posee estados de resultado del negocio..... 51

Grafico 15

Encuesta orientada a saber si le beneficiaria tener una guía administrativa y tributaria para su negocio..... 52

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1	
Mapa del Cantón Milagro.....	64

RESUMEN

El presente estudio nos ha permitido conocer el nivel de cultura tributaria que existe en los microempresarios del Cantón Milagro, ya que la mayoría de ellos no poseen los conocimientos administrativos, tributarios y de desarrollo económico que se deben tener al momento de iniciar una actividad comercial, cualquiera que esta fuere. Muchos de los microempresarios no saben cómo aumentar su gestión comercial, por la falta de conocimientos, limitándolos a crecer como empresas y en algunas ocasiones poniendo en riesgo su existencia.

Por lo tanto hemos emprendido un estudio específico en la problemática del desarrollo de las microempresas, el cual nos ha proporcionado información concreta y veras desde el punto de partida hasta la actualidad. Donde se ha ido realizando los puntos requeridos dentro de sus cinco capítulos para la realización de este proyecto. Dentro de estos puntos tenemos el planteamiento del problema con su debida justificación, el marco referencial, teórico, legal, las hipótesis, las variables, diseño de la investigación, muestreo, aplicación de encuestas, recursos, medios de trabajo y la propuesta que se basa en la elaboración de un Manual de Guía Administrativa y Tributaria, con el fin aumentar los conocimientos de los microempresarios del Cantón Milagro, capacitándolos para que puedan ser competitivos en el mercado, operen de manera eficiente, y tengan como resultado una estructura organizacional duradera y sustentable ante los fuertes cambios que surgen en el mercado económico.

Palabras claves: Microempresas, cultura tributaria, desarrollo económico, impuestos, administración, capacitaciones y manual.

ABSTRACT

The present study has allowed us to know the level tributary culture that exists in the microindustrialists of the Corner Miracle, since the majority of them does not own the administrative knowledge, tributary and of economic development that are due to have at the time of initiating a commercial activity, whatever this will be. Many of the microindustrialists do not know how to increase their management commercial, by the lack of knowledge, limiting them to grow sometimes like companies and putting in risk their existence.

Therefore we have undertaken a specific study in the problematic one of the development of the micro-enterprises, which has provided us information makes specific and sides from the departure point to the present time. Where it has been realized the points required within his five chapters for the accomplishment of this project. Within these points we have the exposition of the problem with its due justification, the referential, theoretical, legal frame, the hypotheses, the variables, design of the investigation, sampling, application of surveys, resources, means of work and the proposal that is based on the elaboration of a Manual of Administrative and Tributary Guide, with the aim to increase to the knowledge of the microindustrialists of the Corner Miracle, enabling them so that they can be competitive in the market, they operate of efficient way, and they have like result a lasting and viable organizational structure before the strong changes that arise in the economic market.

Key words: Micro-enterprises, tributary culture, economic development, taxes, administration, qualifications and manual.

INTRODUCCIÓN

Debido al gran crecimiento de la población y al alto índice de desempleo del cantón, las familias buscan la manera de generar ingresos para mejorar su calidad de vida, por medio de la creación de pequeños negocios familiares.

Muchos de estos pequeños negocios empiezan sus operaciones comerciales sin conocimientos administrativos, contables y tributarios; esperando tener resultados de una manera empírica, es decir sin llevar registros de sus ventas, sus compras, sin hacer declaraciones de impuestos al FISCO, sin tener los respectivos permisos municipales y sin registrar su negocio en SRI, lo cual lo limita tener un buen desarrollo económico y un apalancamiento financiero.

El siguiente proyecto está orientado a la gestión del negocio, determinar el nivel de cultura tributaria que tienen las microempresas de Milagro y como este afecta en su desarrollo económico por la falta de los conocimientos necesarios, así mismo mejorar su nivel de conocimiento empresariales básicos que orientan a la toma de decisiones correctas.

El propósito de este proyecto es buscar la solución a la problemática microempresarial, mediante la investigación y como resultado de ella la implementación de un manual para desarrollar saberes administrativos y operativos básicos para la gestión eficiente.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

La cultura tributaria en el Ecuador toma un avance importante en la historia del país, el 6 de septiembre 1998 cuando la administración del organismo tributario estaba representada por la Eco. Elsa de Mena, se propuso recaudar y crear con eficiencia nuevos impuestos, como por ejemplo, uno de los más importantes el del 1% a la circulación de capitales, dando mejoras a la recaudación de los mismos.

Se implementaron otros impuestos en el gobierno del presidente Rafael Correa como el RISE el 29 de diciembre del 2007, con el propósito fundamental de tener una base de datos de los microempresarios; mas no fue creado como una fuente de ingresos fiscales importantes, ya que su recaudación es ínfima para los intereses económicos del estado, por ese motivo se ha venido aplicando mayor interés y control en la recaudación de impuestos, generando mayor enriquecimiento a la economía del país y creando una mayor perspectiva en desarrollo a nivel global.

Este proceso se ha ido incorporando paulatinamente a nivel nacional, en las actividades económicas de las empresas y prestaciones de servicios, ya que este territorio nos ha brindado alojamiento en su rica productividad minera, petrolera, agrícola, pecuaria, etc.

Proceso que ha sido difícil de asimilar para los dueños de las microempresas; debido al escaso conocimiento de los procedimientos fiscales que el gobierno ha ido aplicando en beneficio del país.

Hemos detectado que la mayoría de los microempresarios del cantón San Francisco de Milagro tienen escasos conocimientos tributarios, contables y administrativos, lo cual detiene su desarrollo económico, imposibilitándoles el crecimiento microempresarial de manera solida que brinde oportunidades laborales a la sociedad.

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es un ente práctico e independiente que tiene el compromiso de cobrar los impuestos internos constituidos por Ley mediante la aplicación del procedimiento actual. Su propósito es el de fortalecer la cultura tributaria en el país, ofreciendo información afianzada y capacitaciones a nivel general a efectos de aumentar sostenidamente el acatamiento potestativo de los impuestos por parte de los contribuyentes.

En el cantón San Francisco de Milagro existen microempresas para las cuales el acogerse a las leyes y procedimientos tributarios ha sido únicamente un requisito para funcionamiento de sus negocios y no una herramienta útil para el desarrollo económico de sus negocios, ya que si tuvieran el debido conocimiento de cómo aplicar estas leyes y procedimientos les sería más útil para su desarrollo.

Hemos observado que algunas de las microempresas del cantón San Francisco de Milagro al momento de realizar sus declaraciones no tienen el mínimo conocimiento de cómo hacerlo y más aun no acuden al lugar u organismo debido; sino que lo realizan de manera empírica o acuden a cybers o personas que no tienen un alto o mediano conocimiento del tema tributario, sin medir el riesgo que esto representa dando como resultado una inadecuada declaración de impuestos.

La cultura tributaria en los microempresarios del cantón San Francisco de Milagro es muy baja, ellos no tienen una idea clara de las obligaciones tributarias que tienen que cumplir, ni de cómo aplicar un sistema impositivo en sus negocios para utilizar los Comprobantes de venta respectivos, a más de eso no saben en qué les podría ayudar a sus negocios tributar.

Pueden ser sancionados por el SRI por no cumplir con las disposiciones legales de microempresarios, limitan cambiar su nivel económico por ejemplo: ya que si estos negocios no emiten facturas o no tienen RUC pierden oportunidades de ventas y servicios.

Estos microempresarios estarían destinados a mantener sus negocios limitados al crecimiento en su mercado, ya que tendrán poco financiamiento con instituciones financieras, porque manejan su negocio de forma empírica y no pueden justificar sus ingresos con una tributación correcta. También limitan su mercado porque no pueden ofertar sus servicios a otros clientes ya que el mercado serio exige tener facturas para realizar operaciones de negocios.

Brindar la instrucción y capacitación necesaria a estos microempresarios con la finalidad de mejorar su cultura tributaria y garantizar su crecimiento como empresa.

1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El estudio de esta problemática que ha surgido en las microempresas del Cantón está limitado de la siguiente manera:

País: Ecuador

Zona: Cinco

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Campo de estudio: Microempresas

Población: 1809

1.1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo incide en el desarrollo económico de los Microempresarios del cantón San Francisco de Milagro no tener conocimiento tributario?

1.1.4 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cómo afecta a los microempresarios del cantón San Francisco de Milagro no asistir a las capacitaciones del SRI?
- ¿Qué conocimientos tributarios tienen los Microempresarios del cantón San Francisco de Milagro?
- ¿Cómo y dónde hacen sus declaraciones los Microempresarios del cantón San Francisco de Milagro?
- ¿En que incide el mal uso de los comprobantes de venta para los microempresarios?

1.1.5 DETERMINACION DEL TEMA

Análisis del nivel de cultura tributaria en las Microempresas del Cantón San Francisco de Milagro (Provincia del Guayas).

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION

Conocer las razones generales por la cual los microempresarios del Cantón Milagro no utilizan información formal para el desarrollo de sus actividades comerciales, desmejorando su gestión.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACION

- Determinar la cantidad de microempresarios que asisten a las capacitaciones del SRI en Milagro.
- Realizar un estudio para saber el conocimiento tributario que tienen los microempresarios en Milagro.
- Conocer que método de pago de impuestos es el más utilizado por los microempresarios de Milagro.

- Conocer el porcentaje de microempresarios que utilizan comprobantes de venta en sus actividades comerciales.

1.3 JUSTIFICACION

En el Ecuador nacen pequeños negocios con la idea de convertirse a futuro en grandes empresas y de esta manera mejorar la economía familiar, debido a los escasos puestos de trabajo, sueldos bajos que no cubren las necesidades básicas.

Debido a la problemática expuesta se considera necesario este estudio para comprobar y establecer los problemas que se presentan con mira a mejorar el desarrollo de las microempresas en sus actividades administrativas y tributarias. Llevar a cabo este trabajo traerá resultados positivos a los emprendedores puesto que mejorara sus perspectivas empresariales.

El Estado promueve emprendimientos por medio de diferentes instituciones (MIES, CFN, BNF, etc.), brindándole muchas facilidades para el desarrollo de sus negocios, pero muchos de estos emprendedores se encuentran con un gran desafío al iniciar sus operaciones comerciales, al no tener una cultura tributaria y conocimientos administrativos acorde al nivel de sus operaciones, la cual debe ser implementada en sus actividades comerciales. Cualquier empresa tiene éxito si desarrolla un plan de negocios orientado a la administración y tributación. Debe tener en cuenta que necesidades tiene y que es lo que busca al iniciar un pequeño negocio.

En cuanto a la ventaja que producirá este estudio, está el fundamentar la información en conceptos veraces, para ayudar a mejorar considerablemente los saberes de los microempresarios de Milagro respecto a registros y controles contables, con el fin de mejorar su capacidad de generar riqueza, contribuir a su desarrollo socioeconómico y de esta manera contribuir a uno de los propósitos del plan del buen vivir, que haya igualdad entre todos.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición cambia de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de nueve empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

La creación de una microempresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante. Al formalizar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social, por ejemplo.

La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

Más allá de que la característica principal de las microempresas es su tamaño acotado, este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de

un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico.

Esto ocurre ya que la microempresa puede ser una salida laboral para un desempleado o un ama de casa. La elaboración de artesanías, la gastronomía a pequeña escala y la consultoría profesional son algunos de los campos más usuales en el desarrollo de micro empresas. Con el tiempo, una microempresa exitosa puede convertirse en una pyme de mayor envergadura.¹

Las microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

Luego de varios años de investigación sobre la microempresa, se ha concluido que un gran porcentaje de ellas son negocios familiares y normalmente unipersonales. De alguna manera, todos deseamos tener nuestro propio negocio y que el fruto de nuestro trabajo sea para nuestra familia.

La mayoría de personas desea poner su empresa por una o varias de las siguientes razones: Para no tener que rendir cuentas a nadie, para tomar decisiones libremente, por un deseo de realización personal, por un deseo de independencia, para satisfacer al mercado con un producto o servicio especial, para tener ingresos económicos mayores que los actuales, para disponer libremente del tiempo.

Es así como hoy en día podemos decir que la microempresa es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende una gran cantidad de la población económicamente activa. Los ecuatorianos somos grandes emprendedores pues decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en empresarios de microempresas.

Pero, una gran mayoría de estos emprendedores se lanzan al vacío sin paracaídas, es decir, sin los suficientes conocimientos y análisis sobre la viabilidad de su proyecto micro empresarial y terminan en el cementerio empresarial. Como consecuencia de esta falta de preparación se estima que un porcentaje de

¹ <http://definicion.de/micro-empresa/>

microempresas recién creadas, quiebran en el transcurso del primer año de su nacimiento.

Es importante considerar que al igual que toda edificación, la empresa necesita de una infraestructura y base necesaria para su sustento. Es indispensable tener una partida de nacimiento (estatuto de constitución) donde expresemos nuestros objetivos, nuestros recursos materiales, financieros y humanos que incorporamos a la microempresa, nuestra organización y conformación.²

El siglo XX fue uno de los más espectaculares y cargado de contradicciones en la historia humana. Siglo de crueldad infinita, como la que generó la primera y la segunda guerra mundial. Siglo de dos trágicas recesiones: la visible de los años treinta y la invisible de los años 80. Siglo de inusuales invenciones e innovaciones como la electricidad, la radio, la televisión, la computadora, el invento del avión, el motor de combustión interna, que aceleró todas las dimensiones del sistema de transporte y comunicaciones. Siglo del petróleo, donde el oro negro, después del aire y el agua es el producto más estratégico, generador de guerra y de conflicto. El siglo de la guerra fría, de la pugna ideológica y política y de poder entre el emergente socialismo, que como socialismo real surgió con la revolución rusa y después de la segunda guerra mundial se expandió a lo largo y ancho del mundo hasta llegar a América Latina con la revolución cubana y la reconstrucción del capitalismo como estado de bienestar y como estado desarrollista. El siglo de la lucha indeclinable contra el colonialismo del que emergieron centenares de estados que oxigenaron la democracia internacional, cabe recordar que el colonialismo es la más infame de las relaciones internacionales. La lucha contra el neocolonialismo, la intuición que el valor ético de las relaciones internacionales radica en la igualdad soberana de los estados, es también el legado del siglo XX. El siglo XX fue de la consagración de los derechos humanos, de los derechos económicos, sociales, políticos y culturales.³

En 1940, la familia Kohn, de origen Checoslovaco, se asentó en Ecuador, a raíz de la segunda guerra mundial. Su principal, Camilo Khon, con el conocimiento que poseía, un poco de capital (76000 sucres) y mucho trabajo, fundó en Ambato Ideal

² <http://es.scribd.com/doc/51075795/Empresa-de-Autogestion>

³ (2012, 05). <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ecuador-En-El-Siglo-Xx/4318746.html>

Industria de Alambrec S.A., dedicada a la fabricación de telas metálicas. Se inicio con dos trabajadores. 62 años más tarde, la empresa cuenta con 600 trabajadores, una producción que bordea las 70000 toneladas anuales, lo que la ha convertido en una de las principales industrias del país.

Según las palabras de Juan Khon, uno de los principales directivos de la empresa: (nosotros hemos tenido Fe en Ecuador, por eso hemos invertido en años buenos y malos. Los problemas los afrontamos y seguimos adelante).⁴

La mayoría de las Microempresas en nuestro país, piensan que la solución para poner en marcha un proceso de eficiencia, es la automatización por sí sola, pero si no está acompañada del **“Como Hacerlo”**, no funciona.

El presidente del Instituto de Empresas Familiares del Ecuador (IEFE), Camilo Ontaneda, afirma que las empresas familiares, abarca el 80% de las empresas del país. El origen de una empresa familiar se da porque el abuelo o el hijo, dominaba un buen oficio, o tenían conocimiento de la confección de algún producto, o la habilidad para comercializar algo, esto daba el nacimiento de un nuevo negocio, con el cuidado y dedicación de la familia este negocio prosperaba y quedaba de herencia a los nietos y a las nuevas generaciones que vengan, de acuerdo a esa época las exigencias de administración se limitaba a una buena atención y a tener un buen producto para tener éxito, de ahí que muchas empresas que antes fueron exitosas se quedaron en el camino, y muy pocas pudieron adaptarse o mantenerse, y un número limitado puede crecer para convertirse en una gran empresa .

La gran mayoría de las Microempresas sobre todo las familiares enfrentan dos desafíos permanentes que pueden llegar a constituir fuertes amenazas a su sobrevivencia. Ellos son el aprendizaje y la práctica de nuevas formas de administración, así como la reinención constante del negocio, debido a factores internos y externos que intervienen en el mercado, y que para transformase de una empresa doméstica, a una gran empresa, es necesario realizar cambios fundamentales en la forma de cómo se administra, entrar en un proceso de

⁴ Wilson Mariño 2008: 100 negocios familiares de baja inversión

integración y automatización de la información, estandarización de los flujos de procesos, para volverse cien por ciento eficientes.⁵

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Examinando el repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, la Universidad Estatal de Milagro y otras entidades de educación Superior, se han llevado a efecto investigaciones que consideran el tema motivo del presente estudio. Para establecer una línea base que oriente la siguiente fase del proceso investigativo, se encontró una tesis de similares características realizada en el País.

Tipo de Material: Tesis

Título: Análisis de la cultura tributaria de informales en Quito y Otavalo y su percepción sobre el régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE), período 2008-2009

Autor: Rodríguez Estrada, Andrés David

Descriptores:

ECONOMÍA INFORMAL- ECUADOR

IMPUESTOS - ECUADOR

TRIBUTACIÓN - ECUADOR

TRIBUTACIÓN - INTERNACIONAL

ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

ECONOMÍA ECUATORIANA

Fecha de publicación: sep-2009

Ciudad: QUITO / PUCE / 2009

Ubicación en biblioteca: T/330.9866/R618a

Cita sugerida: Rodríguez Estrada, Andrés David (2009). Análisis de la cultura

⁵ MARCHÁN, Karina: *Análisis de competencias y habilidades para un usuario utilice herramientas de inteligencia de negocios en las Pymes del Ecuador*, Tesis de grado para optar al título de Máster en sistemas de información gerencial, Facultad de ingeniería en electricidad y computación, ESPOL, Ecuador, 2009.

tributaria de informales en Quito y Otavalo y su percepción sobre el régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE), período 2008-2009. Facultad de Economía. PUCE. Quito. 130 p.

Resumen: Las Administraciones Tributarias dentro de su conjunto de contribuyentes tienen un grupo de personas que son difíciles de controlar e incluir en sus procesos de control. A los efectos e influencia de su identificación y una mejor sistematización de los mismos, se los puede distinguir teniendo en consideración la importancia económica y la actividad que desarrollan. Las características de los pequeños contribuyentes (formales e informales) son: una gran cantidad, bajos niveles educativos, deficiente nivel organizacional, dificultad de obligarles a llevar un proceso contable de sus actividades. A la economía informal se la puede catalogar como aquella parte del PIB que no es declarada y por ende no es contabilizada en las cuentas nacionales ni en las estadísticas oficiales ya que estas actividades se escapan del registro formal. Se los llama informales porque los productos o servicios son producidos u ofrecidos son legales, pero están fuera del sistema regulatorio (sin RUC, sin establecimiento de microempresa y sin el pago de sus impuestos), como ventas en la calle o taxis y locales no registrados.

Aparece en las colecciones: Tesis - Carrera de Economía (Restringidas)⁶

Título: Estudio sobre el nivel de incumplimiento de los contribuyentes informales en la aplicación del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano y su impacto económico en la Cabecera Cantonal San Jacinto de Yaguachi, Provincia del Guayas, año 2012.

Autor: Arreaga Bolaños, Rosario Jackeline
Bajaña Rivadeneira, María Magdalena

Palabras clave: Informalidad Impuestos

Fecha de publicación: 15-Mar-2013

Resumen: El presente estudio se realizó con la finalidad, de exponer la informalidad de los comerciantes de la Cabecera Cantonal de San Jacinto de Yaguachi, tomando

⁶ URI : <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/839>

en cuenta la necesidad de una tarea que nos permitiera demostrar la poca educación, falta de cultura tributaria y el temor al ente regulador como es el Servicio de Rentas Internas (SRI), La informalidad, que involucra entre varios aspectos, el incumplimiento en el pago de impuestos, suscita varias limitaciones, la escasa cobertura de los sistemas de seguridad social, limitación de acceso al crédito; aspecto que afecta a las condiciones de vida en la región. Esta distorsión crea que el sistema económico, que se origina principalmente por las características del mercado laboral y la ausencia en la aplicación de normas regulatorias por parte de las autoridades locales, representa un verdadero problema en el desarrollo del cantón, lo que hace que los Gobiernos, cuenten con limitados recursos financieros para el Fisco, y se permita el espacio para la comercialización de productos de origen ilícito, competencia desleal para las empresas formales y un verdadero reto para los gestores de la Administración Tributaria. El Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), constituye un mecanismo mediante el cual se contribuye a la formalización de los contribuyentes, lo que permite su simplificación, facilita el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, pero a la vez ayudará a una mayor equidad en la distribución de la carga fiscal, por lo que es importante lograr que los comerciantes informales de la Cabecera Cantonal de San Jacinto de Yaguachi, se regularicen, incentivándolos por medio de capacitaciones, y dándoles asesoramiento adecuado para el pago de sus tributos.

