



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA**

TEMA:

**“ANÁLISIS PARA DETERMINAR LOS IMPACTOS CONTABLES, Y
TRIBUTARIOS, DE LAS MICROEMPRESAS AFILIADAS A LA
CÁMARA DE COMERCIO DEL CANTÓN MILAGRO”**

AUTOR:

DEISI GENIDA GUERRERO DICAÑO

MARZO DEL 2013

MILAGRO

GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor de proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comercial de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado con el título **“Análisis para determinar los impactos contables, y tributarios, de las microempresas afiliadas a la cámara de comercio del cantón Milagro”**, Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A.

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

Milagro, marzo del 2013

Presentado por los egresados:

DEISI GENIDA GUERRERO DICAÑO

C.I. 0915455018

TUTOR:

Ing. Roberto Cabezas

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo: Deisi Genida Guerrero Dicao, por medio de este documento, entrego el proyecto; **“Análisis para determinar los impactos contables, y tributarios, de las microempresas afiliadas a la cámara de comercio del cantón Milagro”**, del cual me responsabilizó por ser la autora del mismo y tener la asesoría personal del Ing. Roberto Cabezas.

Milagro, marzo del 2013.

DEISI GENIDA GUERRERO DICA O

C.I. 0915455018

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

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

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

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Le dedico esta tesis a Dios, porque fue el creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón le dedico infinitamente.

De igual forma, a mis Padres Lolita Dicao y Benjamín Guerrero, que desde el cielo son los seres a quienes les debo toda mi vida, les agradezco el cariño y sus conocimientos, a ustedes quienes no estando a mi lado, supieron formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino.

A mis hermanos, a los que amo profundamente, por haberme brindado su comprensión, confianza y apoyo incondicional durante toda mi vida y carrera profesional, por sus consejos que me ayudaron a tomar las mejores decisiones y por creer en mí.

A mis maestros, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional, en especial al Ing. Roberto Cabezas, por haber guiado el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

Y no podría despedirme sin antes decirles, que sin ustedes a mi lado no lo hubiera logrado, tantas desveladas sirvieron de algo y aquí está el fruto. Les agradezco a todos ustedes con toda mi alma el haber llegado a mí y el compartir momentos agradables y momentos tristes, pero esos momentos nos hacen crecer y valorar a las personas que nos rodean, los quiero mucho y nunca los olvidare.

DEISI GENIDA GUERRERO DICA

AGRADECIMIENTO

Definitivamente este trabajo no se habría podido realizar sin la colaboración de muchas personas que me brindaron su ayuda; siempre resultará difícil agradecer a todos aquellos que de una u otra manera me han acompañado en la investigación, desarrollo y elaboración de esta tesis, porque nunca alcanza el tiempo, el papel o la memoria para mencionar o dar con justicia todos los créditos y méritos a quienes se lo merecen. Por tanto, quiero agradecerles a todos ellos cuanto han hecho por mí, para que este trabajo saliera adelante de la mejor manera posible.

Partiendo de esta necesidad y diciendo de antemano MUCHAS GRACIAS, primeramente deseo agradecer especialmente a Dios por ser fuente de motivación en los momentos de angustia y después de varios esfuerzos, dedicación, aciertos y reveses que caracterizaron el desarrollo de mi formación profesional y que con su luz divina me guio para no desmayar por este camino que hoy veo realizado.

A mis padres, ahora ausentes, por hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos ejemplos de honestidad y entereza por lo que siempre fueron una guía a lo largo de mi vida.

A mis hermanos Guillermo, Fidel, Edison, Miguel, Blumner, Yessenia y Gardenia, por ser mis grandes amigos, que junto a sus ideas hemos pasado momentos inolvidables y son los seres más importantes en mi vida.

Agradezco también a mis maestros por la confianza y el apoyo brindado por parte de todos ellos, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida ha depositado en mí todos sus conocimientos, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

DEISI GENIDA GUERRERO DICA O

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNEMI

Señor rector el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la “**Análisis para determinar los impactos contables, y tributarios, de las microempresas afiliadas a la cámara de comercio del cantón Milagro**”, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Marzo del 2013

DEISI GENIDA GUERRERO DICAÑO

C.I. 0915455018

INDICE

Carátula.....	i
Aceptación por el tutor.....	ii
Declaración de autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Cesión de los derechos del autor.....	vii
Índice general.....	viii
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Problematicación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	5
1.1.3 Formulación del Problema.....	5
1.1.4 Sistematización del problema.....	5
1.1.5 Determinación del problema.....	5
1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 General.....	6
1.2.2 Específicos.....	6
1.3 Justificación.....	6

CAPITULO II MARCO REFERENCIAL

	Pág.
2.1 Marco teórico.....	8
2.1.1 Antecedentes históricos.....	8
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	13
2.1.3 Fundamentación.....	15

2.2 Marco legal.....	42
2.3 Marco conceptual.....	74
2.4 Hipótesis y variables.....	78
2.4.1 Hipótesis General.....	78
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	78
2.4.3 Variable Independientes y Dependiente.....	78
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	79

CAPITULO III
MARCO METODOLÓGICO

	Pág.
3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	81
3.2 Población y muestra.....	81
3.2.1 Característica de la población.....	82
3.2.2 Delimitar la población.....	82
3.2.3 Tipo de muestra.....	82
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	82
3.2.5 Proceso de selección.....	83
3.3 Métodos y técnicas.....	83
3.3.1 Métodos teóricos	83
3.3.2 Métodos empíricos	84
3.3.3 Técnica e instrumento.....	84
3.4 El procesamiento estadístico de la información.....	84

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

	Pág.
4.1 Análisis de la situación actual.....	86
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencia y perspectiva.....	87
Resultados.....	102
4.4 Verificación de la hipótesis.....	103

CAPITULO V PROPUESTA

	Pág.
5.1 Tema.....	104
5.2 Justificación.....	104
5.3 Fundamentación.....	105
5.4 Objetivos.....	111
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	111
5.4.2 Objetivos específicos.....	111
5.5 Ubicación.....	112
5.6 Factibilidad.....	113
5.7 Descripción de la propuesta.....	114
5.7.1 Actividades.....	142
5.7.2 Recursos análisis financiero.....	155
5.7.3 Impacto.....	165
5.7.4 Cronograma.....	166
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	167
Conclusiones.....	168
Recomendaciones.....	169

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	
Operacionalización de las variables.....	79
Cuadro 2.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	87
Cuadro 3.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	88
Cuadro 4.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	89
Cuadro 5.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	90
Cuadro 6.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	91
Cuadro 7.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	92
Cuadro 8.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	93
Cuadro 9.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	94
Cuadro 10.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	95
Cuadro 11.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	96
Cuadro 12.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	97
Cuadro 13.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	98
Cuadro 14.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	99
Cuadro 15.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	100

Cuadro 16.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	101
Cuadro 17.	
Verificación de Hipotesis.....	103
Cuadro 18.	
Análisis FODA.....	127
Cuadro 19.	
Matriz FO-FA-DO-DA.....	128
Cuadro 20 .	
Estrategia FA-DA.....	129
Cuadro 21.	
Barreras de entrada.....	131
Cuadro 22.	
Servicios Sustitutos.....	131
Cuadro 23.	
Determinantes de la Rivalidad.....	132
Cuadro 24.	
Poder de los Compradores.....	132
Cuadro 25.	
Negociación de los Proveedores.....	133
Cuadro 26.	
Resumen del Análisis del Sector Comercial.....	133
Cuadro 27.	
Recursos operacionales.....	151
Cuadro 28.	
Activos Fijos.....	157
Cuadro 29.	
Depreciación de los Activos Fijos.....	157
Cuadro 30.	
Nomina.....	158
Cuadro 31.	
Detalle de Gastos.....	159

Cuadro 32.	
Costos de Ventas.....	159
Cuadro 33.	
Ingresos.....	160
Cuadro 34.	
Inversion del Proyecto.....	160
Cuadro 35.	
Financiacion del Proyecto.....	161
Cuadro 36.	
Tabla de Amortizacion.....	161
Cuadro 37.	
P&G Proyectado.....	163
Cuadro 38.	
Flujo de Caja proyectado.....	163
Cuadro 39.	
Balance General.....	164
Cuadro 40.	
Indices Financieros.....	164

ÍNDICE DE GRÁFICO

Grafico 1.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	87
Grafico 2.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	88
Grafico 3.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	89
Grafico 4.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	90
Grafico 5.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	91
Grafico 6.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	92
Grafico 7.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	93
Grafico 8.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	94
Grafico 9.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	95
Grafico 10.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	96
Grafico 11.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	97
Grafico 12.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	98
Grafico 13.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	99
Grafico 14.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	100
Grafico 15.	
Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro.....	101

INDICE DE FIGURA

Figura 1.	
Mapa de ubicación	112
Figura 2.	
Logotipo.....	114
Figura 3.	
Organigrama estructural.....	116
Figura 4.	
Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	131
Figura 5.	
Distribución interna de la asesoría.....	136
Figura 6.	
Tarjeta de presentación.....	137
Figura 7.	
Volantes.....	138
Figura 8.	
Afiche.....	139
Figura 9.	
Díptico parte frontera.....	140
Figura 10.	
Díptico parte interna.....	141

RESUMEN

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

SUMMARY

Through this work we want to present the Canton Trade Development Miracle, strengthening microenterprise sector through administrative advice to increase productivity Milagreño microentrepreneurs. Making them competitive for them to operate efficiently, properly, to result in a solid and sustainable organizational structure to changing market transcendental. Therefore, we have developed a wide range of information, then started with the approach of the issues raised, objectives, delineation, development and corresponding justification, has also made a little history about this business and the market, and is find all the necessary information for a better understanding of the legwork himself their respective hypotheses which responds to the problem formulation and variables. In the methodological framework determined the universe, and a portion of the population for the calculation of the sample which was used a research tool known as the survey of Milagreña citizenship once obtained the data from this tool proceeded to the interpretation of the results, ie the collection, tabulation and analysis of the research instrument, where it was learned that this town does not maintain a high commercial demand for advisory establishments. Information relevant to secure certain of the proposal, which contains, its mission, vision, organizational charts, manuals, also was held to design a logo, which represent the identity of this organization. Finally we made a projection of expenses, asset and investment income, which showed the profitability of microenterprises through the financial statements and their respective indices as the NPV and IRR. To conclude this work was performed the respective conclusions and recommendations, all of which must be taken into account to optimize daily administrative and operational activities of this new alternative microenterprise.

INTRODUCCIÓN

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

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

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

El presente proyecto se encuentra dividido en cinco capítulos:

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

El segundo capítulo se refiere al marco teórico que explica y pone de manifiesto información relevante sobre el sector microempresarial. En su fundamentación

científica consta todo lo relacionado al tema planteado, permitiendo enriquecer los conocimientos sobre la creación, desarrollo y evolución de las leyes, normas y reglamentos administrativos.

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

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

El quinto capítulo, se refiere a las actividades realizadas en la propuesta, es decir todo lo concerniente a la creación de la asesoría, donde realizó la filosofía corporativa, manuales, análisis de mercado como las cinco fuerzas de porter, así como la determinación de los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas). También se efectuó el marketing Mix donde expuso las características del servicio y las diferentes estrategias promocionales y publicitarias, por último se estableció una evaluación financiera determinándose la factibilidad financiera de este proyecto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1 Problematización.

La cámara de comercio es una entidad que tiene la facultad para presentar los intereses del comercio, la agricultura y la industria del Cantón Milagro y de los sectores aledaños. Actualmente el sector comercial estas enfrentando cambios contantes, en especial de aquellas organizaciones que no llevan un adecuado control contable y tributario, por ello se encuentran registrados sola una parte de esta organizaciones incumpliendo con ciertas normas y obligaciones.

Las organizaciones de microemprendimiento a diversos tipos de microempresas que generan ganancias, que son de propiedad y administración de los propios emprendedores que trabajan ellos mismos en estas empresas y que en general no tienen empleados, si no que se trata de emprendimientos individuales o familiares que requieren una muy baja inversión y su forma jurídica puede encuadrarse casi siempre (según la legislación económica de cada estado o según los criterios diversos de los economistas) dentro de la llamada economía informal.

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

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

El desconocimiento de normas, leyes contables y tributarias, se origina por la falta de asesoramientos de los emprendedores, motivo por el cual mantiene serios problemas internos que disminuyen su participación en el mercado.

Pronóstico

El sector empresarial y microempresarial representa un alto movimiento económico del cantón, sin embargo muchas de estas entidades, no llevan un adecuado control tributario de sus actividades comerciales, lo cual está poniendo en riesgo la permanencia de sus empresas en este mercado, llegando a tal punto de quebrar sus organizaciones.

Control del pronóstico.

Para evitar el pronóstico establecido es necesario conocer sobre los distintos aspectos tributarios que tienen que cumplir toda organización que lleva una actividad comercial, a través de una adecuada asesoría tributaria, de esta manera se optimizará las gestiones internas y externas de estas empresas y lograr un posicionamiento permanente en este mercado.

1.1.2 Delimitación del problema.

El presente proyecto se desarrollará en:

País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Guayas
Cantón	Milagro
Área	Sector microempresarial

1.1.3 Formulación del problema.

¿Cómo incide en el desarrollo del sector microempresarial el incumplimiento de las leyes contables y tributarias?

1.1.4 Sistematización del problema.

¿El escaso nivel académico de los microempresarios influye en el proceso de permanencia y desarrollo?

¿Cómo influyen las políticas rígidas por parte de las entidades financieras en el desarrollo microempresarial del cantón Milagro?

¿De qué manera incide el desconocimiento de normas, leyes contables y tributarias en las actividades comerciales?

1.1.5 Determinación del tema.

Análisis para determinar los impactos contable, y tributario, de la microempresa afiliadas a la cámara de comercio del cantón Milagro

El sector microempresarial del cantón Milagro opera de manera irregular evadiendo impuesto por el desconocimiento que tienen sobre sus obligaciones con el pago al fisco, así mismo desconocen de procesos adecuados para llevar un buen proceso contable, situaciones que ponen en riesgo la permanencia de estas organizaciones en el mercado.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de Investigación

Determinar los factores que impiden el desarrollo de los microempresarios en el cantón Milagro, a través de técnicas investigativas que aporten en la fácil obtención de información del tema tratado.

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Analizar de qué manera afecta el escaso nivel académico de los microempresarios influye en el proceso de permanencia y desarrollo en este sector comercial.
- Determinar cómo influyen las políticas rígidas por parte de las entidades financieras en el desarrollo microempresarial del cantón Milagro.
- Estudiar de que manera el desconocimiento de normas, leyes contables y tributarias afecta en las actividades comerciales.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación se dirigirá con análisis minucioso para poder conocer e interpretar los posibles y principales, aspectos y procesos que debe tener una microempresa, con la finalidad de tener rentabilidad, permanencia y ventaja competitiva en el mercado a través de las organizaciones que se encuentran registradas en la cámara de comercio del cantón Milagro.

Este sector en los últimos años se ha notado un crecimiento micro-empresarial y productivo muy significativo pero de manera muy desordenada y empírica, Actitud muy generalizada transmitida en el sector micro empresarial, el mismo que por su

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

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

Dentro de las actividades a realizar en este trabajo investigativo esta la aplicación de una encuesta al grupo objetivo, con el fin de obtener información veraz sobre el tema planteado.

El propósito de esta investigación está orientado a optimizar la administración de los microempresarios del cantón, con el fin de potencializar su participación en el mercado como un posicionamiento respetable y permanente en este sector comercial.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

ANTECEDENTES DE LAS MICROEMPRESAS EN EL ECUADOR

“Cuando en 1984, la Fundación Ecuatoriana de Desarrollo (FED) dio inicio al primer programa del Ecuador dirigido a promover el desarrollo de la microempresa, este término era casi desconocido para la mayoría de compatriotas; solo algunos estudiosos de la sociología, los consultores y expertos de organismos especializados estaban familiarizados con su significado.

En la presentación de uno de los primeros estudios se lee: "El fenómeno de la informalidad de la economía ha llevado últimamente a un complejo debate teórico y no pocas investigaciones económicas y sociales en los países en desarrollo. Tal preocupación no obedece únicamente a la necesidad de cumplir un mero ejercicio académico, que por la moda ha despertado el interés de los científicos sociales". Conforme esta cita, en esos primeros tiempos hubo cierto tipo de curiosidad y hasta un tinte que, según esos autores, podía llamarse "moda", por lo que incluso llegaron a discutir sobre la vigencia y viabilidad del sector informal y por extensión sobre la viabilidad de la microempresa, como si su existencia o la realidad dependiera de sus opiniones.

La discusión ha sido muy interesante y enriquecedora para todo el conjunto de la sociedad, sobre todo a medida que la experiencia permitió conocer de manera directa la naturaleza del sector microempresarial, sus características, importancia y proyección. Entre los aspectos debatidos consta el nombre del sector. En 1989, en nuestro trabajo Sector informal: ¿Problema o solución? anotamos:

"Varios son los nombres que se ha tratado de dar o acuñar, para designar a este "sector" que no encaja dentro de lo moderno de la sociedad. Hablase de:

"Economía subterránea", "economía negra", "economía tradicional", "economía ilegal", "economía sumergida", "subempleo", "subproletariado", "marginalidad",

"economía del rebusque", "sector informal".

De todos estos, el último ha logrado una mayor difusión y generalización por haber sido utilizado desde los años 70 por la Organización Internacional del Trabajo OIT" 9. En Cuba se le llama sector de los "trabajadores por cuenta propia –que- por sus características es muy similar al denominado sector informal presente en todas las economías del mundo contemporáneo"

Como se puede apreciar, amplio es el repertorio de nombres utilizados, sin embargo no se trata de buscarle o atribuirle alguno de ellos por la elemental necesidad de llamarle de alguna manera.

Cada sector social tiene su propia identidad y su nombre, no puede responder a la simple inventiva o a la mera conveniencia de quienes en un momento lo estudian, sino a su auténtica naturaleza, por lo que es imprescindible analizar y comprender su realidad para conocer sus características esenciales y sus diversas manifestaciones, de tal manera que el nombre no sea un sustantivo o adjetivo arbitrariamente asignado.

Cuando se trata de definir a un sector social, es importante tener presente que una definición no debe ser negativa, cuando puede ser positiva porque debe tratarse de definir un concepto por lo que el objeto a que ese concepto se refiere es y no por lo que no es.

La mayor parte de términos antes citados y otros similares, se caracterizan precisamente por su connotación negativa frente a un opuesto al que se lo percibe

como positivo; así por ejemplo, cuando se dice economía subterránea está implícita la noción contraria a una economía abierta, visible, ubicada en la superficie, a plena luz del día y sus consiguientes atributos de normal, transparente, legítimo y regular, mientras que lo subterráneo, por lógico contraste, sugiere la idea de irregular, ilegal, anormal y oscuro.

Frente a la errada denominación de sector informal, el término **microempresa** es el correcto, porque contiene y comunica las cualidades, atributos y características auténticas de las actividades económicas desarrolladas por la mayor parte de nuestra población económicamente activa, tanto en el campo como en la ciudad. Desde luego, mucho se ha hablado, discutido, escrito y difundido en los últimos tiempos, para tratar de estructurar el concepto de microempresa, con la indispensable rigurosidad teórica, de tal modo que explique su esencia, abarque su diversidad y alcance validez universal, conforme lo explica Vicente Fantone, cuando señala que: "El concepto es el pensamiento de las notas esenciales de un objeto, entendiéndose por esenciales las notas que son forzosa para que el objeto sea" 17, a lo que debe agregarse lo dicho por José Ferrater Mora: el concepto "define o determina la naturaleza de una entidad. En tal caso el concepto es entendido como esencia.

La extraordinaria diversidad de la microempresa es tan amplia como inusitada, su horizonte tan versátil como imaginativo, su presencia tan oportuna como innovadora. Nada queda estático en torno a la microempresa. En el movimiento radica su "modo de existencia" y entre sus fortalezas destaca la capacidad de adaptación a las más cambiantes e inimaginables circunstancias de tiempo y espacio.

Microempresa. La palabra compuesta microempresa, se refiere tanto a su innegable condición de empresa como a su mínimo tamaño, que identifica a la mayor parte de unidades económicas populares, tradicionalmente llamadas pequeños negocios, para cuya existencia, la rama o tipo de actividad, la magnitud de sus activos, el monto de sus ventas o el número de su personal, es importante pero no esencial. El prefijo micro viene del griego mikros cuyo significado destaca el carácter mínimo, aun frente a la noción de lo pequeño.

Tradicionalmente, cuando se hablaba de empresa ya se reconocía la existencia de lo grande, lo mediano y lo pequeño, pero se dejaba fuera a una inmensa cantidad de

elementales unidades económicas popularmente llamadas "pequeños negocios" del campo y la ciudad, que por marginados y excluidos no llegaban a ser considerados ni siquiera dentro de la categoría de los ya denominados "pequeños"; de ahí la necesidad de ampliar la visión y reconocer su existencia con identidad y características propias, con el término microempresa, que es el que les corresponde con autenticidad a su naturaleza.

En la acepción más amplia, empresa es toda actividad humana que se establece y desarrolla para alcanzar un propósito determinado. La empresa es la realización objetiva del emprendimiento humano desplegado en los distintos ámbitos de su actividad, como proyección del talento, iniciativa, voluntad y acción creadora, innovadora y transformadora de su respectivo fundador. Cada emprendimiento es la manifestación pragmática de la energía innata que posee el ser humano, para luchar por su supervivencia, desarrollo y progreso.

El emprendimiento humano no se restringe solo a lo económico. En lo cultural, cada obra de arte es el producto de un emprendimiento protagonizado por el artista, cuyo talento percibe y capta con singular sensibilidad la esencia de lo universal para comunicarla estéticamente a través de la forma, el color, el movimiento, el sonido, la actuación, la palabra, que elevan sutilmente al ser humano hacia lo espiritual y lo sublime. Si la inspiración artística no se manifestara a través del emprendimiento que su autor realiza, impulsado por la fuerza de su ímpetu creador, se agotaría en el éxtasis interior y se extinguiría en su intimidad, junto a la emoción fulgurante del instante vivido.

En lo científico cada experimento y cada investigación son emprendimientos individuales o colectivos animados por la fuerza vital de aquellas pocas individualidades, que desafían el misterio de la naturaleza y sus inconmensurables fuerzas. El científico emprende una y otra vez, formula hipótesis, observa procesos, registra datos, analiza resultados, extrae conclusiones. Su voluntad no desfallece ante lo desconocido, ni rehuye la posibilidad de averiguar lo que existe detrás de las apariencias del fenómeno perceptible en lo superficial.

Unidad económica mínima. La microempresa es la dimensión más condensada del emprendimiento humano. Es como la diminuta semilla, que a pesar de su modesta apariencia, contiene en su seno toda la complejidad de códigos genéticos y la energía

vital para desarrollarse a plenitud, y que para proyectarse con todo su potencial, solo necesita el acceso a la oportunidad. Por eso nadie debe equivocarse al juzgar a una microempresa, restringiéndola exclusivamente a su actual aspecto externo o superficial, sin darse cuenta que por dentro posee el ímpetu creador y la substancia energética para elevarse y proyectarse.

Aquellas elucubraciones que intentan determinar

¿Cuál es el tamaño mínimo para reconocerla como microempresa? ¿Cuántos trabajadores debe tener? ¿Cuál el monto de sus ventas? ¿Cuánto debe sumar sus activos? ¿A qué tope máximo deben llegar sus utilidades? Y otras interrogantes similares, evocan los debates bizantinos, tan vehementes como inútiles.