Aparece en las colecciones: Contaduría Pública y Auditoría⁷

Título: “Diseño de un plan de capacitación para crear cultura tributaria en los empleados del área financiera de la corporación nacional de electricidad, CNEL regional los Ríos, de la ciudad de Babahoyo“.

Autor: PALACIOS PILATAXI, JAZMIN JANINA
CHACAN PUJOS, EMMA GARDELI

Palabras clave: TRIBUTARIA

Fecha de publicación: 9-sep-2011

⁷ <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1012> URI: <http://hdl.handle.net/123456789/1012>

Citación: C.P.A. 075;

Resumen: En Ecuador la evasión tributaria responde a una razón económica; también en algunos casos, la misma obedece a la desinformación de la población que desconoce la obligación tributaria que la ley impone, las constantes reformas tributarias, nueva tecnología informática, etc.

En lo que se refiere al sector público ecuatoriano, las Empresa Eléctricas, un sector débil de nuestra economía, dada las malas Administraciones de estas; se observa un débil control interno, que van desde reclamo de los clientes por altos consumos, no entrega de avisos. Pero lo más preocupante lo constituye la parte financiera, los empleados de la misma deberían contar con la suficiente capacitación para evitar que se presenten estas situaciones, tal es el caso de los empleados del área financiera de CNEL Regional Los Ríos.

Por ello, consideramos que es a esta clase laboral que se debe capacitar. Son personas con formación, que no cuentan o ignoran el sistema tributario imperante en el país; y lo que es más preocupante, le dan poca o ninguna importancia a la Recaudación Tributaria y a las actividades que realiza en este caso el SRI. Luego se cometen actos dolosos por desconocimiento de la Ley, lo cual no los exime de responsabilidades.

Descripción: Se dice que el control es un medio, la calidad un propósito

Aparece en las colecciones: ESCUELA DE CONTADURÍA AUDITORIA Y FINANZAS⁸

⁸ URI: <http://dspace.utb.edu.ec/xmlui/handle/123456789/464>

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Científica

Los tributos

Los tributos son ingresos públicos que consisten en prestaciones monetarias obligatorias, impuestas unilateralmente, exigidas por una Administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la Ley vincula el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posible vinculación a otros fines.

Clasificación de los tributos

Los tributos, se clasifican en tasas, contribuciones especiales e impuestos:

Tasas.- Las tasas son contribuciones económicas que hacen los usuarios de un servicio prestado por el estado. La tasa no es un impuesto, sino el pago que una persona realiza por la utilización de un servicio, por tanto, si el servicio no es utilizado, no existe la obligación de pagar.

Ejemplo:

Los precios de los servicios públicos urbanos (energía, agua potable, saneamiento, residuos sólidos, teléfono).

Contribuciones especiales.- Son los tributos cuyo hecho imponible consiste en la obtención por el obligado tributario de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos.

Ejemplo:

Las cantidades que una Alcaldía pueda exigir a los propietarios de inmuebles situados en una calle por las obras de alcantarillado, se entiende que las obras redundan en beneficio de los propietarios de los inmuebles y aumentan el valor de sus bienes.

Impuestos.- Son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley, que deben pagar las personas naturales y las sociedades que se encuentran en las condiciones previstas por la misma. Los impuestos son el precio de vivir en una sociedad civilizada.

Ejemplos:

- Impuesto a los Consumos Especiales
- Impuesto a los Vehículos Motorizados
- Impuesto a la Renta
- Impuesto al Valor Agregado
- Impuesto a la Salida de Divisas

Principios tributarios

El régimen tributario se regirá por los principios de legalidad, generalidad, igualdad y proporcionalidad.

La obligación tributaria

La Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especie o servicio, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

El hecho generador

Código tributario Art.16.- El Hecho Generador es el presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo.

El nacimiento de la obligación tributaria

La Obligación Tributaria nace cuando se realiza el presupuesto establecido por la ley para configurar el tributo. (Art.18 código tributario)

Determinación de la obligación tributaria

Código tributario Art. 87.- Concepto.- La determinación es el acto o conjunto de actos provenientes de los sujetos pasivos o emanados de la administración tributaria, encaminados a declarar o establecer la existencia del hecho generador, de la base imponible y la cuantía de un tributo. Cuando una determinación deba tener como base el valor de bienes inmuebles, se atenderá obligatoriamente al valor comercial con que figuren los bienes en los catastros oficiales, a la fecha de producido el hecho generador. Caso contrario, se practicará pericialmente el avalúo de acuerdo a los elementos valorativos que rigieron a esa fecha.

Código tributario Art. 88.- Sistemas de determinación.- La determinación de la obligación tributaria se efectuará por cualquiera de los siguientes sistemas:

1. Por declaración del sujeto pasivo;
2. Por actuación de la administración; o,
3. De modo mixto.

Código tributario Art. 89.- Determinación por el sujeto pasivo.- La determinación por el sujeto pasivo se efectuará mediante la correspondiente declaración que se presentará en el tiempo, en la forma y con los requisitos que la ley o los reglamentos exijan, una vez que se configure el hecho generador del tributo respectivo.

La declaración así efectuada, es definitiva y vinculante para el sujeto pasivo, pero se podrá rectificar los errores de hecho o de cálculo en que se hubiere incurrido, dentro del año siguiente a la presentación de la declaración, siempre que con anterioridad no se hubiere establecido y notificado el error por la administración.

Código tributario Art. 90.- Determinación por el sujeto activo.- El sujeto activo establecerá la obligación tributaria, en todos los casos en que ejerza su potestad determinadora, conforme al artículo 68 de este Código, directa o presuntivamente.

Extinción de la obligación tributaria

Código tributario Art. 37.- Modos de extinción.- La obligación tributaria se extingue, en todo o en parte, por los siguientes modos:

1. Solución o pago
2. Compensación
3. Confusión
4. Remisión
5. Prescripción de la acción de cobro

Deberes y obligaciones de los participantes

El participante estará en capacidad de conocer los deberes y obligaciones que tiene el contribuyente o responsable frente al Fisco, en especial aquellas relativas al RUC, a la impresión y emisión de comprobantes de venta y a la presentación de las declaraciones tanto de personas naturales o de sociedades.

También estará en condiciones de identificar los ingresos de fuente ecuatoriana, los conceptos exentos, las deducciones y el procedimiento para declarar y pagar el impuesto a la renta de sociedades y personas naturales.

Así como estará en condiciones de conocer y aplicar adecuadamente las disposiciones legales y reglamentarias para retener el impuesto a la renta sobre todo concepto.

El participante estará en capacidad de aplicar las disposiciones legales y reglamentarias para gravar con tarifa 12% o con tarifa 0% las operaciones que realiza el contribuyente; así como, manejar adecuadamente el crédito tributario y las retenciones del IVA.

Sujeto pasivo

Es sujeto pasivo la persona natural o jurídica que, según la ley, está obligada al cumplimiento de las prestaciones tributarias, sean como contribuyente o como responsable.

Contribuyente

El contribuyente es aquella persona física o jurídica con derechos y obligaciones, frente a un ente público, derivados de los tributos. Es quien está obligado a soportar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado.

Es una figura propia de las relaciones tributarias o de impuestos. Se determina y define en concreto de acuerdo con la ley de cada país. El contribuyente es, en sentido general, el sujeto pasivo en Derecho tributario, siendo el sujeto activo el Estado, a través de la administración.

Deberes y obligaciones de los contribuyentes

Los deberes están establecidos en el Art. 96 de la Codificación del Código

Tributario que señala para el contribuyente o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

- Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
- Solicitar los permisos previos que fueren del caso;
- Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus

operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

- Presentar las declaraciones que correspondan; y,
- Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.

3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.

4. Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente. ” El incumplimiento de estos deberes, está especificado en el Art. 97 del código tributario:

“El incumplimiento de deberes formales acarreará responsabilidad pecuniaria para el sujeto pasivo de la obligación tributaria, sea persona natural o jurídica, sin perjuicio de las demás responsabilidades a que hubiere lugar.”

Además de ello, debe usted saber que, en caso de que la Administración Tributaria le solicite información de un tercero, recuerde lo que especifica el Art. 98 de la Codificación del Código Tributario que señala:

Siempre que la autoridad competente de la respectiva administración tributaria lo ordene, cualquier persona natural, por sí o como representante de una persona jurídica, o de ente económico sin personalidad jurídica, en los términos de los artículos 24 y 27 del Código tributario, estará obligada a comparecer como testigo, a proporcionar informes o exhibir documentos que existieran en su poder, para la determinación de la obligación tributaria de otro sujeto.

No podrá requerirse la información a la que se refiere el inciso anterior, a los ministros del culto, en asuntos relativos a su ministerio; a los profesionales, en cuanto tengan derecho a invocar el secreto profesional; al cónyuge, o conviviente con derecho, y a los parientes dentro del cuarto grado civil de consanguinidad y segundo de afinidad.

En caso de que se le requirió información para un tercero, usted debe también conocer que Art.102 del código tributario señala las sanciones en caso de incumplimiento en los siguientes términos:

Las personas naturales o los representantes legales de sociedades a quienes la máxima autoridad de la respectiva administración tributaria hubiere requerido

información relativa a la determinación de las obligaciones tributarias y que no la proporcionaren en el término de veinte (20) días contados desde el requerimiento, que a petición del sujeto pasivo puede la administración prorrogarlo por cinco días, serán sancionados por esta autoridad con una multa de cincuenta y dos dólares cincuenta y siete centavos de los Estados Unidos de América (US \$ 52,57) de persistir en la omisión la multa se duplicará en cada nuevo requerimiento.”

Así mismo, se le informa que las declaraciones e informaciones que proporcione sean suya, de responsables o terceros, relacionadas con las obligaciones tributarias, serán utilizadas para los fines propios de la administración tributaria.

Sus derechos entre otros, corresponderían a exigir que se cumplan los deberes de la Administración Tributaria que están escritos en el Art. 103 de la Codificación del Código Tributario en los siguientes términos:

Son deberes sustanciales de la administración tributaria:

1. Ejercer sus potestades con arreglo a las disposiciones de este Código y a las normas tributarias aplicables.
2. Gestionar los actos determinativos de obligación tributaria, debidamente motivados, con expresión de la documentación que los respalde, y consignar por escrito los resultados favorables o desfavorables de las verificaciones que realice.
3. Recibir toda petición o reclamo, inclusive el de pago indebido, que presenten los contribuyentes, responsables o terceros que tengan interés en la aplicación de la ley tributaria y tramitarlo de acuerdo a la ley y a los reglamentos.
4. Recibir, investigar y tramitar las denuncias que se les presenten sobre fraudes tributarios o infracciones de leyes impositivas de su jurisdicción.
5. Remitir resolución motivada en el tiempo que corresponda, en las peticiones, reclamos, recursos o consultas que presenten los sujetos pasivos de tributos o quienes se consideren afectados por un acto de la administración.
6. Notificar los actos y las resoluciones que expida, en el tiempo y con las formalidades establecidas en la ley, a los sujetos pasivos de la obligación tributaria y a los afectados con ella.
7. Fundamentar y defender ante el Tribunal Distrital de lo Fiscal la legalidad y validez de las resoluciones que se controvertan y aportar a este órgano jurisdiccional todos los elementos de juicio necesarios para establecer o esclarecer el derecho de las partes.

8. Revisar de oficio sus propios actos o resoluciones, dentro del tiempo y en los casos que este Código prevé.
9. Cumplir sus propias decisiones ejecutoriadas, sin perjuicio de lo dispuesto en el numeral anterior.
10. Acatar y hacer cumplir por los funcionarios respectivos, los decretos, autos y sentencias, expedidos por el Tribunal Distrital de lo Fiscal.
11. Los demás que la ley establezca.

Los funcionarios o empleados de la administración tributaria, en el ejercicio de sus funciones, son responsables, personal y pecuniariamente, por todo perjuicio que por su acción u omisión dolosa causaren al Estado o a los contribuyentes. La inobservancia de las leyes, reglamentos, jurisprudencia obligatoria e instrucciones escritas de la administración, será sancionada con multa de veinte y seis dólares veinte y ocho centavos de los Estados Unidos de América (26,28 USD) a ciento ochenta y cuatro dólares dos centavos de los Estados Unidos de América (184,02 USD). En caso de reincidencia, serán sancionados con la destitución del cargo por la máxima autoridad de la respectiva administración tributaria, sin perjuicio de la acción penal a que hubiere lugar.

La sanción administrativa podrá ser apelada de conformidad con la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa y de Unificación y Homologación de las Remuneraciones del Sector Público.⁹

Fundamentación Empresarial

Desde la economía positiva se entiende por empresa a la institución que realiza la combinación de factores con el fin de obtener productos y servicios en las mejores condiciones de racionalidad económica de forma que satisfaga las necesidades de los clientes de forma eficiente.

Desde la economía normativa se entiende, como se verá más adelante, la institución que integra los entornos competitivos de la empresa a través de su filosofía, cultura y estrategia empresarial, a través de su capacidad directiva, buscando la mayor eficiencia económica-social, tanto interna como externamente. Esto es, a través de

⁹ GAONA Manuel y TUMBACO Pedro: *La educación tributaria como medida para incrementar la recaudación fiscal en Ecuador*, Tesis de grado para optar al título Ingeniero en Gestión Internacional, Facultad de Economía y Negocios, ESPOL, Ecuador, 2009.

la institución y de la capacidad directiva que realiza el proceso de combinación de factores.

Las clases de empresas se manifiestan según su realidad económica que son tres:

- En primer lugar, las empresas productivas (unidades económicas), que son las que transforman los recursos en productos y servicios.
- En segundo lugar, las economías domesticas es una de las más grandes sectores productivos del país. Su función es la de consumir o disponer de los productos y servicios realizados por las empresas, al mismo tiempo poner a disposición de la empresa una serie de recursos humanos y de capital que son con los que la empresa realiza el proceso de transformación económica.
- Hay una tercera dimensión muy importante en los estados modernos, que es toda la actividad económica realizada por la administración pública.

En el Ecuador las disposiciones fundamentales de las micro, pequeña y mediana empresa no está claramente definida sin embargo utilizaremos la definición que contempla el proyecto de ley para las Microempresas dispuesto por la comunidad Andina de Naciones, que sintetiza en lo siguiente:

Cuadro 1

Clasificación de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
Número de empleados	1-9	Hasta 49	50-199	Mayor a 200
Valor bruto de ventas anuales	100.000	Hasta 1'000.000	1'000.001 a 5'000.000	Mayor a 5'000.000
Valor activos totales	Menor a 100.000	De 100.001 hasta 750.000	750.001 a 4'000.000	Mayor a 4'000.000

Fuente: Normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260

La Superintendencia de Compañías tiene la atribución de expedir resoluciones que considere necesaria para el buen gobierno de las sociedades. En la empresa jurídica de la pequeña y mediana industria, prevalece la figura de compañía limitada; y tiene

un peso muy significativo aquellas empresas que funcionan en calidad de personas naturales. La menor proporción de empresas que se han establecido como sociedades anónimas, todavía mantiene una estructura cerrada de tipo familiar.¹⁰

Fundamentación Sociológica

La empresa ha estado siempre orientada al cliente. Su objetivo es la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

Una de las grandes metas personales de la mayoría de ecuatorianos es tener su propia empresa o ponerse un negocio para ser su propio jefe y no depender de nadie. Según las propias necesidades, la capacidad de generar fondos, la motivación y otras series de factores, muchos se han lanzado hacia la aventura empresarial. Unos lo han hecho con éxito; otros no han alcanzado sus metas previstas y lamentablemente han tenido que cerrar sus empresas.

Muchas personas, en su deseo de ser independientes, crean sus empresas- obviamente nacen pequeñas-, ponen todas sus ganas en su desarrollo y crecimiento, hacen sus primeras ventas, pero, con el pasar del tiempo no crecen y se mantienen “con las justas”. Es decir, solamente generan los recursos necesarios para sobrevivir en el mercado.¹¹

Nuestro estudio se fundamenta en el desarrollo de un manual que permita mejorar la cultura tributaria y por ende su desarrollo social y económico, mediante la aplicación de encuestas, cuestionarios y la observación directa de los hechos que repercuten en sus negocios, para eso se hará el levantamiento de datos estadísticos descriptivos, mediante métodos cuantitativos y cualitativos de la información obtenida de los propietarios de los negocios, para conocer los problemas y necesidades de las Microempresas de Milagro.

Sin el conocimiento y la valoración del ambiente sociocultural podríamos estar perdiendo tiempo, dinero y energía en el desarrollo de los negocios de las Microempresas.

¹⁰ PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA: Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, Ecuador.

¹¹ Wilson Mariño: 100 estrategias de publicidad para bajo presupuesto.

2.2 MARCO LEGAL

La presente investigación se respalda en el código de trabajo y en la Ley Orgánica del Régimen Tributario:

CODIGO DE TRABAJO

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1.- Ámbito de este Código.- Los preceptos de este código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 2.- Obligatoriedad del Trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en forma y con las limitaciones prescritas en la constitución y en las leyes.

Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.- Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo Bomberos

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

Requisitos:

Solicite inspecciones del establecimiento comercial (valor especie valorada \$ 1.50) sea por:

- Primera vez
- Renovación
- Cambio de propietario

- Cambio razón social
- Traslado establecimiento
- Copia certificada de funcionamiento año anterior
- Original/ copia cedula de propietario o representante legal
- Copia del RUC
- Original y copia del carnet de Junta Nacional de Defensa de Artesanos. (si es afiliado).

Realizada la inspección cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar los siguientes requisitos:

- Presentar informe de la inspección.
- Original y copia de factura de compra o recarga de extintor y otros.

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

Afiliación a la Cámara de Comercio

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

Requisitos:

- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cedula y certificado de votación del representante legal.
- Planilla de luz.
- Pago de suscripción en la relación al capital social
- Pago trimestral de las cuotas de aportación o contribución.

Deberes formales con SRI

1. Inscripción en el registro pertinente, proporcionando los datos necesarios relativos a mi actividad y comunicar oportunamente los cambios que se presenten.

Requisitos

- Copia a color de cedula.
- Copia a color papel de votación.
- Copia de facturas de servicios básicos.
- Presentación de documentos originales.

2. Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados.

Tipos

- Nota de venta RISE
- Facturas
- Liquidación de compra de bienes y prestación de servicios
- Tiquetes de maquinas registradoras
- Boletos o entradas de espectáculos públicos
- Los emitidos por bancos, boletos o tiquetes aéreos, los emitidos en importaciones.

3. Llevar los libros y registros contables relacionados con la actividad económica.

Nota: Para cumplir con este deber formal se puede utilizar un cuaderno o elaborar un registro en computadora; adicionalmente debe archivar los comprobantes de venta relacionados con su actividad económica por siete años.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Cultura tributaria: La cultura tributaria está conformada por dos elementos de gran importancia para los grupos sociales: la cultura y los tributos. La cultura, en su acepción etimológica, nace de la unión entre cultus (cultivado) y la ura (resultado de una acción), por lo tanto se entiende como cultivo para la acción.

El segundo elemento que integra a la cultura tributaria es precisamente el referido a los tributos, los cuales según Moya 2006 son considerados como: "Prestaciones exigidas en dinero por el Estado en ejercicio de su poder de imperio

en virtud de una ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines".¹²

Microempresas: Para el estudio, se entiende por Microempresas (micro, incluidas las fami-empresas, pequeña y mediana empresa), toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana.¹³

Sistema impositivo: Conjunto de medidas encaminadas a la obtención de ingresos tributarios para financiar el gasto público y/o desplazar recursos de usos privados a los públicos.¹⁴

Deber formal: Es el deber de los contribuyentes de cumplir con la presentación de las comunicaciones, declaraciones juradas, llevar libros de contabilidad y otras complementarias.¹⁵

Obligación Tributaria: La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (Artículo 1º, Código Tributario).¹⁶

Contribuyente: Es aquella persona física o jurídica con derechos y obligaciones, frente a un ente público, derivados de los tributos. Es quien está obligado a soportar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado. Además es una figura propia de las relaciones [derecho tributario] o de impuestos. Se determina y define en concreto de acuerdo con la ley de cada país. El contribuyente es, en sentido general, el sujeto pasivo en Derecho tributario, siendo el [sujeto activo] el Estado, a través de la administración.¹⁷

¹² <http://es.scribd.com/doc/62294251/Cultura-Tributaria>

¹³ <http://www.pymesfuturo.com/Pymes.htm>

¹⁴ <http://www.definicion.org/sistema-impositivo>

¹⁵ <http://www.aitfa.org/attachments/File/Diccionario/Fiscal/O.pdf>

¹⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Contribuyente>

¹⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Contribuyente>

Impuestos: Es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por derecho público. Se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la administración hacendaria (acreedor tributario).

Los impuestos en la mayoría de legislaciones surgen exclusivamente por la "potestad tributaria del Estado", principalmente con el objeto de financiar sus gastos. Su principio rector, denominado "Capacidad Contributiva", sugiere que quienes más tienen deben aportar en mayor medida al financiamiento estatal, para consagrar el principio constitucional de equidad y el principio social de la libertad.¹⁸

Declaraciones tributarias: Es la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria en la forma establecida por Ley, Reglamento, Resolución de Superintendencia o norma de rango similar, la cual podrá constituir la base para la determinación de la obligación tributaria.¹⁹

Desarrollo económico: Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores productivos disponibles y orientados a su mejor utilización; teniendo como resultado un crecimiento equitativo entre los sectores de la producción. El desarrollo implica mejores niveles de vida para la población y no sólo un crecimiento del producto, por lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Las expresiones fundamentales del desarrollo económico son: aumento de la producción y productividad per cápita en las diferentes ramas económicas, y aumento del ingreso real per cápita.²⁰

Comerciante: Son comerciantes los que teniendo capacidad para contratar hacen del comercio su profesión habitual.²¹

¹⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Impuesto>

¹⁹ <http://www.aitfa.org/attachments/File/Diccionario/Fiscal/D.pdf>

²⁰ <http://www.definicion.org/desarrollo-economico>

²¹ http://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_c.htm

Trabajador: Un trabajador o trabajadora es una persona que con la edad legal suficiente, y de forma voluntaria presta sus servicios retribuidos. Cuando no tiene la edad suficiente, se considera trabajo infantil. Si no presta los servicios de forma voluntaria, se considera esclavitud o servidumbre.²²

Ahorro: Aquella parte de la renta que no es gastada en los bienes de consumo y servicios. Tal reserva tiene como finalidad la previsión de eventualidades futuras o la realización de una inversión. Constituye la diferencia entre ingresos y egresos. Estos valores generalmente se depositan en instituciones financieras a cambio de un interés; la banca utiliza tales depósitos para otorgar préstamos o hacer inversiones. Se cree entonces que existe una relación entre el ahorro, la inversión y de la formación de capital.²³

Crédito: Es el uso de un capital ajeno por un tiempo determinado a cambio del pago de una cantidad de dinero que se conoce como interés.// Obtención de recursos financieros en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el futuro en condiciones previamente establecidas. Crédito bancario: es un contrato por el cual una entidad financiera pone a disposición del cliente cierta cantidad de dinero, el cual deberá de devolver con intereses y comisiones según los plazos pactados.²⁴

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La utilización de un Manual de guía administrativa y tributaria, aumentará el nivel de gestión comercial de los microempresarios del Cantón San Francisco Milagro.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ❖ La asistencia a las capacitaciones del SRI de los Microempresarios de Milagro, afecta positivamente sus operaciones comerciales.

²² <http://es.wikipedia.org/wiki/Empleado>

²³ http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

²⁴ http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

- ❖ La mayoría de los microempresarios de Milagro no conocen sobre sus obligaciones tributarias por lo tanto son evasores de impuestos.
- ❖ Generalmente los microempresarios acuden a tramitadores para realizar sus pagos de impuestos, perjudicando su seguridad con el FISCO.
- ❖ La mayoría de microempresarios en Milagro utilizan comprobantes de venta.

2.4.3 Declaración de las variables

Variables de la hipótesis general

Variable independiente: La utilización de una guía administrativa y tributaria.

Variable dependiente: Aumento del nivel de gestión.

Variables de las hipótesis particulares

Variable independiente: Asistencia a capacitaciones.

Variable dependiente: Operaciones comerciales.

Variable independiente: Desconocimiento de las obligaciones tributaria.

Variable dependiente: Evasores de impuestos.

Variable independiente: Acudir a tramitadores para pagar sus impuestos.

Variable dependiente: Riesgo de seguridad con el FISCO.

Variable independiente: Microempresarios.

Variable dependiente: Comprobantes de venta.

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 2

VARIABLES	TIPO	INDICADORES	TECNICA	INSTRUMENTO
La utilización de una guía administrativa y tributaria.	Variable independiente	1. Determinar los conocimientos tributarios. 2. Nivel de autoeducación tributaria.	Encuesta	Cuestionario
Aumento del nivel de gestión.	Variable dependiente	1 Nivel de crecimiento anual en ventas. 2. Mejoramiento anual de infraestructura.	Encuesta	Cuestionario
Asistencia a capacitaciones.	Variable independiente	1. Determinar los conocimientos tributarios	Encuesta	Cuestionario
Operaciones comerciales.	Variable dependiente	1. Nivel de crecimiento de clientes. 2. Mejoramiento anual de infraestructura.	Encuesta	Cuestionario
Desconocimiento de las obligaciones tributarias.	Variable independiente	1. Determinar los conocimientos tributarios. 2. Nivel de errores en facturación y registros.	Encuesta	Cuestionario
Evasores de impuestos.	Variable dependiente	1. Nivel de incumplimiento en obligaciones tributarias en años anteriores. 2. Cuantas Microempresas tienen RUC.	Encuesta	Cuestionario
Acudir a tramitadores para pagar los impuestos.	Variable independiente	1. Porcentaje de proveedores de servicios tributarios formales.	Encuesta	Cuestionario
Riesgo de seguridad con el FISCO.	Variable dependiente	1. Porcentaje de pago de multas y mora. 2. Nivel de retrasos en pago de impuestos	Encuesta	Cuestionario
Microempresarios.	Variable independiente	1. Clasificación de las empresas.	Encuesta	Cuestionario
Comprobantes de venta.	Variable dependiente	1. Porcentaje de presentación de estados financieros. 2. Uso de Comprobantes de venta.	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño de investigación es de campo debido a que hemos obtenido información directa de un grupo objetivo; también corresponde a una investigación bibliográfica que se ha basado en obtener información ya establecida que ha permitido fundamentar el marco teórico y posteriormente determinar los componentes que forman parte de la propuesta.

INVESTIGACION CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

El diseño de la investigación es de carácter cualitativo, por lo que se basa en métodos de recolección de datos con medición numérica por lo que se utiliza descripciones y observaciones, su propósito es reconstruir la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema definido.

Investigación Cualitativa: “Estudia la situación en su argumento natural, tal y como ocurre, pretendiendo sacar sentido de, o demostrar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas involucradas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran diversidad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos,

imágenes, sonidos – que representan la práctica y las condiciones problemáticas y los representados en la existencia de las personas”.²⁵

INVESTIGACION EXPLORATORIA

Es un diseño de investigación cuyo objetivo principal es juntar datos preliminares que proyectan luz y entendimiento sobre la auténtica naturaleza del problema que enfrenta el investigador, así como descubrir nuevas ideas o situaciones. Se describe en que la información solicitada es precisada libremente, el proceso de investigación es flexible, versátil y sin *estructura*. El concepto estructura hace referencia a la categoría de estandarización impuesto en el proceso de recolección de datos. En la investigación exploratoria, la muestra es pequeña y no representa a la población, y el análisis de información primaria es cualitativo. Los resultados que proyecta este tipo de investigación son preliminares. Los instrumentos más empleados en esta investigación son las entrevistas con los expertos, las encuestas piloto, la investigación cualitativa, y el análisis cualitativo de las fuentes de información secundaria o toda aquella información que ya ha sido compilada, publicada o que se encuentra disponible. Este tipo de investigación es la mejor para delimitar el problema con mayor precisión en la primera etapa de la investigación.²⁶

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La presente investigación tiene como alcance el cantón Milagro. La información ha sido proporcionada por el departamento de Investigación de Desarrollo Tecnológico e Investigación de la Universidad Estatal de Milagro por medio de un proyecto ejecutado en el periodo de julio a diciembre del año 2010, según los resultados obtenidos la población es de 2066 Negocios entre Pymes y Pequeñas Empresas tanto de Zonas Urbanas como también las Zonas Rurales de la Ciudad.

²⁵http://scholar.google.com.ec/scholar?q=definicion+de+investigacion+cualitativa&btnG=&hl=en&as_sdt=0%2C5

²⁶<http://www.stelladominguez.com/2011/03/invexploratoria/>

3.2.2 Delimitación de la población

Para el desarrollo de esta investigación se considerara la parte de la población de 1809 Microempresas establecidas en el centro urbano de Milagro.

3.2.3 Tipo de la muestra

El proceso de selección que se utiliza es el aleatorio debido a que se garantizara a cualquier microempresario recurrente de la población estar incluido en la muestra.

Muestreo aleatorio

Considerando una población finita, de la que deseamos extraer una muestra. Cuando el proceso de extracción es tal que garantiza a cada uno de los elementos de la población la misma proporción de ser contenidos en dicha muestra, designamos el proceso de selección aleatorio.

3.2.4 Tamaño de la muestra

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

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

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

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

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

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

Datos:

n= x

N= 1809

$$p= 0,5$$

$$q= 0,5$$

$$E= 0,05$$

$$Z= 1,96$$

$$n = \frac{(1809)(0,5)(0,5)}{\frac{(1809-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{450,25}{\frac{4,52}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{450,25}{1,176593 + 0,25}$$

$$n = \frac{450,25}{1,4266}$$

$$n = 315$$

3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección de la muestra es no probabilística, llevando a cabo el siguiente procedimiento:

Se tomara un grupo de sujetos voluntarios que intervendrán en la ejecución de las encuestas, dando así su criterio en base a lo formulado.

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

Método inductivo-deductivo

Este método se maneja para el estudio de unos fenómenos económicos como el mercado; se comienza el estudio con este método a partir de aspectos esenciales

como los ofertantes o demandante, posteriormente las mercancías que intercambian, a continuación los tipos de mercados a que dan parte a las relaciones que se establecen entre ofertantes y demandantes. El procedimiento anterior significa ir de lo particular a lo general es decir por inducción. Por deducción, el estudio se inicia a partir de las exclusivas generales. En este caso los mercados, hacia las cualidades específicas que son los ofertantes y demandantes.

Los patrones teóricos de mercados que se expresan por este método son:

- Competencia ideal (muchos ofertantes, muchos demandantes, mercancía tipo).
- Mercado de monopolio (un oferente, muchos demandantes, mercancía única)
- Mercado de dúo polio, (dos oferentes, muchos demandantes, dos mercancías parecidas)
- Mercado de oligopolio (varios oferentes, muchos demandantes, mercancía parecida)
- Mercado de competición monopolista (muchos oferentes, muchos demandantes, mercancías parecidas)²⁷

3.3.1 Técnicas e instrumentos de la investigación

Para la presente investigación utilizaremos la ENCUESTA para recoger información, puesto que el propósito es saber el nivel económico y cultura tributaria en que se encuentran los Microempresarios de Milagro, para ello se utilizara como instrumento un CUESTIONARIO semi-estructurado que es administrado por sí mismo, es decir preguntas elaboradas acorde al entorno que vamos a estudiar.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

Una vez terminada la recolección de información mediante los respectivos instrumentos y técnicas de investigación en este caso encuesta se procesara los datos a través de métodos estadísticos como las barras, gráficos y diagramas. Ya que con esto analizaremos y evaluaremos la información para poder dar las respectivas recomendaciones.

²⁷ <http://www.buenastareas.com/ensayos/M%C3%A9todo-Inductivo-Deductivo/2173889.html>

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

La ciudad de Milagro ha experimentado un incremento poblacional importante en los últimos años, conllevando al desarrollo socio-económico, sin embargo, este no ha sido equitativo, por la acumulación de riqueza en un mínimo porcentaje de la población y como contraparte en la mayoría de la ciudadanía se reparte una pequeña porción de capitales.

Al existir esta desigualdad, no se crean empleos desde la industria o empresas que satisfagan todas las necesidades de la población, creándose para suplir esa brecha de desempleo, actividades comerciales formales o informales de pequeña magnitud financiera y económica, que en muchos de los casos carecen de los fundamentos administrativos, financieros y de gestión que sustenten su accionar en el mercado.

Para saber el grado o nivel de conocimientos administrativos y tributarios en los microempresarios, hemos realizado la siguiente encuesta, dando resultados favorables a la aplicación de nuestro proyecto.

ENCUESTA

1 ¿En el último año ha recibido capacitación tributaria o administrativa para mejorar su negocio?

Cuadro 3

Encuesta orientada a conocer si los microempresarios han recibido capacitación administrativa o tributaria.

ALTERNATIVA	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Administrativa	96	30%
Tributaria	82	26%
Ninguna	137	44%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 1



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Mediante el estudio hemos identificado que el 44% no ha recibido ningún tipo de capacitación lo que indica un alto índice de microempresarios que no tienen conocimientos de cómo dirigir sus negocios para su buen desarrollo, lo cual sumado a los comerciantes que asistieron a las capacitaciones y no absorbieron los conocimientos básicos comunicados, crean un gran conglomerado que desconoce las obligaciones, habilidades y responsabilidades que tienen.

2 ¿Ha leído alguna guía informativa sobre tributación emitido por el SRI?

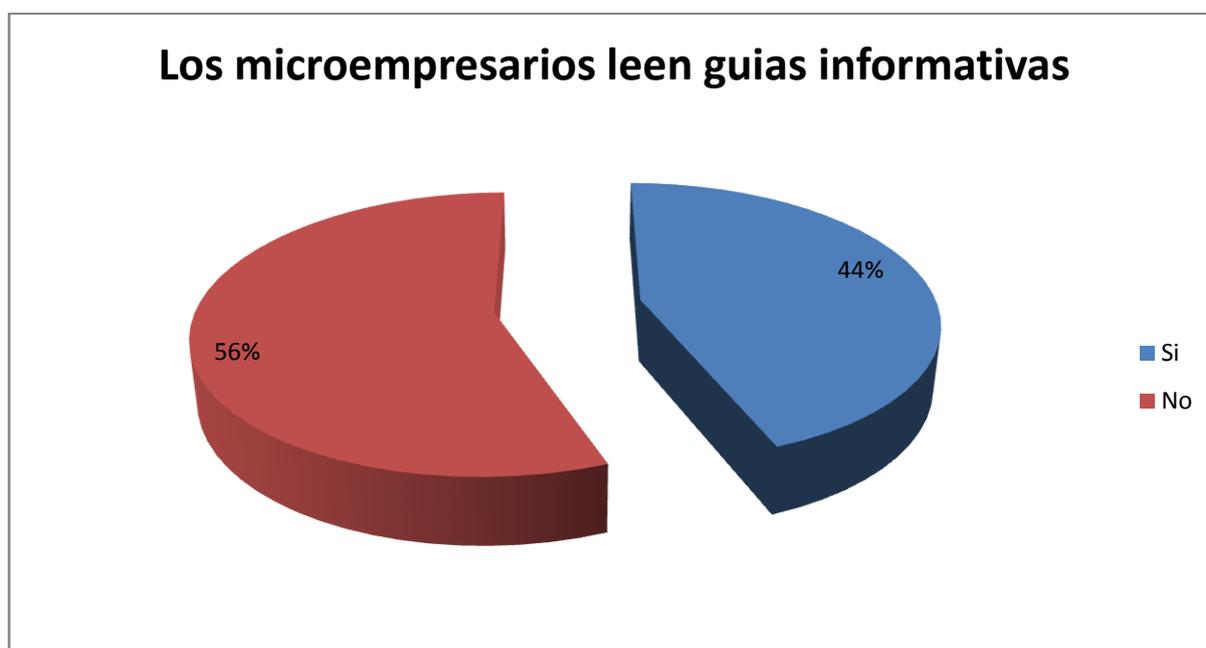
Cuadro 4

Encuesta aplicada a saber si los microempresarios leen guías informativas.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	139	44%
No	176	56%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 2



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Los microempresarios desconocen de sus obligaciones tributarias con el SRI, ya que un 56% de ellos no han leído por lo menos una guía informativa emitida por el SRI, las cuales indican los procedimientos legales que deben realizar y sirve de ayuda para el manejo adecuado de sus operaciones económicas.

3 ¿Sus niveles de ventas han mejorado considerablemente en los últimos años?

Cuadro 5

Encuesta orientada a saber si sus niveles de venta han aumentado el último año.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	170	54%
No	145	46%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 3



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

De los microempresarios encuestados un 54% nos indican que si han mejorado sus ventas considerablemente en los últimos años, lo cual hace más necesario que estos se preparen y capaciten en el ámbito administrativo y tributario, sin embargo, si se desconocen procesos básicos de administración, contabilidad y tributación no tienen una conciencia cierta de cuanto crecieron o cuanto dejaron de crecer.

4 ¿Con el fin de optimizar su gestión comercial ha realizado mejoramientos de la infraestructura de su negocio?

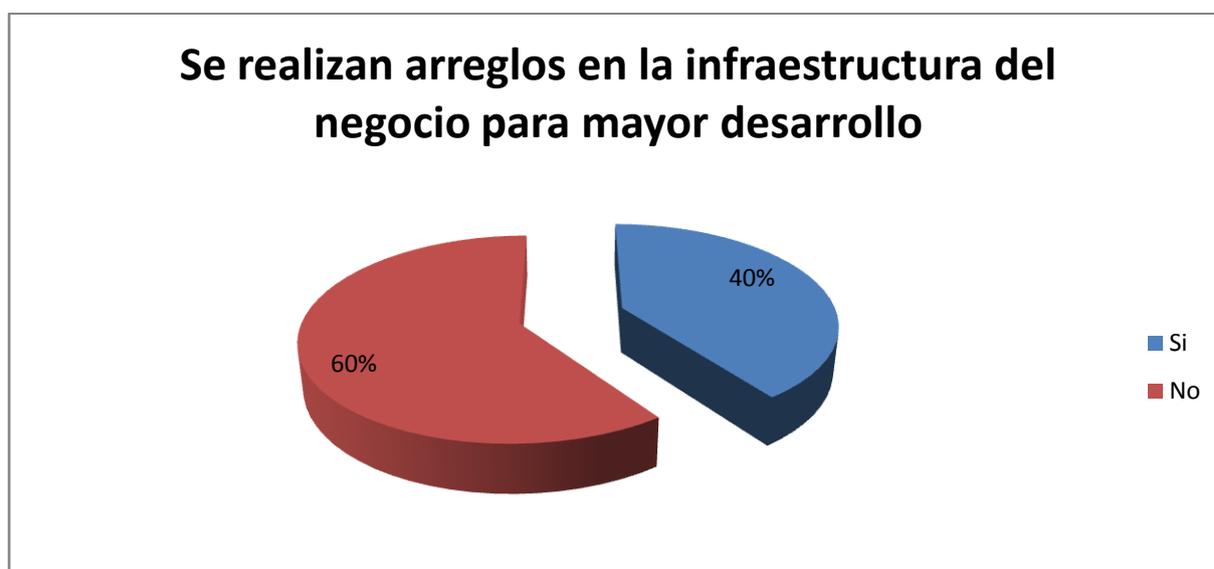
Cuadro 6

Encuesta orientada a saber si han hecho arreglos en infraestructura del negocio.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	126	40%
No	189	60%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 4



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Los microempresarios no toman en cuenta que dar algún cambio en la infraestructura de su negocio mejorará su desarrollo económico, nos percatamos que el resultado de la encuesta un 60% de ellos no ha realizado ningún cambio, es decir la mayoría de ellos, lo cual afecta gravemente al crecimiento progresivo que tendrían si lo hicieran.

5 ¿En el último año ha recibido capacitación para mejorar su negocio por parte de alguna institución?

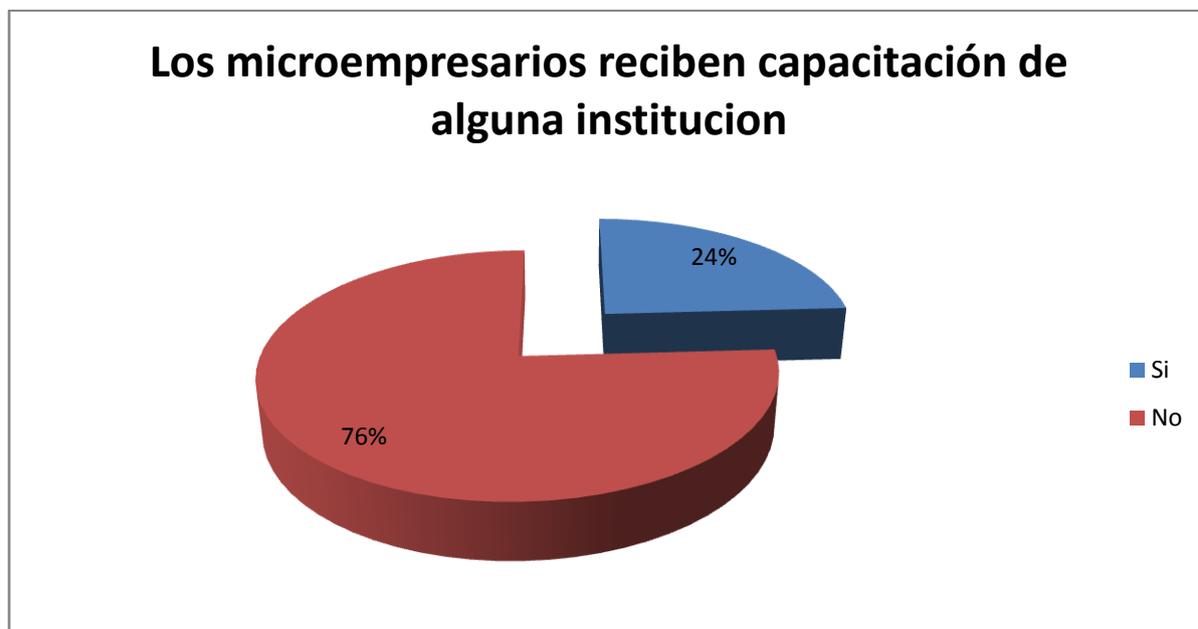
Cuadro 7

Encuesta orientada a saber si ha recibido capacitación por alguna institución.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	76	24%
No	239	76%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 5



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Un 76% de los microempresarios no han recibido capacitación por parte de alguna institución, lo que determina que ellos tienen un bajo nivel de cultura tributaria, afectando su apalancamiento con instituciones financieras y crecimiento económico, además de que el poco conocimiento que tienen, es una noción caduca, es decir inservible, basados en que las leyes cambian constantemente.

6 ¿Sabe de algún cambio en las leyes tributarias?