Tan microempresa es una tienda de un barrio, como la actividad agrícola desarrollada en una parcela rural, tan microempresa es un taller artesanal de una ciudad, como una pequeña explotación minera, tan microempresa es un restaurante popular como la pesca artesanal. Lo que cuenta no es la ubicación geográfica o el tipo de actividad, sino el espíritu emprendedor y su trabajo. El lugar, rama laboral o la clase de servicio son circunstancias y tan solo constituyen medios para alcanzar el propósito fundamental. En innumerables ocasiones, una súbita crisis como la epidemia de cólera que afectó a quienes preparaban y vendían comidas populares, no fue sino la oportunidad para cambiar inmediatamente de actividad.

Lo esencial no es lo que en un momento se hace, porque ello puede variar inesperadamente; lugar, temporada o actividad, son transitorios, cambiantes y secundarios, lo permanente y esencial es la naturaleza emprendedora que late e impulsa a cada minuto al empresario de la microempresa.

Sin horario, todos los días del año. La microempresa no solo trabaja cuando los demás trabajan, sino además cuando muchos de ellos descansan. No se limita a los parámetros del Código de Trabajo y demás leyes laborales que regulan horarios, descansos obligatorios, feriados y vacaciones anuales.

La microempresa trabaja allí donde el emprendedor percibe una oportunidad, sin importar la fecha ni la hora, las condiciones climáticas ni la época del año. Precisamente, donde los demás encuentran un problema, la microempresa encuentra una oportunidad. Para una intuición y para otra sagacidad instintiva u otro olfato para

el negocio, el emprendedor no deja pasar la oportunidad para desplegar con iniciativa y audacia su imaginación.

A manera de síntesis de esta definición debemos destacar que la esencia de una microempresa es precisamente ser una "empresa", pues, si se mira a cada una de las actividades de la economía popular, en ellas se encuentran todos los elementos sustanciales que caracterizan a cualquier empresa por grande que sea:

1. Desafía la dificultad;
2. Identifica una oportunidad; 3. Invierte capital y asume riesgos;
4. Crea empleo;
5. Produce bienes y servicios, buscando siempre eficiencia y eficacia; y,
6. Interactúa con los demás sectores sociales.”(ALARCON, 2007)

2.1.2 Antecedentes referenciales.

Título: Estudio microempresarial.

Fuente: Departamento de Investigación (UNEMI)

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

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

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

El Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social ha sido el encargado de consolidar la transformación del Gabinete a Consejo, apoyando a los ministerios en

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

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

Es un organismo con enfoque estratégico y base legal sólida, que mantiene comunicación abierta con los actores y beneficiarios de la sociedad, que opera con métodos eficaces para fomentar el acceso a capacitación a través de centros calificados y vela por el respeto a la normativa. Además, posee un amplio reconocimiento y marco legal consolidado, que trabaja en forma articulada con otros actores del sistema y promueve el fortalecimiento de los centros de capacitación para apoyar las demandas de globalización, y tiene pleno control de los aportes del sector privado, que cuenta con apoyo internacional y gran cobertura de su acción.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

SITUACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS EN EL MUNDO, AMÉRICA Y ECUADOR

Considerando la comunidad europea como parte de una relación directa entre los niveles de alta rentabilidad y los países del tercer mundo, las pequeñas empresas representan más del 95% de las empresas de la comunidad, concentran más de las dos terceras partes del empleo total; alrededor del 60% en el sector industrial y más del 75% en el sector servicios. Es por eso que en las "reuniones de los jefes de estado de la comunidad europea se subraya la necesidad de desarrollar el espíritu de empresa y de rebajar las cargas que pesan sobre los pequeños emprendimientos (Pymes).

En Japón también cumplen un nivel muy importante en la actividad económica, principalmente como subcontratistas, en la producción de partes.

En la Argentina representan un 60% del total de la mano de obra ocupada y contribuyen al producto bruto en aproximadamente un 30%. Reconociendo que el nivel de eficiencia es interesante al punto en que las Pymes de Italia, con similar nivel de mano de obra ocupada contribuyen al Producto Interno Bruto (PBI) en casi un 50%.

Cabe señalar que hay dos formas, de surgimiento de las mismas. Por un lado aquel que se origina como empresa propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo remunerado.

Estas en su mayoría, cuentan con un capital intensivo y se desarrollaron dentro del sector formal de la economía. Por otro lado están aquellas que tuvieron un origen familiar (artesanal) caracterizadas por una gestión a lo que solo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento.

Los pequeños negocios o sistema económico artesanales comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía latinoamericana en los años cincuenta y sesenta. Este modelo exhibió gran dinamismo lo que les permitió, en un contexto de economía cerrada y mercado interno reducido realizar un "proceso de aprendizaje" con importantes logros aunque con algunas limitaciones en materia de equipamiento, organización, escala, capacitación, información, etc.

Estas limitaciones antes comentadas fueron adquiriendo un aspecto lo suficientemente negativo como para afectar tanto la productividad como la calidad de estas empresas, alejándola de los niveles internacionales y provocando que las mismas durante los 70', época de inestabilidad macroeconómica, se preocuparan únicamente por su supervivencia que las sumió en una profunda crisis que continuó en la década del 80'. Esta sería entonces, la segunda etapa en la historia de la evolución de las Pymes.

"Por el contrario, los cambios que se vienen sucediendo desde 1999 en lo que a disponibilidad de financiamiento externo y estabilidad económica interna se refiere, parecen indicar el comienzo de una nueva etapa para las Pymes, con algunos obstáculos que aún deben superarse."¹

Razonando la iniciativa creada y evolucionada durante cuarenta años, en el Ecuador, desde que las empresas de curtiembre y lecherías estaban monopolizadas bajo el régimen de la "reforma agraria". De ahí que se han ido abriendo oportunidades de crear nuevas líneas de construcción en los últimos diez años, de donde se ha podido obtener el mayor índice de empresas de origen artesanal que

¹ OIT. Organización Internacional del Trabajo (2010) reporte de las PYME's en el mundo

están fortaleciendo la economía interna del país donde se desarrollen, especialmente ente los países del área andina y los convenios que se han ido firmando dentro de estas expectativas transnacionales.

En los actuales momentos es común ver en las ciudades grandes la presencia de tiendas pequeñas frente a los Centros Comerciales (SHOPPING), o la despensa del barrio instalada muy cerca a una sucursal de la cadena de tiendas más grandes del país (Supermaxi, Mi Comisariato, Tía, etc.), también hoy se puede observar la extinción de farmacias tradicionales frente a la red de Cruz Azul, Génesis u otros negocios en redes que han podido surgir de la nada como la entrega de Pizzas a domicilio que hace la pizzería de la esquina.

La asistencia en el campo de la consultoría, las investigaciones económicas y financieras, así como administrativas también son punto focal de búsqueda que acentúa a las pequeñas empresas como consecuencia del proceso de planificación con el objeto de evitar la concentración económica, la polarización a través de la retribución regresiva del ingreso y la presión demográfica hacia la marginalidad de vastos sectores de la población. Por esta razón es importante la capacitación empresarial para los dueños e inversionistas en este campo de desarrollo económico social.

El fenómeno económico de los pequeños negocios adquiere mayor significado desde 1955 hasta la fecha, en el Japón (a raíz de la Segunda Guerra Mundial), la importancia del sector no se ha modificado y representa el 99% total de los establecimientos, el 77,1% de las fábricas instaladas y el 50,2% de las ventas minoristas y mayoristas del país.

El plan de desarrollo económico destaca que existen 4 categorías de actividades en las cuales es indispensable la presencia de las empresas de menor dimensión:

A. Donde la demanda fluctúa rápidamente por los cambios de moda, gastos, estacionalidad y otras razones que originen una extremada adaptabilidad a las variaciones de los consumidores.

B. Donde existen restricciones en el suministro continuo de materia prima.

C. Donde es posible la automatización por razones tecnológicas o porque existe una gran variedad de ítems de escasa cantidad.

D. Donde no se requiera excesivo capital ni tecnología.

El Ecuador es un país democrático de conformación histórica republicana y de manera puntual su sostenibilidad se ha dado a los convenios comerciales que ha tenido desde su conformación en el año 1830, luego de su independencia de la corona española y de la “Gran Colombia”.

El proceso mercantil que señala la historia de este país no es menos similar a los muchos países que se independizaron del monopolio español, para luego buscar una brecha menos ancha que lo uniera al sueño de Bolívar, “el Libertador”. Proceso en que se han visto grandes aplicaciones de los anhelos independistas de ser financieramente autónomos. Tanto así que la “Deuda Externa” contraída por las campañas libertarias, se pagó recién en el año 2010 (180 años después).

Sin embargo el aportar la contribución fiscal siempre ha sido un defecto humano al no procurar que todos los ciudadanos comprendan el factor legal que esto representa para el país. Considerando que la cultura tributaria es un aspecto social de convivencia entre los seres humanos que conviven bajo normas y leyes que regulan el uso y abuso de recursos económicos que permiten el desarrollo sustentable de la nación.

Desde el año 2000, nace una intención saludable de concienciar a la ciudadanía sobre el ejercicio fiscal que representa tener que declarar sus ingresos, los mismos que permitirían al Estado tener una relación de uso de recursos.

Con esta visión el Servicio de rentas Internas y el Ministerio de Educación y Cultura han desarrollado manuales didácticos para la inclusión de la cultura tributaria en las niñas, niños y adolescentes desde las aulas de clase; lastimosamente, sin mayores resultados de los que se esperaban, en vista a la ignorancia de tal programa, ya que los mismos docentes son en muchas ocasiones son pequeños comerciantes que ignoran o evaden sus obligaciones fiscales.

En el 2005 la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) firmó un convenio con el Servicio de Rentas Internas con la finalidad de obtener los recursos comunicacionales más adecuados a la realidad nacional ecuatoriana que permita

sensibilizar a la ciudadanía sobre el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias. Hecho que se ha sumado al trabajo de recaudación promovido por los actuales Gobiernos autónomos descentralizados.

Cabe ser enfático en la temática que concierne a la cultura tributaria, ya que de no hacerse eco en las autoridades competentes de la difusión y educación oportuna a la nueva generación de futuros contribuyentes, de nada servirán los acuerdos y convenios que se llegaren en esta finalidad.

De donde se puede considerar ya una prioridad nacional el darle a la ciudadanía una alternativa de conocer más sobre su participación mercantil con negocios pequeños que generan un valioso aporte regular de tributos que permitan el desarrollo progresivo y confiable del Estado.

Principales pasos para iniciar una microempresas

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

El plan de la microempresa

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

Microempresas generadoras de empleo

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

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

Características de la microempresa

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

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

Objetivos de las microempresas

- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades
- Promover la cultura emprendedora
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero en las actividades económicas.
- Marco legal sobre el cual se brindara el soporte y financiamiento a la microempresa

Ventajas de las microempresas

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

Desventajas de las microempresas

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

Características de los microempresarios.

Destaca características como una gran necesidad de realizaciones, la disposición de tomar riesgos moderados, una fuerte confianza en si mismo y una pasión por el negocio. Al analizar a los microempresarios encontramos individuos que en gran parte, se ajustan a su imagen. Sin embargo se debe tener en cuenta lo siguiente: todavía carecemos de pruebas de la importancia de estas características y por otro

lado, hay excepciones a toda regla e individuos que no se ajustan al molde de todas maneras son empresarios de éxito.

Recompensas de ser microempresarios.

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

Las desventajas de ser microempresario

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

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

Oportunidades de negocio

Las oportunidades de negocios se deben crear, es por ello generalmente, los administradores con iniciativas, son quienes buscan éstas oportunidades, primero, buscan el mercado y después buscan situaciones dentro de las cuales puedan operar con éxito una idea de negocio.

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

La recompensa de las ganancias

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

La recompensa de la independencia

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

La recompensa de una forma de vida satisfactoria

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

Naturaleza de los empresarios de las microempresas.

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

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

Los errores más comunes en los microempresarios.

- No miden los gastos, se fijan simplemente en el diferencial que existe entre el precio de venta y el costo de venta de sus productos, están acostumbrados a manejarse viendo la utilidad bruta. Esto muchas veces produce un margen de error entre la utilidad bruta y los márgenes operacionales, a tal punto de llevarlo a la quiebra sin que el microempresario pueda identificar a tiempo donde se está produciendo un déficit patrimonial.
- Otra de las coincidencias que existe en la naturaleza de los microempresarios es la fijación de los precios. Determinan un porcentaje de utilidad basado en el costo

de la mercadería, pero cuando aplican un descuento a los clientes no se dan cuenta lo que están causando sobre el precio de venta del producto.

- Muchos directivos microempresariales y de pequeña empresas ignoran la importancia de los beneficios de la tecnología y las comunicaciones, un componente ineludible de la competitividad en el mundo de los negocios.

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

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

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

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

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

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

- **La personalidad del empresario y el desarrollo de la gestión.** El término dirección frente a la gestión, hay que tener en cuenta que la materialización de algunos aspectos de la dirección es, en el día a día, el desarrollo (gestión) de la actividad de la empresa en sus diferentes niveles. Una de las bases de la pequeña y la mediana empresa es la importancia de las relaciones humanas. Su dimensión, perfectamente delimitada, implica una interrelación intensa que hace que la personalidad del empresario y su elenco directivo marquen el funcionamiento y la evolución de la empresa.
- En otras palabras, la personalidad del empresario la que da un carácter especial a su propia creación, que es su negocio analizar que características destacan en ese tipo de sociedades. La dirección de las microempresas se suelen hallar en manos de personas que son las rebeldes impenitentes del mundo empresarial.
- **Rasgos de la personalidad del pequeño empresario.** Los tres rasgos fundamentales de su personalidad son, sentido de la independencia muy desarrollado, por lo menos, un gran deseo de no depender del control ajeno, gran sentimiento empresarial, o quizás un deseo de poner en práctica sus propias ideas y aptitudes, estar dominado por consideraciones personales y familiares, o bien por motivos impersonales o de lucro, ya sea de iniciar o continuar el negocio.
- **Sentimiento de la Independencia.** Puede convertirse en el peor enemigo si se acentúa el aspecto negativo. El excesivo sentimiento de independencia le lleva a no admitir consejos de nadie. Se considera autosuficiente y niega a los demás los conocimientos precisos para indicarle el camino que se debe seguir. La mayoría de los microempresarios no admiten consejos de nadie, diciendo que los asesores saben mucho de teoría, pero nada de problemas prácticos.
- **Espíritu Emprendedor.** Su deseo de plasmar las ideas en una obra viva y de aplicar sus aptitudes al mundo de los negocios, este espíritu empresarial, que constituye el motor de su actividad, al permitirle que vea oportunidades donde otros no ven nada, y que impulse a emprender negocios allí donde otros solo encuentran dificultades insuperables, no está exento de riesgos unas veces por defecto y otras por exceso. Quien carezca de la suficiente iniciativa, haría mejor en buscar empleo en otra empresa y renunciar a crear una propia empresa propia, en otro extremo del espectro quienes asumen riesgos sin análisis suficiente o trabajan al tanteo se exponen fácilmente a desperdiciar recursos y esfuerzos.

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

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

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

El fracaso de la pequeña y mediana empresa.

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

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

el pequeño y mediano empresario tiene la plena libertad, incluida la de fracasar y volver a empezar. Y sobre esta libertad descansa en buena medida la riqueza de los pueblos.

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

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

- **Falta de experiencia directiva.** La falta de experiencia en la dirección del negocio. Esta experiencia se logra adquiriendo primero un bagaje técnico en todos los aspectos de la dirección y preocupándose luego de asegurar la puesta al día de los conocimientos directivos. También hay que tener en cuenta la continuidad de la dirección para el caso de que falte el responsable. Existen dos medidas apuntan a solucionar el problema como son: adquirir la formación directiva completa y actualizada, capacitar al posible sucesor en la dirección.
- **Desconocimiento del sector.** Muchos hombres de empresa confunden la capacidad y experiencia adquiridas en un sector de la economía con una disposición innata que les asegura el triunfo en cualquier actividad empresarial que debe acometer, se aconseja tener conocimientos del sector a donde se va a crear la empresa.
- **Negligencia.** Es peor que la dirección deficiente; es la ausencia de toda la dirección, es dejar los asuntos propios en manos de otros sin la supervisión, ni el control suficiente. Tiene su origen en la falta de salud, en la pérdida de interés por el negocio, en las dificultades familiares, en la adquisición de malos hábitos o en la pereza.
- **Fallos administrativos.** Constituye un falló en el sentido de no haber adoptado a tiempo medidas adecuadas y correctivas, para salvaguardar a la compañía de determinados riesgos.

La competencia y el mercado, la oferta y la demanda

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

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

Por lo tanto ya hay una “oferta” de la mercadería que suple esa necesidad y una “demanda” suficiente como para hacerla “rentable”. Si así no fuera, había entonces un “mercado apetecible” a disposición. La producción de alimentos, de medicamentos, de viviendas, su abundancia, su súper producción, es la tarea prioritaria, hasta que se alcance a todos, sin excepción, tratando siempre de evitar los perjuicios que puedan generar su posible explotación irracional y exagerada.

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

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

Administración en una microempresa

Si una compañía es muy pequeña, es posible que su fundador sea el administrador clave y tal vez el único. Sin embargo, en la mayoría de las compañías, otras personas comparten papeles de liderazgo con el propietario o propietarios.

En consecuencia, el concepto de una empresa de administración es relevante para los pequeños negocios. Por lo general, el equipo de administración, como lo vemos aquí, incluye tanto a los administradores como a otros profesionales o personas claves que ayudan a darle a una nueva empresa su rumbo general.

Los fundadores de nuevas empresas no siempre son buenos miembros de la organización. Como se describió anteriormente, son creativos, innovadores, son individuos que asumen riesgos y que tienen el valor de luchar por sí mismos.

Ciertamente, con frecuencia se ven impulsados a ser empresarios por diversos hechos que les han sucedido, hechos que algunas veces significan que para ellos es difícil ajustarse a los papeles convencionales de una organización. En consecuencia, los fundadores pueden no ser capaces de apreciar el valor de las buenas prácticas de administradores profesionales.

Algunos empresarios tienen un enfoque profesional hacia la administración, y algunos administradores corporativos son empresarios en el sentido de ser innovadores y estar dispuestos a asumir riesgos. Sin embargo, el estilo menos que profesional de un fundador a menudo actúa como obstáculo en el crecimiento del negocio. Desde el punto de vista ideal, el fundador puede agregar básicos que le dieron al negocio un inicio exitoso.

Aspectos administrativos

En esta sección se debe ubicar los aspectos administrativos del proyecto, esta etapa tiene una mayor importancia para aquellos proyectos que se presentan para obtener financiación, total o parcial.

Recursos humanos.

Relacionar las personas que participarán: asesores, equipo de recolección de datos, etc., especificando la calificación profesional y su función en la investigación.

Presupuesto.

Se debe presentar un cuadro con los costos del proyecto indicando las diferentes fuentes, si existen, y discriminando la cuantía de cada sector en la investigación.

Presentar un cronograma financiero que cubra todo el desarrollo del proyecto.

¿Qué es contabilidad?

Contabilidad es algo más que una actividad que pueden entender los contadores profesionales. La contabilidad es el arte de interpretar, medir y describir la actividad económica que describe los recursos, actividades y logros de todo negocio sea grande o pequeño. La función contable es vital en todas las unidades de nuestra sociedad. Las grandes compañías por acciones, son responsables ante sus accionistas, ante las agencias gubernamentales y ante el público.

La contabilidad constituye una actividad de prestación de servicios cuya función es proporcionar información cuantitativa acerca de las entidades económicas; la información primordial es de naturaleza financiera y tiene como fin ser útil para la toma de decisiones dentro de una empresa o su vida diaria.

Si la información es utilizada para la administración se utilizará para responder preguntas como:

- ¿Cuáles son los recursos del negocio?
- ¿Qué deudas tiene?
- ¿Ha obtenido utilidades?
- ¿Son los gastos demasiado elevados con respecto a las ventas?
- ¿Se deben aumentar los precios de venta?

Estas y muchas preguntas más responde la contabilidad tanto en empresas comerciales como en lo personal. Si propietario de un negocio, gerente, banquero, abogado, ingeniero habrá de utilizar estos informes de una manera efectiva deberá comprender como fueron recopilados los datos y como se reunieron las cifras.

Propósito de la contabilidad

El propósito fundamental es proporcionar información financiera sobre una entidad económica. Quienes toman decisiones administrativas necesitan información financiera de una empresa para ayudarse en la planeación y el control de las actividades de la organización.

Creación de información contable

Un sistema contable, utiliza los métodos, procedimientos y recursos utilizados por una entidad para seguir las huellas de las actividades financieras. La información financiera requiere de personas externas como propietarios, acreedores, inversionistas potenciales, gobierno.

Las actividades financieras deben de ejecutar 3 pasos básicos:

- Registro de actividad financiera: se crea un registro sistemático de la actividad diaria en términos económicos.
- Clasificación de la información: la información debe de clasificarse en grupos o categorías.
- Resumen de la información: Se registra, clasifica y resume la información.

Balance general

¿Qué es el Balance General?

Es un resumen claro y sencillo sobre la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. Su elaboración podrá ser mensual, semestral o anual de acuerdo con las necesidades del propio microempresario. También se lo denomina Estado de Situación Patrimonial.

El Balance General muestra a una fecha determinada todos los bienes y derechos propiedad de la empresa (**ACTIVO**), así como todas sus obligaciones ciertas y aquellas que puede llegar a tener (contingentes) (**PASIVO**) y por último el patrimonio neto de la empresa (**CAPITAL**).

El Balance General responde a las preguntas:

- ¿Con cuántos recursos cuenta la empresa para la realización de sus actividades.
- ¿Cuánto se debe de esos bienes?
- ¿Con cuánto participa el dueño de la empresa?

Para facilitar la claridad e interpretación del Balance General, los datos económicos se agrupan en **ACTIVOS**, **PASIVOS** y **CAPITAL** o Patrimonio Neto.

ACTIVO

Son los objetos de valor que posee el negocio. Los bienes y derechos que posee la microempresa para operar.

PASIVO

Son las obligaciones que tiene la empresa y que en un plazo debe pagar con dinero, productos o servicios.

CAPITAL

Son los recursos de la empresa, los cuales incluyen las aportaciones del empresario, más las ganancias o menos las pérdidas que sufre el aporte inicial. Para determinar el capital existente, es decir el patrimonio neto de la empresa, se resta al total de los recursos (ACTIVO) el total de obligaciones (PASIVO).

ACTIVO (Recursos) - PASIVO (Obligaciones)

CAPITAL (Patrimonio Neto)

El balance general muestra la posición financiera de una compañía en un momento particular en el tiempo.

Esto es como tomar una fotografía de los récords de la compañía en el último día del año. Los activos son básicamente cosas de las que usted es propietario. Ellos representan reclamaciones de acreedores externos en sus activos. Participación del propietario es el valor de los activos de los que usted actualmente es propietario – el valor neto de los activos después de pagar deudas.

La ecuación básica en la contabilidad de partida doble es que la suma de los activos iguala la suma de las deudas (pasivo) y capital. La columna de la izquierda (activos) debe ser igual a la columna de la derecha (pasivos y capital).

1. Activo

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

Activo Circulante.

Son los valores que tienen liquidez inmediata o que pueden convertirse en dinero en efectivo, mientras está funcionando el negocio.

- Dinero en caja.
- Dinero en bancos.
- Inversiones en valores de inmediata realización.
- Cuentas por cobrar (clientes).
- Inventarios (en depósito) de materia prima, producción en proceso y producto terminado.

Activos Fijos.

Son bienes que se han adquirido para utilizarlos en las actividades propias del negocio y que son necesarios para transformar, vender y distribuir los productos. Estos bienes sufren pérdidas de valor por el simple paso del tiempo, su uso u obsolescencia tecnológica.