Cuadro 8

Encuesta orientada a confirmar su conocimiento en la reforma de las leyes tributarias.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	113	36%
No	202	64%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 6



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

El estudio muestra que un 64% de los microempresarios no sabe de algún cambio en las leyes tributarias, es decir no están informados de las reformas que se realizan cada año, por lo que podían cometer errores en sus declaraciones o tramites que realizan.

7 ¿En los últimos años ha crecido considerablemente su base de clientes?

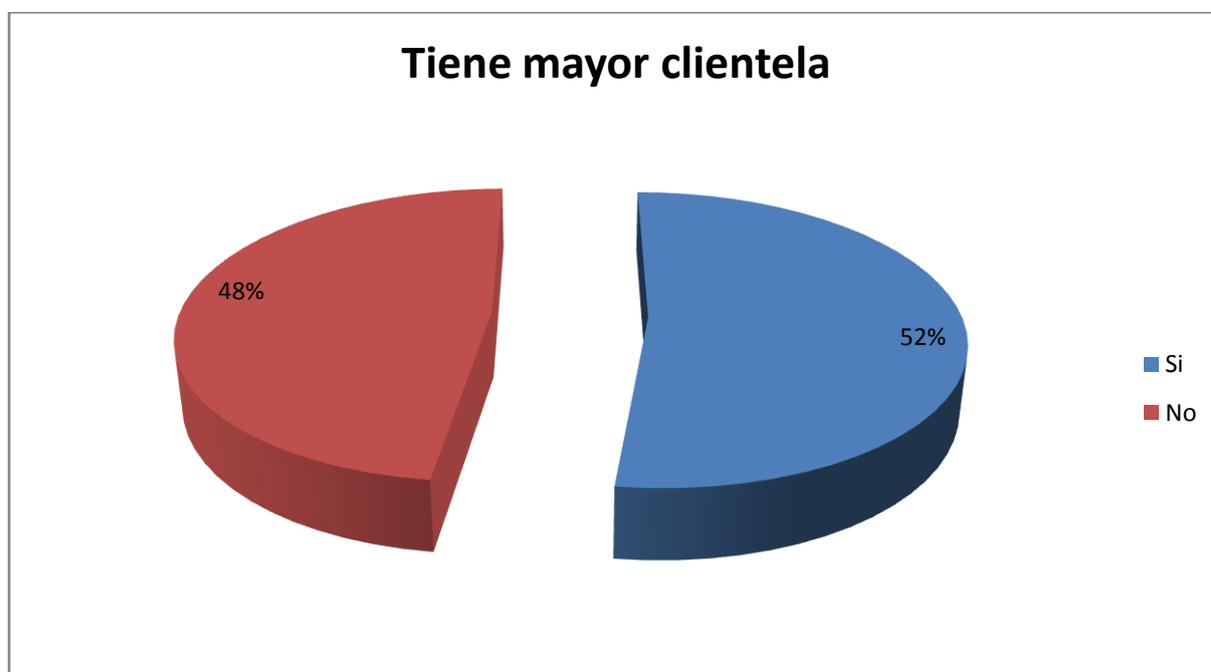
Cuadro 9

Encuesta orientada a saber si ha aumentado su base de clientes.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	164	52%
No	151	48%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 7



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Los porcentajes muestran una mínima diferencia entre los que ha aumentado su base de clientes el 52% dice que si, mientras que el 48%, relativamente podíamos decir que es bueno pero sabemos que el desarrollo económico de una ciudad depende del comercio y toda actividad económica que realice. Entonces el crecimiento es inminente por el aumento poblacional.

8 ¿Cuándo llena las facturas cometen enmendaduras de manera constante?

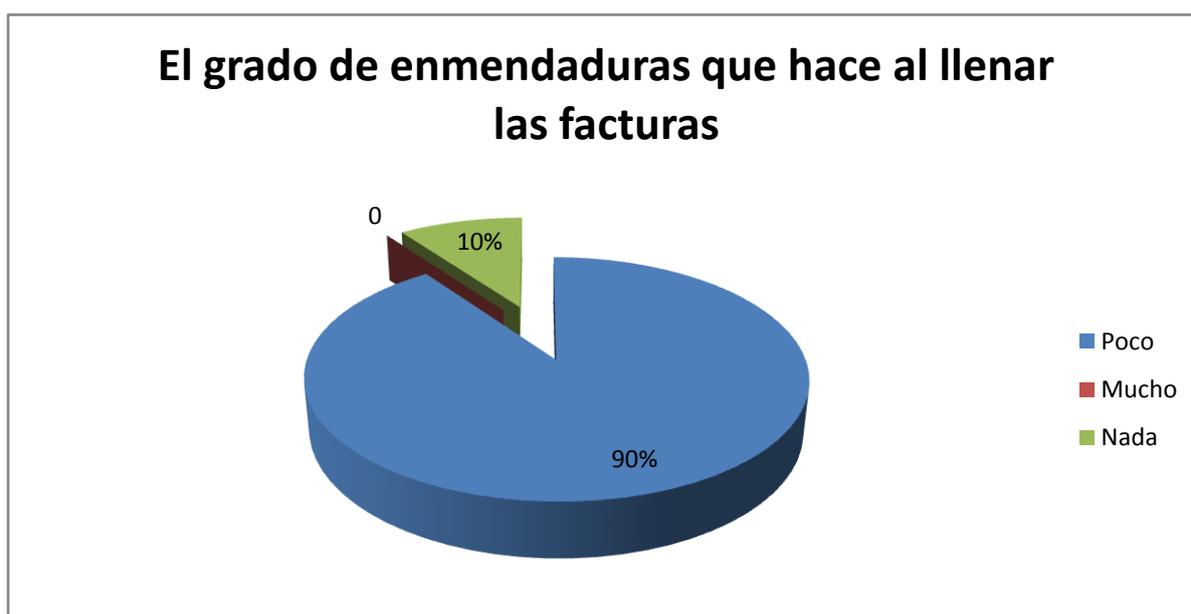
Cuadro 10

Encuesta orientada a saber en qué grado comete enmendaduras cuando llena las facturas.

ALTERNATIVA	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Poco	284	90%
Mucho	0	0%
Nada	31	10%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 8



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

El estudio muestra que un 90% de los encuestados ocasiones comete errores al llenar sus facturas, mostrando poca atención al realizarlas, acción motivada por la poca cultura tributaria.

9 ¿En el último año se ha retrasado en el pago de sus impuestos?

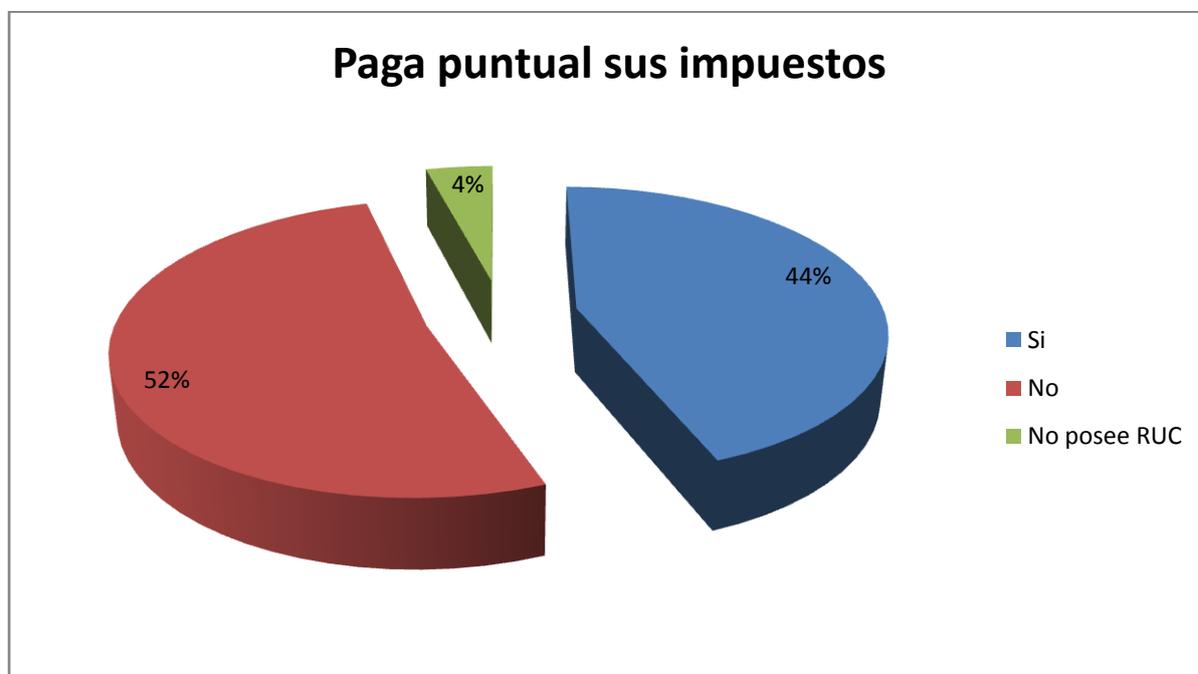
Cuadro 11

Encuesta orientada a la puntualidad del pago de sus impuestos.

ALTERNATIVA	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	139	44%
No	163	52%
No posee RUC	13	4%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 9



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

En el análisis nos podemos dar cuenta que el 44% de los encuestados si se han retrasado en el pago de los impuestos estos son aquellos que hacen declaraciones de IVA o IR ya que sus operaciones comerciales son mayores, y en algún momento se han descuidado de su responsabilidad tributaria o bien podríamos decir que no han estado en la capacidad de hacerlo.

En cuanto al otro porcentaje que es el mayor el 52% no se han retrasado ya que son aquellos que solo realizan el pago del RISE, que por su tasa mínima y menor complejidad de realizarlo lo hacen puntualmente.

10¿Las declaraciones de impuestos de su negocio son hechas por?

Cuadro 12

Encuesta orientada para saber por quien realiza las declaraciones.

ALTERNATIVA	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Usted	25	8%
Tramitador	189	60%
Contador formal	101	32%
No realiza	0	0%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 10



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

El 60% de los microempresarios realizan sus declaraciones por medio de un tramitador es decir una persona no profesional, arriesgando el control tributario de sus negocios ya que pueden haber muchos errores en aquellos trabajos, y es mas corre riesgo a un fraude o estafa por parte del tramitador, ya que en algunos casos se presenta información confidencial de la empresa para realizar la misma.

11 ¿En los dos últimos años ha pagado intereses y multas por estar impago?

Cuadro 13

Encuesta orientada a saber si ha pagado multas o intereses.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	126	40%
No	189	60%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 11



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Según el estudio un 40% de los microempresarios ha pagado intereses y multas por estar impago es decir que se han retrasado por no contar con el servicio adecuado para realizar sus declaraciones a tiempo.

Y el 60% no paga intereses y multas porque están al día en el RISE, sin embargo, el hecho de que las declaraciones no las hagan profesionales, afecta de manera negativa a esta respuesta, es decir sesga la información.

12 ¿Su empresa tiene más de 9 empleados?

Cuadro 14

Encuesta orientada a saber si se encuentra en el rango de microempresa.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	0	0%
No	315	100%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Gráfico 12



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Este análisis es directo ya realizamos la encuesta solo al grupo de las microempresas, pero pudimos notar que en su mayoría las microempresas solo llegan a tener hasta cuatro empleados, es decir su capacidad productiva y comercial no les permite tener un mayor número de empleados manteniéndose en el rango de microempresas.

13¿Qué tipo de comprobantes de venta utiliza?

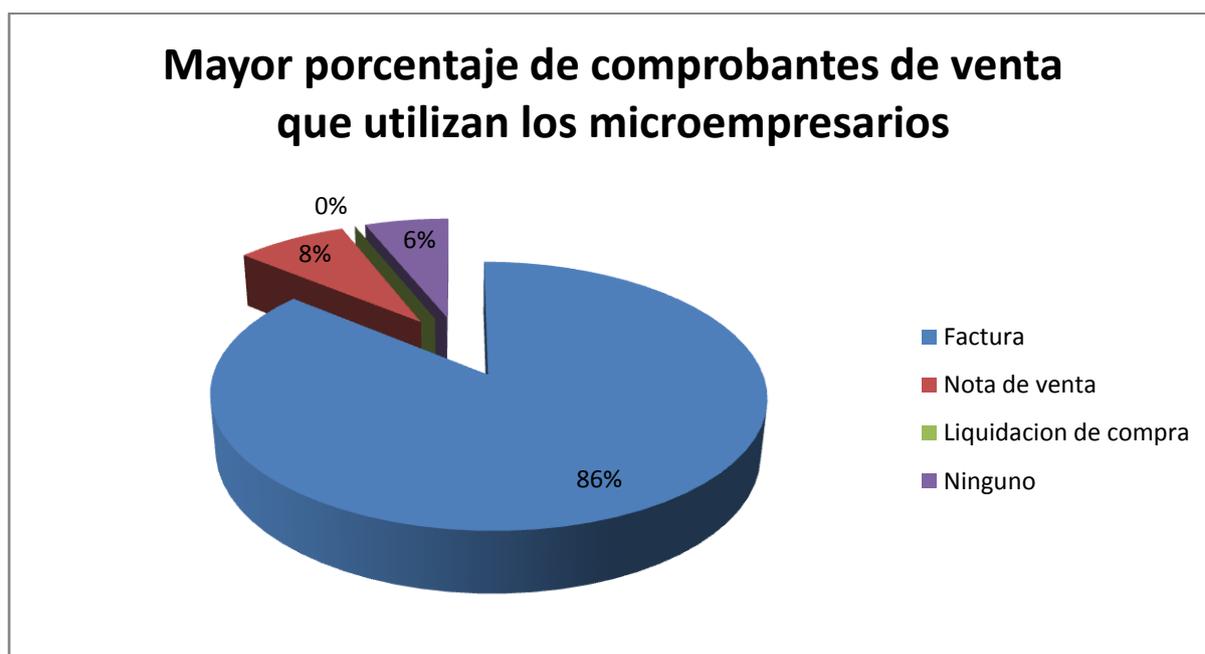
Cuadro 15

Encuesta orientada a saber el tipo de comprobantes de venta que utiliza.

ALTERNATIVA	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Factura	271	86%
Nota de venta	25	8%
Liquidación de compra	0	0%
Ninguno	19	6%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 13



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

El análisis nos indica que el 86% de los microempresarios utilizan facturas, es decir están obligados a realizar las declaraciones de IVA e IR, para lo cual deben tener conocimientos tributarios y seguir el procedimiento indicado para su realización.

14 ¿Su contador le presenta balance general y estado de resultado de su negocio?

Cuadro 16

Encuesta orientada a saber si posee estados de resultado del negocio.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	69	22%
No	246	78%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 14



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios **Elaborado por:** Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Un 78% de los microempresarios no cuenta con un contador profesional, es por eso el motivo de la respuesta. Podríamos decir que tienen un insuficiente conocimiento de su situación económica, debido a la falta de saberes administrativos, tributarios y financieros, lo que no les permite tener un impulso económico a través del tiempo.

15 ¿Cree que la guía de un manual administrativo y tributario le ayudaría al desarrollo de su negocio?

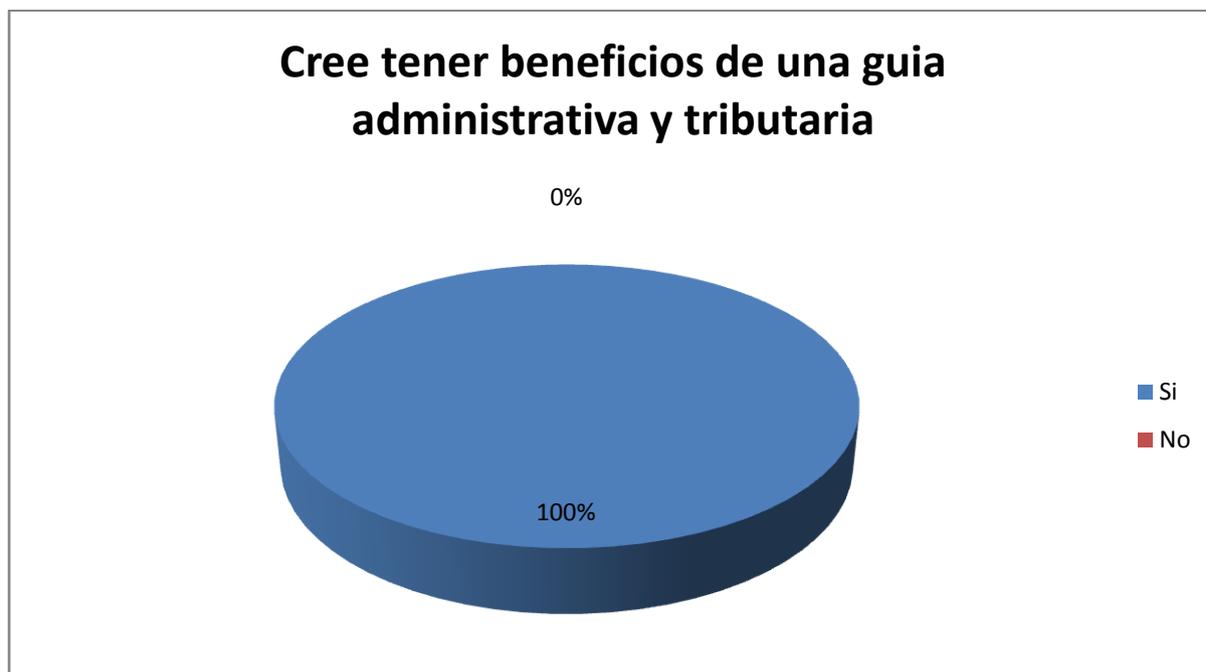
Cuadro 17

Encuesta orientada a saber si le beneficiaría tener una guía administrativa y tributaria para su negocio.

ALTERNATIVAS	CONSULTADOS	PORCENTAJES
Si	315	100%
No	0	0%
TOTAL	315	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Grafico 15



Fuente: Encuestas aplicadas a los microempresarios Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Análisis

Vemos la acertada respuesta del 100% de los encuestados, lo que nos permite con seguir con paso firme en la realización de nuestro proyecto, el cual ayudara mucho a mejorar los conocimientos administrativos y tributarios de los microempresarios.

Además fomentar una buena cultura tributaria en la economía del Cantón San Francisco de Milagro, dando paso a nuevas plazas de trabajo ya que existe un alto índice de desempleo en el cantón.

4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Luego de haber aplicado la encuesta a la muestra tomada del total de microempresarios del cantón y de haber realizado el procesamiento de los datos a través de métodos estadísticos, se presentara el siguiente análisis:

Los microempresarios del cantón Milagro no se encuentran en el nivel de conocimientos empresariales adecuados ya que del 100% de los encuestados el 44% de ellos no ha recibido ningún tipo de capacitación en el último año, por otra parte un 56% ni siquiera a leído una guía informativa, lo cual no les permite estar en un mejor nivel de la clasificación de las empresas, es por ese motivo que se espera capacitarlos en el ámbito empresarial para su mayor desarrollo. Ligado a esto un 76% de ellos no han recibido ayuda por parte de alguna institución Gubernamental y ONG, para el desarrollo de su nivel empresarial.

Se puede determinar luego del resultado del 54% de los que dicen que ha mejorado sus niveles de venta y del 52% que ha crecido su base de clientes, no ha sido porque hayan aplicado alguna técnica o conocimiento comercial, sino debido al alto índice de crecimiento en la población del cantón, ya que los resultados de las encuestas nos indican que no poseen los conocimientos necesarios.

Un 60% de ellos no ha realizado mejoramientos en infraestructura, es decir no toman en cuenta una parte muy importante del emprendimiento empresarial.

64% de ellos no están al tanto de los cambios que se dan cada periodo en las leyes tributarias. Por otra parte un 86% de ellos utilizan facturas que es uno de los comprobantes de venta mas comunes de un negocio, esto tiende a que estén mas capacitados, para que no cometan errores al momento de llenarlos.

Un 52% y 60% no se han retrasado en el pago de sus impuestos, ni han pagado multas o intereses, al realizar un estudio se pudo determinar el tipo de impuestos que pagan los cuales son RISE, IVA e IR.

La mayoría de los microempresarios no tienen contador y por ende no poseen la capacidad de realizar sus declaraciones d impuestos, por lo que acuden en un 60% a tramitadores arriesgando su integridad como comerciantes.

Luego de todas estas respuestas un 100% de ellos nos aseguran que la aplicación de un manual administrativo y tributario ayudaría mucho en el desarrollo de su nivel empresarial.

4.3 RESULTADOS

Vamos a analizar los resultados usando los objetivos propuestos en este proyecto.

Uno de los objetivos principales es elaborar un manual de guía administrativa y tributaria, por medio de una investigación, conociendo las necesidades de los microempresarios del cantón San Francisco de Milagro, para mejorar sus conocimientos administrativos y tributarios; el resultado obtenido en las encuestas es muy favorable, los microempresarios están de acuerdo en que aplicar este manual a sus negocios, no solo los capacita sino que se preparan para afrontar situaciones desestabilizadoras del negocio a futuro.

Otro objetivo es determinar la cantidad de microempresarios que asisten a las capacitaciones del SRI en Milagro; Según las encuestas un gran porcentaje de los microempresarios no ha asistido a dichas capacitaciones, quedando nulos en aquellos conocimientos tan necesarios que se han impartido, estas capacitaciones no se han impartido con la frecuencia que ameritan sus necesidades comerciales.

El siguiente objetivo es realizar un estudio para saber el conocimiento tributario que tienen los microempresarios en Milagro; Se determina por medio del estudio que el conocimiento tributario que poseen los microempresarios es insuficiente para ser dependientes en el manejo de sus operaciones administrativas y comerciales.

Otro de los objetivos es conocer que método de pago de impuestos es el más utilizado por los microempresarios de Milagro; podemos confirmar por medio de las respuestas que el método utilizado no es el adecuado, ya que se valen de tramitadores para realizar sus declaraciones de impuestos.

El último de los objetivos es conocer el porcentaje de microempresarios que utilizan Comprobantes de venta en sus actividades comerciales; los resultados obtenidos nos muestran que el 86% de los microempresarios utiliza comprobantes de venta.

4.4 VERIFICACION DE HIPÓTESIS

Cuadro 18 Verificación de hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACION
<p>La utilización de un Manual de guía administrativa y tributaria, aumentará el nivel de gestión comercial de los microempresarios del sector de la García Moreno del cantón Milagro.</p>	<p>La hipótesis es verdadera ya que mediante el resultado de la encuesta en la pregunta 15 se pudo constatar que el cien por ciento de los microempresarios considera que les ayudaría en el aumento de su gestión comercial la utilización de un manual de guía administrativa y tributaria.</p>
<p>La asistencia a las capacitaciones del SRI de los Microempresarios de Milagro, afecta positivamente sus operaciones comerciales.</p>	<p>Se verifica que un mínimo porcentaje de microempresarios son los que han asistido a alguna capacitación, y las preguntas 3 y 7 muestra que sus niveles de ventas han mejorado, pero lo cual se debe al alto índice de crecimiento poblacional del cantón.</p>
<p>La mayoría de los microempresarios de Milagro no conocen sobre sus obligaciones tributarias por lo tanto son evasores de impuestos.</p>	<p>Se confirma la hipótesis por medio de las preguntas 6, que indica que la mayoría de comerciantes no conoce de actualizaciones en leyes. Y la respuesta de la pregunta 11 nos indica que la mayoría no están pagando intereses y multas, porque sus declaraciones según el resultado de la pregunta 10 la realizan simples tramitadores.</p>
<p>Generalmente los microempresarios acuden a tramitadores para realizar sus pagos de impuestos, perjudicando su seguridad con el FISCO.</p>	<p>Se verifica la hipótesis mediante la respuesta de la pregunta 10, porque en gran porcentaje acuden a personas no profesionales, lo cual no garantiza la correcta declaración de impuestos, perjudicando al estado en sus ingresos fiscales.</p>
<p>La mayoría de microempresarios en Milagro utilizan Comprobantes de venta.</p>	<p>Las preguntas 8 y 13 confirman la hipótesis, porque la mayoría de microempresarios utilizan comprobantes de venta.</p>

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Elaboración de un manual de guía administrativa y tributaria, para mejorar los conocimientos administrativos y tributarios de los microempresarios del cantón Milagro, por medio de programas de Vinculación con la colectividad de la UNEMI.

5.2 FUNDAMENTACION

Fundamentación científica

Origen de las microempresas

Un motivo importante que acelera este crecimiento de la 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 8 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 microempresas subcontratistas.²⁸

Características de la microempresa

La microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 9 integrantes aproximadamente.

Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

Ventajas De La Microempresa

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

Desventajas de la microempresa

- Utilizan tecnología ya superada
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.²⁹

²⁸ BEJARANO, Daniel y ENDIETA Julio: *Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la Ciudad Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo*, Tesis de grado para optar al título de Ingeniero Comercial, Unidad de ciencias administrativas y comerciales, UNEMI, Ecuador, 2012.

²⁹ <http://www.monografias.com/trabajos10/micro/micro.shtml>

Microcrédito

Es todo préstamo concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero, que actúa como prestamista.³⁰

Desarrollo administrativo de las microempresas

La Administración es el proceso de planear, organizar, liderar, y controlar el trabajo de los miembros de la organización y de utilizar todos los recursos disponibles de la empresa para alcanzar con eficiencia los objetivos organizacionales establecidos. Este tuvo sus primeras manifestaciones en la Revolución Industrial y en los análisis de filósofos y economistas del siglo XVIII. En un principio se manifestaba de forma totalmente espontánea, luego se fue concientizando hasta tomar carácter de ciencia, en la cual se determinaron los conocimientos científicos que la misma nos aportaba y la posibilidad y condiciones para su empleo. Toda la literatura contemporánea coincide en reconocer que la Administración tiene triple carácter: de ciencia, de arte y de profesión. La conceptualización y desarrollo de la administración como ciencia, es relativamente reciente en relación con otras ramas del saber humano, y ha transitado por diversas teorías y enfoques, las cuales se expondrán a continuación.³¹

La aplicación de los tributos

La aplicación de los tributos comprende, de manera principal, tres procedimientos: gestión, inspección y recaudación, los cuales se deberán ejercer separadamente de las actuaciones relativas a la resolución de las reclamaciones económico-administrativas que pudieran interponerse contra los actos dictados en los

³⁰ http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

³¹ <http://www.monografias.com/trabajos53/administracion-empresarial/administracion-empresarial2.shtml>

procedimientos citados. Todas estas funciones están regidas por una serie de principios a los que la Ley 58/2003 dedica su Capítulo I del Título III.

Principios relativos a los procedimientos tributarios

Hacen referencia a dos aspectos: por un lado, la necesaria separación de las funciones de gestión de las de revisión de actos en vía económico-administrativa; por otro, la competencia territorial en la aplicación de los tributos que se atribuirá al órgano que determine la Administración Tributaria, en desarrollo de sus facultades de organización, mediante disposición que deberá ser objeto de publicación en el boletín oficial correspondiente.³²

Apalancamiento financiero

Apalancamiento financiero: es el efecto que introduce el endeudamiento sobre la rentabilidad de los capitales propios. La variación resulta más que proporcional que la que se produce en la rentabilidad de las inversiones. La condición necesaria para que se produzca el apalancamiento amplificador es que la rentabilidad de las inversiones sea mayor que el tipo de interés de las deudas.

Se denomina apalancamiento a la posibilidad de financiar determinadas compras de activos sin la necesidad de contar con el dinero de la operación en el momento presente

Es un indicador del nivel de endeudamiento de una organización en relación con su activo o patrimonio. Consiste en utilización de la deuda para aumentar la rentabilidad esperada del capital propio. Se mide como la relación entre deuda a largo plazo más capital propio.

Se considera como una herramienta, técnica o habilidad del administrador, para utilizar el Costo por el interés Financieros para maximizar Utilidades netas por efecto de los cambios en las Utilidades de operación de una empresa.

Es decir: los intereses por préstamos actúan como una **palanca**, contra la cual las utilidades de operación trabajan para generar cambios significativos en las utilidades netas de una empresa.

³² <http://www.fiscal-impuestos.com/aplicacion-tributos-principios-generales.html>

En resumen, debemos entender por Apalancamiento Financiera, la Utilización de fondos obtenidos por préstamos a un costo fijo máximo, para maximizar utilidades netas de una empresa.³³

Crecimiento económico

El crecimiento es una medida del bienestar de la población de un país o región económica y del éxito de las políticas económicas. Implícitamente, se supone que un elevado crecimiento económico es beneficioso para el bienestar de la población, es decir que un elevado crecimiento económico sería un resultado deseado por las autoridades políticas y por la población de un país. Aunque es una de las medidas más utilizadas, tiene inconvenientes que es necesario tener en cuenta, por ejemplo el PBI no tiene en cuenta externalidades, si el aumento del PBI proviene de actividades genuinamente productivas o de consumo de recursos naturales, y hay actividades que aumentan o disminuyen el bienestar o la producción y que no son incluidas dentro del cálculo del PBI, como la economía informal o actividades realizadas por fuera del mercado, como ciertos intercambios cooperativos o producción para el autoconsumo. Adicionalmente puede suceder que se evalúen políticas económicas mediante el uso del crecimiento económico en períodos de tiempo determinados sin tener en cuenta transferencias intergeneracionales de recursos, como endeudamiento o consumo de recursos no renovables. El crecimiento económico tampoco tiene en cuenta lo que sucede con la distribución del ingreso. Usualmente se considera que una distribución del ingreso mas progresiva implica un mayor bienestar. A pesar de todo esto, la medida de crecimiento económico es muy útil para analizar muchos elementos de la economía y la política económica.³⁴

³³ <http://www.gerencie.com/apalancamiento-financiero.html>

³⁴ <http://www.econlink.com.ar/economia/crecimiento/crecimiento.shtml>

5.3 JUSTIFICACION

Una vez realizados los capítulos anteriores, donde se ha venido analizando el problema, marco referencial, marco metodológico y marco administrativo puntos que han sido muy elementales para profundizar en el tema con el fin de obtener información contundente que ayude al planteamiento de la propuesta.

Cada uno de estos puntos ha explicado la razón de este tema, aun más el marco administrativo donde se ha aplicado la encuesta factible a los microempresarios del cantón Milagro, es decir preguntas fijadas en los parámetros de su administración, conocimientos y desarrollo económico.

Con dichos resultados hemos llegado al análisis que es muy importante que los microempresarios adquieran y aumenten sus conocimientos empresariales, administrativos y tributarios; para mantenerse como empresas en el mercado comercial, tener apalancamiento financiero y subir a una nueva categoría empresarial.

La vida comercial de Milagro y las respuestas que han dado las encuestas que se han realizado en este trabajo de investigación nos da a conocer de manera clara y transparente la realidad en que se desenvuelven las actividades productivas de los microempresarios de este Cantón. Creando con esto, limitaciones de crecimiento económico y financiero, además de establecer desventajas competitivas frente a otros comerciantes de mayor formalidad y poder económico.

La mayoría de los microempresarios que han existido en el cantón no han podido sobrevivir en el mercado, porque han carecido de estos conocimientos que son tan elementales para su desarrollo.

Por este motivo planteamos nuestra propuesta, que es elaborar un manual de guía administrativa y tributaria, con el aval de la UNEMI, por medio del programa de Vinculación con la Colectividad, con el fin de dar solución a la problemática de quiebra de los microempresarios, Milagro necesita ser un cantón mucho más desarrollado y competitivo en el sector económico y así poder generar más fuentes de trabajo para todos los milagreños.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Elaboración de un manual de guía administrativa y tributaria; que sea práctico para el uso de los microempresarios con el fin de mejorar sus conocimientos que impulse el desarrollo del sector económico en el Cantón Milagro.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- ❖ Analizar el mercado empresarial y comercial para desarrollar mejores estrategias.
- ❖ Dar una capacitación personalizada y continua a los microempresarios para la comprensión absoluta del tema.
- ❖ Fomentar una cultura tributaria en los microempresarios del Cantón Milagro.
- ❖ Dar una herramienta administrativa y tributaria fácil de usar a los microempresarios, para seguridad de su economía.
- ❖ Mejorar el funcionamiento administrativo de los microempresarios así como el profesionalismo para fortalecer su desempeño.

5.5 UBICACION

La aplicación del manual se ejecutará en el País Ecuador, Región costa, Provincia Guayas, Cantón Milagro, instalaciones de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro tiene un capítulo especial dentro de la historia ecuatoriana por sus tradiciones, las que han venido transmitiéndose de generación en generación.

El Cantón Milagro está dividido en cuatro parroquias urbanas: Parroquia San Camilo, Parroquia Chirijo, Parroquia Enrique Valdez, Parroquia Ernesto Seminario. Además es uno de los más importantes del litoral ecuatoriano, se haya asentada en tres haciendas convergentes Valdez Milagro y San Miguel. En el Cantón Milagro, es de admitir su crecimiento poblacional, y una serie de ciudadelas que adornan y complementan el marco atractivo de urbe progresista.

El Cantón Milagro a través de los años ha ido en una escala ascendente y a pasos acelerados en el desarrollo del comercio, la industria y la agricultura. Gracias a los

ingenios de Azúcar Valdez y San Carlos que han abastecido durante años con este producto vital a las ciudades del Ecuador.

Actualmente Milagro cuenta con una infraestructura moderna en sus calles, edificios, instituciones sociales y de beneficencia; es una ciudad pintoresca bien arreglada; su suelo fértil se encuentra todo cultivado, hay varias industrias y su comercio es muy activo.³⁵

El proyecto tiende a desarrollarse en las instalaciones de la Universidad Estatal de Milagro, ubicada en el Km 1,5 vía al Recinto Virgen del Fátima.

Figura 1 Mapa del Cantón Milagro



Fuente: World Map Finder

³⁵ <http://www.trenandino.org/rehabilitaciondeltren/milagro.php>

5.6 FACTIBILIDAD

El planteamiento del proyecto es factible porque se puede realizar el Manual, debido a que contamos con los recursos necesarios.

Factibilidad Administrativa

Para la ejecución de este proyecto se requiere la intervención de un Ingeniero en administración de empresas, quien se encargará de las capacitaciones en el aspecto Administrativo del Manual, que juntamente con el trabajo en el aspecto Tributario del Manual se brindará una capacitación de calidad a los microempresarios, el cual podría ser docente de la Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Factibilidad Legal

En este aspecto se requiere tener la Propiedad Intelectual del Manual de Guía Administrativa y Tributaria, con el propósito de proteger la información detallada en el mismo, sin embargo no es de vital importancia que se registre como propiedad intelectual para su utilización.

Propiedad Intelectual

La propiedad intelectual comprende todas las creaciones del intelecto humano, sea en el campo artístico, literario, científico, industrial o comercial, donde se ve plasmado el trabajo, sacrificio y esfuerzo de su creador.

La Propiedad Intelectual es una herramienta muy útil para el desarrollo industrial, comercial, y cultural de los pueblos, ya que fomenta y contribuye a:

- 1.- La creatividad de los hombres;
- 2.- Progreso de la investigación tecnológica; y,
- 3.- El crecimiento competitivo de las empresas.³⁶

Derecho de Autor y Conexos

Las creaciones intelectuales como las obras literarias y artísticas se encuentran protegidas por la otra disciplina de la propiedad intelectual como es el derecho de autor.

³⁶ <http://www.lacamara.org/ccg/Seminarios/Materiales/M-INFRACCION-DERECHOS-AUTORYMARCA.pdf>

La gente tiende a asimilar propiedad intelectual a derecho de autor. Esto no es preciso, pues el derecho de autor es una de las formas de la propiedad intelectual. Las obras literarias y artísticas, si bien son bienes intelectuales, tienen una protección de naturaleza diferente a los de propiedad industrial.

A este grupo de derecho de autor, se han ido uniendo otros personajes que por su indudable contribución en la difusión de las obras, obtuvieron un grado de protección a través de los denominados derechos conexos o vecinos al autor. Estos derechos buscan proteger las interpretaciones y ejecuciones de los artistas intérpretes o ejecutantes, los fonogramas (CD's, discos, etc.) de los productores de fonogramas (disqueros) y las emisiones de radio y televisión de los organismos de radiodifusión (radio y televisión), que sin ser autores, son auxiliares importantes en el proceso de difusión de la obra y por ello la ley les reconoció los derechos denominados conexos.

¿Para qué sirve la propiedad intelectual a las Microempresas?

Y por qué una Microempresa se debe preocupar por la propiedad intelectual. Hay muchas razones que da la experiencia y que se condensan en las siguientes ventajas para la Microempresas:

- 1- Se evita que otras empresas o personas imiten o copien (piratería) los productos o servicios que mi empresa generó con gran esfuerzo. Me permite acudir a las autoridades administrativas, los jueces y fiscales para hacer respetar mis derechos;
- 2- El reconocimiento de la marca en el mercado mejora el precio de mi producto o servicio.
- 3- Permite hacer adaptaciones al producto que protegí que también estarían protegidas por la ley;
- 4- Permite, a través de búsqueda de la base de datos de patentes y marcas, saber qué no está infringiendo la propiedad intelectual de otros. En la Superintendencia, puedo saber por ejemplo, si alguien ya tiene registrada una marca con un nombre similar o igual a la que pretendo registrar. Esta información anticipada me evita incurrir en gastos;
- 5- Permite posicionar la empresa y sus productos y servicios. Cuando mi empresa tiene debidamente protegidos sus bienes intelectuales, ya sea porque registró sus marcas, ya sea porque patentó sus inventos o sus modelos de utilidad, ya sea

porque protege sus secretos industriales o porque adquirió derechos intelectuales por contrato debidamente realizado, entre otros, puedo vender sus productos o servicios con tranquilidad y hacerles propaganda en la seguridad de que nadie me va a molestar;

6- Valoriza mi empresa. Si los bienes intelectuales se logran posicionar adquieren un valor creciente y eso hace que se conviertan en activos valiosos de la empresa. Tan valiosos o más que los bienes materiales de la empresa como el local, la maquinaria o los computadores;

7- Protejo al hacer contratos de licencias de uso, franquicias, entre otros, para comercializar mis productos y servicios. Por ejemplo si tengo la certeza que contraté debidamente a ingenieros que me hicieron un programa de computador o a los empleados vinculados laboralmente con la empresa, puedo hacer un contrato de licencia de uso de un programa con toda tranquilidad y respaldo frente a copias; ya que quedó claro que dentro de su contrato laboral, estaba realizar estos bienes intelectuales;

8- Permite incentivar a mi personal creativo e innovador para que genere nuevos desarrollos.³⁷

Factibilidad en el aspecto Técnico

En este aspecto tenemos las facilidades para la ejecución de la propuesta, una vez elaborado el manual reproduciremos una cantidad base para ofertarlo a los microempresarios. Se realizara un plan estratégico para cumplir con la perspectiva.

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Esta propuesta tiene la finalidad de mejorar la parte administrativa y tributaria de las pequeñas empresas del Cantón Milagro, para lo cual se hará disponible el uso de una manual que servirá como guía administrativa y tributaria para ayudar a los microempresarios a mejorar sus vidas permitiéndoles desarrollar un plan para sus nuevos o ya existentes negocios, además permitirá a los participantes confiar en ellos mismos, dándoles la oportunidad de practicar sus nuevas habilidades empresariales.

³⁷ http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADG785.pdf

Los participantes de este manual tendrán la capacidad de crear un plan de negocio básico para que ellos puedan contactar los recursos que requieren para alcanzar sus metas propuestas con éxito.

Las estrategias que se aplicarán, están basadas en el hecho de que en la mayoría de la población, cuentan con recursos para la financiación y manejo de habilidades de tipo gerencial. Se utilizarán estrategias como la red de contacto, el contacto directo, los referidos, la web, hacer presentaciones y demostraciones, las mismas que tendrán su ejecución en el plazo que se establezca.

ILUSTRACIÓN DE LA PROPUESTA

MANUAL DE GUÍA ADMINISTRATIVA Y TRIBUTARIA PARA MICROEMPRESARIOS

ASPECTO ADMINISTRATIVO:

Este Manual le enseñará las cosas básicas que necesitarán para desarrollar un plan de negocios, y la forma de causar una buena impresión a las fuentes necesarias, para ser un buen empresario, no ha sido diseñado con el fin de ser un proyecto definitivo en cuanto al manejo de microempresas – existen otras fuentes en la comunidad que le ayudarán a resolver dificultades en su negocio. Sin embargo, aprenderá aquellas cosas fundamentales del planeamiento y esto le ayudará a detectar aquellos que poseen la información que usted requiere. Ha sido dividido en las siguientes sesiones:

Mi Negocio y Recursos

La clave para el éxito en cualquier negocio es tener claramente definidos los objetivos y el plan para alcanzarlos. En esta sesión usted aprenderá a definir los objetivos de su negocio así como las habilidades que usted ya posee con el fin de lograr que la tentativa empresarial sea todo un éxito. Además, se dará la base a fin de entender el impacto que los precios, la ubicación y la competencia tienen en el rubro de su negocio. También reconocerá sus capacidades y determinará los recursos necesarios con el fin de que su proyecto sea exitoso. Se identificarán las personas y organizaciones específicas. Además determinarán las preguntas necesarias con el fin de poder recopilar la información para su negocio.

Los Contactos, Planes de mi Negocio, y el Éxito

Las poderosas primeras impresiones son la clave para cualquier negocio próspero. En esta sección, usted practicará los principios que le ayudarán a dar poderosas impresiones. También aprenderá las bases para promover su negocio. La clave para obtener ayuda adicional y para llegar al éxito duradero es tener un plan de negocio. Y desarrollarán un plan inicial para su negocio que pueda utilizar para representarlo a fuentes que le puedan ayudar a ser exitoso.

La razón por la cual el Manual está dividido en dos sesiones es para darle el tiempo necesario de hacer investigaciones previas y poner en práctica sus habilidades. Por favor asegúrese de reunir toda la información que necesite antes de asistir a la segunda sesión, para que de esa manera pueda aprovechar plenamente el Manual.

Para asegurarse el éxito en este Manual, cerciórese de tener:

- Un negocio bien definido, bien sea producto o servicio.
- Identificados los recursos que necesita, para ayudar a ser exitoso.
- Haber efectuado sus presentaciones a recursos y contactos de la red.
- Haber elaborado un plan inicial de negocio

Recuerde: si falla al planear, planea para fallar.

Los Objetivos y Recursos de mi Negocio

La clave en cualquier negocio es tener claramente definidos los objetivos y el plan para alcanzarlos esta sección usted aprenderá a identificar las metas y las habilidades necesarias para que su proyecto empresarial sea todo un éxito.

Además, la realización de las actividades en esta sección ayudará a entender mejor el impacto que los precios, la ubicación, y la competencia tienen en el negocio que se propone.