- El terreno (constituye una excepción, ya que no pierde valor con el paso del tiempo).
- Los edificios.
- Maquinaria y equipo.
- Equipo de oficina.
- Equipo de transporte.

Otros Activos.

Son aquellos pagos que hace por anticipado la empresa por la prestación de un servicio o por la adquisición de un bien que no se utiliza de inmediato sino en el transcurso de un tiempo determinado y que finalmente se convierten en GASTOS afectando los resultados de la empresa. Por ejemplo:

- Alquileres pagados por anticipado.
- Patentes y marcas.
- Primas de seguro

2. Pasivo

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

Pasivo Circulante.

Son las deudas que la empresa tiene que pagar en un periodo menor de un año. La lista del pasivo circulante se suele hacer de acuerdo con la exigibilidad que tengan esas deudas.

- Proveedores.
- Créditos bancarios a corto plazo.
- Impuestos por pagar.
- Acreedores diversos.
- Documentos por pagar

Pasivo a Largo Plazo.

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

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

Otros Pasivos.

Incluye las obligaciones derivadas de cobros anticipados por la entrega de productos o la prestación de servicios.

- Anticipos de clientes.
- Alquileres cobrados por anticipado.
- Otros.

Estado de resultado

El estado de ingresos mide la rentabilidad de un negocio en un período de tiempo. Este período debe ser un mes o un año. Esto es similar a tomar una película de video de la compañía sobre el año.

Los ingresos representan entradas de activos por ejecutar alguna actividad, tales como vender un producto o prestar un servicio. Los ingresos no necesariamente significan efectivo recibido. Los gastos representan costos incurridos para producir ingresos. El ingreso neto representa el exceso de ingresos sobre gastos por un período dado. El ingreso neto es sumado al balance de capital relacionado en el balance general.

¿Qué es un estado de resultados?

Es un informe que permite determinar si la empresa experimentó utilidades o pérdidas en un periodo determinado. Cuando ese lapso comprende un año de operaciones se lo conoce como ejercicio económico.

Estará usted de acuerdo en que es tan importante saber qué se tiene, qué se debe a quién, cómo saber si su negocio rinde utilidades. En el Balance General sólo se indica en forma global la utilidad o pérdida que aumenta o disminuye el capital, en tanto que en el Estado de Resultados se analizan con detalle las operaciones que dieron origen a los ingresos y a los gastos, con el objeto de llegar al resultado que se indica en el Balance General.

El Estado de resultados muestra, siguiendo una secuencia ordenada, cómo se llegó a ese resultado:

Ingresos o Ventas Netas

Costo de Ventas

Utilidad Bruta

Gastos Operativos

Utilidad Operativa

Gastos Financieros

Resultado antes de Impuestos

(Puede ser utilidad o pérdida)

Ingresos

Corresponden a las ventas que realiza la empresa y que se derivan de la actividad principal de la misma.

Costo de Ventas

Son todas las erogaciones que se relacionan directamente con la producción. Se obtienen de la siguiente manera.

Utilidad Bruta

Es el resultado de restar a los ingresos o ventas, el costo de ventas.

Gastos Operativos

Son todas aquellas erogaciones indispensables para la operación que no están asociadas con la producción, sino con las actividades propias de ventas y la administración del negocio.

Algunos ejemplos son:

Sueldos y/o comisiones a vendedores.

Publicidad.

Papelería (facturas, etc.)

Teléfono

Alquiler del local de ventas.

Utilidad Operativa

Es el resultado de resta a la utilidad bruta los gastos de operación.

Gastos Financieros

Son los intereses sobre créditos otorgados por bancos, financieras, préstamos.

Utilidad antes de impuestos

Resulta de resta a la utilidad de operación los gastos financieros.

Recomendaciones a observar en la elaboración de estado de resultados

- Los estados de resultados que se elaboren deben de reflejar sólo la situación de la empresa; no deben incluir información relativa a la situación particular de los socios, ni tampoco considerar información de otras empresas en la que los socios también tengan participación.
- La información que sirva de base para elaborar los estados financieros debe comprender sólo la que se haya generado en el período que se considera (mes, trimestre, semestre o año).
- Las adquisiciones de activo (materia prima, maquinaria, etc.) deben registrarse al costo de adquisición.
- Registre las operaciones en el momento en que se realicen. No posponga su registro para una fecha posterior, porque podría omitirlo y por lo tanto la información financiera que obtenga no será válida.

Estado de capital

El estado de capital muestra los cambios en la cuenta de capital del propietario en un período de tiempo. Es similar al estado de ingresos en el que es como tomar una película de video de la compañía en un año. El Ingreso Neto aumenta el capital del propietario. Los retiros de efectivo por el propietario disminuyen el balance. El balance final del capital es relacionado en el balance general.

Estado de flujos de caja

El estado de flujos de caja muestra los movimientos actuales de efectivo durante el año. Es usado para ilustrar las entradas y salidas de efectivo en la compañía. Este estado es muy importante para las instituciones prestamistas. Este estado mostrará si la compañía tiene el efectivo disponible y puede pagar sin fallar el dinero prestado.

Contaduría Pública

Las empresas dedicadas a la contaduría pública son organizaciones que ofrecen una variedad de servicios de contabilidad al público. Estas empresas varían en tamaño; desde una persona hasta grandes organizaciones internacionales.

El contador público está certificado para que esta sea su licencia para practicar, conferida por el estado a partir de rigurosos exámenes y evidencia de experiencia práctica. Los servicios básicos que ofrecen las empresas de contadores públicos certificados incluyen.

Auditoría: es la función principal del contador público certificado. Estos se encargan de prestar los estados financieros de una empresa. La auditoría consiste en una investigación completa a través de la cual el contador público estudia los registros contables de la empresa. Otra evidencia con respecto a cada uno de los rubros del estado financiero, los auditores son profesionales independientes y no empleados de la empresa. Los bancos, inversionistas y otros confían en la información proporcionada por los estados financieros de la compañía al otorgar créditos, préstamos y en la compra y venta de valores, confían en el auditor.

Servicios de consultoría Administrativa: Los servicios de consultoría administrativa incluyen el diseño, la instalación y el mejoramiento del sistema de contabilidad, general del cliente, así como de cualquier sistema de información que pudiera tener relación con la determinación y el control de los costos. También incluyen asesoría en planeación financiera presupuestos, pronóstico y control de inventarios.

Contabilidad Privada

El jefe del departamento de contabilidad de una empresa pequeña o mediana generalmente se denomina contador. Los contadores de las empresas privadas deben registrar las transacciones y preparar estados contables.

Dentro del área de contabilidad general se han desarrollado varias especialidades como:

Diseño de sistemas contables: incluye las formas contables los registros, los manuales de instrucción, los diagramas de flujo.

Contabilidad de costos: Recopilación e interpretación de la información de costos.

Pronóstico financiero: Es un plan de operaciones financieras para algún periodo futuro, expresado en términos monetarios (operaciones planeados y los resultados reales obtenidos).

Contabilidad Tributaria: Planeación, tributaria y la preparación de las declaraciones de renta a las firmas de contadores públicos.

Auditoría interna: Evalúan la eficiencia de las operaciones y determinan si las políticas de la empresa se están llevando a cabo en forma consistente en todas las divisiones de la compañía

Concepto de entidad comercial

Una entidad comercial es una unidad económica que se dedica a actividades comerciales identificables. Se dice que la entidad comercial está separada de las actividades personales de su propietario, comprendiéndose que los bienes de dicho propietario no se incluyen en el negocio y no aparecen en los estados financieros.

Tipos de organización comercial

- Negocio de un solo propietario.
- Sociedad de personas.
- Compañía por acciones.

Organización funcional

Es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea

Características de la Organización Funcional

- Autoridad funcional o dividida: es una autoridad sustentada en el conocimiento. Ningún superior tiene autoridad total sobre los subordinados, sino autoridad parcial y relativa.
- Línea directa de comunicación: directa y sin intermediarios, busca la mayor rapidez posible en las comunicaciones entre los diferentes niveles.
- Descentralización de las decisiones: las decisiones se delegan a los órganos o cargos especializados.
- Énfasis en la especialización: especialización de todos los órganos a cargo.

Ventajas de la Organización Funcional

- Máxima especialización.
- Mejor suspensión técnica.
- Comunicación directa más rápida
- Cada órgano realiza únicamente su actividad específica.

Funciones del área contable y tributaria:

- Archivar y registrar los comprobantes de pago y demás documentos sustentatorios de las operaciones de los clientes del Estudio.
- Registrar las operaciones de los clientes del Estudio en los libros o registros auxiliares y libros principales, utilizando procedimientos manuales y/o computarizados.
- Formular las declaraciones juradas de los tributos a cargo de los clientes del Estudio
- Formular los estados financieros de los clientes del Estudio contable.
- Administrar el hardware y software de la empresa
- Efectuar las coordinaciones permanentes con los clientes del Estudio Contable.
- Llevar a cabo el preventivo de los equipos de cómputo del Estudio.
- Mantener actualizado los equipos y programas que utiliza el Estudio, a fin que cumplan un trabajo efectivo y eficaz.

Luego de varios análisis de los diferentes problemas que tienen un segmento de los sectores productivos de nuestro país, en especial la parte administrativa y tributaria (personas naturales que incluye a profesionales), el presente trabajo de investigación está enfocado en proponer un modelo de asesoramiento que ayude a generar soluciones tributarias a los habitantes de la ciudad de Milagro que ejercen actividad económica en el sector servicios, quienes no tienen una adecuada cultura administrativa-tributaria que los dirija en el cumplimiento de sus obligaciones y derechos en tales ámbitos y la presentación de información financiera de acuerdo a la normativa establecidas en la Ley.

La investigación propuesta, generará instrumentos y herramientas de apoyo, necesarios para evitar la evasión del pago de impuestos (por desconocimiento), y contribuirán al fortalecimiento económico de este estrato empresarial.

Ante los recurrentes cambios de normativa referente al pago y recaudación de tributos y revisando estadísticas, este sector no ha contado con un eficaz asesoramiento para buscar implementar soluciones para el mejoramiento técnico administrativo y tributario, en tal sentido este trabajo encuentra un potencial mercado que debe satisfacerse.

El cantón Milagro está presente en la vida pública del Estado Ecuatoriano desde el año 1913, con su cantonización, y previamente desde el año 1886 (53 años después de Crearse la República del Ecuador). Siendo esta población una importante meca de confluencia de habitantes de la Costa y Sierra, convirtiéndose de a poco en el centro comercial y agroindustrial que es hoy. Proceso histórico que vale la pena revisar y consolidar a la investigación de la tributación nacional.

El barrio San Pedro, es uno de los más antiguos del cantón en su sector urbano, que nace a partir de una necesidad clara de dar solución habitacional a los migrantes de la sierra que se trasladaban en tren, desde la década de los años 20's,² haciendo que la ciudad se expandiera hacia el este de la línea férrea en fincas frutales, donde hoy también se asienta la Universidad Agraria del Ecuador.

² López, Keytel. (2002) Historia de Milagro. Monografía

Al observar el mapa urbano del cantón Milagro esta ciudadela se encuentra ubicada en un sector completamente urbanizado que ha seguido creciendo a raíz de la regeneración de las calles, parques y servicio de agua potable. Lo que ha incrementado la plusvalía del suelo y construcciones actuales, donde se asientan la mayoría de negocios de esta arteria principal del cantón.

2.2 MARCO LEGAL

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

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

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

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

- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley

de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

El objeto social: Informe previo.

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

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

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

Reformatoria a la Ley de Centros Agrícolas, Cámaras de Agricultura Provinciales y Zonales, publicada en el R. O. 326 de 29 de noviembre de 1993.

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

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

A la Cámara Provincial de Turismo.- Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, publicada en el R.O. 689 de 5 de mayo de 1995.

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

Cumplimiento de otros requisitos en razón del objeto social:

Compañías consultoras.- Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada o el de la compañía en nombre colectivo, conforme a lo dispuesto en el Art. 5 de la Ley de Consultoría, publicada en el R.O. 136 de 24 de febrero de 1989. De acuerdo con el artículo citado, su objeto deberá contraerse únicamente a la actividad consultora, en cualquiera de sus manifestaciones. Los socios de este tipo de compañía deberán

acreditar título profesional conferido por un instituto de educación superior del país o del extranjero, siempre que, en este último caso, haya sido revalidado en el Ecuador (Art. 6 de la Ley de Consultoría).

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

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

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

El origen de la inversión:

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

La inversión extranjera directa en laboratorios de larvas y centros de investigación acuícola será autorizada por el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero, previo informe del Instituto Nacional de Pesca (Art. 36 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones). El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía. Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas, según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R.O. 379 de 8 de agosto de 1998.

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

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

LEY DE CAMARAS DE COMERCIO

Considerando:

Que las Cámaras de Comercio tienen por objeto el desarrollo de la actividad mercantil, fuente primordial de la riqueza pública y particular.

Que es necesario robustecer la capacidad legal de las Cámaras de Comercio, a fin de que puedan cumplir los altos fines para los que fueron establecidas.

Que es indispensable que las Cámaras de Comercio estén debidamente estructuradas, y cuenten con las facultades indispensables para cumplir su finalidad.

Que es necesario reformar la Ley de Cámaras de Comercio y actualizar la legislación sobre la materia.

Que la Comisión Auxiliar de Legislación Económica y Financiera, con fecha 19 de diciembre de 1968, ha emitido informe favorable.

DE LA ORGANIZACIÓN, DE LOS DERECHOS Y DE LAS ATRIBUCIONES DE LAS CÁMARAS

Art. 5.- Además las Cámaras de Comercio intervendrán en:

- A) Fomentar la realización de Ferias, Exposiciones y Convenios Comerciales.
- B) Efectuar propaganda de los productos del país. c) Arbitrar los medios del caso para la consecución de muestrarios comerciales destinados a los Cónsules ecuatorianos. d) Estudiar los medios que puedan ponerse en práctica para mejorar la producción y el comercio de exportación.

Art. 6.- Las Cámaras de Comercio están autorizadas a conocer y resolver los reclamos que se produjeran en las relaciones de comercio internacional, entre exportadores ecuatorianos e importadores extranjeros, o viceversa, cuando se lo solicite.

Art. 7.- En las ferias nacionales o locales, o en las épocas de actividad comercial que se producen durante las festividades provinciales o efemérides, o en las de Navidad

o Año Nuevo, por ningún concepto, los Municipios podrán autorizar u organizar puestos de venta públicos o mercados provisionales en las puertas de acceso o exhibición de los establecimientos comerciales. Las Municipalidades, destinarán locales apropiados y clasificados para la concentración de los vendedores ambulantes o de los comerciantes minoristas.

Capítulo II

DE LA OBLIGATORIEDAD DE AFILIARSE A LAS CÁMARAS

Art. 8.- (Sustituido el inc. 1 por el Art. 1 del D.S. 814, R.O. 351, 18-VII-73).- Para efectos de la organización de las Cámaras de Comercio y de su afiliación a ellas, se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno, mínimo de treinta mil sucres para las Cámaras de Comercio de Quito y Guayaquil; de ocho mil sucres para Cuenca, Manta y Bahía de Caráquez; y, de cinco mil sucres para los demás cantones.

No estarán obligados a afiliarse a las Cámaras de Comercio de la República, los propietarios de puestos de venta situados en mercados públicos, calificados como tales por las autoridades competentes.

Las afiliaciones se harán de acuerdo con la siguiente especificación:

- a) Exportadores.
- b) Importadores.
- c) Bancos.
- d) Prestamistas.
- e) Aseguradores.
- f) Consignatarios.
- g) Minoristas.
- h) Agentes Comisionistas.

Capítulo III

DE LOS REQUISITOS PARA EL EJERCICIO DEL COMERCIO

Art. 13.- Para ejercer el comercio será indispensable poseer la Matrícula de Comercio y la Cédula de Afiliación a la respectiva Cámara.

Art. 14.- Todo afiliado, persona natural o jurídica, está obligado a pagar a la Cámara de Comercio las cuotas ordinarias o extraordinarias, que fijen las respectivas Cámaras.

Los afiliados que aumenten su capital pagarán a la respectiva Cámara las correspondientes cuotas en razón del nuevo capital. Además una cuota adicional a la de ingreso, y por una sola vez, por el valor de cada aumento de capital.

Art. 15.- Cuando alguna autoridad u organismo público deba conceder licencias, autorizaciones o permisos para el funcionamiento, en forma periódica, a establecimientos comerciales sujetos a su control o vigilancia, tales permisos serán concedidos siempre que el peticionario, encontrándose obligado, acredite ser afiliado a la Cámara de Comercio y se encuentre al día en el pago de sus obligaciones sociales.

Capítulo IV

DE LAS CAUSAS DE INHABILIDAD DEL COMERCIANTE

Art. 16.- Si por las causales determinadas en los Arts. 19 y 20 de esta Ley, o por las señaladas en el Título I, Sección I del Código de Comercio, o por resolución judicial, se encontrare que quienes están obligados a afiliarse a las Cámaras de Comercio, están en incapacidad para ejercer tal actividad, no podrán afiliarse a dicha Cámara; o, si pertenecen a ella, quedarán de hecho separados de la misma, hasta su plena rehabilitación y convalecimiento de la causa de incapacidad o inhabilidad.

La Cámara dará inmediato aviso de estos hechos al Ministerio de Comercio e Industrias y a las demás Cámaras de Comercio de la República, a los Gerentes de las Instituciones de Crédito, y a los Directores y Administradores de Aduana, así

como al Director General del Departamento de Cambios del Banco Central del Ecuador, quien notificará tal particular a todas sus oficinas en el país.

Nota: El Ministerio de Comercio e Industrias, se denomina actualmente Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (D.E. 1880, R.O. 418, 24-IX-2001)

Art. 17.- El Departamento de Cambios del Banco Central del Ecuador, no despachará las solicitudes de reembolso o peticiones para importar o exportar mercaderías, productos o artículos en general que pasen de cien dólares CIF, si los interesados no estuvieren afiliados a la respectiva Cámara de Comercio o si se encontraren en mora en el pago de sus cuotas sociales de conformidad con esta Ley. Al efecto, las Cámaras notificarán, mensualmente, al Departamento de Cambios del Banco Central del Ecuador con la nómina de los comerciantes que se encuentren **comprendidos en esta disposición.**

CapítuloV

DE LAS OBLIGACIONES DE LOS REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD

Art. 27.- (Agregado inc. 3 por el Art. 3 del D.S. 101, R.O. 243, 9-II-73).- Prohíbese a los Registradores de la Propiedad inscribir las Matrículas de Comercio de los comerciantes, personas naturales o jurídicas, y a los que se refiere el Art. 8 de esta Ley, si previamente no presentaren los documentos de afiliación a la respectiva Cámara de Comercio, en los términos y condiciones que establece la Ley de la materia.

El Registrador debe abstenerse de inscribir nombramientos de administradores y de poderes otorgados a factores, si previamente no se acredita que las sociedades comerciales que van a administrar o los poderdantes, se encuentran afiliados a la Cámara de Comercio respectiva.

Los Registradores de la Propiedad que inscribieren a los comerciantes en la Matrícula de Comercio, sin que éstos se hubieren afiliado previamente a la Cámara de su jurisdicción, serán sancionados por la Corte Superior del Distrito con una multa equivalente al doble de lo que el comerciante hubiere debido satisfacer a la Cámara

por su afiliación. El 50% de esta multa se entregará a la respectiva Cámara y el 50% restante incrementará los fondos de la Función Judicial.

Art. 28.- (Reformado por el Art. 4 del D.S. 1143, R.O. 678, 11-XI-74).- El establecimiento de Sucursales, el aumento o disminución de capital, la prórroga del contrato social, la transformación, fusión, cambio de denominación, no podrán registrarse sin autorización previa de la respectiva Cámara de Comercio. Cuando se produjeran aumentos de capital, las Cámaras de Comercio tendrán la facultad de cobrar la diferencia entre lo pagado por el socio al ingresar a la Institución y lo que hubiera debido sufragar, en caso de ingreso con el nuevo capital.

Capítulo V

DE LA NÓMINA DE COMERCIANTES Y DE LOS BOLETINES

Art. 32.- El Ministerio de Comercio e Industrias, con la cooperación de las Cámaras de Comercio, publicará, hasta el treinta de abril de cada año, una nómina completa de todos los Comerciantes de todo el país, en la que constará, además del nombre o firma comercial, su capital, naturaleza y lugar de negocios, año de establecido y dirección en que funciona el establecimiento.

La Cámara publicará, de ser posible mensualmente, un boletín que será su órgano oficial, y en él se anotará de preferencia, la situación de los mercados respectivos, producciones, cotizaciones, movimiento de sus principales productos, valores, bienes raíces y más datos que puedan interesar a sus afiliados.

Capítulo VII

DE LA EXONERACIÓN DE IMPUESTOS A LAS CÁMARAS

Art. 33.- Las Cámaras de Comercio gozarán de las exoneraciones de impuestos fiscales y municipales, tasas y más contribuciones previstas en las leyes vigentes.

Capítulo VIII

FEDERACIÓN NACIONAL DE CÁMARAS DE COMERCIO

Art. 34.- Créase la Federación Nacional de Cámaras de Comercio del Ecuador, con sede alternativa en Quito y Guayaquil, como institución privada, con personería

jurídica, integrada por todas las Cámaras de Comercio establecidas en el país, o que se constituyeren en el futuro.

Art. 35.- La Federación de Cámaras de Comercio del Ecuador tendrá las siguientes finalidades:

Mantener la necesaria cohesión entre las Cámaras de Comercio del país y, a través de ellas, de los comerciantes en general, para el mejor éxito de la actividad comercial.

- 1) Fomentar el desarrollo del comercio nacional e internacional.
- 2) Estudiar las reformas que convenga introducir en la legislación mercantil y tributaria y someterlas a consideración de los organismos competentes.
- 3) Emitir los informes que el Gobierno y demás Instituciones del Estado lo soliciten, en relación con las actividades económicas o de índole comercial.
- 4) Cooperar para la orientación de la política comercial interior y exterior del país, y recomendar la suscripción de tratados comerciales, o insinuar la denuncia de los mismos, cuando haya motivo para ello.
- 5) Adoptar los medios convenientes para procurar el desarrollo de las fuentes de riqueza pública y particular, y el desenvolvimiento de los negocios comerciales.

Capítulo IX

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 48.- Constituida una Cámara de Comercio, procederá a la elección de su Directorio, y éste notificará a los comerciantes que no se hubieren incorporado a ella, con la obligación de afiliarse, y en caso de renuencia procederá de acuerdo con las disposiciones de esta Ley.

Art. 49.- Las Cámaras de Comercio fijarán, en sus Estatutos, las cuotas mensuales y otras que deban pagar sus socios.

Art. 50.- Las Cámaras de Comercio tendrán las representaciones que les confieren las leyes vigentes, así como las que les fueren otorgadas posteriormente.

Igualmente tendrán un representante ante el Consejo Directivo de la Bolsa de Valores.

LEY DE RUC

LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

(Decreto Supremo No. 832)

Nota:

La Dirección General de Rentas fue suprimida por la Ley 41 (R.O. 206, 2-XII-97), por lo que las funciones del Director General del Rentas las desempeña actualmente el Director General del Servicio de Rentas

Internas.

EL CONSEJO SUPREMO DE GOBIERNO,

Considerando:

Que es indispensable dotar al país de un ordenamiento tributario ágil que permita alcanzar los objetivos que la Reforma Tributaria persigue; y. En uso de las atribuciones de que se halla investido,

Decreta:

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

Capítulo I

DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

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

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

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

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de

Contribuyentes.

Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción.

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

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

Art. 4.- De la inscripción.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitado por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o

apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

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

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

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

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

Art. 5.- Del Número de Registro.- La Dirección General de Rentas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

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

Art. 6.- De las Sucursales y Agencias.- Las empresas o sociedades que tuvieren sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes en el país, al inscribir la matriz tienen también la obligación de registrarlas, utilizando el formulario correspondiente. Si posteriormente constituyeren nuevos establecimientos de esta

índole, deberá procederse a su registro en las condiciones estipuladas en los artículos anteriores.

Art. 7.- Del Otorgamiento del Número de Registro.- A la presentación de la solicitud se otorgará el número de inscripción, mediante un certificado de inscripción.

Igual procedimiento se observará en el caso de inscripciones de oficio.

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

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

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

Tributario.

Art. 10.- Del uso del número de Inscripción en Documentos.- El número de inscripción en el Registro

Único de Contribuyentes determinado en la forma establecida en el artículo 5 de esta Ley, deberá constar obligatoriamente en los siguientes documentos:

- a) Cédula Tributaria;
- b) Certificado Militar o Cédula de las Fuerzas Armadas;
- c) Certificado de antecedentes personales conferido por la Policía Civil Nacional;
- d) Documento de afiliación personal al Seguro Social;
- e) Licencias de conductores;
- f) Matrículas de Comerciantes;

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

En el reglamento se determinará la forma como ha de cumplirse con lo dispuesto en este artículo.

Nota:

La Ley 006, de Control Tributario y Financiero (R.O. 97, 29-XII-88), derogó la Ley sobre la cédula de control tributario.

Art. 11.- Del uso del número de inscripción en el procesamiento automático de datos por personas naturales, jurídicas y entes sin personalidad jurídica.- Las personas jurídicas de derecho público, de derecho privado con finalidad social o pública, las de derecho privado, los entes sin personalidad jurídica y las personas naturales que realicen o utilicen procesamiento automático de datos, en asuntos relacionados con materias de orden tributario, deberán hacer constar el número del registro único de contribuyentes en todos los formularios de procesamiento de datos.

Art. 12.- De la Identificación del número.- Las instituciones de los sectores tanto público como privado, empresas unipersonales, empresas con personalidad jurídica y entes sin personalidad jurídica que de una manera u otra emitan los documentos señalados en el artículo 10 de esta Ley, deberán hacer constar en la forma y medios en que se especifica en el Reglamento para cada documento u objeto los números de inscripción, nombres o razón social, domicilio fiscal de quien emite el documento y/o de quien lo recibe.

Art. 13.- De la exigencia del Documento de Inscripción.- Los funcionarios y empleados de las entidades públicas y privadas están obligados a exigir la presentación del documento que acredite el número de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes a que se refiere el artículo 7 del presente Decreto en los siguientes casos:

- a) Concesión de permisos de importación y pólizas de exportación, así como para el trámite de pedimentos de aduana y para el retiro de equipajes y paquetes postales;
- b) Constitución, reforma o liquidación de sociedades de cualquier clase;
- c) Actuaciones ante Notarios y Registradores de la Propiedad según se especifica en el Reglamento y sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley Notarial y de Registro;
- d) Concesión de matrículas de comercio, de industrias y de agricultura;
- e) Tramitación de solicitudes para acogerse a los beneficios que establecen las Leyes de Fomento y otras por las que se concedan liberaciones y exoneraciones tributarias;

- f) Apertura de cuentas corrientes;
- g) Tramitaciones de préstamos en Corporaciones Financieras, Bancos de Fomento y demás instituciones de crédito;
- h) Tramitación de solicitudes de las concesiones Estatales que se señalan en el Reglamento;
- i) Cancelación de fianzas o garantías, de préstamos o inversiones;
- j) Concesión de visas de salida del país;
- k) Afiliación a las diferentes agrupaciones profesionales, asociaciones, federaciones y cámaras;
- l) Recepción de declaraciones y pagos de tributos en general; y,
- m) En solicitudes, peticiones de certificaciones de no adeudar al Fisco o al Municipio.

Art. 14.- De la Actualización de la Información.- Los obligados a obtener el registro único de contribuyentes deben comunicar a la Dirección General de Rentas, dentro del plazo de treinta días de ocurridos los siguientes hechos:

- a) Cambio de denominación o razón social;
- b) Cambio de actividad económica;
- c) Cambio de domicilio;
- d) Transferencia de bienes o derechos a cualquier título;
- e) Cese de actividades;
- f) Aumento o disminución de capitales;
- g) Establecimiento o supresión de sucursales, agencias, depósitos u otro tipo de negocios;
- h) Cambio de representante legal;

i) Cambio de tipo de empresa;

j) La obtención, extinción o cancelación de beneficios derivados de las leyes de fomento; y,

k) Cualesquiera otras modificaciones que se produjeran respecto de los datos consignados en la solicitud de inscripción.

Art. 15.- De la Devolución del Registro.- Los contribuyentes que den por terminadas sus actividades económicas están obligados a devolver el certificado de registro de inscripción en las oficinas respectivas en el plazo de treinta días de cesada la actividad a fin de proceder a la cancelación del Registro correspondiente.

Art. 16.- De la conservación del certificado.- En los casos de destrucción, sustracción, pérdida o desaparición del certificado se otorgará un duplicado, previa la presentación de una solicitud y la demostración de haber publicado por la prensa por dos veces la pérdida de dicho documento.

Capítulo II

DEL RÉGIMEN PUNITIVO

Art. 17.- Norma General.- Son infracciones a la presente Ley, la defraudación, las contravenciones y las faltas reglamentarias, en conformidad con lo dispuesto en el Código Tributario.

Art. 18.- Casos especiales de defraudación.- Además de los casos señalados en el Art. 381 del Código

Tributario, para efectos de la presente Ley, constituyen también defraudación los siguientes:

1. Declarar como propios, bienes o derechos ajenos;
2. Utilizar identidad o identificación supuesta o falsa en la solicitud de inscripción;
3. Obtener más de un número de Registro de Inscripción.

Art. 19.- Casos especiales de contravención (Agregado el último inciso por el Art. 49 de la Ley 51, R.O.

349, 31-XII-93).- Para los efectos de esta Ley, sin perjuicio de lo determinado en el Art. 386 del Código

Tributario, constituyen también casos de contravención los siguientes:

1. No solicitar la inscripción dentro del plazo señalado por la Ley;
2. No utilizar el número de Registro Único de Contribuyentes en los documentos señalados en el Art. 10 de esta Ley;
3. Permitir, por cualquier causa, el uso del Número del Registro de Inscripción, a terceras personas;
4. Utilizar el número de inscripción concedido a otro contribuyente;
5. Ocultar la existencia de sucursales, agencias u otros establecimientos comerciales de los que sea propietario el contribuyente;
6. Retener indebidamente el número de identificación tributaria luego de haberse cancelado el mismo.

Al establecimiento que se le solicitare la presentación del RUC y no lo exhibiere se le concederá un plazo de tres días para que se lo presente, caso contrario se le impondrá una multa equivalente al 2.5% de sus activos sociales. Además se impondrá la clausura del establecimiento y su reapertura no procederá hasta que el propietario o representante presente el documento exigido. El Director General de Rentas o su delegado solicitarán la intervención de las autoridades policiales para proceder a la clausura correspondiente.

Art. 20.- Imposición de sanciones.- Para el juzgamiento de las infracciones a la presente Ley se observarán las reglas siguientes:

1. Conforme al Art. 394 del Código Tributario, corresponde al Director General de Rentas el ejercicio de la jurisdicción penal por infracciones a la presente Ley y, en

tratándose del juzgamiento por defraudación, su competencia es privativa e indelegable, salvo los casos previstos en la Ley.

2. En materia de contravenciones, son competentes para levantar actas de juzgamiento e imponer las respectivas sanciones, actuando a nombre del Director General de Rentas y por autorización expresa del mismo, los siguientes funcionarios y Empleados:

a) Los delegados de Rentas;

b) El Jefe del Departamento del Registro Único de Contribuyentes de la Dirección General de Rentas;

c) Los Jefes Provinciales de Recaudaciones, en las Provincias donde no exista Delegación de Rentas ni en

Pichincha;

d) Los demás que se señalen en la Ley.

3. Para el juzgamiento de las faltas reglamentarias son también competentes las mismas personas mencionadas en el ordinal anterior.

Art. 21.- Procedimiento Especial.- En el Acta de Juzgamiento se dejará constancia en forma pormenorizada de los hechos, antecedentes y circunstancias que han permitido llegar al descubrimiento de la infracción y la existencia del presunto infractor. El funcionario competente, luego de oír al acusado impondrá la sanción que corresponda teniendo en cuenta las limitaciones constantes en los artículos 383, 387, 390 del

Código Tributario, así como las circunstancias atenuantes, agravantes o eximentes de las mismas cuando el presunto infractor manifestare su inconformidad con la sanción impuesta, podrá apelar de la misma ante el

Director General de Rentas el que mediante Resolución motivada resolverá lo que fuera legal. La apelación presentará ante el funcionario que levantó el acta de

juzgamiento el que deberá remitir ésta y sus antecedentes, conjuntamente con el escrito de apelación, al Director General de Rentas, dentro del término de tres días.

Capítulo III

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Art. 22.- De las reclamaciones.- Para los efectos de las reclamaciones que suscite la aplicación de esta Ley, se estará a lo dispuesto en el Código Tributario.

Art. 23.- Facultad del Ministro de Finanzas.- El Ministro de Finanzas, mediante Acuerdo, podrá disponer la obligatoriedad del uso del número del Registro Único de Contribuyentes con otros documentos u objetos que no estuvieren contemplados en el artículo 10 de esta Ley.

Art. 24.- De la Coordinación General.- Previamente a la implementación de sistemas de numeración, cambios de nomenclatura urbanas, variación en la división político-territorial del País, implementación de sistemas de codificación, que se intente dentro del sector público o semipúblico y que estén relacionados con los fines que persigue la presente Ley, deberá ponerse en conocimiento del Ministerio de Finanzas, para que este Portafolio convoque a representantes de la Dirección de Movilización de las Fuerzas

Armadas, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Dirección de Registro Civil e Identificación, y otras que estime conveniente para que se coordine y analice la conveniencia de su implementación.

Art. 25.- Disposición Transitoria.- El número de inscripción otorgado por el Departamento de

Transacciones Mercantiles de la Dirección General de Rentas, según lo dispuesto en la correspondiente

Ley, quedará sin efecto automáticamente a partir de la asignación del número a que se refiere el artículo 7 de este Decreto.

Art. 26.- Derogación.- Derogase todas las disposiciones que se opongan a la presente Ley.

Art. 27.- De la ejecución del presente Decreto que entrará en vigencia desde su publicación en el Registro

Oficial, encargase al señor Ministro de Finanzas y Crédito Público, quien lo reglamentará en el plazo de sesenta días.

LEY DE LAS NEC

NORMAS ECUATORIANAS DE CONTABILIDAD - NEC

Luego de un esfuerzo conjunto desplegado por el Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador (IICE) y su Comité de Pronunciamientos conformado por representantes de Firmas Auditoras Internacionales y Organismos de Control, el 8 de julio de 1.999 la Federación Nacional de Contadores del Ecuador, resolvió emitir el Marco conceptual y primer grupo de las Normas

Ecuatorianas de Contabilidad – NEC, No. 1 a la No.15, mediante la adopción y adaptación de las NIC – Normas Internacionales de Contabilidad. Las NEC emitidas estaban conformadas por las normas básicas y de prioritaria aplicación para la preparación y presentación de estados financieros de las entidades del sector privado y mixto sujetas al control y supervisión de los diversos organismos de control societario, bancario y tributario.

Estas Normas fueron ratificadas por tales organismos de control: Superintendencia de Bancos y Seguros, Superintendencia de Compañías y Servicio de Rentas Internas, mediante Resoluciones individuales emitidas en agosto 12, 25 y 27 de 1999, en su orden respectivamente, publicadas en el R.O. 270 del 6 de septiembre de 1999.

Posteriormente, debido a la lamentable hiperinflación y devaluación sufrida por nuestro país entre los años 1998/1999, fueron desarrolladas, adaptadas y emitidas, igualmente en base a las NIC, las NEC 16 “Corrección Monetaria Integral de Estados Financieros” y NEC 17 “Conversión de Estados Financieros para el Esquema de Dolarización”, puestas en vigencia para estados financieros de periodos que empezaban en enero 1 del 2000, esta última oficializada mediante Res.

Interinstitucional No. SB - SC – SRI – 01 del 31 de marzo del 2000, publicada en el RO. No. 57 del 13 de abril del 2000.

Finalmente, durante el año 2001 el Comité de Pronunciamientos del IICE elaboró un tercer grupo de Normas, conformadas por las NEC No. 18 a la No. 27, las cuales luego de una larga demora fueron publicadas en la Edición Especial No. 4 del RO. Del 18 de septiembre del 2002. Con esta ocasión, la NEC 25 "Activos Intangibles" derogó la NEC 14 "Costos de Investigación y Desarrollo", y la NEC 26 "Provisiones, Activos Contingentes y Pasivos Contingentes" derogó las 2/3 partes de la NEC 4 "Contingencias y Hechos ocurridos después de la fecha del balance"

Con el proceso de la dolarización decretada por el Gobierno de ese entonces, en enero 9 del 2000 fue específicamente utilizada la NEC 17 para convertir los estados financieros de Sucre a USDólares de las empresas controladas por SC al 31 de marzo del 2000, y entidades bajo el control de SBS al 30 de abril del 2000.

Como resultado de la recapitulación efectuada, hasta la fecha fueron emitidas solamente 27 NEC, de las cuales, practica y felizmente las No. 16 y 17 relacionadas con inflación y dolarización están fuera de uso; la No. 14 fue derogada y de la No. 4 sólo queda vigente 1/3 parte.

Desde esa fecha hasta la actualidad, la profesión contable del Ecuador mantiene normas desactualizadas e incompletas, debido a que el Comité Técnico del IICE que estuvo dirigido por Firmas auditoras internacionales hasta el 31 de diciembre del 2007, constantemente desde el año 2002 reportó falta de tiempo para lograr actualizar y emitir las demás NEC's, acorde con las modificaciones y vigencia de temas modernos y de negocios específicos contenidos en las nuevas NIC. 1

Adopción de las NIIF y derogación de las NEC; mediante Resolución de Superintendencia de Compañías No. 06.Q.ICI.004 del 21 de agosto del 2006, publicada en el RO NO. 348 del 4 de septiembre 2006, se resolvió "Adoptar las Normas Internacionales de Información Financiera, NIIF", y que sean de aplicación obligatoria por parte de las entidades sujetas al control y vigilancia de SC, para el registro, preparación y presentación de estados financieros, a partir del 1 de enero

del 2009, fecha a partir de la cual quedarán derogadas las Normas Ecuatorianas de Contabilidad.

Recientemente, el 3 de julio del 2008, Superintendencia de Compañías mediante Res. No. ADM08199, resolvió “Ratificar el cumplimiento de la Resolución 06.Q.ICI.004 que ordena la aplicación obligatoria de las NIIF a partir del 1 de enero del 2009”, resolución con la cual se aclaran los comentarios y publicaciones de prensa que señalaban la posible suspensión de la vigencia de las NIIF.

Cabe señalar que a la fecha de este informe las NIIF no han sido publicadas en el Registro Oficial para legitimar la adopción y una apropiada divulgación a las personas responsables de la preparación y aprobación de estados financieros, así como a organismos reguladores y usuarios en general de los estados financieros.

NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA – NIIF

Las NIIF son emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés), un consejo del IASCF, con sede en Londres. Entre sus miembros constan la Asociación Interamericana de Contabilidad – AIC y la Federación Internacional de Contadores (IFAC, siglas en inglés), Instituciones de las cuales Ecuador es país signatario a través de la Federación Nacional de Contadores del Ecuador.

Las Normas Internacionales de Información Financiera, comprenden las NIIF, NIC e Interpretaciones del CINIIF o de su predecesor, el antiguo Comité de Interpretaciones SIC; todas estas normas son de propiedad de la Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASCF, siglas en inglés) entidad sin fines de lucro; el texto original de aprobación es en el idioma inglés y los derechos de copia de la traducción al español son de la IASCF.

La cesión de derechos de propiedad y copia, debe formalizarse mediante suscripción de un “Acuerdo de Renuncia de los Derechos de Propiedad Intelectual dentro de los límites Territoriales” entre el IASCF y el país o jurisdicción adoptante, y el pago de una contribución anual. Según la IASCF, los ingresos provenientes de las contribuciones de los países adoptantes y de la venta de documentos oficiales del IASB y otros productos NIIF, cubren apenas el 20% del costo total de la emisión de

las normas, por lo que la Fundación depende de las aportaciones provenientes de fuentes públicas y privadas.

Inventario de NIIF y otros documentos; al 1 de enero del 2007 (última traducción oficial de IASCF al español), la siguiente es la cantidad de normas vigentes, con los números e identificaciones específicas señalados en diversos documentos adjuntos:

- a) ocho (8) NIIF; numeradas de la 1 a la 8.
- b) veintinueve (29) NIC vigentes; con numeración discontinua de la 1 a la 41
- c) once (11) CINIIF; números 1 a la 12 (excepto la No. 3); y
- d) nueve (9) SIC vigentes; con diversa numeración desde la 7 a la 32.

Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros; el IASB cuenta con un marco conceptual que ayuda en el desarrollo de futuras NIIF y en la revisión de las existentes; y en la promoción de la armonización de regulaciones, normas contables y procedimientos asociados con la presentación de E/F, mediante el suministro de bases para la reducción del número de tratamientos contables permitidos por las NIIF.

El Marco Conceptual no es una NIIF, no obstante, cuando se está desarrollando una política contable y no existe una norma o una Interpretación que le sea específicamente aplicable, se requiere que la administración de una entidad se refiera a los conceptos que integran el Marco Conceptual y considere su aplicabilidad (Ver NIC 8). En limitados casos podría existir diferencia entre lo establecido por el marco conceptual y el contenido de una Norma o Interpretación, en cuyo caso prevalecerán estas últimas.

Apéndices; diversas Normas contienen Apéndices con ejemplos ilustrativos, los cuales pueden o no ser parte integrante de las Normas, como se aclara en cada una de ellas.

Fundamentos de las Conclusiones de las NIIF; los Fundamentos que se acompañan a las NIIF, no son parte integrante de las mismas; resumen las consideraciones efectuadas por el Consejo de Normas

Internacionales de Contabilidad, para llegar a las conclusiones de cada NIIF.

Generalidades; el IASB está comprometido con el desarrollo, en interés público, de un conjunto único de normas contables mundiales de elevada calidad, comprensibles y de obligado cumplimiento que lleven a requerir información comparable, transparente y de elevada calidad en los estados financieros para propósitos generales

El número de países que usan las NIIF ha crecido sustancialmente, acercándose al objetivo del IASB, que consiste en que constituyan un conjunto de normas contables comunes que se utilicen en todo el mundo. En los próximos años el IASB tiene previsto continuar su esfuerzo para conseguir la convergencia con las normas contables usadas en las principales economías del mundo, y para ayudar a asegurar la aplicación coherente de las NIIF a nivel global. Reflejando el nuevo objetivo de la organización de tener en consideración las necesidades especiales de las pequeñas y medianas empresas, el IASB ha publicado recientemente un Proyecto de NIIF para las Pymes que está diseñado para aplicarse en paralelo con las NIIF completas.

La Convergencia; las NIIF son el resultado de la gran Convergencia de dos grandes potencias mundiales y sistemas en materia contable también: La FASB de Estados Unidos y el IASB Europeo.

El 18 de septiembre del 2002, ambos organismos deciden trabajar conjuntamente para acelerar la convergencia de las normas contables a nivel mundial y celebran el “Acuerdo de Norwalk” por el cual establecen dos compromisos básicos: 1. Desarrollar normas de alta calidad, que sean compatibles entre sí y 2. Eliminar una variedad de diferencias sustantivas entre las NIIF y las FAS, a través de la identificación de soluciones comunes.

Ambas organizaciones establecieron proyectos en los cuales trabajar incluyendo los de “corto plazo” y “de mejoras” y desde entonces se han observado grandes avances hacia la incorporación y adherencia mundial a las NIIF. Diversas organizaciones internacionales como el Banco Mundial, Organización para las Naciones Unidas y BID han apoyado la convergencia.

Adopción por primera vez de las NIIF; para orientar y responder las preocupaciones de contadores, empresarios, supervisores de valores y entidades reguladoras, sobre el proceso y procedimientos contables, cuando una entidad adopta por primera vez estas normas, fue emitida la NIIF 1, que además aclara dudas sobre la adopción retroactiva completa, cuando el costo causado para su implementación excedía a los posibles beneficios para los usuarios de los estados financieros, estableciendo exenciones y excepciones en su aplicación.

En el caso de Ecuador, los primeros estados financieros con arreglo a las NIIF serán los que se cierren al 31 de diciembre del 2009, por lo tanto el año de transición es el año 2008, en el cual se deberán realizar los ajustes de los saldos iniciales y finales retroactivamente con resultado de ejercicios anteriores, aplicando las NIIF vigentes al 31 de diciembre del 2009.

Para facilidad de los lectores de este documento, en las siguientes páginas hemos clasificado las Normas según sus propósitos generales y naturaleza, como sigue:

Normas de presentación y revelación de estados financieros (10)

Normas de reconocimiento y medición o valoración (19); y

Normas aplicables a negocios o industrias específicas (8)

LEY DE COMPRAS PÚBLICAS

TITULO II

SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

CAPITULO I

DEL SISTEMA Y SUS ORGANOS

Artículo 7.- Sistema Nacional de Contratación Pública SNCP.- El Sistema Nacional de Contratación Pública (SNCP) es el conjunto de principios, normas, procedimientos, mecanismos y relaciones organizadas orientadas al planeamiento, programación, presupuestos, control, administración y ejecución de las contrataciones realizadas

por las entidades contratantes. Forman parte del SNCP las entidades sujetas al ámbito de esta ley.

Artículo 8.- Órganos competentes.- El Instituto Nacional de Contratación Pública junto con las demás instituciones y organismos públicos que ejerzan funciones en materia de presupuestos, planificación, control y contratación pública, forman parte del Sistema Nacional de Contratación Pública, en el ámbito de sus competencias.

Artículo 9.- Objetivos del Sistema.- Son objetivos prioritarios del Estado, en materia de contratación pública, los siguientes:

1. Garantizar la calidad del gasto público y su ejecución en concordancia con el plan nacional de desarrollo
2. Garantizar la ejecución plena de los contratos y la aplicación efectiva de las normas contractuales.
3. Garantizar la transparencia y evitar la discrecionalidad en la contratación pública;
4. Convertir la contratación pública en un elemento dinamizador de la producción nacional;
5. Promover la participación de artesanos, profesionales, micro, pequeñas y medianas empresas con ofertas competitivas, en el marco de esta Ley;
6. Agilizar, simplificar y adecuar los procesos de adquisición a las distintas necesidades de las políticas públicas y a su ejecución oportuna;
7. Impulsar la participación social a través de procesos de veeduría ciudadana que se desarrollen a nivel nacional, de conformidad con el reglamento;
8. Mantener una sujeción efectiva y permanente de la contratación pública con los sistemas de planificación y presupuestos del Gobierno central y de los organismos seccionales.
9. Modernizar los procesos de contratación pública para que sean una herramienta de eficiencia en la gestión económica de los recursos del Estado.
10. Garantizar la permanencia y efectividad de los sistemas de control de gestión y transparencia del gasto público; e,
11. Incentivar y garantizar la participación de proveedores confiables y competitivos

en el **Artículo 10.- El Instituto Nacional de Contratación Pública.-** Crease el Instituto Nacional de

Contratación Pública, como organismo de derecho público, técnico y autónomo, con personalidad jurídica propia y autonomía administrativa, técnica, operativa, financiera y presupuestaria. Su máximo personero y representante legal será el Director Ejecutivo, quien será designado por el Presidente de la República. Su sede será la ciudad de Quito, tendrá jurisdicción nacional, pudiendo establecer oficinas desconcentradas a nivel nacional.