Caso para Estudios: Agua de Pueblo

Había una vez un pequeño pueblo. Era un lugar excelente para vivir, con excepción de un pequeño problema: el pueblo dependía únicamente del agua lluvia. Con el fin de resolver este problema de una vez por todas, los ancianos del pueblo propusieron hacer un contrato para que se trajera agua diariamente al pueblo. Dos personas se ofrecieron y se les asignaron los contratos. Los ancianos sintieron que la

competencia mantendría los precios bajos y además aseguraría un suficiente suministro de agua.

El primero de los dos que ganó el contrato, Oscar, comenzó inmediatamente; compró dos baldes y comenzó a correr, cargando el agua por el camino que llevaba desde el lago hasta el pueblo, lo cual era casi una milla. Comenzó a ganar dinero inmediatamente, mientras trabajaba largos días cargando agua desde el lago hasta el pueblo. Vaciaba sus baldes en un tanque de concreto construido por el pueblo. Cada mañana se levantaba antes que todos en el pueblo e iba al lago para traer agua asegurarse que hubiera suficiente suministro cuando todos se levantaran. Era un trabajo arduo, pero él estaba muy contento pues estaba ganando dinero y además tenía uno de los contratos exclusivos para este negocio.

El segundo de los ganadores del contrato, José, desapareció por un tiempo. No se le vio por semanas, lo cual alegró mucho a Oscar puesto que no existía competencia. ¡Oscar estaba ganando todo el dinero!

En lugar de comprar dos baldes para competir con Oscar, José había escrito un plan para el negocio, además creó una corporación, encontró algunos inversionistas, contrató un presidente para que hiciera todo el trabajo y regresó semanas después con un equipo de personas para construir. Al cabo de unos pocos meses, su equipo había construido una tubería metálica de gran diámetro que conectaba al pueblo con el lago.

En la gran inauguración de la tubería, José anunció que su agua era más pura que la de Oscar (José sabía que habían existido quejas en cuanto a la impureza del agua que Oscar traía). También anunció que le podría suministrar agua al pueblo las 24 horas al día los siete días de la semana.... Oscar únicamente podía proveer agua los días de la semana, puesto que no trabajaba los fines de semana. Luego José anunció que su agua de mayor calidad y de una fuente más confiable, sería 75% más económica que la de Oscar. El pueblo vitoreaba e inmediatamente corrió a la llave que se encontraba en el extremo de la tubería de José

Con el fin de poder competir, Oscar inmediatamente redujo sus costos un 75%, compró dos baldes más, le añadió una cobertura cuatro baldes en cada viaje. Para poder proveer un mejor servicio, contrató a sus dos hijos para que le ayudaran en los turnos de las noches y de los fines de semana. Cuando sus hijos se fueron a la universidad, él les dijo, “No tarden en regresar, pues este negocio algún día les pertenecerá.”

Por alguna extraña razón, sus dos hijos nunc regresaron. Eventualmente Oscar tenía problemas con sus empleados y el sindicato. El sindicato pedía mayores sueldos, mayores beneficios y quería que los trabajadores no llevaran sino un balde a la vez. Por el otro lado, José se percató de que si este pueblo necesitaba agua, también otros pueblos las necesitarían modificó su plan de trabajo y fue y vendió a los pueblos alrededor del mundo su servicio de agua a alta velocidad, gran volumen, de bajo costo además higiénica. El solo ganaba cinco centavos por cada balde de agua, pero vendía millones de baldes de agua y todo el dinero iba a su cuenta bancaria. José había desarrollado una tubería para llevar dinero hacia sí mismo asi como para llevar agua a los pueblos. José vivió felizmente por siempre, mientras Oscar trabajó muy arduamente por el resto de su vida y siempre acarreaba problemas financieros. El Fin ³⁸

Que nos enseña la historia acerca de:

- Planeamiento

- Identificar las necesidades del consumidor

- Definir precios

- Calidad

Competencia

³⁸ <http://visionlibertadfinanciera.wordpress.com/>

- Ubicación
-
-

El planeamiento es una parte esencial de cualquier negocio exitoso. Tomen tiempo para aprender todo lo que puedan antes de comenzar un negocio. Algunos conceptos específicos en los cuales debe enfocarse en aprender son:

- Planeamiento
- Competencia
- Valoración
- Financiamiento
- Mercadeo
- Empleados
- Identificar las necesidades del consumidor
- Ubicación del negocio
- Encontrar asesores
- Las regulaciones del negocio.

Identificando sus Objetivos

Empecemos con una pregunta básica: ¿Cuál es el negocio que usted quiere comenzar o mejorar?

Considere Los Desafíos Asociados con su Negocio.

Es importante que prevea y planifique para la variedad de desafíos que vendrán al dirigir su microempresa. Su habilidad para realizarlo será un factor determinante en el éxito de su negocio.

Tomando en cuenta los siguientes enunciados comunes, primero haga una lista en la columna izquierda de los desafíos específicos y obstáculos a los cuales se pueda llegar a enfrentar en este negocio. En la columna derecha, escriba un plan para sobrepasar dichos obstáculos.

Obstáculos y Desafíos

Posibles Soluciones para los Desafíos

Encontramos Clientes

La Competencia

Identificar la Ubicación Correcta

Valoración

Encontrando el Capital

Red de Comercialización

Identificando sus Habilidades

¿Es Usted un Empresario, un Gerente o un Técnico?

La mayoría de las personas no son empresarios talentosos cuando recién comienzan un negocio - son técnicos. Esos quiere decir que saben cómo hacer algo pero que generalmente no son versados en cuanto a gerenciar un negocio o entender todas las dimensiones de ser su propio empleado. Fíjese que el tener una habilidad o un nombre no le da todas las capacidades que usted necesita para comenzar o administrar una microempresa.

Los siguientes son ejemplos de técnicos iniciando negocios:

- Una persona que sabe como cortar el pelo y coloca una peluquería.
- Usted sabe como hornear buenas tortas, entonces se asume que podría manejar una pastelería comercial.
- Usted ha criado cerdos en el pasado, entonces asume que puede vivir de una porqueriza.

A fin de ser un empleado independiente, usted necesitará habilidades en las tres áreas:

Empresario: Un líder con una visión (vive en el futuro)

Gerente: Pragmático con el deseo de crear un orden (vive en el pasado)

Técnico: Un trabajador talentoso que trabaja excesivamente duro (vive en el presente)

En la actualidad, puede que usted no posea las tres características pero puede aprender algunas de ellas. A demás, podrá contratar personas con las habilidades que usted no posea.

¿Por qué necesitaría una persona las tres características para ser exitosos?

¿Con cuál de las tres se identifica usted más?

- Empresario
- Gerente
- Técnico

Lista de habilidades

Muchos dueños de pequeños negocios son exitosos aun cuando no poseen todas las habilidades que ellos desearán. Lo que la gente hace en estos casos es medir sus habilidades. ¿Qué fortalezas posee usted y como puede balancear esas fortalezas? Comience por identificar tres logros en su vida de los cuales se sienta orgulloso:

1. _____

2. _____

3. _____

Declaraciones de Valor

Una declaración de valor le ayuda a definir qué es lo usted hace, que lo diferencia de la competencia, y cuál es el valor final para presentar al consumidor. Las declaraciones de valor tienen 4 partes:

- **Productos o Servicios:**
Un breve enunciado identificando al producto o al servicio.
- **Características:**
Una descripción de las (s) característica(s) que distinguen sus servicio o producto de otros (¿qué lo hace diferente?)

- **Beneficios:**

Cuáles son los beneficios de estas características que ofrece (¿qué necesidad del mercado satisface usted?)

- **Valor:**

Qué valor tiene para el consumidor (¿qué hace su producto o servicio atractivo?)

La mayoría de las personas son muy buenas al referirse en los primeros tres puntos de la Declaración de Valor, pero pocas rara vez discuten el valor que tienen para el consumidor. Una razón para esto es que el valor que los consumidores dan a un determinado producto o servicio está basado en una respuesta emocional. Por lo tanto, usted debe apuntar a presentar los beneficios tanto lógicos, como el acercamiento emocional que su producto/ servicio tienen en el público. Revise los ejemplos a continuación.

Pregúntese dos cosas importantes:

- ¿Por qué querría alguien su servicio o producto?

- ¿Por qué le compraría ese producto o servicio? (¿Cómo planea ser diferente a la competencia?)

Pista: el precio no es siempre el factor que marca la mayor diferencia, ¿por qué?

Cuadro 19 Declaración de valor

Producto o servicio	Característica	Beneficio	Valor
Fresas	Empacada en pequeñas cantidades	<ul style="list-style-type: none"> • No obligado a comprar grandes cantidades • Menos pérdida Debida al desperdicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menos dinero en efectivo para comprar. • Se pueden comprar y comer fresas más frecuentemente
Procesamiento Externo de Nominas	Manejo de todo el proceso y programación de nominas	<ul style="list-style-type: none"> • Menos sobrecarga • Costos variables • Al día en todas las leyes y técnicas nominales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nominas más precisas y a tiempo • No discrepancias entre empleados • Costos más bajos

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Identifique dos productos o servicios que usted ofrecerá y llene la tabla de declaración de Valor.

Cuadro 20 Declaración de valor: ejemplo

Producto o Servicio	Característica	Beneficio	Valor

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Escriba cómo y dónde los utilizaría

ABORDAJE EN EL ASCENSOR

Imagínese que usted y otra persona se suben a un ascensor. Mientras las puertas comienzan a cerrarse, esta persona gira hacia usted y le pregunta en qué trabaja. De repente usted tiene una excelente, pero breve, oportunidad para hablar acerca de sus negocio.

¿Qué diría para captar inmediatamente la atención de esa persona? Escriba lo que diría usando la información en las secciones anteriores (lista de habilidades y Declaraciones de Valor). Cada vez que hable con clientes o recursos potenciales, es importante ser claro y conciso en su comunicación.

Cuadro 21 Declaración de valor segundo

Presentación	Declaración de Valor	Cierre
Buenos días, mi nombre es Eduardo García. He desarrollado una impresionante propuesta en cuanto la venta de productos	He encontrado que ofreciendo paquetes más pequeños de fresas beneficia a mis consumidores. No están obligados a comprar grandes cantidades y es menos probable perder algunas por el desperdicio y las sobras. La gente también le gusta el hecho de poder cambiar poco dinero por el placer de disfrutar el sabor de las fresas.	Por favor, pase mañana. Estoy seguro que le encantará lo que ofrezco.

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Identificando los Recursos

Existen dos tipos de recursos que debe considerar al buscar la ayuda necesaria para fortalecer su plan de negocio:

- Personal
- Negocio / Comunidad

Los recursos consisten en organizaciones, programas o gente que bien sea le pueden ayudar directamente o le pueden guiar hacia alguien más o suministrar mayor cantidad de información.

Contactos Personales

En realidad usted ya tiene los comienzos de una fuerte red de recursos, y tiene el potencial de expandirla más de lo que usted conozca puede conocer a alguien más que le pueda ayudar.

Use la lista de la red en la siguiente página para empezar a identificar la gente que ya se encuentra en su red.

Liste la mayor cantidad de personas que vengan a la mente y escriba información de cómo podría contactarlos. Luego ponga su lista en orden de importancia, dando mayor prioridad a aquellas personas que más probablemente puedan ayudarle a alcanzar las metas de sus microempresa. En la columna “Prioridad” de la lista de sus red, asigne la letra A para las personas que le pueden ayudar directamente; la letra B para aquellas personas que piense que probablemente le puedan ayudar directamente; y la letra C para aquellos que le puedan ayudar indirectamente.

Si necesita ayuda para pensar en los nombres de su lista, piense en personas de las siguientes categorías.

- Amigos.
- Miembros de organizaciones profesionales.
- Miembros de mi partido político.
- Amigos de mi misión.
- Maestros actuales o del pasado.
- Gente con la que practico deporte.
- Familiares.
- Antiguos compañeros de trabajo.
- Antiguos empleadores o supervisores.
- Antiguos empleados.
- Antiguos estudiantes.
- Compañeros del colegio.
- Vecinos.
- Miembros de fraternidades o hermandades. .

- Miembros de mi club.
- Gente que conozco del servicio comunitario.

En este punto querrá comenzar a tratar de identificar alguien que pudiera servir como un consejero o guía para su negocio.

Contactos de Negocios/ Comunidad

Dos herramientas de fácil acceso que usted puede utilizar al construir su red son los directorios locales de teléfonos y negocios. Los directorios proveen información más allá de la simple dirección y los números telefónicos. Si examina de los negocios, organizaciones o agencias gubernamentales que podrían ayudarle a desarrollar o mejorar una microempresa, se sorprenderá de cuán rápido crecerá su lista de contactos en la red.

Primero identifique qué categorías del directorio telefónico contienen los nombres de los negocios y organizaciones que mas probablemente puedan darle la información que usted necesita. Luego escriba los nombres y consiga información acerca de estas organizaciones específicas.

Lista de Contacto Personales

Cuadro 22 Lista de contactos personales

NOMBRE	INFORMACIÓN DEL CONTACTO: Teléfono , Dirección, e-mail	PRIORIDAD
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Categorías de Organizaciones y Compañías en la Comunidad

Cuadro 23 categorías de organizaciones

CATEGORÍA	PÁG. N°

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

LISTA DE CONTACTOS DE LA COMUNIDAD

Cuadro 24 Lista de contactos de la comunidad

Compañía	Información del contacto	Prioridad
Incluya el nombre de la persona del contacto si es posible	Teléfono, Dirección , e- mail	

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Patrón de conversación para contactar recursos

Antes de hablar con las personas o las compañías que se encuentra en sus listas de contactos, es muy útil tener una presentación escrita de todo lo que quiere decir. Esto le ayudará a que se le escuche con más confianza y profesionalismo.

Preguntas para Crear Redes en Microempresas.

Incluya en su presentación el siguiente tipo de preguntas:

1. ¿Sabe usted de o posee información que me pueda ayudar a desarrollar una Microempresa?
2. ¿Conoce alguna compañía o personas con las cuales me recomendaría hablar?
3. ¿Hay alguien que usted conozca que estarían interesado (a) en los productos/ servicios que ofrezco?

Seria inteligente hacer este tipo de preguntas cada vez que entre en contacto con uno de dichos recursos. Sin embargo, gran parte de lo que usted diga en su conversación variará de acuerdo con la relación que usted tenga con la persona. Haga una presentación escrita básica para cada una de las siguientes situaciones. Esté al llanto que tendrá que modificar estas presentaciones para que sean apropiadas para cada situación.

Llamando a alguien que conoce

- Diga algo como, "Alo, _____ (nombre del contacto), habla con _____ (su nombre). ¿Es este un buen momento para hablar?"
- Explique brevemente la razón de su llamada (no tome más de 15 segundos)

- Utilice uno de las declaraciones de Valor o algún argumento poderoso para explicar un poco acerca de los planes de su negocio.

- Formule las preguntas para crear redes.
- Agradezca a la persona por su tiempo.

Llamando a una Referencia

- Diga, "Alo, _____ (nombre del contacto), mucho gusto, mi nombre es _____ (su nombre) y _____ (nombre de la persona que le dio la referencia) me sugirió que lo llamara.

- Explique brevemente la razón de su llamada (no tome más de 15 segundos)

- Utilice una de sus declaraciones de valor o algún argumento poderoso para explicar un poco acerca de usted y sus planes de negocios.

- Haga la primera pregunta del proceso de crear redes
- Si la respuesta es sí, explique que preferiría ponerse en contacto con ellos personalmente y proponga dos horarios para la cita.

- Si la respuesta a la primera pregunta es no, entonces proceda a hacer otras dos preguntas.

Llamando a una Institución de Financiamiento u Otra Organización

- Pida el nombre del gerente o el supervisor.
- Diga “ muchas gracias, podría comunicarme con _____ (nombre del gerente) por favor?
- Cuando la secretaria pase la llamada, diga “Buenas..... _____, mi nombre es _____. ¿Es este un buen momento para hablar?
- Explique brevemente la razón de su llamada (no tome más de 15 segundos).

- Utilice una de sus declaraciones de valor o algún argumento poderoso para explicar un poco acerca de usted y sus planes de negocios.

Formule la primera pregunta para crear redes.

- Si la respuesta es sí, explique que le gustaría hablar personalmente con ellos y proponga dos posibles citas.

- Si la respuesta primera pregunta es no, entonces proceda a hacer las otras dos preguntas.
- Agradezca a la persona por su tiempo.

Esté al tanto de que el llamar por teléfono puede no ser el método más práctico para contactar algunos de sus recursos. Sin importar si usted está haciendo una llamada telefónica, escribiendo una carta o e-mail, o encontrándose personalmente, estas presentaciones escritas pueden darle un rápido bosquejo de lo que sería importante que usted dijera y preguntara.

RIM

RIM simboliza tres frases en la creación de su producto o servicios, en las cuales pueden ganar dinero. Estas importantes fases son:

- Recopilación
- Intensificación
- Mercadeo
- Es importante estar consciente que es posible que no gane dinero en las tres fases. A medida que dé el precio a sus productos / servicios, es importante tomar en cuenta cada fase, así con las necesidades de sus consumidores.

Recopilación

Esta etapa del proceso incluye el contratar materiales, equipos gente y aun ideas que serán necesarias para ayudar a que su negocio funcione eficazmente. Un ejemplo de cómo ganar dinero durante este proceso puede ser el de una persona que hace marcos de madera para portarretratos y ha encontrado una forma de obtener la madera a muy bajo precio o aún, gratis.

¿Cómo puede ganar dinero durante esta etapa?

(Ejemplo: encuentre maneras de comprar más barato, compare diferentes distribuidores, considere la posibilidad de comprar grandes cantidades, puesto que el valor individual es usualmente menor, etc.)

Intensificación

La meta en esta etapa es la de mejorar su producto o servicio de tal manera que lo pueda vender a un precio más alto, o para que pueda vender más. Los negocios exitosos hacen algo adicional para incrementar el valor de sus productos, o añaden servicios para hacerlos únicos y atractivos para los consumidores. El dinero se hace durante esta fase cuando el costo de la identificación se mantiene bajo en relación con el precio de venta o el incremento en las ventas.

¿Qué valor podría agregar a su servicio o producto que la competencia no ha añadido?

(Ejemplo: entrega a domicilio, servicio de envoltura, una mayor calidad en el servicio, regalos, etc.)

Mercadeo

El propósito del mercadeo es el de llevar a las personas saber y desear su producto o servicio. Esto se lleva a cabo a través de identificar las necesidades del consumidor y eficazmente enfatizar cómo su producto o servicio suple esas necesidades. El esfuerzo que se pone en el mercadeo acarrea un costo y entonces la clave para ganar dinero durante esta fase encontrar y usar estrategias de mercadeo que surtan resultados.

¿Cuál es un plan para dar a conocer a las personas su negocio?

(Por ejemplo, dar muestras gratis, llamar a compañías para informales que están para serviles, etc.)

Valoración

Casos para estudios: Sandías

Dos cultivadores de sandías decidieron dejar la agricultura y entrar en el negocio de la venta e sandías.

Comenzaron comprando las sandías de un pueblo cercano y vendiéndolas en su propio pueblo. Compraron un pequeño camión para transportar las sandías. Compraban las sandías por U\$ 1.00, regresaban a su pueblo y las vendían por U\$1,00- para su dicha, vendieron todas las sandías que habían comprado. Estaban felices pero se preguntaban dónde estaba su ganancia. Lo intentaron una vez más, compraron una camioneta de sandías, las pagaron a U\$ 1.00 cada una las vendieron a U\$ 1.00. Una vez más vendieron todo pero aun así no había ganancias. Pensaron en cuanto al asunto, - pensaron mucho- y entonces finalmente encontraron una solución. Fueron y compraron un camión más grande. Aun cuando esta es una historia tonta, ilustra muy bien lo que muchas personas pasan por alto en la estrategia de la valoración eficaz. Haga una lista de todas las cosas que estos granjeros pasaron por alto y cómo podrían haber obtenido una buena ganancia aplicando buenas técnicas de valoración.

Lista de Errores Comunes al Valorar:

- Asumir que como la competencia más reciente en el mercado, usted debe tener los precios más bajos.
- Tratar de competir hombro a hombro con negocios más grandes y más establecidos.
- Establecer los precios con un bajo rendimiento en relación con los vs. La proyección de que en un futuro la ganancia se incrementará con el tiempo.

- No tomar en cuenta un presupuesto donde se incluyan los costos de garantías, futuros servicios, investigación y desarrollo de costos, costo del capital (intereses y préstamos), descuentos de los comerciantes y comisiones por las ventas, costos de trabajo, impuestos, etc.
- Ignorar el hecho de cómo la demanda del consumidor puede hacer variar los precios. Sería prudente ver como el volumen de sus ventas varía entre un 10- 20% cada día.
- No tener una marca normal de 30 – 70%.

Algunas Preguntas para Tomar en Cuenta el Determinar el Precio.

Tómese algunos minutos para decidir como determinará el valor de su producto.
¿Sabe usted lo que debe considerar al darle un precio a su producto o servicio?

Las siguientes preguntas representan algunas de los temas que debe considerar.

¿Cuánto cobra la competencia por un producto o servicio similar?

¿Qué cantidad de su producto o su servicio necesita vender para ser exitoso?

¿Dónde va a ubicar sus negocio y por qué? ¿Cuánto le costará?