El Instituto ejercerá la rectoría del Sistema Nacional de Contratación Pública conforme a las siguientes atribuciones:

1. Asegurar y exigir el cumplimiento de los objetivos prioritarios del Sistema Nacional de Contratación Pública;
2. Promover y ejecutar la política de contratación pública dictada por el Directorio;
3. Establecer los lineamientos generales que sirvan de base para la formulación de los planes de contrataciones de las entidades sujetas a la presente Ley;
4. Administrar el Registro Único de Proveedores RUP;
5. Desarrollar y administrar el Sistema Oficial de Contratación Pública del Ecuador, **COMPRASPUBLICAS**, así como establecer las políticas y condiciones de uso de la información y herramientas electrónicas del Sistema;
6. Administrar los procedimientos para la certificación de producción nacional en los procesos pre contractuales y de autorización de importaciones de bienes y servicios por parte del Estado;
7. Establecer y administrar catálogos de bienes y servicios normalizados;
8. Expedir modelos obligatorios de documentos precontractuales y contractuales, aplicables a las diferentes modalidades y procedimientos de contratación pública, para lo cual podrá contar con la asesoría de la Procuraduría General del Estado y de la Contraloría General del Estado;
9. Dictar normas administrativas, manuales e instructivos relacionados con esta Ley;
10. Recopilar y difundir los planes, procesos y resultados de los procedimientos de contratación pública;
11. Incorporar y modernizar herramientas conexas al sistema electrónico de contratación pública y subastas electrónicas, así como impulsar la interconexión de plataformas tecnológicas de instituciones y servicios relacionados;
12. Capacitar y asesorar en materia de implementación de instrumentos y herramientas, así como en los procedimientos relacionados con contratación pública;

13. Elaborar parámetros que permitan medir los resultados e impactos del Sistema Nacional de Contratación Pública y en particular los procesos previstos en esta Ley;
14. Facilitar los mecanismos a través de los cuales se podrá realizar veeduría ciudadana a los procesos de contratación pública; y, monitorear su efectivo cumplimiento;
15. Publicar en el Portal COMPRASPUBLICAS el informe anual sobre resultados de la gestión de contratación con recursos públicos;
16. Elaborar y publicar las estadísticas del SNCP, y;
17. Las demás establecidas en la presente Ley, su Reglamento y demás normas aplicables.

Artículo 11.- Directorio.- El Directorio del Instituto Nacional de Contratación Pública estará integrado por:

1. El Ministro de Industrias y Competitividad, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
 2. La máxima autoridad del Organismo Nacional de Planificación;
 3. El Ministro de Finanzas;
 4. El Alcalde designado por la Asamblea General de la Asociación de Municipalidades del Ecuador; y,
 5. El Prefecto designado por el Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador CONCOPE
- Actuará como Secretario el Director Ejecutivo del INCP, quien intervendrá con voz pero sin voto.

Artículo 12.- Funciones.- Son funciones exclusivas del Directorio las siguientes:

1. Planificar, priorizar, proponer y dictar la política nacional en materia de contratación pública;
2. Dictar las normas o políticas sectoriales de contratación pública que deben aplicar las entidades competentes; y
3. Dictar la normativa para la organización y funcionamiento del Instituto Nacional de Contratación Pública.

Artículo 13.- Financiamiento del Instituto Nacional de Contratación Pública.-

Para su funcionamiento, el Instituto Nacional de Contratación Pública contará con los siguientes recursos:

1. Los que se le asignen en el Presupuesto General del Estado;
2. Los derechos de inscripción en el Registro Único de Proveedores RUP;
3. Los que obtenga por efectos de donaciones y asistencias de instituciones y organismos nacionales o internacionales; y,
4. Los que provengan de convenios por uso de las herramientas del Sistema que se realicen con personas naturales o jurídicas de carácter público o privado.

Estos recursos serán administrados a través de una cuenta especial a nombre del Instituto

Nacional de Contratación Pública.

CAPITULO II

CONTROL, MONITOREO Y EVALUACION DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

Artículo 14.- Alcance del Control del SNCP.- El control del Sistema Nacional de Contratación

Pública será intensivo, interrelacionado y completamente articulado entre los diferentes entes con competencia para ello. Incluirá la fase precontractual, la de ejecución del contrato y la de evaluación del mismo.

El Instituto Nacional de Contratación Pública tendrá a su cargo el cumplimiento de las atribuciones previstas en esta Ley, incluyendo en consecuencia, la verificación de:

1. El uso obligatorio de las herramientas del Sistema, para rendir cuentas, informar, promocionar, publicitar y realizar todo el ciclo transaccional de la contratación pública;
2. El uso obligatorio de los modelos precontractuales, contractuales oficializados por el Instituto Nacional de Contratación Pública;
3. El cumplimiento de las políticas emitidas por el Directorio del INCP y los planes y presupuestos institucionales en materia de contratación pública;
4. La contratación con proveedores inscritos en el RUP, salvo las excepciones puntualizadas en esta Ley;

5. Que los proveedores seleccionados no presenten inhabilidad o incapacidad alguna hasta el momento de la contratación, y;

6. Que la información que conste en las herramientas del Sistema se encuentre actualizada.

Cualquier incumplimiento dará lugar a las sanciones previstas en esta Ley.

Para ejercer el control del Sistema, el Instituto Nacional de Contratación Pública podrá solicitar información a entidades públicas o privadas que crea conveniente, las que deberán proporcionarla en forma obligatoria y gratuita en un término máximo de 10 días de producida la solicitud.

Artículo 15.- Atribuciones de los organismos de control.- Corresponde a los organismos de control del Estado, dentro del marco de sus atribuciones, realizar los controles posteriores a los procedimientos de contratación efectuados por las entidades contratantes.

Es obligación del Instituto Nacional de Contratación Pública informar a la Contraloría General del Estado y a la Procuraduría General del Estado cada vez que conozca el acometimiento de infracciones a lo dispuesto en esta Ley.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

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

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

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

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

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

Clientes Reales: Son aquellas personas, empresas u organizaciones que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente, son los que generan el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los

ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

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

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

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

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

Coyuntura.-Situación económica de un país, una región o una empresa en un momento determinado³

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

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

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

Evolutivo.- Dícese de lo que ocurre o se desarrolla por evolución.⁴

Gestión.-La gestión se encarga de ejecutar todas aquellas órdenes planificadas por la administración⁵

³ <http://es.mimi.hu/economia/coyuntura.html>

⁴ <http://www.diccionario-web.com.ar/largo/evolutivo.html>

⁵ <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/definicion-de-gestion.html>

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

Inversión.- La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa⁶

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

Marketing.-Es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica⁷

Planeación estratégica.- Es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación⁸

Plaza o distribución.- “Un conjunto de organizaciones independientes involucradas en el proceso de poner un producto o un servicio a disposición del consumidor o del usuario de negocios para su utilización o su consumo.”⁹

Precio.- “La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de todos los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de tener un producto y servicio”¹⁰

Procesos.- Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad¹¹

⁶ <http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>

⁷ <http://www.marketing-free.com/articulos/definicion-marketing.html>

⁸ http://infoplanificacion.blogspot.com/2006/09/definicion-de-conceptos_13.html

⁹ Philip Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 354

¹⁰ Philip Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 312

¹¹ http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/procesoadministrativoconcepto/

Producto.- “Cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para atraer la atención, para su adquisición, su empleo o su consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.”¹²

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

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

Proveedor.- “Persona o empresa que abastece a otras empresas con insumos, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.”¹³

Publicidad.- Es la forma que tiene la empresa para comunicarse con sus clientes reales y potenciales durante un determinado periodo de tiempo, es impersonal y remunerada. “Los objetivos de la publicidad se pueden clasificar según su propósito primordial, es decir, si su meta es informar, persuadir o recordar”¹⁴

Pymes.- Son empresas que se caracterizan principalmente por contar con un nivel de recursos y posibilidades mucho más reducidas que de las grandes empresas¹⁵

Rentabilidad.-En la economía, el concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

Sostenibilidad.-La sostenibilidad maneja a varios niveles de tiempo y espacio y en muchos contextos de organización económica, social y ambiental.

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

¹² Philip Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 7

¹³ <http://cvt1vinculacionsolis.blogspot.com/2011/05/plan-de-negocios.html>

¹⁴ Philip Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 463

¹⁵ <http://www.definicionabc.com/economia/pyme.php>

Vulnerabilidad.-condiciones determinadas por factores o procesos físicos, sociales, económicos y ambientales, que aumentan la susceptibilidad de una comunidad al impacto de amenazas.¹⁶

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES.

2.4.1 Hipótesis General

El desarrollo de los microempresarios se ve influido por el incumplimiento de leyes contables tributarias.

2.4.2 Hipótesis Particulares.

- El nivel académico de los emprendedores influye en el desarrollo de las Microempresas.
- Las políticas rígidas por parte de las entidades financieras incide en la productividad microempresarial del cantón Milagro.
- El desconocimiento de normas, leyes contables y tributarias influye en las actividades comerciales.

2.4.3 Declaración de Variables.

Hipótesis general

Variable Independiente: Desarrollo microempresarial

Variable dependiente: Leyes contables y tributarias

Hipótesis particulares

Hipótesis particular No 1

Variable Independiente: Nivel académico

Variable dependiente: Desarrollo.

Hipótesis particular No 2

Variable Independiente: Políticas

Variable dependiente: Productividad

Hipótesis particular No 3

¹⁶ <http://www.met.igp.gob.pe/impactos/vulne.html>

Variable Independiente: Desconocimiento

Variable dependiente: Actividades comerciales

2.4.4 Operacionalización de las Variables.

Cuadro # 1

Variable.	Tipo.	Concepto.	Indicadores.
Desarrollo microempresaria I	Independiente.	El desarrollo microempresarial se produce a través de una adecuada ejecución de procesos internos y externos, que le permiten cumplir con sus deberes y obligaciones comerciales.	. Aplicación de procesos contables y tributarios. . Cumplimiento de normas, reglamentos y leyes.
Leyes contables y tributarias	Dependiente	Son aspectos de suma relevancia en la aplicación de sus actividades comerciales, de esta manera se podrá ejercer bajo parámetros legales establecidos por el ejecutivo.	.Cumplimiento de pagos al fisco.
Nivel Académico.	Independiente	Nivel de preparación académica acorde a las necesidades y exigencias del medio que faciliten el entendimiento y aplicación de diferentes estándares de competitividad	.Títulos y documentos otorgados por los organismos competentes. .Evaluaciones de nivel de desempeño

Desarrollo	Dependiente	Es la forma de optimizar las actividades administrativas y operativas de una empresa con el fin de cumplir con los propósitos trazados.	.Aumento del capital de ahorro .Aumento de la inversión . Estados financieros
Políticas	Independiente.	La política es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos	.Normas, leyes que se ajusten a las necesidades empresariales.
Productividad	Dependiente	La productividad empresarial es resultado de la adecuada utilización de herramientas administrativas e informáticos que agilicen las actividades laborales.	.Número de operaciones de crédito .Optimización de recursos. .Cumplimiento de presupuestos.
Desconocimiento	Independiente.	Es ignorar sobre un tema específico, a pesar de estar involucrados, esto se origina por la falta de capacitación o asesoría.	.Capacitaciones. . Seminarios . Talleres
Actividades comerciales	Dependiente	Son las acciones comerciales que mantiene una empresa, por la venta de un producto o servicio.	.Producto/servicio de calidad . Cumplimiento de estándares.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO.

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

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

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

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

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

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

El universo con el cual se trabajara son los socios de la cámara de comercio del cantó Milagro, que corresponden a 700 socios, en donde se encuentran empresas pequeñas, medianas, grandes microempresa comerciantes los cuales ejercen su

negocios de manera formal e informal, ofreciendo a la ciudadanía una amplia gama de productos o servicios a la sociedad Milagreña.

3.2.1 Características de la Población.

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

3.2.2 Delimitación de la Población.

Para el desarrollo de esta investigación y encuesta vamos a tomar como referencia a 700 negocios establecidos ya asentados a lo largo de la Av. García Moreno, tomando como base a los negocios establecidos de una manera formal y así poder seleccionar y proceder con un estudio más apegado a la realidad.

En el desarrollo de esta investigación no se utiliza ninguna muestra, porque el dato referencial suma un aproximado de 700 socios, porque están mezclados entre pequeños, medianos y grandes comerciantes los cuales ejercen su negocios de manera formal e informal.

3.2.3 Tipo de muestra.

Se pretende elegir una muestra probabilística, considerando la técnica de muestreo aleatorio simple, esto es, que todos los elementos de la población tienen igual probabilidad de ser entrevistados.

3.2.4 Tamaño de la muestra.

Al realizar el cálculo del tamaño muestra se considera la siguiente fórmula, con los parámetros que se detallan a continuación:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

$$n = \frac{700 (0,5) (0,5)}{(700 - 1) \frac{0,05}{1,96} (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{700 (0,25)}{699 \frac{0,0025}{3,84} 0,25}$$

$$n = \frac{175}{\frac{1,7475}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{175}{0,45507813 + 0,25}$$

$$n = \frac{175}{0,70507813}$$

$$n = \mathbf{248}$$

Al aplicar la fórmula se obtiene que se debe encuestar a 248 representantes de las microempresas, los cuales al emitir su opinión representarán las opiniones de todos los microempresarios del cantón Milagro.

3.2.5 Proceso de selección

En función de los parámetros establecidos se pretende elegir al azar del listado de cuatrocientas microempresas que son las que forman la población de estudio, se generarán 79 números aleatorios los cuales permitirán elegir a los microempresarios que formarán parte de la muestra.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos.

Método Analítico – Sintético.- Para el cumplimiento de este proceso se realizaran encuestas a los microempresarios para analizarla de forma individual por medio de métodos estadísticos y aplicar un modelo de objeto mediante la determinación de

sus componentes, así como las relaciones entre ellos. Esas relaciones determinan por un lado la estructura del objeto y por otro su dinámica.

3.3.2 Métodos Empíricos.

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

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

3.3.3 Técnicas e instrumentos.

Las técnicas que serán aplicadas en nuestro proyecto son:

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

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

3.4 PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

La información obtenida de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose grafica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, además se

emplearán las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

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

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Milagro cuenta con un amplio sector microempresarial, en el cual se encuentran asentados negocios de múltiples actividades comerciales, que en su gran mayoría mantienen problemas administrativos, contables y financieros que ponen en riesgo la participación de estas organizaciones en el mercado.

Existen escasos conocimientos sobre el control sus gestiones internas y externas motivo por el cual estas organizaciones no trasciendan, obteniendo pocos rendimientos económicos, ingresos con los que tratan de mantenerse en este sector comercial y evitar el cierre de sus negocios.

Uno de los factores representativos en las deficiencias que presentan las microempresas es el desconocimiento que tienen los propietarios de estas micro negocios sobre aspectos administrativos, tecnológicos, contable y tributarios, herramientas necesarias para el desarrollo y mejora continua, razón por la cual, se ha enfocado el estudio de este trabajo en buscar las soluciones más acertadas que permitan un posicionamiento respetable en este mercado con altos niveles de rentabilidad, augurando así un sector progresista digno de este cantón.

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

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

1.- Tipo de documento tributario

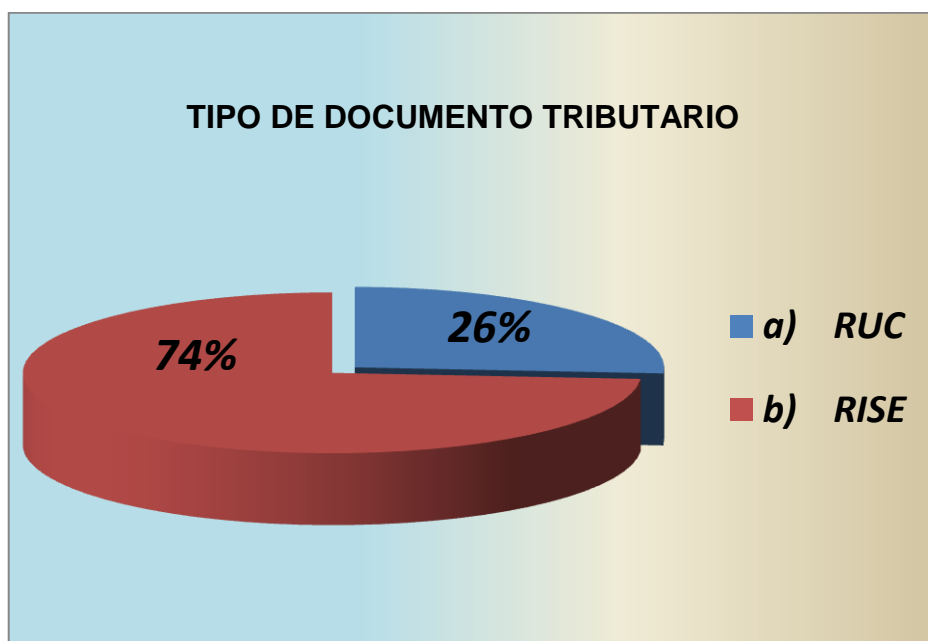
a) RUC b) RISE

Cuadro 2 Documento tributario

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) RUC	65	26%
b) RISE	183	74%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 1



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- Los microempresarios en su gran mayoría ejercen su actividad comercial bajo el Rise (74%), es decir que son pequeñas organizaciones que no perciben grandes ingresos, sin embargo, aquellas que ejercen bajo el Ruc tienen en un futuro a convertirse en Pyme.

2.- ¿Con qué frecuencia realiza las declaraciones tributarias?

a) Mensual

b) Semestral

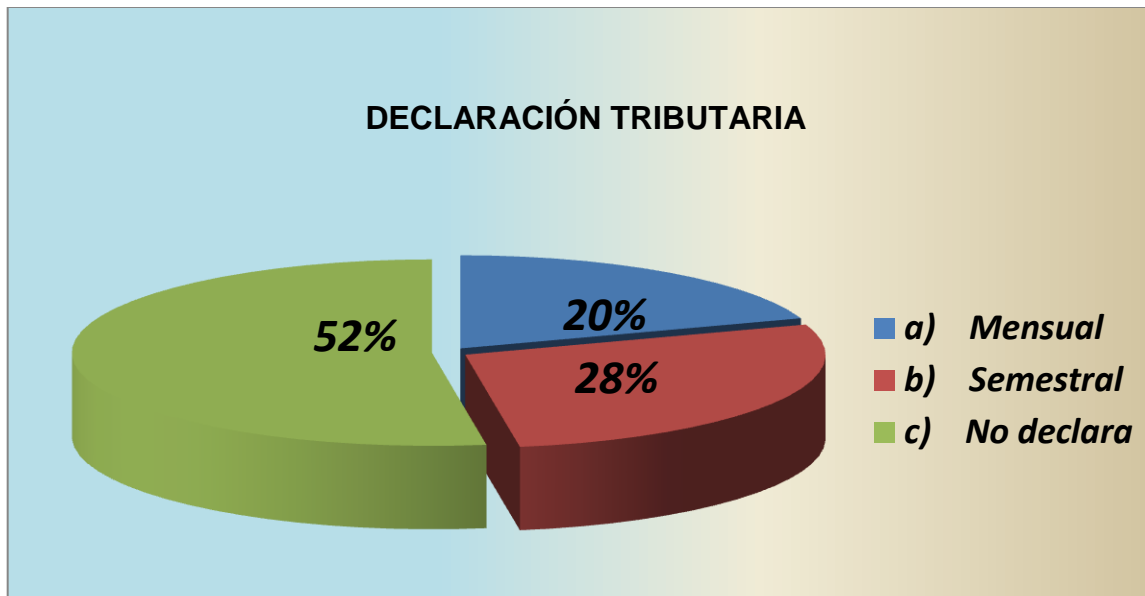
c) No declara

Cuadro 3 Declaración tributaria

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Mensual	49	20%
b) Semestral	69	28%
c) No declara	130	52%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 2



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- La declaración es una obligación que tiene toda organización que ejerce una actividad comercial, sin embargo, a pesar de ello se observa que muchos (52%) de estos micronegocios evaden impuestos.

3.- ¿Alguna vez han clausurado su negocio las siguientes entidades?

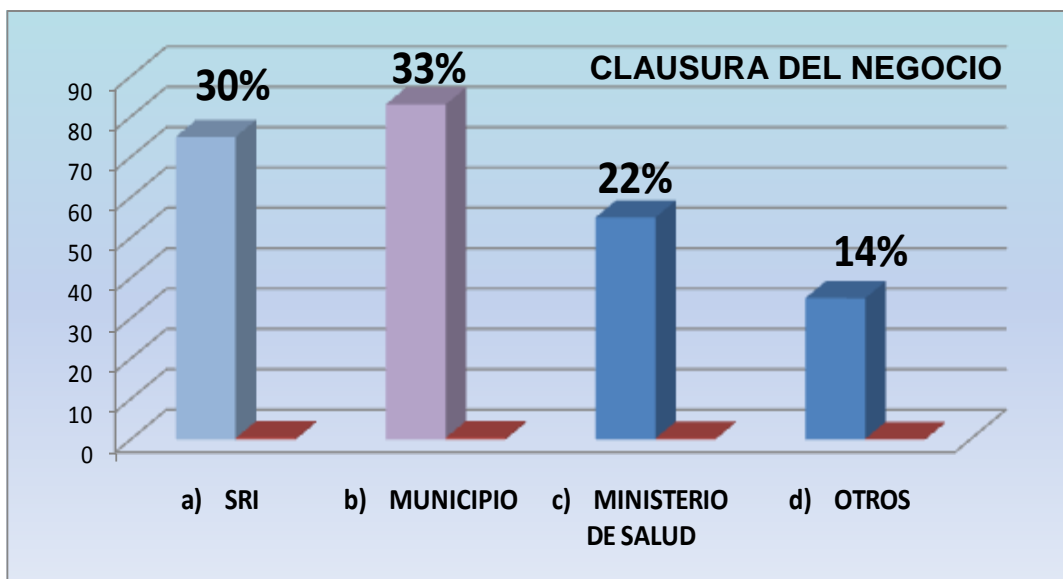
- a) SRI b) Municipio c) Ministerio de Salud d) Otros

Cuadro 4 Clausura del negocio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SRI	75	30%
b) MUNICIPIO	83	33%
c) MINISTERIO DE SALUD	55	22%
d) OTROS	35	14%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 3



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- Los microempresarios han sido sancionados por los diferentes entes públicos, como se observa en la gráfica circular. Esto se origina por el desconocimiento de los administradores de estas organizaciones en llevar un adecuado control de sus actividades comerciales.

4.- ¿Conoce usted de leyes, normas y reglamentos tributarios, financieros y contables?

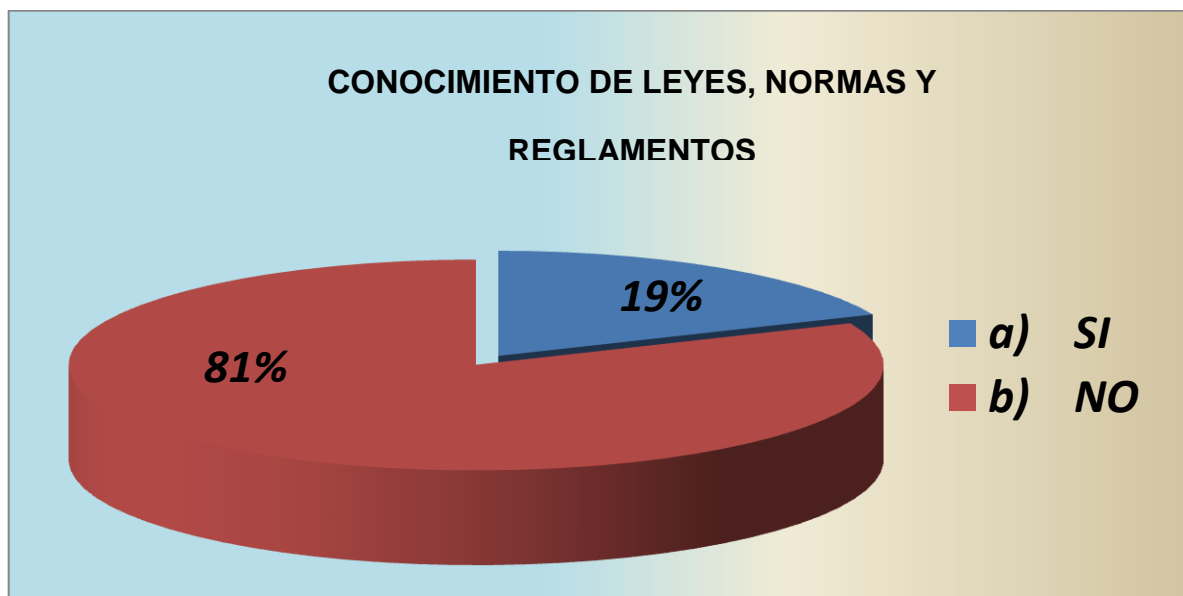
- a) SI b) NO

Cuadro 5 Conocimiento de Leyes, normas y reglamentos.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	46	19%
b) NO	202	81%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 4



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- Como se puede apreciar que el 81% de los encuestados indicaron que desconocen sobre las Leyes, Normas y Reglamentos tributarios, financieros y contables, este tipo de falencia origina que los microempresarios lleven una debil participación en el mercado.

5.- Considera usted que es importante pagar al SRI puntualmente?

a) Si

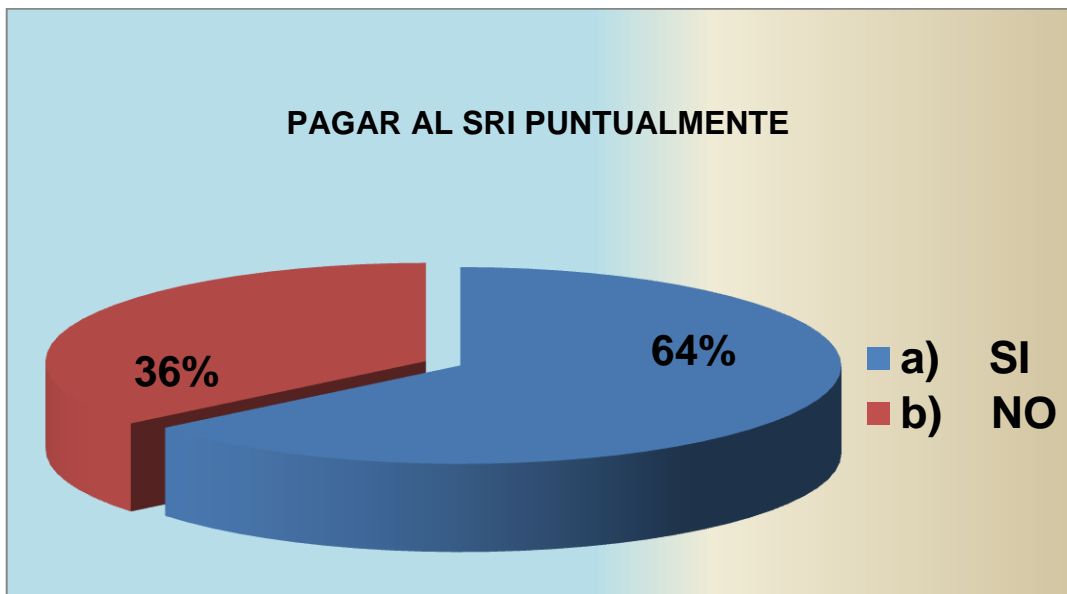
b) No

Cuadro 6 Pago al SRI

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	159	64%
b) NO	89	36%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gtáfico 5



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- Los encuestados indicaron con un 64% que es importante pagar al SRI de forma puntual, mientras que el 36% manifestó lo contrario, esta información demuestra el alto grado de relevancia que desconocen muchos microempresarios con sus obligaciones tributarias.

6 ¿A la hora de realizar sus trámites para su actividad comercial como los elabora?

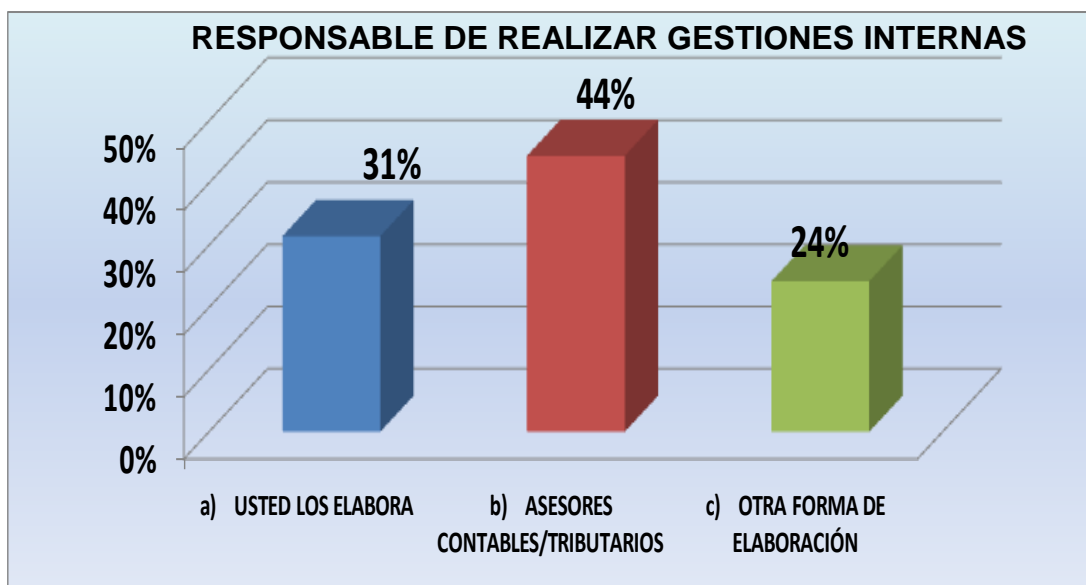
- a) Usted los elabora
- b) Asesores contables/tributarios externos a mi organización
- c) Otra forma de elaboración

Cuadro 7 Responsables de realizar gestiones internas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) USTED LOS ELABORA	78	31%
b) ASESORES CONTABLES/TRIBUTARIOS	110	44%
c) OTRA FORMA DE ELABORACIÓN	60	24%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 6



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- El 31% de los encuestados indicaron que ellos mismos realizan sus trámites para su actividad comercial, pocos son aquellos los que utilizan a profesionales para tales gestiones.

7.- ¿Cuándo inicio el negocio, se dio por:

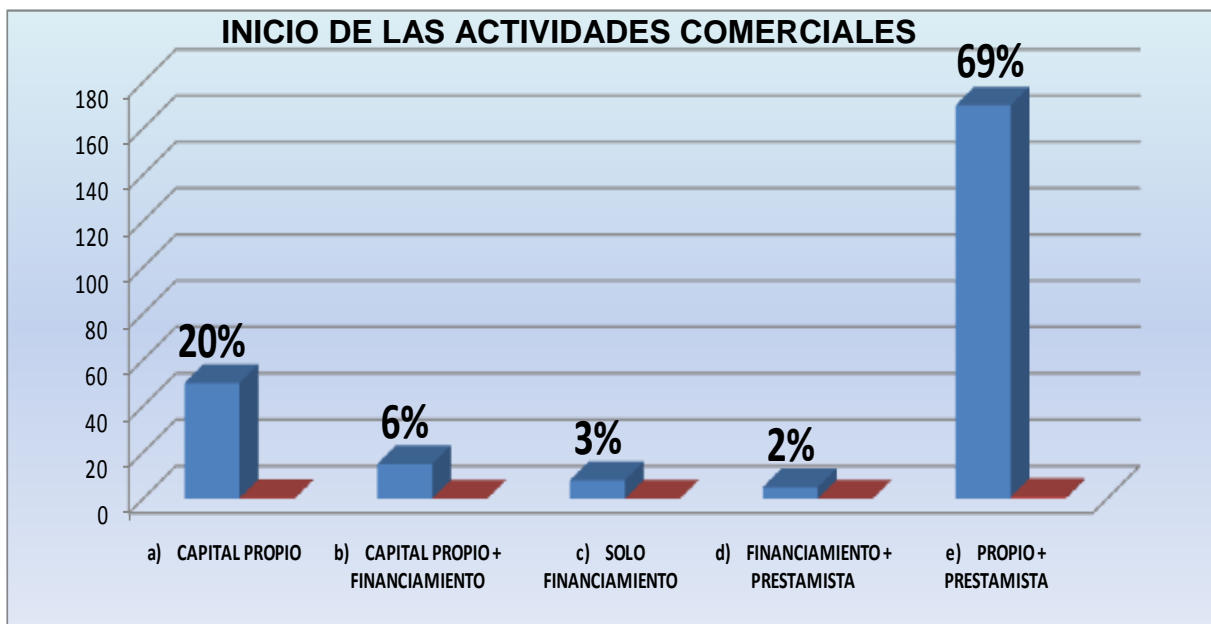
- a) Capital propio b) Capital propio +Financiamiento c) Solo Financiamiento
d) Financiamiento +Prestamista e) Propio+ Prestamista

Cuadro 8 Inicio de actividades comerciales.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) CAPITAL PROPIO	50	20%
b) CAPITAL PROPIO + FINANCIAMIENTO	15	6%
c) SOLO FINANCIAMIENTO	8	3%
d) FINANCIAMIENTO + PRESTAMISTA	5	2%
e) PROPIO + PRESTAMISTA	170	69%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 7



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- Como se puede observar los encuestados manifestaron que iniciaron sus negocios con capital propio más un apalancamiento a través de un prestamista 69%, seguido de quienes indicaron que pusieron su negocio con capital propio (20%), otros indicaron capital propio mas financiamiento (6%) y entre un 3% y 2% financiamiento mas prestamista.

8-. ¿Indique el tiempo que tiene el negocio en el mercado?

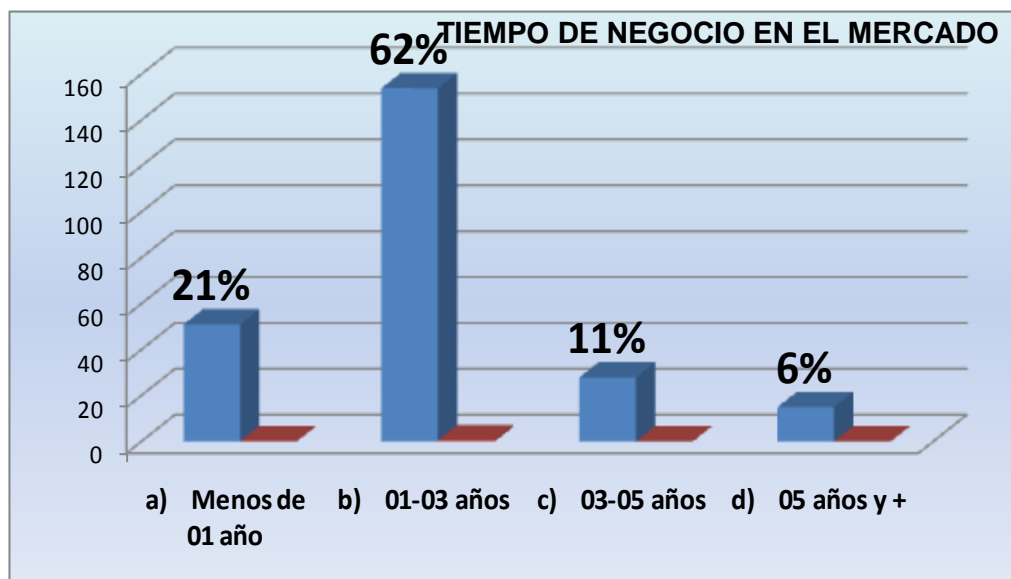
- a) Menos de un año
- b) Entre un año a 3 años
- c) Entre 3 años a 5 años
- d) Mas de 5 años

Cuadro 9 Tiempo del negocio en el mercado.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Menos de 01 año	51	21%
b) 01-03 años	154	62%
c) 03-05 años	28	11%
d) 05 años y +	15	6%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 8



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- La gráfica indica que un 62% de los encuestados se encuentran ejerciendo en el mercado de uno a tres años, así como quienes tienen un año en este mercado (21%), esto indica que tiene poco tiempo en esta franja comercial, por lo tanto deben aplicar estrategia que les permitan mantenerse, como aquellos que manifestaron que llevan más de cinco años en este casco de mercado.

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

a) Si

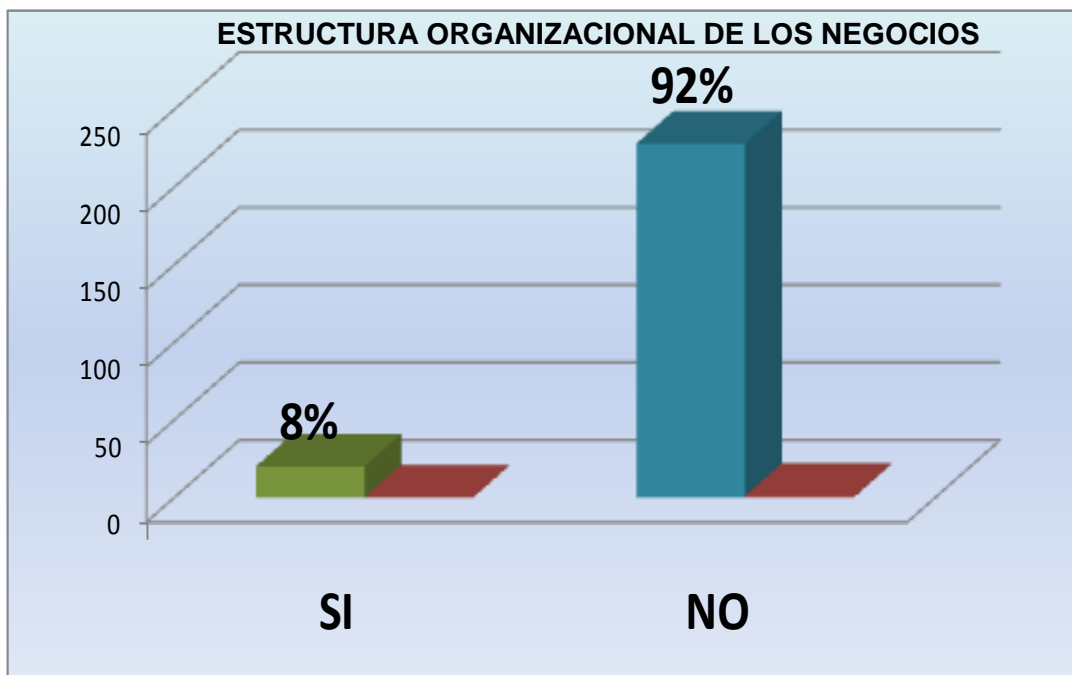
b) No

Cuadro 10 Estructura organizacional de los negocios.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	8%
NO	228	92%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 9



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación. Los encuestados indicaron que su negocio no cuenta con una infraestructura organizacional, es decir que no tienen un organigrama (92%), mientras que un 8% indicó que si tienen organigrama.

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

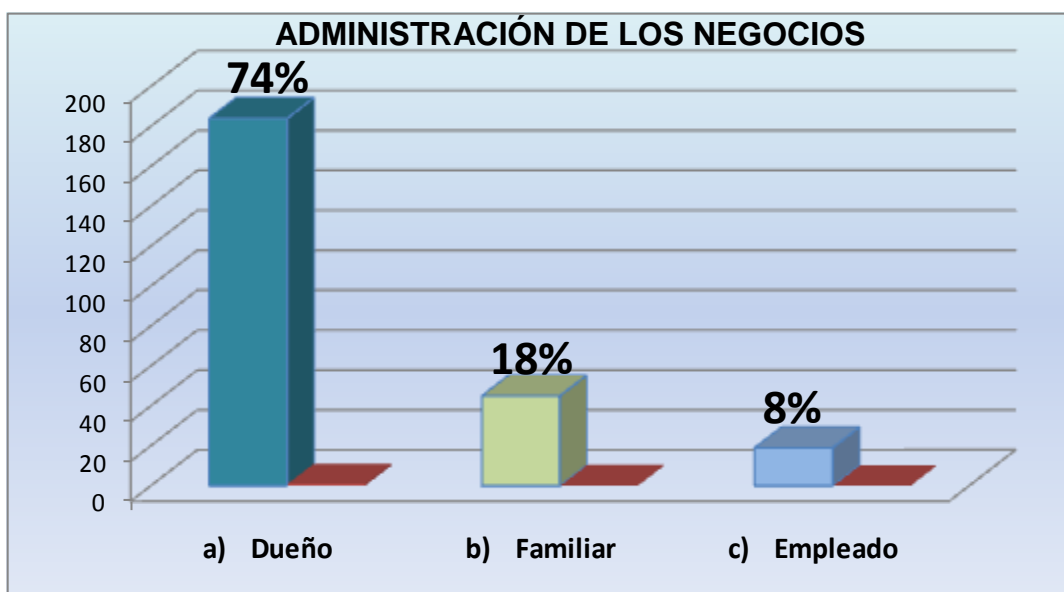
- a) Dueño b) Familiar c) Empleado

Cuadro 11 Administración de los negocios.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Dueño	184	74%
b) Familiar	45	18%
c) Empleado	19	8%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 10



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- El 74% de los encuestados indicaron que el negocio es administrado por ellos mismos es decir por el propietario, mientras que el 18% manifiesta que lo maneja un familiar, y un 4% por los empleados.

11-. La persona que administra su negocio tiene preparación académica?

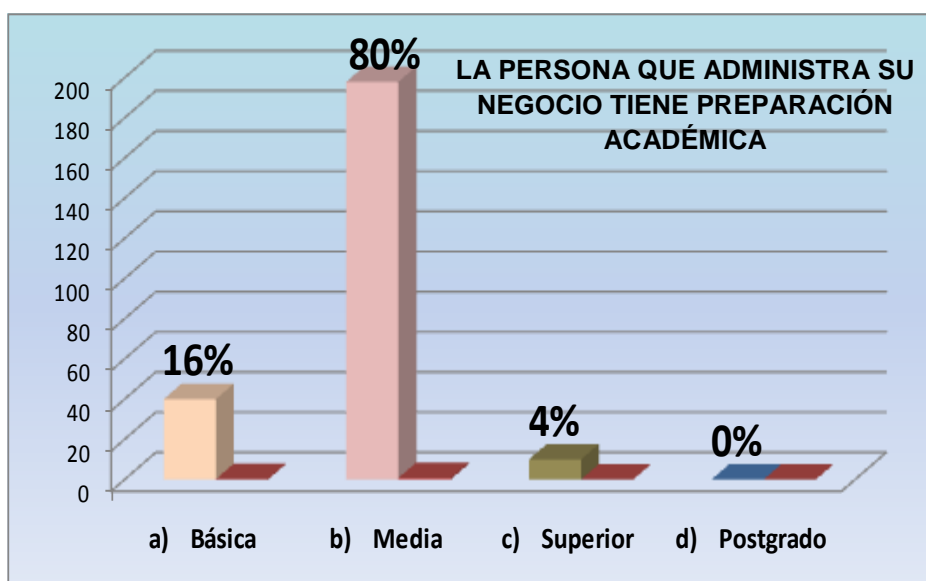
- a) Básica
- b) Media
- c) Superior
- d) Posgrado

Cuadro 12 Preparación académica de los administradores de los negocios.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Básica	40	16%
b) Media	198	80%
c) Superior	10	4%
d) Postgrado	0	0%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 11



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- La gráfica circular indica que los administradores de estos negocios establecidos en la calle García Moreno, tienen un nivel de educación medio (80%), un 16% mantiene una educación básica y solo un 4% cuentan con estudios superiores.

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

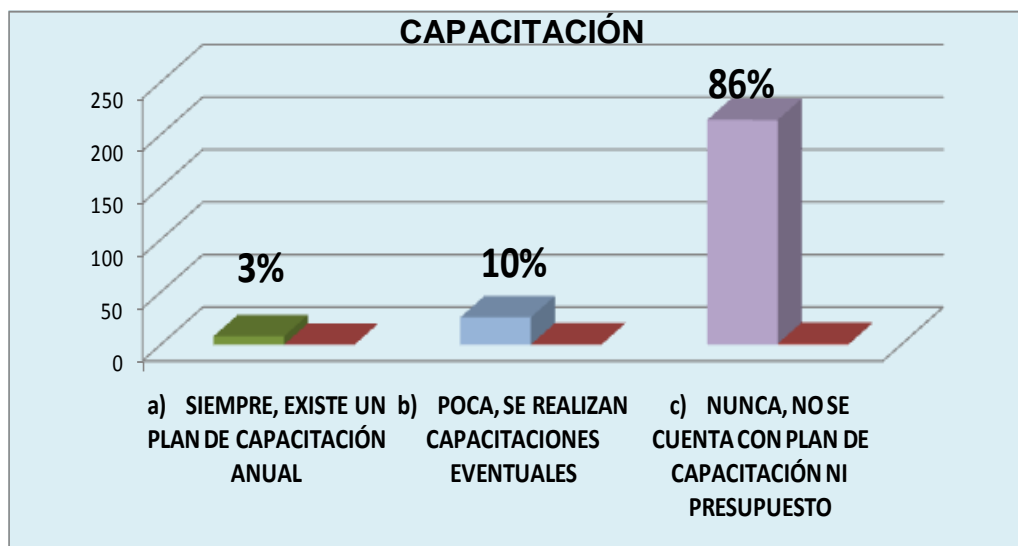
- a) Siempre, existe un plan de capacitación anual
- b) Poca, se realizan capacitaciones eventuales
- c) Nunca, no se cuenta con plan de capacitación ni presupuesto para esto

Cuadro 13 Capacitación.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SIEMPRE, EXISTE UN PLAN DE CAPACITACIÓN ANUAL	8	3%
b) POCA, SE REALIZAN CAPACITACIONES EVENTUALES	26	10%
c) NUNCA, NO SE CUENTA CON PLAN DE CAPACITACIÓN NI PRESUPUESTO	214	86%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 12



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- Como se puede observar los encuestados manifestaron que no capacitan al personal para que realicen óptimamente sus funciones (86%), el 10% tienen una escasa capacitación y otros indicaron que si reciben capacitaciones (3%).