¿Cuáles son las normativas locales para los negocios y cuánto cuestan?

Investigación para Microempresa

Necesitará aprender más acerca del tipo de negocio que planea tener antes de comenzar la siguiente sesión del Manual.

De otro modo la segunda mitad del Manual le será de poco beneficio.

Comience su investigación haciendo una lista de nombres de tres personas que hagan lo que usted espera hacer:

1. _____

2. _____

3. _____

Haga una lista de seis compañías u organizaciones que hacen o que saben acerca de lo que usted desea hacer

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

Antes de la siguiente sesión del Manual, contáctese con tres personas y seis compañías y hágales las siguientes preguntas. También deberá modificar y usar las presentaciones básicas escritas para que le ayuden a saber lo que debe decir.

Si no puede comunicarse con las personas o compañías en la lista anterior, no dude en buscar recursos adicionales que podría contactar para obtener la siguiente información.

EL CRE le puede guiar dándole lugares donde puede obtener el entrenamiento que necesita.

Registro de Contactos Investigación para Microempresas

Persona u organización:

Teléfono _____ Dirección _____

E – mail _____ Fue referenciado por _____

Fecha del Contacto _____

Esta industria o tipo de negocio: En crecimiento Estable/ Estancada En Declive

¿Cuál es el rango de ganancia para este tipo de negocio: \$ _____ y \$ _____

(Por hora/
semana/mes / año)

¿Cuántas horas por semana trabajan usted o personas de su industria? _____

Cómo es un día típico:

¿Qué tipo de personas utilizan su producto o servicio?

Qué tipo de costos toma en cuenta cuando determinan los precios para su producto o servicio:

Qué desafíos necesitan ser superados para ser exitoso en este tipo de mercado:

Por favor describa qué habilidades, experiencia y educación se necesitan para tener éxito en este tipo de negocio.

Cuadro 25 Habilidades para un negocio

Habilidades o Experiencia Requerida	¿Tengo esto?	¿Cómo o Dónde lo puedo Obtener?	¿Cuánto?

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Presupuesto Inicial

Cree un presupuesto inicial calculando tanto los gastos personales como los costos de su negocio. Comience por estimar la cantidad de dinero necesaria para cada ítem. Este presupuesto inicial muy probablemente inicial muy probablemente necesitará de algunas rondas de revisión antes de que exprese con precisión los verdaderos gastos.

FINANZAS PERSONALES MENSUALES

Cuadro 26 Finanzas personales mensuales

Pago de Hipoteca / renta	\$
Préstamos /tarjetas de crédito	\$
Impuestos	\$
Seguridad Social	\$
Alimentación	\$
Agua	\$
Gas y otros servicios	\$
Ropa	\$
Salud	\$
Seguro	\$
Transporte	\$
Colegio	\$
Ahorro	\$
Otros	\$
Estimación total de los Gastos Personales Mensuales	\$

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

COSTOS MENSUALES DEL NEGOCIO

Cuadro 27 Costos mensuales

Suministros7 Materiales/ Mercancía	\$
Equipo	\$
Compras/ Rentas (capital de Inversión)	
Mantenimiento (Capital de Inversión)	
Renta	
Utilidades	
Teléfono/ Comunicación	
Mantenimiento	
Pago de Préstamos	\$
Mercadeo	\$
Muestras	
Volantes y folletos	
Periódico	
Radio	
Licencia del Negocio	\$
Impuestos	\$
Suministros para Oficina	\$
Estampillas y Sobres	
Otros	
Transporte	\$
Seguro	\$
Entrenamiento	\$
Viajes	\$
Estimación total de los costos Mensuales del Negocio	\$

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

CONTACTOS Y PLANES DE NEGOCIOS

Una poderosa primera impresión es la clave para cualquier negocio exitoso.

En esta sección usted practicará las poderosas impresiones. Usted también aprenderá los principios básicos para promover su negocio. La clave para obtener soporte, y éxito a largo plazo es tener un plan de negocio. En esta sección usted combinará todo lo que ha aprendido en las secciones anteriores y desarrollará un plan inicial de negocio que podrá usar para presentarlo ante los recursos que le ayudarán a ser exitoso.

Dar poderosas Impresiones

Cada vez que usted interactúa con personas en su red, bien sea por el teléfono o personalmente, querrá hacerlo de una manera memorable. Esto incluye, entre otras cosas, hablar claro, con confianza, siendo respetuoso del tiempo que dispone su contacto. En esta sección usted aprenderá dos técnicas simples para hacer ambas cosas.

Preséntese Apropriadamente

Con un poco de planificación, será más fácil dar una buena impresión en los primeros segundos de su encuentro con representante de una compañía financiera u otra organización. La primera cosa que tendrá que considerar es su atuendo. Averigüen cuáles son los estándares de presentación personal de la organización a la cual visita, y escoja de lo que ellos utilizan. Sobra decir que nunca deberá usar camisetas y jeans,. Cualquier ropa ajustada, reveladora o inmodesta no será una buena idea. Bien sea que se vista formalmente o un poco más casual, usted deberá sentirse bien en cuanto a su apariencia.

Otra parte importante de la planificación es partir lo suficientemente temprano para llegar a tiempo a su cita. Las personas con quienes ha concertado encontrarse le están haciendo un favor, y usted siempre deberá mostrar respeto por el tiempo que le están brindando. Si usted llega a su cita a tiempo y bien vestido, será más fácil para otros depositar la confianza en que usted llevará a cabo exitosamente su plan de negocio.

Mire a las dos fotos que se encuentran más abajo, y analice el tipo de impresión que la persona de la izquierda está dejando en cada una de las situaciones.

Piense que la persona a la izquierda ha venido para que usted le ayude a comenzar un negocio, y decida cómo calificaría usted sus habilidades. ¿Por qué se sentiría de esa manera?

¿Cómo se sentiría en cuanto a la habilidad de la persona a la izquierda para iniciar exitosamente una microempresa? ¿Por qué?

¿Considere como se presentaría? ¿Qué tipo de calificación cree que recibiría?

¿Qué quiero mejorar?

Use argumentos Poderosos

Una de las mejores maneras para dejar una buena impresión en las personas que usted contacta es utilizar “argumentos poderosos”. Un argumento poderoso comunica brevemente información importante acerca de usted. Mientras que una “Declaración de valor” describe los beneficios del producto o del servicio que su

negocio ofrece, un argumento poderoso le permite enfatizar sus habilidades o destrezas. Un argumento poderoso eficaz incluye un ejemplo, el cual demuestra o da constancia que usted posee una determinada habilidad. Use los siguientes pasos para desarrollar argumentos poderosos:

1. Identificar un valor, habilidad, fortaleza, o talento que usted quiera resaltar y que se relacione con su objetivo (diríjase a la lista de habilidades que hizo durante la primera sesión de este Manual).
2. Dé que un ejemplo específico de sus habilidad.
3. Muestre el resultado de su habilidad 8 si es posible, use porcentajes, cantidad de dólares o números que refuercen su declaración.
4. Asegúrese que su argumento concuerde con las necesidades o metas de la organización.

Por ejemplo:

- “Poseo excelentes habilidades para planear. Por ejemplo, el año pasado yo tomaba el bus todos los días para ir hasta el colegio que quedaba como a 36 millas de mi casa. Cuando los buses entraron en paro durante 8 semanas, tuve que encontrar otro medio de transporte, pero nunca falté ni un día al colegio. Estoy seguro que también puedo aplicar, mis habilidades al planear para comenzar exitosamente una microempresa.
- Los buenos argumentos de poder resaltan logros claves y tienen un impacto dramático. A medida que desarrolle sus argumentos de poder, piense que ellos como los argumentos de hechos sucedidos. Si usted escribe un buen argumento de poder y practica lo suficiente hasta que se sienta cómodo al decirlo, el tono de su voz sonará informativo y no jactancioso.

- Use el patrón de la siguiente página para escribir sus propios argumentos de poder.

Convertir los Negativos en Positivos

Mientras discute con otros los planes para iniciar sus microempresa, frecuentemente se le preguntará acerca de su nivel de experiencia en cuanto trabajar independientemente y cuáles serían algunos posibles problemas de su producto o servicio. Tres reglas básicas que le pueden servir como guía para convertir los temas negativos en positivos son:

- Utilice términos más favorables para describir la situación.
- Dé respuestas directas y honestas; luego diga como afrontó o está afrontado dicho problema.
- Explique como algo que parece una debilidad es realmente una fortaleza, y luego refiérase a las preocupaciones que pueda tener quien le entrevista.

Utilice el cuadro en la a continuación para identificar sus posibles debilidades y describir lo que ha hecho o lo que hará para vencerlas o compensarlas.

Esto le ayudará a prepararse para contestar a las preguntas acerca de sus debilidades de una manera positiva.

Cuadro 28 Debilidades de un microempresario

<i>Posible Debilidad</i>	Cómo lo Superé
<i>Falta de manejo de computadoras</i>	Me escribí en un instituto y tome algunas
	Clases de computadoras. Ahora soy
	Eficiente al trabajar con todo los productos
	Microsoft diseñado para la oficina.
Posibles Debilidad	Cómo lo superé (o cómo los superé)

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Entrevista con los Recursos Clientes

Antes de reunirse con clientes o entrevistarse con organizaciones de financiamiento, es esencial que usted practique de antemano lo que va a decir. Al presentar su microempresa y ponerla en contacto con otras organizaciones, necesita estar preparado para responder cualquiera de esas preguntas. Prepárese pensando en lo que diría como respuesta a esas preguntas y luego escriba sus ideas en los espacios que se proveen más abajo.

Conteste utilizando las Declaraciones de Valor y el Acercamiento del Ascensor

- ¿Por qué debería comprar su producto o servicio?

- ¿Por qué quiere iniciar con este negocio?

- ¿Tendrá éxito?

- ¿Dígame algo acerca de usted?

Responda utilizando sus Talentos y Destrezas (Argumentos de poder)

- Si yo llamara a uno de sus clientes o referencias, ¿Qué me dirían acerca de usted?

- ¿Cuáles son tus fortalezas?

- ¿Por qué deberíamos prestarle dinero?

- Denos una breve descripción de su experiencia que lo prepara para su negocio.

- ¿Cuénteme de su experiencia?

Conteste utilizando información de su Plan de Negocios

- ¿Cómo planea pagar el préstamo?

Convertir los Negativos en Positivos

- ¿Cuáles son tus habilidades?

- ¿Su negocio parece tener dificultades, por qué deberíamos prestarle dinero?

- Hemos entrevistado gente con más experiencia, ¿Por qué deberíamos ayudarlo o comprarle su producto o servicio?

Conteste con Preguntas para Recopilar más Información

- ¿Cómo planea pagar el préstamo?

- ¿Tiene alguna pregunta? (El hacer preguntas muestra su interés y le permite resaltar sus habilidades una vez más)

Cierre Sus Entrevistas Eficazmente

Las cosas que usted diga y haga al final de su reunión de su reunión pueden tener un impacto memorable en la forma en que el entrevistador recuerde su conversación.

- Cuando se pongan de pie para irse, mírelo a los ojos, despídase, sonría y dele la mano (si es apropiado en su cultura)
- Llame al entrevistador por su nombre.
- Agradezca a quien le entrevista por su tiempo e interés.
- Muéstrelle su propio interés al decir algo como “espero que podamos hacer negocios” o “me encantaría tener la ayuda que su empresa ofrece.”
- Indique cómo y cuándo le gustaría hacer un seguimiento de la reunión.

Actividad: Entrevista Ficticia

A fin de hacer un buen papel en la entrevista, necesita encontrar a alguien que le pueda ayudar a repasar sus respuestas y le pueda dar una retroalimentación honesta. Pídale a la persona con la que vaya a practicar que haga el papel de un cliente potencial o representante de una organización de financiamiento y que le

formule algunas de las preguntas anteriores. Esfuércese al máximo por hacerlo lo más real posible. Luego utilice la página a continuación para hacer evaluación de su desempeño.

Promocionando su negocio

Es importante tener una idea de cómo va a promocionarse a si mismo, o a su producto/servicio. Visto de una manera muy simple, una buena campaña de publicidad posee los siguientes 5m elementos:

- Identifique la necesidad o el problema (Qué)
- Identifique su Grupo Objetivos (Quién)
- Conozca su producto (Por ejemplo, los beneficios del servicio de reparación de los electrodomésticos que ofrezco)
- Describa una solución (Su producto o servicio)
- Proponga una acción a seguir (Por Ejemplo, “llame al 123- 4567 cuando necesite reparar sus electrodomésticos”)

Usted ya ha pasado tiempo pensando y escribiendo casi todos los elementos de una buena estrategia de mercadeo. Anteriormente en este Manual hablamos acerca de las características y los beneficios de su producto/ servicios, así como de las necesidades de sus posibles clientes. Solo recuerde mantenerse enfocado en estos 5 pasos básicos mientras desarrolla su plan de mercadeo.

Actividad: Clasificados en Revistas

- Grupo Objetivos
- Problema y Necesidad
- Solución
- Una acción a seguir

Es interesante notar cuan rápidamente los clasificados pueden abarcar los cuatro puntos. En sus esfuerzos por promocionar su producto o servicio, recuerde mantenerse enfocado en estas cuatro cosas.

Actividades: Afiches

Será importante para usted el saber cómo crear afiches eficaces para promocionar sus productos/ servicios. Para esta actividad se le pedirá que haga un afiche que contenga tanto gráficos, como texto. Basado en el producto o servicios que usted ofrezca, decidirá cuál será su grupo objetivos y cuáles son las necesidades en las cuales quiere enfatizar.

Crear Su Plan de Negocio

Tal como se ha enfatizado durante todo el Manual, el desarrollar un plan de negocio es una parte vital de sus esfuerzos por auto – emplearse. La información que ya recopiló, y que debe seguir recopilando le ayudará a saber los detalles de cómo debe comenzar o mejorar su microempresa. Comience creando un plan de negocio al llenar los breves formatos que se encuentran en las páginas a continuación. Recuerde ser conciso, pues querrá mostrarlo rápidamente a los representantes de organizaciones de financiamiento.

Esquema de plan de negocio

1. Portada

2. Declaración del propósito – Resumen Ejecutivo

3. Sección uno: El Negocio
 - a. Descripción del negocio (obtenga información de la Pág.....)
 - b. Producto o servicio (obtenga información de la Pág.....)
 - c. Análisis del mercado
 - i. Necesidades del cliente que se satisfacen.
 - ii. Valor de producto o servicio (diferencia con otros)
 - iii. Costo del producto
 - iv. Por qué es competitivo
 - d. Plan de mercadeo (obtenga información de la Pág....)
 - e. Ubicación
 - f. Competencia
 - g. Manejo o operación
 - h. Personal

4. Sección dos: Información Financiera
 - a. Presupuestos

REGLAS PRÁCTICAS PARA EL ÉXITO EN LAS MICROEMPRESAS

1. **Venda solo lo que el mercado comprará.** Resolver problemas críticos y repetitivos es la mejor manera para crear negocio.
2. **Pongo en prácticas entidades separadas** mantenga su dinero personal y el de su empresa separados.
3. **Comience pequeño, piense en grande.** aprenda las bases cuando aun el negocio sea pequeño y los errores sean menos costosos. Luego crezca.
4. **Sea amable en el futuro.** No dé el capital de su producto o servicios a sus familiares o amigos.
5. **Lleve buenos Registros.** El éxito viene de superar las ventas del ayer y las ganancias registradas.
6. **Páguese un Salario.** Esto elimina el hecho de sacar dinero de su negocio para gastos personales.
7. **Compre barato y venda caro.** Entre mayor sea la diferencia, el mayor potencial de ganancia.
8. **No se coma su inventario.** El consumir su inventario o su capital inicial aniquilara su negocio.
9. **Use diferente proveedores** Negociar con varios proveedores es crucial para éxito.
10. **Compre a crédito, venda de contado** Vender el producto antes de pagarlo genera una fluencia de dinero.
11. **Compre al por mayor** Los proveedores por lo general dan mejores precios si compra grandes cantidades.
12. **Use ventas sugestivas** Ofrezca a cada cliente otros productos que les podrían gustar o servir.
13. **Aumente sus ventas, disminuya gastos** A medida que el negocio crece las ganancias netas también se incrementa.
14. **Haga inventarios frecuente** Las ganancias vienen cuando el inventario es valorado correctamente y se vende.

15. **Valora a sus clientes** El que siempre regrese y compre es la clave para el éxito.
16. **Haga su negocio diferente** De a sus clientes una razón para que regresen; mejor, más barato más rápido.
17. **Contrate lento y despida rápido** Observa a sus posibles empleados cuidadosamente termine rápidamente las malas contrataciones.
18. **Inspecciones suponga menos** El desempeño consistente resulta de la inspección y uno de la suposición.
19. **Tenga acuerdos escritos** con socios, proveedores, jefes y empleados.
20. **Trabaje en su negocio** Diez horas al día 5 días y medio a la semana menos que esto se convierte en un jobi.
21. **Ponga en práctica kaizen** Significa progreso continuo esto es vital para el aumento del ingreso.
22. **Haga que todos sus días sean productivos** si paso un día de trabajo sin obtener ganancias fue una perdida.
23. **Trabaje sobre su negocio, no solo en su negocio** tome un paso atrás y mire, luego solucione.
24. **Escriba metas diarias / semanales** El aspirar a mas hará progresar su negocio más rápidamente.
25. **Enfóquese, enfóquese, enfóquese** Un esfuerzo concentrado en un comercio paga muy bien

ENFOQUE TRIBUTARIO DEL MANUAL

¿Qué es el IVA?

El IVA o impuesto al Valor Agregado es un tributo o impuesto de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y grava: las entregas de bienes y prestaciones de servicios efectuadas por empresarios y profesionales.

El IVA es un impuesto donde justamente lo que se estará pagando tiene relación con el valor que agreguemos a los productos o servicios que hayamos adquirido.

El IVA lo paga la empresa de dos diferentes formas: la primera es a través de sus proveedores y la segunda mediante las declaraciones periódicas que hace al fisco del impuesto del valor agregado.

El cobro del IVA para una empresa se ejecuta en el momento que una empresa que vende un producto o servicio, emite la factura correspondiente. Las compañías, en líneas generales, poseen el derecho de recibir un reembolso del IVA que han pagado a otras compañías a cambio de facturas, lo que se denomina como crédito fiscal, restándolo del monto de IVA que cobran a sus clientes (el débito fiscal). La diferencia entre crédito fiscal y débito fiscal debe ser entregada al fisco.³⁹

Que sucede con el IVA que pagamos

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un impuesto al consumo, que se aplica a la venta de cosas, a la prestación de servicios y a las importaciones de ciertos bienes.

Los impuestos al consumo gravan al acto de consumir bienes y servicios: tanto alimentos, bebidas, indumentaria, artículos de tocador y perfumería, combustibles, servicios públicos, seguros, etc.

Los impuestos son un mecanismo para financiar el gasto público mediante el cual el Estado redistribuye ingresos desde los sectores más ricos hacia los más vulnerables, sean personas, sectores económicos o regiones y son en sí mismos un instrumento de redistribución de ingresos.

Los impuestos son parte de la Política Tributaria que debe ser equitativa, es decir, promover la igualdad. Este concepto comprende la equidad horizontal y la equidad vertical. La primera se refiere a que si dos contribuyentes tienen iguales características deben ser tratados de igual manera, mientras que la equidad vertical se basa en que las personas con diferente capacidad de pago (los de menores ingresos) deberían pagar diferentes cantidades de impuestos.

³⁹ [http://www.elmundo.com.ve/diccionario/iva-\(impuesto-al-valor-agregado\).aspx](http://www.elmundo.com.ve/diccionario/iva-(impuesto-al-valor-agregado).aspx)

El concepto de progresividad establece que para que un impuesto sea equitativo un contribuyente de mayores ingresos debería pagar más no sólo en valor absoluto, sino también proporcionalmente.

Dado que los hogares de menores ingresos gastan en consumo todos sus ingresos y los hogares de mayores ingresos tienen capacidad de ahorro, los primeros tienen todos sus ingresos gravados mientras que los segundos solo una parte de ella.⁴⁰

¿Quiénes son las personas naturales?

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

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

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

Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y

⁴⁰ <http://www.taringa.net/posts/economia-negocios/12550258/El-IVA.html>

no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

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

Cuadro 29 Registro de ventas y compras

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

Fuente: Pagina del SRI.

Nota: En el casillero de “IVA” debe identificar el valor del impuesto para los casos que generen 12% de IVA. Los plazos para presentar las declaraciones y pagar los impuestos se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

Cuadro 30 Plazos para presentar declaraciones

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

Fuente: Pagina del SRI.

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario.⁴¹

RUC

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en

⁴¹ <http://www.sri.gob.ec/web/10138/31@public>

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

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

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras. Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).⁴²

Que es el RISE

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Cuadro 31 Pago de RISE

Ingresos anuales	0 - 5,000	5,001 - 10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001 - 50,000	50,001 - 60,000
Promedio ingreso mensual	0 - 417	417 - 833	833 - 1,667	1,667 - 2500	2,500 - 3,333	3,333 - 4,167	4,167 - 5,000
Comercio	1,17	3,5	7	12,84	17,51	23,34	30,34
Servicios	3,5	18,67	37,34	70,02	106,2	152,88	210,06
Manufactura	1,17	5,84	11,67	21,01	29,18	37,34	52,52
Construcción	3,5	12,84	26,84	50,18	71,19	110,87	157,55
Hoteles y Restaurantes	5,84	22,17	44,35	77,02	122,54	168,05	212,4
Transporte	1,17	2,33	3,5	4,67	15,17	31,51	57,18
Agrícolas, Minas y Canteras	1,17	2,33	3,5	5,84	9,34	14	17,51

Fuente: Pagina del SRI.