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

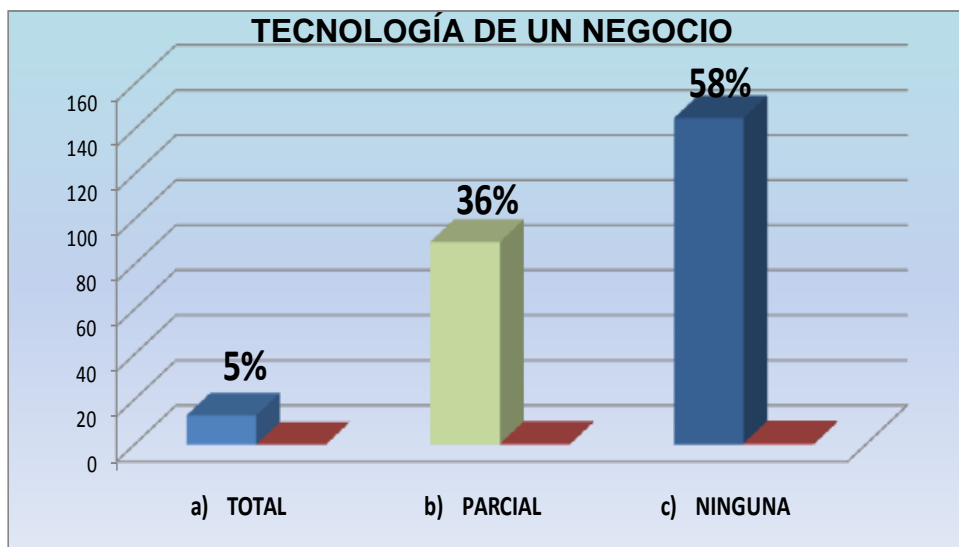
a) Total b) Parcial c) Ninguna

Cuadro 14 Tecnología de un negocio.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) TOTAL	13	5%
b) PARCIAL	90	36%
c) NINGUNA	145	58%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 13



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- Como se puede apreciar los encuestados en su gran mayoría indicaron que no tienen a su disposición tecnología de punta (58), el 36% manifestó que utilizan parcialmente la tecnología, a diferencia de un 5% que si utilizan plenamente sistemas actualizados.

14.- ¿Cómo lleva el control de su negocio?

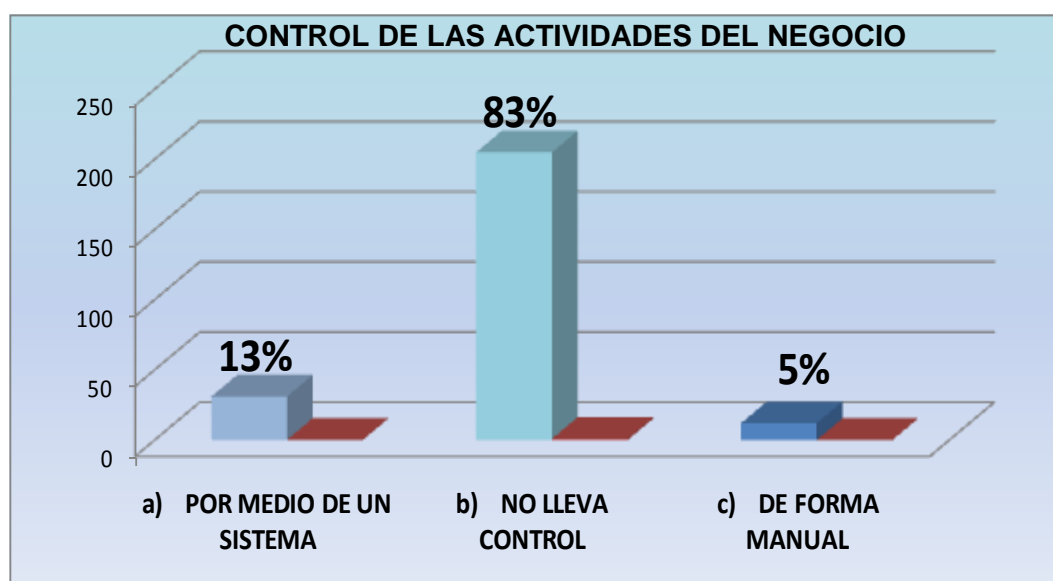
- a) Por medio de un sistema b) No lleva de control c) De forma manual

Cuadro 15 Control de las actividades comerciales.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) POR MEDIO DE UN SISTEMA	31	13%
b) NO LLEVA CONTROL	205	83%
c) DE FORMA MANUAL	12	5%
TOTAL	248	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 14



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- Según estos resultados el 83% de los encuestados manifestaron que no llevan el control de sus operaciones comerciales, sin embargo el 13% de ellos indica que lo hacen a través de un sistema informático y tan solo un 5% por manuales. Esta información demuestra el alto grado de desconocimiento que tienen estos microempresarios sobre la importancia mantener un adecuado control de sus actividades y el efecto positivo que tendría para sus economía.

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

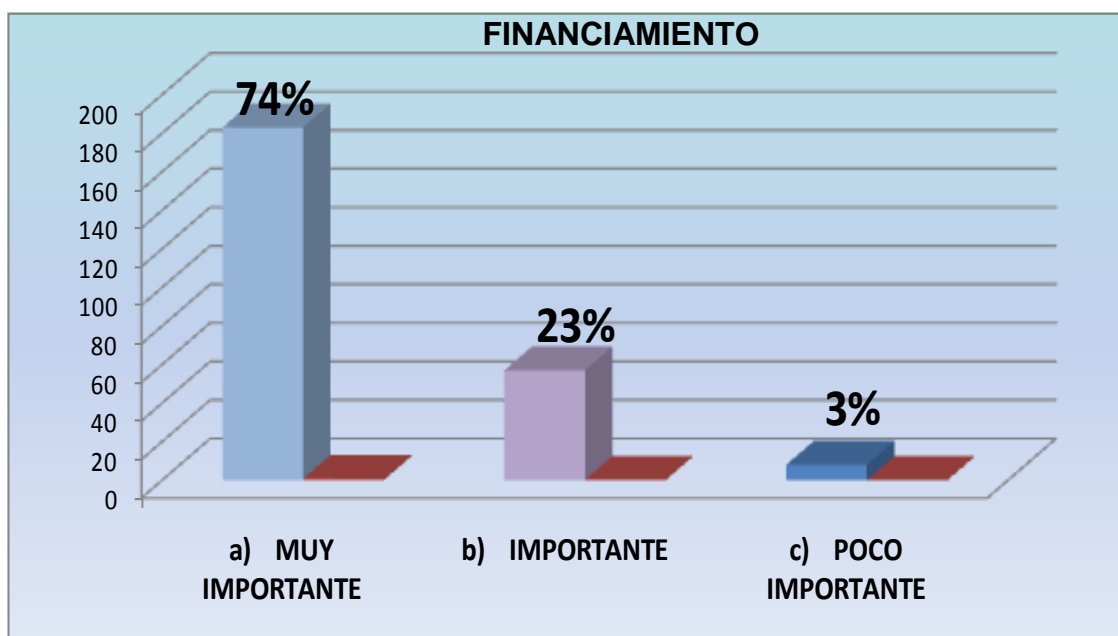
- a) Muy importante b) Importante c) Poco importante

Cuadro 16 Financiamiento

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) MUY IMPORTANTE	285	71%
b) IMPORTANTE	107	27%
c) POCO IMPORTANTE	8	2%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 15



Elaborado por: Deisi Genida Guerrero Dicao

Interpretación.- La gráfica demuestra que los microempresarios consideran muy importante (74%), poder acceder a un apalancamiento financiero, ya que contribuiría a su desarrollo, el 23% considera de importante estos financiamientos, mientras que un 3% indica que no es importante. Es importante que se analice varias alternativas para financiamientos y así facilitarle esta información a los microempresarios a través de la propuesta.

4.3 RESULTADOS.

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

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

4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS.

Cuadro 17

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
La carencia estructural en las microempresas de la ciudad de Milagro, incide en su permanencia, desarrollo competitivo en el mercado.	Basados en los resultados de la pregunta 9 y 14 de la encuesta, la carencia estructural en las microempresas de la ciudad de Milagro, incide en su permanencia, desarrollo competitivo, la mayoría de ellos no posee un organigrama, funcional.
Hipótesis particular N.- 1 El nivel académico de los emprendedores influye en la permanencia y desarrollo de las microempresas.	La hipótesis se la puede verificar en la pregunta 11, 12, 15 de la encuesta, el nivel académico de los emprendedores influye en la permanencia y desarrollo de las microempresas, puesto que la mayoría de ellos no poseen un nivel superior de estudio.
Hipótesis particular N.- 2 La implementación de la tecnología en las microempresas incide en su permanencia en el mercado.	En la pregunta 13 de la encuesta, los encuestados indicaron que la implementación de la tecnología en las microempresas incide en su permanencia en el mercado, sin embargo, la mayoría de estos establecimientos no cuentan con esta herramienta informática.
Hipótesis particular N.- 3 La inversión financiera influye en el desarrollo competitivo de las microempresas de la ciudad de Milagro.	Los encuestados manifestaron en la pregunta 15 de la encuesta que la inversión financiera influye en el desarrollo competitivo de las microempresas de la ciudad de Milagro.

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 Tema.

“Creación de una empresa de Asesoría integral dirigida a los microempresarios de la ciudad de Milagro”

5.2 Justificación.

Los resultados de la encuesta permitieron conocer que los microempresarios carecen de una cultura contable, administrativa y tributaria, desconocen de las obligaciones a las cuales tienen que responder al fisco para evitar sanciones y multas, muchos de ellos carecen de una preparación superior, motivo por el cual sus acciones comerciales no les está dando los resultados esperados, en relación a los rendimientos financieros que perciben, situación que de agravarse podría llegar al cierre de sus negocios. Motivo por el cual se propone la creación de una asesoría integral, donde capacite a los gestores de las microempresas.

Esta propuesta tiene como finalidad proponer una estructura organizacional orientada a brindar asesoría administrativa a los microempresarios de la ciudad de Milagro con el fin de obtener rendimientos económicos que les permita posicionarse como un grupo de profesionales capacitados que operaran a través de esta actividad. El propósito de esta propuesta se origina por la poca presencia de asesorías en esta localidad y lo más relevante a la poca participación que tienen las microempresas en este mercado, donde se ha podido visualizar la quiebras de

muchos negocios, por la falta de una adecuada administración, por ello, debido a que contamos con los conocimientos necesarios para fortalecer la competitividad de las microempresas se ha propuesto la creación de una asesoría administrativas, la misma que tendrá la finalidad de potencializar las actividades comerciales de los microempresarios milagreños.

5.3 Fundamentación.

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

Características de la microempresa

Se dedican a la producción y comercialización de bienes y/o servicios.

Se clasifican de acuerdo al Código Industrial Internacional Uniforme CIIU: Alimentos, confecciones, cuero y calzado, cerámica, gráfico, químico, plástico, madera, materiales de construcción, metalmecánica, electrónica (radio y TV), transporte, textil, turismo y hotelería, servicios profesionales, servicios generales y municipales.

Tiene hasta 10 trabajadores, según el Ministerio de comercio exterior, industrialización, pesca y competitividad (MICIP).

Conformada con un capital de hasta USD \$20.000,00 excepto inmuebles y vehículos, según el MICIP.

Registrada en la Cámara de Microempresas Cantonal, Parroquial, comunal u organización filial, local, regional o nacional.

Mezclan los gastos de subsistencia familiar con los de operatividad del negocio.

Poco adiestramiento técnico y gerencial.

Objetivos de las microempresas

- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades
- Promover la cultura emprendedora
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero en las actividades económicas.
- Marco legal sobre el cual se brindara el soporte y financiamiento a la microempresa

- Las oportunidades de negocios se deben crear, es por ello generalmente, los administradores con iniciativas, son quienes buscan éstas oportunidades, primero, buscan el mercado y después buscan situaciones dentro de las cuales puedan operar con éxito una idea de negocio.
- Es necesario destacar que solo algunos negocios tienen perspectivas de crecimiento, ya que están basados en una base de conocimiento de administrar un negocio.

Recompensas de ser microempresarios.

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

La recompensa de las ganancias

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

La recompensa de la independencia

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

La recompensa de una forma de vida satisfactoria.

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

Las desventajas de ser microempresario

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

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

El plan de la microempresa

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

Microempresas generadoras de empleo

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

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

Naturaleza de los empresarios de las microempresas.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

El fracaso de la pequeña y mediana empresa.

La ley biológica de adaptación al medio es aplicable también a los negocios. Las empresas siguen el curso marcado por su director; así pues, de la preparación, experiencia directiva e información de éste depende la supervivencia de aquella. Se

dice que las causas de sus tribulaciones son casi siempre las mismas y que, directa o indirectamente, pueden imputarse a la dirección y se clasifican en lo siguiente

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

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

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

Falta de experiencia directiva. La falta de experiencia en la dirección del negocio. Esta experiencia se logra adquiriendo primero un bagaje técnico en todos los aspectos de la dirección y preocupándose luego de asegurar la puesta al día de los conocimientos directivos. También hay que tener en cuenta la continuidad de la dirección para el caso de que falte el responsable. Existen dos medidas apuntan a solucionar el problema como son: adquirir la formación directiva completa y actualizada, capacitar al posible sucesor en la dirección.

Desconocimiento del sector. Muchos hombres de empresa confunden la capacidad y experiencia adquiridas en un sector de la economía con una disposición innata que les asegura el triunfo en cualquier actividad empresarial que debe

acometer, se aconseja tener conocimientos del sector a donde se va a crear la empresa.

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

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

La competencia y el mercado, la oferta y la demanda

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

5.4 OBJETIVOS.

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Proponer una estructura organizacional para fortalecer el desarrollo microempresarial en la ciudad de Milagro a través de la asesoría, buscando la optimización de procesos, procedimientos y recursos administrativos en beneficio de la empresa y el mercado.

. 5.4.2 Objetivos específicos

- Brindar cursos de capacitación y asesoramiento a los gestores de las microempresas sobre temas relacionados a su entorno comercial.
- Emitir información adecuada al microempresario, solucionando sus problemas comerciales en un corto tiempo, ganándonos de esta manera prestigio y credibilidad en el mercado.

- Segmentar mercado y diseñar estrategias correspondientes a la mezcla del marketing, con el fin de determinar de estrategias competitivas que ayuden a un mejor posicionamiento en el mercado.
- Especificar la correcta distribución de recursos, a través de una evaluación financiera, para así especificar la inversión total del proyecto.

5.5 Ubicación.

La empresa de Asesoría estará ubicada en el País Ecuador, provincia del Guayas, Cantón Milagro, en las calles 24 de Mayo y Eloy Alfaro. La ventaja de este sitio, ser céntrico y de fácil ubicación, puesto que se encuentra cerca del Hospital León Becerra.

Figura 1 Mapa de Ubicación



5.6 FACTIBILIDAD.

FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA

Iniciar las actividades de la asesoría dentro de los lineamientos Administrativos que se emplearan es la aplicación de un adecuado proceso de selección y reclutamiento de Talento Humano con el fin de receptor personal altamente calificado, así mismo se contara con manuales de funciones para que los empleados conozcan sus funciones y tareas que deben de cumplir. La Administración es parte fundamental para lograr una alta operatividad interna.

FACTIBILIDAD LEGAL

En lo concerniente a la legalidad no existe ninguna ley, norma y reglamento que impida el funcionamiento de esta asesoría. Sin embargo se deberá cumplir con los requisitos que se exigen para realizar esta actividad comercial, como por ejemplo patente de Higiene Municipal, Ministerio de Salud, Cuerpo de Bomberos entre otros.

FACTIBILIDAD PRESUPUESTARIA

Se establecerán los respectivos equipos, muebles y enseres u otros materiales que necesitará la asesoría en la prestación de servicio, para ello se realizaran los respectivos presupuestos, los mismos que serán representados en los estados financieros proyectados, determinando también los respectivos índices financieros para medir la rentabilidad de esta nueva propuesta.

FACTIBILIDAD TÉCNICA

La asesoría contara con sistemas de alta tecnología para que permita una óptima gestión interna, las inmediaciones de esta organización contará con los respectivos seguridades en caso de algún siniestro. Cada área está debidamente acondicionada, esta empresa está distribuida de la siguiente forma:

La gerencia general medirá 8 metros cuadrados.

Secretaría con 5 metros cuadrados

Área de atención al cliente (asesores) 15 metros cuadrados

Baño 4 metros cuadrados.

Sala de capacitación 10 metros cuadrados

Un total de 42 metros cuadrados.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Figura 2 Logotipo



Misión

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

Visión

Liderar a mediano plazo en las áreas de capacitación y fortalecimiento de la Cultura administrativa, contable y tributaria de los gestores de las microempresarios y de sus equipos de trabajo orientándolos hacia la calidad total y aportando al crecimiento económico de la región.

Valores Corporativos

1.- Trabajo

Nuestro trabajo estará enfocado a satisfacer las necesidades, expectativas y exigencias de nuestros clientes.

2.- Honestidad e Integridad

Es una cualidad que nos impulsa a comportarse de modo que merezca la consideración y respeto de nuestra clientela.

3.- Responsabilidad

Asumimos la responsabilidad de sacar adelante a nuestra empresa y responder ante cualquier problema que se presente en la misma.

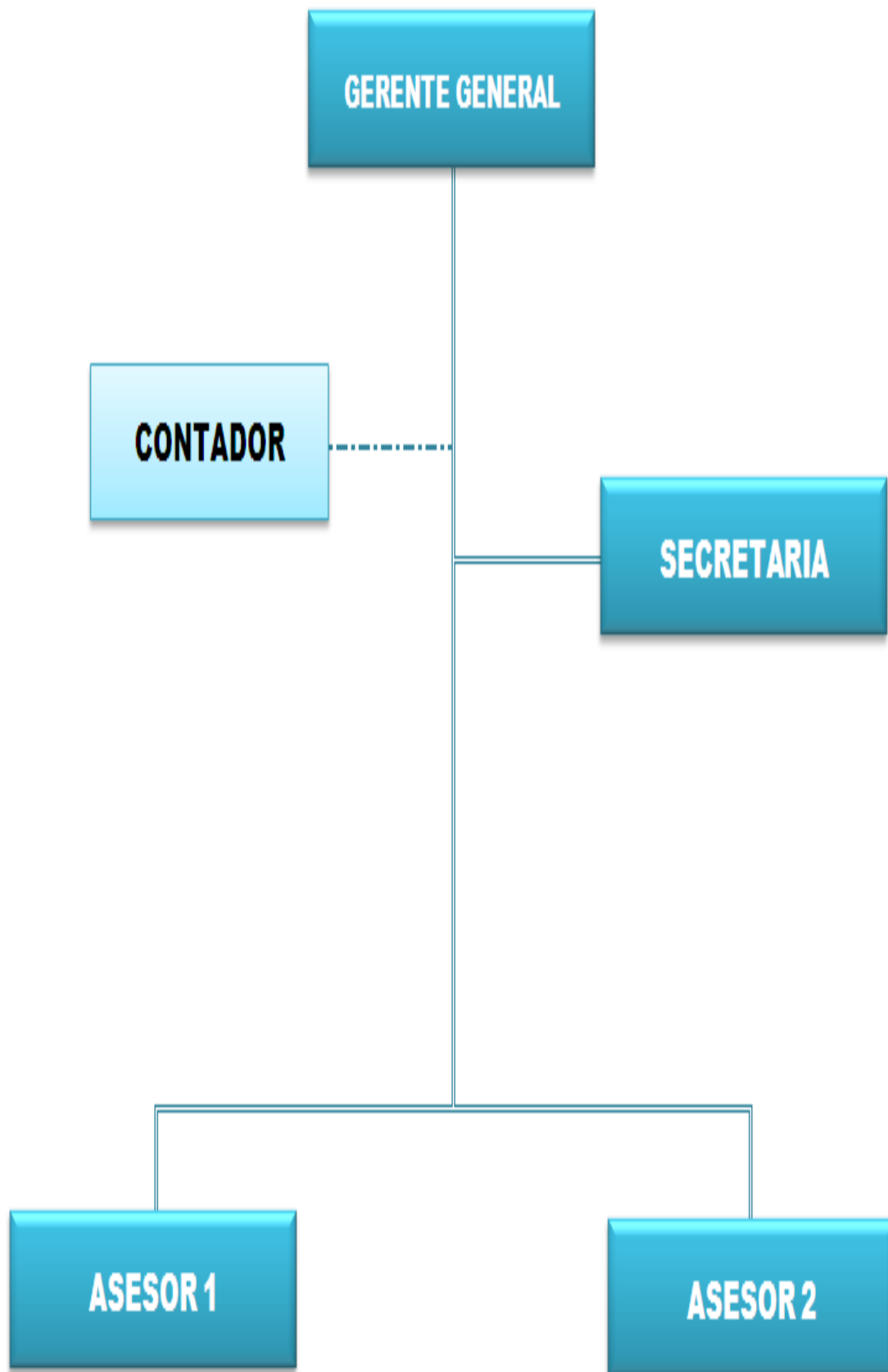
4.- Confianza y Lealtad

Respetar, apoyar y estimular al personal, dándole capacitación, autoridad y responsabilidad, para mejorar su desempeño y desarrollo profesional.

5.- Disciplina

Nos caracterizaremos por ser puntuales en nuestras obligaciones, con nuestra gente, exactos en todos nuestros cumplimientos, atenciones y muestras de amabilidad hacia nuestros clientes.

Figura 3 Organigrama estructural de la Asesoría Administrativa.



Elaborado por: Deisi Guerrero

MANUAL DE FUNCIONES

Descripción del cargo: GERENTE GENERAL

Naturaleza del Trabajo.

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

Funciones Específicas.

- Coordinar los diferentes talleres para la capacitación de los microempresarios.
- Planifica los futuros talleres direccionados a los microempresarios.
- Establece diferentes tipos de contratos o convenios con clientes actuales o potenciales.
- Toma decisiones en todo aspecto referente al negocio.
- Supervisar la ejecución de todos los procesos en los diferentes departamentos.
- Controlar la ejecución del trabajo, comparando los resultados reales con los esperados.

Características Específicas

- Requiere de alta moral comprobada
- Lealtad, responsabilidad, respeto y buenas relaciones interpersonales
- Capacidad y criterio para toma de decisiones
- Ser Comunicativo

Requisitos

Edad: 25 – 35 años

Género: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Educación: Título de Tercer Nivel en C.P.A, Administración de empresas o carreras afines.

Experiencia: 3 años como mínimo en áreas similares

Descripción del cargo: Asesor

Naturaleza del Trabajo.

Responsable de coordinar los ciclos de capacitación.

Funciones Específicas.

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

Características Específicas

- Requiere de alta moral comprobada
- Lealtad, responsabilidad, respeto y buenas relaciones interpersonales
- Capacidad y criterio para toma de decisiones
- Ser Comunicativo

Requisitos

Edad: 25 – 35 años

Género: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Educación: Título de Tercer Nivel de preferencia Ingeniería Comercial o Administración de Empresas.

Experiencia: 3 años como mínimo en áreas similares

Función del Cargo: Secretaria

Naturaleza del trabajo

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

Funciones específica

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

Requisitos

Edad: 23 a 30 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Educación: Título de tercer nivel en Secretario o estudios Superiores de Administración de Empresas o carreras afines. (Cursando Tercer año en adelante).

Experiencia: 1 año en cargos similares.

Función del Cargo: Contador

Naturaleza del trabajo

Ordenar y llevar el control de la contabilidad de los estados financieros y el pago de los impuestos de ley.

Funciones Específicas:

Mantiene actualizado los auxiliares de bancos y efectivo, realiza conciliaciones bancarias.

Asegurar al gerente el material contable y financiero.

Elaborar los roles de pagos aplicando normas legales.

Organizar archivos, custodiar y mantener actualizado los archivos de los estados financieros y documentos contables.

Presentar informes periódicos de actividades del departamento al director financiero para su conocimiento y registro.

Organizar y coordinar la ejecución de contratos y mantener actualizado el sistema de contabilidad de acorde a las normas de procedimiento aplicados.

Estructurar el proyecto de presupuesto conjuntamente con la información financiera disponible para este proceso.

Ejecutar el control previo y concurrente de los ingresos y egresos.

Analizar estudiar e informar periódicamente a la dirección financiera sobre la ejecución presupuestaria

Proyectar la recaudación de las planillas de cobro de los usuarios y regístralos como ingresos para la entidad.

Formular hasta el 31 de diciembre el cierre y liquidación de los presupuestos del año inmediato anterior.

Formular y elaborar los informes de flujo de efectivo.

Registrar las transacciones contables.