⁴² <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Qué beneficios ofrece el RISE?

- a) No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos,
- b) Se evita que le hagan retenciones de impuestos,
- c) Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- d) No tendrá obligación de llevar contabilidad,
- e) Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, usted se podrá descontar un 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

Obligaciones

- Pagar su cuota puntualmente o pre pagar el año.
- Emitir los comprobantes de venta autorizados.

Sanciones

- No paga 3 cuotas es clausurado
- No paga 6 cuotas es excluido, debe ponerse al día y no puede re ingresar al régimen simplificado hasta después de un 24 meses.
- Además al no pagar se expone a perder todos los beneficios que tiene un contribuyente RISE es decir:
 - Deberá presentar formularios de declaración de IVA y Renta
 - No estará exento de retenciones en la fuente de impuestos
 - Deberá llevar contabilidad en caso necesario

- Deberán emitir facturas con datos informativos sobre clientes completos además de notas de venta⁴³

¿Quiénes se pueden inscribir en el RISE?

Las personas naturales, cuyos ingresos no superen los USD 60,000 dentro de un período fiscal, es decir entre el 1 de enero hasta el 31 de diciembre.

Condiciones y requisitos que debe cumplir una persona que quiera acogerse al RISE

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2010 equivale a 8910 USD
- No dedicarse a alguna de las actividades excluidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

Requisitos:

- Presentar el original y copia a color de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).⁴⁴

⁴³ <http://opina-tu-tambien.blogspot.com/2012/06/impuesto-la-renta-y-el-rise.html>

⁴⁴ <http://www.sri.gob.ec/web/guest/230@public>

5.7.1 Actividades

A fin de asegurarse que los microempresarios adquieran la información y las destrezas que se van a impartir realizaremos las siguientes actividades:

- ❖ Entregar del proyecto al Departamento de vinculación de la UNEMI, para la previa aprobación por parte del Director del Departamento y demás autoridades
- ❖ Asignar un director para planificar y organizar los procesos de capacitación en base a los lineamientos del manual.
- ❖ Asignar un supervisor quién deberá conocer la gestión, para que le permita cumplir con lo establecido en el proyecto. Estimara lo que necesita para comenzar a desarrollar las tareas.
- ❖ El coordinador va a tener que buscar a las personas que lo van a ayudar a empezar con las capacitaciones y el espacio físico adecuado para recibir a los microempresarios.
- ❖ El supervisor debe presentar un informe al coordinador y este a su vez al director, para que este le dé el visto bueno de la labor que ha desarrollado previamente para arrancar el proyecto.
- ❖ Hablar con los alumnos que se quieran involucrar en las capacitaciones. Y elaborar una lista de ellos para saber con cuantas personas se cuenta.
- ❖ Dar a los estudiantes las debidas ilustraciones. Explicando todas las actividades que ellos van a realizar y establecer horarios y fechas para empezar con su capacitación.
- ❖ Pedir a los estudiantes que realicen actividades para reunir fondos para la compra de materiales didácticos. Las actividades para conseguir fondos queda a criterio de los estudiantes; ellos tienen la obligación de presentar la evidencia de la actividad realizada. Siempre y cuando esta sea licita y verificada por el superviso.

- ❖ El coordinador y los estudiantes que él asigne irán a conversar con los microempresarios, para ponerse de acuerdo con la hora, fecha, días que se van a realizar las capacitaciones y realizar un listado de los microempresarios que estén interesados en asistir.
- ❖ Comenzar el curso de capacitación con la supervisión del director, dando la bienvenida a los microempresarios, pasándoles lista y entregándoles los materiales didácticos. Evidenciando con la firma de ellos que aseguren de haberlos recibido y tomando fotografías de la clase dictada.
- ❖ El coordinador junto con el supervisor deberán archivar todo lo relevante en los procesos de las capacitaciones. Para dejar evidencia que los estudiantes cumplieron con las horas de vinculación.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Para llevar a cabo la ejecución de este proyecto se necesitarán los siguientes recursos:

Recursos humanos:

Cuadro 32 Recursos humanos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Director de capacitación
1	Coordinador
1	Supervisor
4	Docentes de área

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Recursos materiales:

Cuadro 33 Recursos materiales

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DETALLE DE CANTIDAD
Folleto del manual	200	Unidades
Lápices	4	Cajas/50 unidades
Papel	4	Resmas
Marcadores acrílicos	2	Cajas/12 unidades
Borrador de pizarra	4	Unidades
Pen driver	4	Unidades
Grapadoras	4	Unidades
Perforadoras	4	Unidades
Computadoras	4	Unidades
Proyector	4	Unidades
Transporte	1	Servicio

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Recursos Financieros

Cuadro 34 Recursos financieros

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DETALLE DE CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Folletos del manual	200	Unidades	0.75	150,00
Lápices	4	Cajas/50 unidades	8,00	32,00
Papel	4	Resmas	5,00	20,00
Marcadores acrílicos	2	Cajas/12 unidades	4,80	9,60
Borrador de pizarra	4	Unidades	0.90	3,60
Pen driver	4	Unidades	8,00	32,00
Grapadoras	4	Unidades	9,00	36,00
Perforadoras	4	Unidades	5,00	20,00
Computadoras	4	Unidades	350,00	1400,00
Proyecto	4	Unidades	538,00	2152,00
Transporte	1	Servicio	50,00	50,00

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

5.7.3 Impacto

El impacto que tendrá la implementación de la propuesta es muy favorable en varios aspectos de la comunidad:

- Al brindar la UNEMI estas capacitaciones a los microempresarios con el manual que proporciona nuestro proyecto fortalece las relaciones sociales con la población del Cantón Milagro, es decir ejerce su responsabilidad social como institución y además será mejor reconocida por la comunidad.
- Para los estudiantes de la Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la UNEMI es un gran beneficio dar estas capacitaciones a los microempresarios de Milagro, ya que afianzarán sus conocimientos y enmarcarán su profesionalismo.
- Para los microempresarios es muy importante adquirir los conocimientos básicos que se presentan a través del Manual, ya que estos ayudarán a mejorar su desarrollo económico y también será un beneficio para la población, por las nuevas fuentes de empleo que se abrirán.

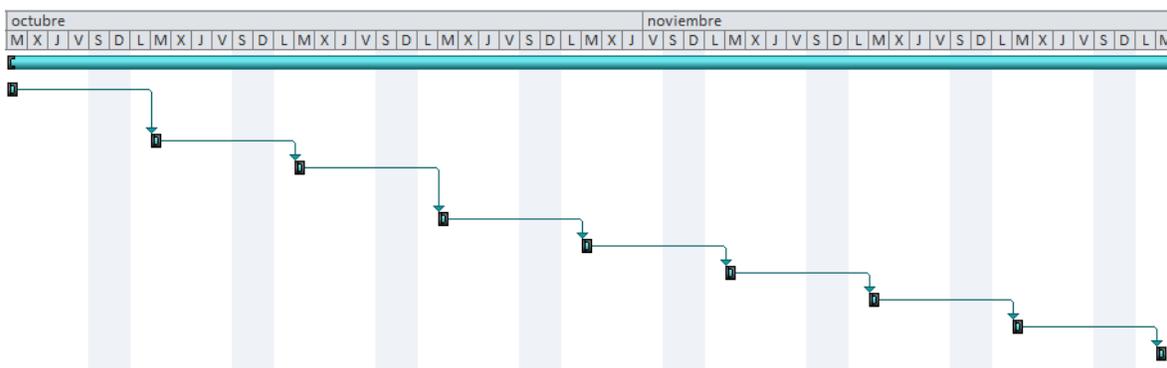
5.7.4 Cronograma

Cuadro 35 Cronograma textual

Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
Capacitacion	41 días	mar 01/10/13	mar 26/11/13
Los obeitivos y Recursos de mi negocio	4 horas	mar 01/10/13	mar 01/10/13
Caso de Estudio Identificar Objetivos	4 horas	mar 08/10/13	mar 08/10/13
Considere los desafios asociados con su negocio	4 horas	mar 15/10/13	mar 15/10/13
Declaraciones de Valor	4 horas	mar 22/10/13	mar 22/10/13
Identificar los recuros	4 horas	mar 29/10/13	mar 29/10/13
Presupuesto inicial	4 horas	mar 05/11/13	mar 05/11/13
Mi negocio	4 horas	mar 12/11/13	mar 12/11/13
Los contactos	4 horas	mar 19/11/13	mar 19/11/13
El éxito	4 horas	mar 26/11/13	mar 26/11/13

Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

Cuadro 36 Cronograma cronológico



Elaborado por: Marcelo León y Víctor Jaramillo

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

El lineamiento que aplicaremos para evaluar la propuesta es realizar evaluaciones a los participantes de las capacitaciones, para saber el nivel de conocimientos que ellos tenían antes de las capacitaciones y después de ellas.

CONCLUSIONES

El desarrollo de este proyecto ha permitido analizar la situación actual de la cultura tributaria que existe en los microempresarios del Cantón Milagro, donde se ha visto la necesidad de implementar una herramienta que sea práctica y sencilla de utilizar, que va a mejorar su cultura administrativa y tributaria para mayor desarrollo de su actividad.

Es elemental que los microempresarios tengan los conocimientos expuestos en este manual, para saber cómo resolver sus problemas administrativos y tributarios.

El escaso uso de herramientas administrativas y tributarias no le permiten a los microempresarios escalar en el mercado empresarial, por ese motivo se hace más necesaria las capacitaciones por medio del manual que se propone.

El uso del manual aumentaría el nivel de cultura tributaria en los microempresarios.

Para los microempresarios las capacitaciones proporcionadas por ciertas entidades, son herramientas muy complejas de asimilar.

Adquirir el conocimiento que se expresa en este manual, ayudara a la comprensión de temas administrativos muy importantes para que los microempresarios, puedan enfrentar la competitividad económica.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los microempresarios utilizar este manual como una herramienta de uso práctico y sencillo que ayudara a mejorar sus conocimientos administrativos y tributarios.

Incentivar a los microempresarios a tomar las capacitaciones, por lo menos una vez al año con la finalidad de actualizar los conocimientos, ya que siempre es bueno aprender algo nuevo.

Que la UNEMI por medio de la Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales tenga una oficina de asesoramiento administrativo y tributario, para que este manual sea la herramienta para impartir las asesorías a los microempresarios.

Que se involucre a la UNEMI de forma activa para que sea pionera en la cultura tributaria del Cantón.

Llevar un control sistemático a los microempresarios, para saber si la herramienta que están utilizando, ha sido practica para su desarrollo.

Se recomienda ejecutar este proyecto, para beneficio del sector microempresarial.

BIBLIOGRAFÍAS

- AMADOR SOTOMAYOR, Alfonso: *Auditoría Administrativa Procesos y Aplicación*, México Mc GrawHill, 2008, Pág.:223
- ANDINO, Mauro: *“Hacia un nuevo sistema de imposición directa. El Impuesto a la Renta para el Ecuador, un sistema distributivo”*, *Revista Fiscalidad*, N°2, Quito, 2008, pp. 109-111.
- BEJARANO, Daniel y ENDIETA Julio: *Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la Ciudad Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo*, Tesis de grado para optar al título de Ingeniero Comercial, Unidad de ciencias administrativas y comerciales, UNEMI, Ecuador, 2012.
- BERNAL, C. A. (2009). *Metodología de la Investigación para Administración y economía*. España: Tercera Edición.
- BLACIO AGUIRRE, Robert: *“El Tributo en el Ecuador”*, *Revista Judicial*, N° 31, Quito, 2009, pp. 5-6.
- CORDOVA, Alex: *“Microempresas crecen un 41% este año”*, *Diario el Telégrafo*, N° 46480, Ecuador, 2012, p. 6.
- FAJARDO, H. (2009). *Formación profesional, desarrollo y empleo en América Latina: el papel de la cooperación internacional*. . Suiza: *Organización Internacional del Trabajo*.
- FORO ECUATORIANO DE LA MICROEMPRESA: *Identidad, Importancia y Potencialidad de la microempresa*, Quito, Autor, 2009.
- GAONA Manuel y TUMBACO Pedro: *La educación tributaria como medida para incrementar la recaudación fiscal en Ecuador*, Tesis de grado para optar al título Ingeniero en Gestión Internacional, Facultad de Economía y Negocios, ESPOL, Ecuador, 2009.
- HITT, Michael A.; IRELAND, Duane R.; HASKISSON, Robert E.: *Administración estratégica- Competitiva y conceptos de globalización* 2004, Pág. 555
- INTERNATIONAL TAX DIALOGUE. (Octubre de 2007). *Tributación de la Pequeña y Mediana Empresa*. Recuperado el 15 de Junio de 2012, de

[http://www.itdweb.org/smeconference/documents/itd%20global%20conferen
ce%20%20background%20paper_spanish.pdf](http://www.itdweb.org/smeconference/documents/itd%20global%20conferen
ce%20%20background%20paper_spanish.pdf)

- MARIÑO, Wilson 2008: *100 estrategias de publicidad para bajo presupuesto.*
- MARIÑO, Wilson 2008: *100 negocios familiares de baja inversión*
- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA: *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*, Ecuador.
- SAMANIEGO, J. D. (2008). *administración financiera 2*. En J. D. Samaniego, *administración financiera 2* (pág. 244).
- TORRES, R. (8 de Junio de 2012). *Reubicación de Comerciantes en Milagro*. Recuperado el 19 de Junio de 2012, de <http://milagro.gob.ec/2012/06/reubicacion-comerciantes-en-milagro/>
- TOTCUBELLES: *Optimizar Recursos en una pequeña empresa*, <http://totcubelles.wordpress.com/2012/12/19/optimizar-recursos-en-una-pequenaempresa/>, extraído el 5 de enero del 2013.
- VARGAS, Luis. *Principio De Administración*, Editorial: Facultad De Ciencias Económicas. 2008
- ZAPATA, Pedro: *Contabilidad general*, México, 2008
- ZORRILLA SALGADOR, Juan Pablo: *El crecimiento de una pequeña y mediana empresa (pyme) dentro del contexto capitalista moderno*, <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/crecipyme.htm>, extraído el 30 de enero del 2013.

LINKOGRAFÍAS

<http://definicion.de/micro-empresa/>

[http://es.scribd.com/doc/51075795/Empresa-de-Autogestion\(2012,05\).](http://es.scribd.com/doc/51075795/Empresa-de-Autogestion(2012,05))

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Ecuador-En-El-Siglo-Xx/4318746.html>

URI : <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/839>

<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1012>

URI: <http://hdl.handle.net/123456789/1012>

URI: <http://dspace.utb.edu.ec/xmlui/handle/123456789/464>

<http://es.scribd.com/doc/62294251/Cultura-Tributaria>

<http://www.pymesfuturo.com/Pymes.htm>

<http://www.definicion.org/sistema-impositivo>

<http://www.aitfa.org/attachments/File/Diccionario/Fiscal/O.pdf>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Contribuyente>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Contribuyente>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Impuesto>

<http://www.aitfa.org/attachments/File/Diccionario/Fiscal/D.pdf>

<http://www.definicion.org/desarrollo-economico>

http://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_c.htm

<http://es.wikipedia.org/wiki/Empleado>

http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

http://scholar.google.com.ec/scholar?q=definicion+de+investigacion+cualitativa&btnG=&hl=en&as_sdt=0%2C5

<http://www.stelladominguez.com/2011/03/invexploratoria/>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/M%C3%A9todo-Inductivo-Deductivo/2173889.html>

<http://www.monografias.com/trabajos10/micro/micro.shtml>
http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2
<http://www.monografias.com/trabajos53/administracion-empresarial/administracion-empresarial2.shtml>
<http://www.fiscal-impuestos.com/aplicacion-tributos-principios-generales.html>

<http://www.gerencie.com/apalancamiento-financiero.html>
<http://www.econlink.com.ar/economia/crecimiento/crecimiento.shtml>
<http://www.trenandino.org/rehabilitaciondeltren/milagro.php>
<http://www.lacamara.org/ccg/Seminarios/Materiales/M-INFRACCION-DERECHOS-AUTORYMARCA.pdf>
http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADG785.pdf

<http://visionlibertadfinanciera.wordpress.com/>
[http://www.elmundo.com.ve/diccionario/iva-\(impuesto-al-valor-agregado\).aspx](http://www.elmundo.com.ve/diccionario/iva-(impuesto-al-valor-agregado).aspx)
<http://www.taringa.net/posts/economia-negocios/12550258/EI-IVA.html>

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/31@public>
<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
<http://opina-tu-tambien.blogspot.com/2012/06/impuesto-la-renta-y-el-rise.html>
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/230@public>

ANEXOS



ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Previo a la obtención del título en Ingeniería en Contaduría Pública Y
Auditoria

1 ¿En el último año ha recibido capacitación tributaria o administrativa para mejorar su negocio?

Administrativa___ Tributaria___ Ninguna___

2 ¿Ha leído alguna guía informativa sobre tributación emitido por el SRI?

SI___ NO___

3 ¿Sus niveles de ventas han mejorado considerablemente en los últimos años?

SI___ NO___

4 ¿Con el fin de optimizar su gestión comercial ha realizado mejoramientos de la infraestructura de su negocio?

SI___ NO___

5 ¿En el último año ha recibido capacitación para mejorar su negocio por parte de alguna institución?

SI___ NO___

6 ¿Sabe de algún cambio en las leyes tributarias?

SI___ NO___

7 ¿En los últimos años ha crecido considerablemente su base de clientes?

SI___ NO___

8 ¿Cuando llena las facturas comete enmendaduras de manera constante?

Poco___ Mucho___ Nada___

9 ¿En el último año se ha retrasado en el pago de sus impuestos?

SI___ NO___ No posee RUC___

10¿Las declaraciones de impuestos de su negocio son hechas por?

Usted___ tramitador___ Contador formal___ No realiza ___

11 ¿En los dos últimos años ha pagado intereses y multas por estar impago?

SI___ NO___

12 ¿Su empresa tiene más de 9 empleados?

SI___ NO___

13¿Qué tipo de comprobantes de venta utiliza?

Factura___ Nota de venta___ Liquidación de compra___ Ninguno___

14 ¿Su contador le presenta balance general y estado de resultado de su negocio?

SI___ NO___

15 ¿Cree que la guía de un manual administrativo y tributario le ayudaría al desarrollo de su negocio?

SI___ NO___

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	INDICADORES
¿Cómo incide en el desarrollo económico de los Microempresarios del cantón San Francisco de Milagro no tener conocimiento tributario?	Conocer las razones generales por la cual los microempresarios del Cantón Milagro no utilizan información formal para el desarrollo de sus actividades comerciales, desmejorando su gestión.	La utilización de un Manual de guía administrativa y tributaria, aumentará el nivel de gestión comercial de los microempresarios del Cantón San Francisco Milagro.	V.I. La utilización de una guía administrativa y tributaria. V.D. Aumento del nivel de gestión.	1. Determinar los conocimientos tributarios. 2. Nivel de autoeducación tributaria. 3. Nivel de crecimiento anual en ventas. 4. Mejoramiento anual de infraestructura.
¿Cómo afecta a los microempresarios del cantón San Francisco de Milagro no asistir a las capacitaciones del SRI?	Determinar la cantidad de microempresarios que asisten a las capacitaciones del SRI en Milagro.	La asistencia a las capacitaciones del SRI de los Microempresarios de Milagro, afecta positivamente sus operaciones comerciales.	V.I. Asistencia a capacitaciones. V.D. Operaciones comerciales.	1. Determinar los conocimientos tributarios 2. Nivel de crecimiento de clientes. 3. Mejoramiento anual de infraestructura.
¿Qué conocimientos tributarios tienen los Microempresarios del cantón San Francisco de Milagro?	Realizar un estudio para saber el conocimiento tributario que tienen los microempresarios en Milagro.	La mayoría de los microempresarios de Milagro no conocen sobre sus obligaciones tributarias por lo tanto son evasores de impuestos.	V.I. Desconocimiento de las obligaciones tributaria. V.D. Evasores de impuestos.	1. Determinar los conocimientos tributarios. 2. Nivel de errores en facturación y registros. 3. Nivel de incumplimiento en obligaciones tributarias en años anteriores. 4. Cuantas Microempresas tienen RUC.
¿Cómo y dónde hacen sus declaraciones los Microempresarios del cantón San Francisco de Milagro?	Conocer que método de pago de impuestos es el más utilizado por los microempresarios de Milagro.	Generalmente los microempresarios acuden a tramitadores para realizar sus pagos de impuestos, perjudicando su seguridad con el FISCO.	V.I. Acudir a tramitadores para pagar sus impuestos. V.D. Riesgo de seguridad con el FISCO.	1. Porcentaje de proveedores de servicios tributarios formales. 2. Porcentaje de pago de multas y mora. 3. Nivel de retrasos en pago de impuestos.
¿En que incide el mal uso de los comprobantes de venta para los microempresarios?	Conocer el porcentaje de microempresarios que utilizan comprobantes de venta en sus actividades comerciales.	La mayoría de microempresarios en Milagro utilizan comprobantes de venta.	V.I. Microempresarios. V.D. Comprobantes de venta.	1. Clasificación de las empresas. 2. Porcentaje de presentación de estados financieros. 3. Uso de Comprobantes de venta.