Aplicar y formular el control interno sobre compromisos obligaciones y pagos

Elaborar los estados financieros o cualquier otra información necesaria de acuerdo a las descripciones dictadas en el manual de contabilidad y las normas emitidas por el ministerio de economía y finanzas.

Mantener el control interno sobre los inventarios de consumo interno y activos de la entidad.

Requisitos

Tener como mínimo 25 años

Experiencia laboral de 2 a 3 años en cargos similares

Tener un nivel de educación superior en CPA. Contar con conocimientos en tributación además contar con cursos de control y contabilidad gubernamental tener buena presencia.

Aspecto legal

ACTUACIÓN DE LOS CUERPOS DE BOMBEROS Y BOMBERAS Y ADMINISTRACIÓN DE EMERGENCIAS DE CARÁCTER CIVIL

Competencia

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

Inspecciones

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

Cumplimiento de normas

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

Incumplimiento de normas de seguridad

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

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

tomen de conformidad con lo dispuesto en el presente artículo se impondrán mediante acto motivado.

Procesamiento de denuncias

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

Permiso y patente municipal

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

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

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

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

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

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

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

Capítulo I

DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

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

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

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

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

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

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene

relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlos y lo consideran conveniente.

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

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

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollen actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta S/. 10.000,00, serán consideradas únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, la Dirección General de Rentas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

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

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

Art. 5.- Del Número de Registro.- La Dirección General de Rentas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

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

Art. 6.- De las Sucursales y Agencias.- Las empresas o sociedades que tuvieren sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes en el país, al inscribir la matriz tienen también la obligación de registrarlas, utilizando el formulario correspondiente. Si posteriormente constituyeren nuevos establecimientos de esta índole, deberá procederse a su registro en las condiciones estipuladas en los artículos anteriores.

Art. 7.- Del Otorgamiento del Número de Registro.- A la presentación de la solicitud se otorgará el número de inscripción, mediante un certificado de inscripción. Igual procedimiento se observará en el caso de inscripciones de oficio.

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

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

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

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

- a) Cédula Tributaria;
- b) Certificado Militar o Cédula de las Fuerzas Armadas;
- c) Certificado de antecedentes personales conferido por la Policía Civil Nacional;
- d) Documento de afiliación personal al Seguro Social;
- e) Licencias de conductores;
- f) Matrículas de Comerciantes;
- g) Matrículas de Industriales;

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

Superintendencia de Compañías.-la Información correspondiente de acuerdo al artículo 20 de la Ley de Compañías, que entre otros determina enviar en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
 - b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas;
- y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

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

Servicio de Rentas Internas.- las siguientes obligaciones tributarias:

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

Cuadro 18 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buena ubicación de la oficina de la Asesoría.	Nuevos en el mercado
Herramientas audiovisuales de alta calidad	Infraestructura pequeña
Continúa capacitación y actualización del talento humano.	Poco capital.
Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.	Escasa publicidad del negocio.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Entidades financieras que otorguen créditos a los microempresarios	Creación de nuevas asesorías que ofrecen servicios similares.
Apoyo del gobierno para créditos	Inestabilidad política de país, en lo referente a las leyes tributarias
Demanda insatisfecha	Programas gratuitos de capacitación
Escasos conocimientos contables, administrativos y financieros por parte de los microempresarios.	Incremento de impuestos.

MATRIZ FODA

Cuadro 19 Estrategia FO-DO

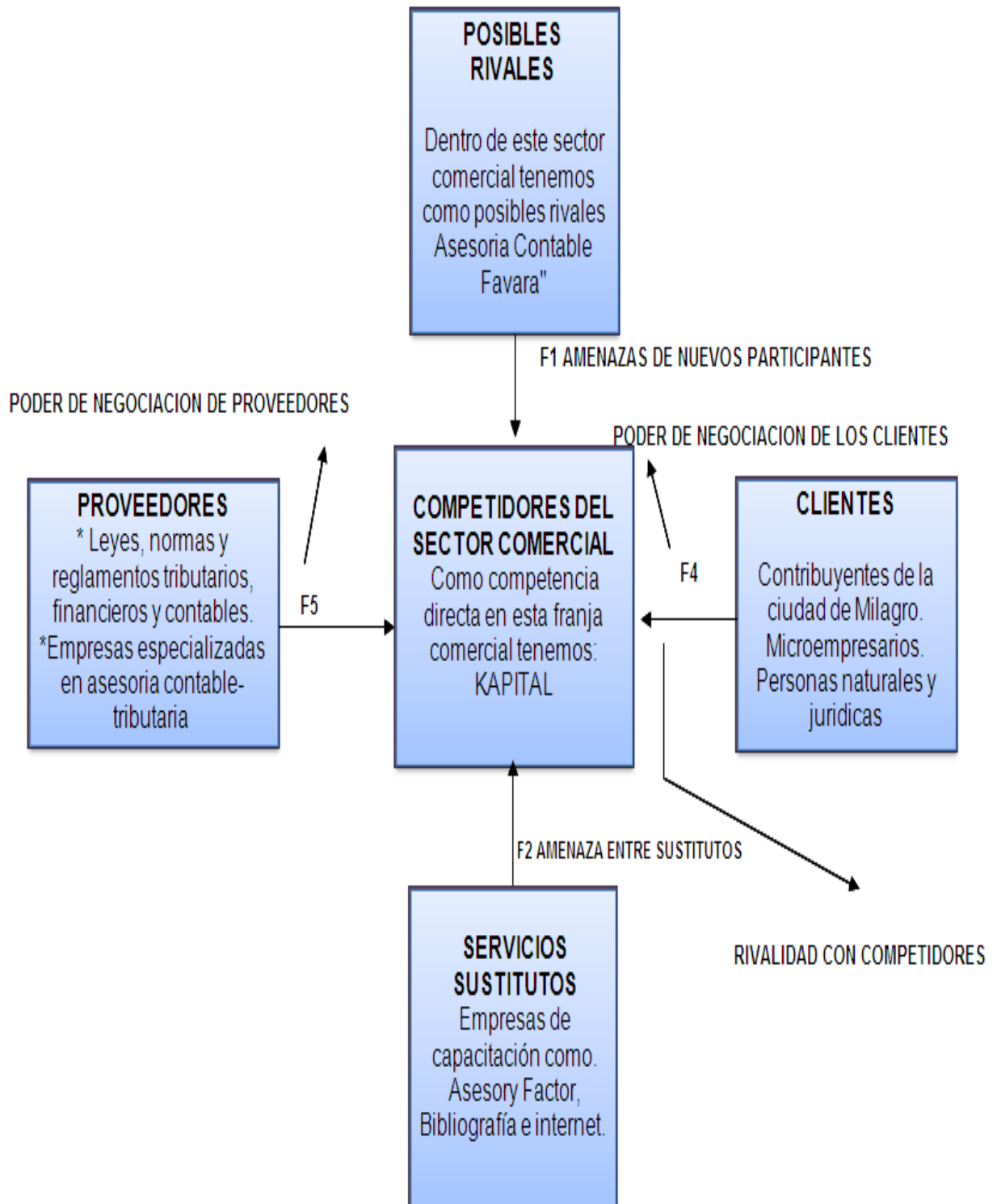
<p>“Creación de una empresa de Asesoría integral dirigida a los microempresarios de la ciudad de Milagro”</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Buena ubicación de la oficina de la Asesoría.	Nuevos en el mercado
	Herramientas audiovisuales de alta calidad	Infraestructura pequeña
	Continúa capacitación y actualización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

Cuadro 20 Estrategia FA-DA

<p>“Creación de una empresa de Asesoría integral dirigida a los microempresarios de la ciudad de Milagro”</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Buena ubicación de la oficina de la Asesoría.	Nuevos en el mercado
	Herramientas audiovisuales de alta calidad	Infraestructura pequeña
	Continúa capacitación y actualización del talento humano.	Poco capital.
	Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.	Escasa publicidad del negocio.
OPORTUNIDADES	FA	DA
Creación de nuevas asesorías que ofrecen servicios similares.	Es importante que se ubique en un lugar céntrico de fácil ubicación para las personas, específicamente debe estar situado cerca del sector objeto de estudio.	.- Utilizar los mejores medios para la publicidad del negocio, dando a conocer la calidad del del servicio que se brindará y así lograr una ventaja competitiva ante la aparición de los sustitutos.
Inestabilidad política de país, en lo referente a las leyes tributarias	.- El contar con un personal altamente capacitado es la garantía para lograr la lealtad de los microempresarios y así contrarrestaremos a la competencia.	.- El servicio debe ser de calidad, donde el cliente se sienta satisfecho, a pesar de operar con una infraestructura pequeña.
Programas gratuitos de capacitación	.-Las asesorías deben ser cada día mejor, de forma actualizada y sobre todo personalizada para así lograr un pronto posicionamiento en este mercado.	.- Realizar un trabajo de calidad, se satisficará las necesidades y exigencias del microempresario logrando credibilidad por parte de ellos y así evitar la competencia desleal.
Incremento de impuestos.	.- El contar con procesos adecuados y procedimientos de calidad en la aplicación del trabajo, se realizará una asesoría de calidad, logrando captar gran parte del mercado, evitando la presencia de asesores informales.	Realizar alianzas con medios publicitarios para lograr las mejores herramientas publicitarias para beneficio de la asesoría.

Análisis de mercado

Figura 4 Análisis Porter



Elaborado por: Deisi Guerrero

Cuadro 21 Barreras de entrada

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

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

Cuadro 22 Servicios sustitutos

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

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

Cuadro 23 Determinantes de la rivalidad

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

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

Cuadro 24 Poder de los compradores

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

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

Cuadro 25 Negociación con los proveedores

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

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

Cuadro 26 Análisis del sector comercial

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

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

MARKETING MIX

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

PRECIO

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

Precios

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

PLAZA

La microempresa ofrecerá su servicio en el Cantón Milagro en las calles 24 de Mayo y Eloy Alfaro Preocupados por la ubicación se resalta la cercanía en que se encuentra para acceder a este servicio, con facilidades de movilización.

Figura 5 Distribución interna de la asesoría



PUBLICIDAD

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

Radio:

La utilización de las emisoras locales se anunciará los servicios que se ofrecerán tales como:

ATALAYA: Los días miércoles, viernes y sábados en horario de 8:00 AM

VOZ DE MILAGRO: Los días martes, jueves y viernes en horario de 1:00 PM

Ambas emisoras se efectuarán en diferentes meses del año.

De tal manera lograremos que quienes gustan de escuchar las noticias se informen sobre la asesoría.

Tarjetas De Presentación:

Través de este medio publicitario se espera captar la atención de la ciudadanía para que nos tengan presente para cualquier servicio que requieran. La impresión de estas tarjetas será distribuida en diferentes puntos del cantón Milagro.

Figura 6



Periódicos:

Mediante es te medio de comunicación, esperamos darnos a conocer en todo nuestro cantón, ya que periódicos como la prensa “LA VERDAD” por ser un medio de alta preferencia en esta localidad.

Hojas Volantes:

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

Figura 7

Asesoría contable
DEISI GUERRERO
Máxima capacidad para cuidar sus finanzas

**YA ESTA EN MILAGRO
LO MEJOR EN
ASESORIA CONTABLE**

NOS ESPECIALIZAMOS EN

- Brindar cursos de capacitación y asesoramiento sobre temas relacionados a su entorno comercial.
- Emitir información adecuada al microempresario solucionando sus problemas comerciales en corto tiempo.
- Segmentar mercado y diseñar estrategias correspondientes a la mezcla del marketing, para lograr mejor posicionamiento en el mercado.
- Especificar la correcta distribución de recursos, a través de una evaluación financiera.

TELÉFONO: 09887454875

Dir.: Calles 24 de Mayo y Eloy Alfaro cerca a hospital Leon Becerra

Figura 8



DEISI GUERRERO
Asesoría contable
Máxima capacidad para cuidar sus finanzas

Somos una empresa con asesoría administrativa eficaz y eficiente

LOS NÚMERO 1 EN FINANZAS

NOS ESPECIALIZAMOS EN

- Brindar cursos de capacitación y asesoramiento
- Emitir información adecuada al microempresario
- Segmentar mercado y diseñar estrategias
- Especificar la correcta distribución de recursos

HACEMOS CRECER SU CAPITAL



TELÉFONO: 09887454875
Dir.: Calles 24 de Mayo y Eloy Alfaro
cerca a hospital Leon Becerra

Figura 9

MISIÓN
Ser una empresa que provea una asesoría eficaz y eficiente que fortalezca el desarrollo Micro empresarial en la ciudad de Milagro, con una excelente organización administrativa, financiera y operacional a través del trabajo en equipo, buscando la optimización de procesos, procedimientos y recursos administrativos en beneficio de la organización y el mercado

VISION
Liderar a mediano en las áreas de capacitación y fortalecimiento de la cultura administrativa, contable y tributaria de los gestores de los microempresarios y de sus equipos de trabajo orientandolos hacia la calidad total y aportando al crecimiento económico de la región

OBJETIVO GENERAL
Proponer una estructura organizacional para fortalecer el desarrollo micro empresarial en la ciudad de Milagro a través de la asesoría, buscando la optimización de procesos, procedimientos y recursos administrativos en beneficio de la organización y el mercado

VALORES CORPORATIVOS

- TRABAJO
- HONESTIDAD E INTEGRIDAD
- RESPONSABILIDAD
- CONFIANZA Y LEALTAD
- DISCIPLINA

Asesoría contable
DEISI GUERRERO
Máxima capacidad para cuidar sus finanzas

Figura 10

LOS NÚMERO

1

EN FINANZAS

VISITENOS EN:

Dir.: Calles 24 de Mayo y Eloy Alfaro
cerca a hospital Leon Becerra
TELÉFONO: 09887454875

Asesoría contable
DEISI GUERRERO
Máxima capacidad para cuidar sus finanzas

**CONOZCA NUESTRA
MISIÓN - VISIÓN
OBJETIVO GENERAL
Y
VALORES CORPORATIVOS**

**HACEMOS CRECER
SU CAPITAL**

PROMOCIONES

Dentro de las promociones se establecerá el 5% del descuento en el servicio durante un mes desde la apertura de la ASESORIA.

Durante los 3 primeros meses brindar 1 día a la semana capacitaciones gratuitas a los clientes que lo deseen.

5.7.1 Actividades.

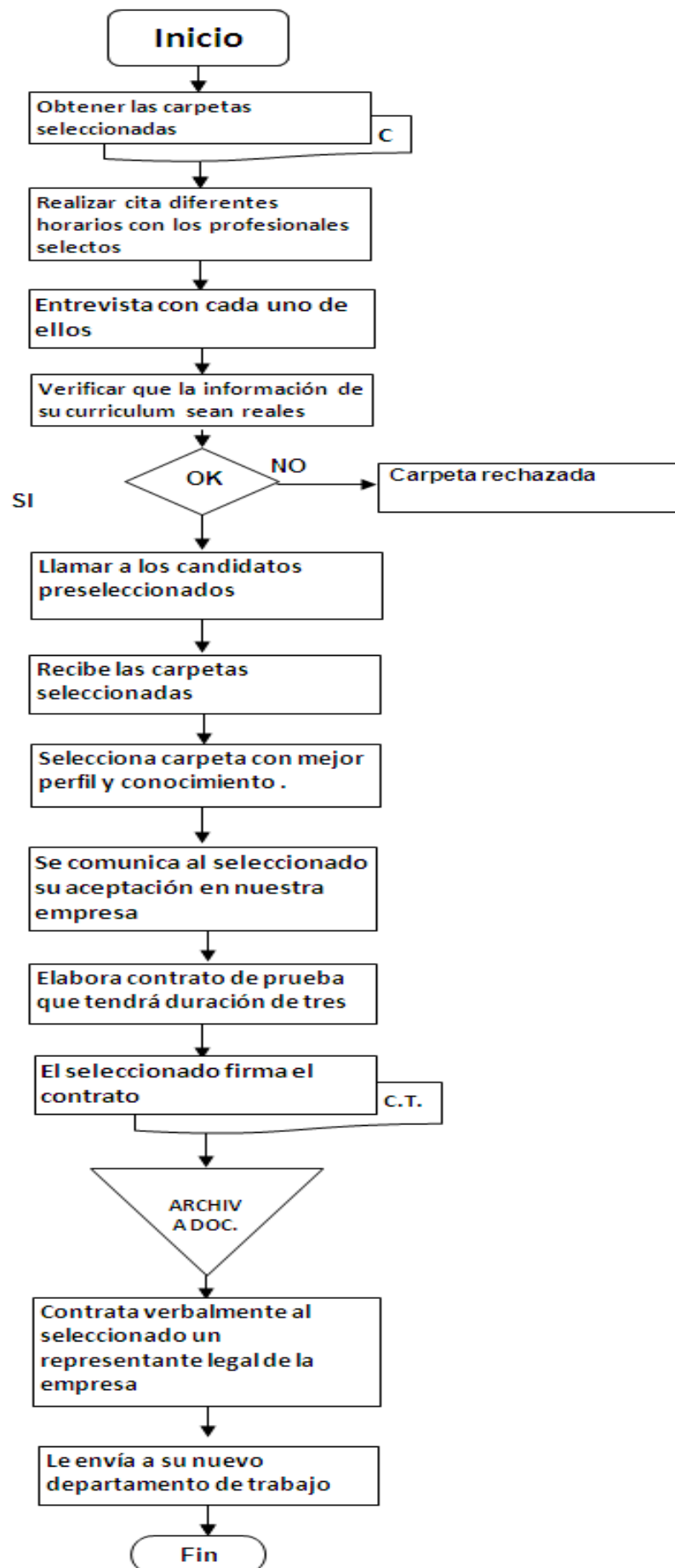
- 1.- Adecuaciones del local. (Instalaciones eléctricas, pintado etc).
- 2.- Análisis sobre los medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer la empresa.
- 3.- Proceso de reclutamiento y selección del personal.
- 4.- Reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles como funcionara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

PROCEDIMIENTO SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Objetivo: Optimizar el buen desempeño de personal de acuerdo a sus responsabilidades y de los intereses de la empresa para así tener un ambiente de trabajo agradable y positivo que beneficia a la sociedad por medio de la creación de plazas de trabajo.

Descripción del proceso

- 1.- Obtener las carpetas seleccionadas
- 2.- Realizar cita diferentes horarios con los profesionales selectos
- 3.- Entrevista con cada uno de ellos
- 4.- Verificar que la información de su curriculum sean reales
- 5.- Llamar a los candidatos preseleccionados
- 6.- Inicia toma de pruebas
- 7.- Recibe las carpetas seleccionadas
- 8.- Selecciona carpeta con mejor perfil y conocimiento
- 9.- Se comunica al seleccionado su aceptación en nuestra empresa
- 10.- Elabora contrato de prueba que tendrá duración de tres meses
- 11.- El seleccionado firma el contrato
- 12.- Obtener el contrato firmado
- 13.- Archiva el documento
- 14.- Contrata verbalmente al seleccionado un representante legal de la empresa
- 15.- Le envía a su nuevo departamento de trabajo



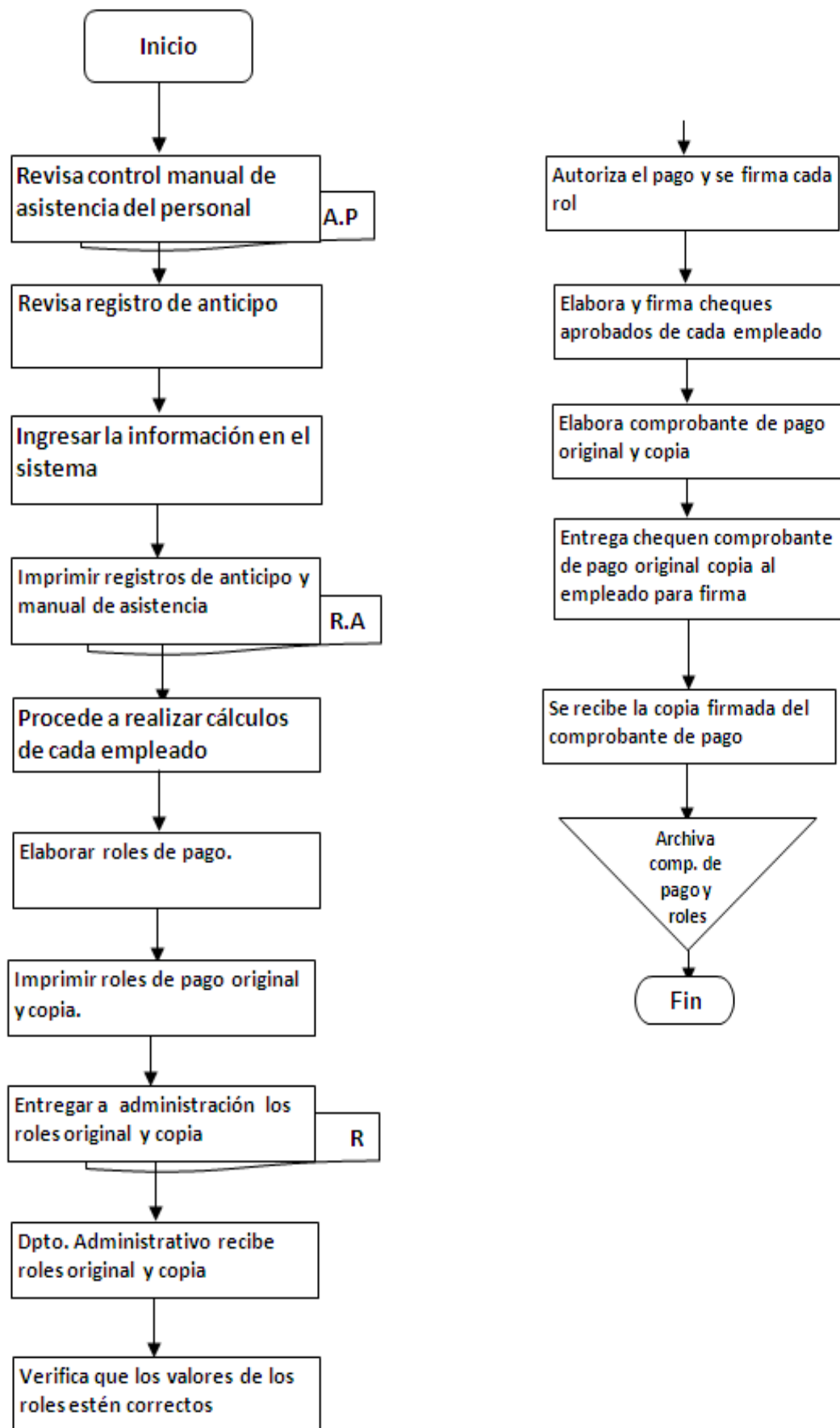
PAGO SUELDO

OBJETIVO:

Realizar los pagos a nuestro personal de manera objetiva, puntual y para de esta manera garantizar la satisfacción de los empleados.

Descripción del proceso

- 1.-Revisa control manual de asistencia del personal
- 2.- Revisa registro de anticipo
- 3.-Ingresar la información en el sistema
- 4.-Imprimir registros de anticipo y manual de asistencia
- 5.-Procede a realizar cálculos de cada empleado
- 6.- Elaborar roles de pago
- 7.- Imprimir roles de pago original y copia
- 8.- Entregar a administración los roles original y copia
- 9.- Dpto. Administrativo recibe roles original y copia
- 10.- Verifica que los valores de los roles estén correctos
- 11.- Autoriza el pago y se firma cada rol
- 12.- Elabora y firma cheques aprobados de cada empleado
- 13.-Elabora comprobante de pago original y copia
- 14.-Entrega chequen comprobante de pago original t copia al empleado para firma
- 15.- Se recibe la copia firmada del comprobante de pago
- 16.-Archiva copia del comprobante de pago y roles



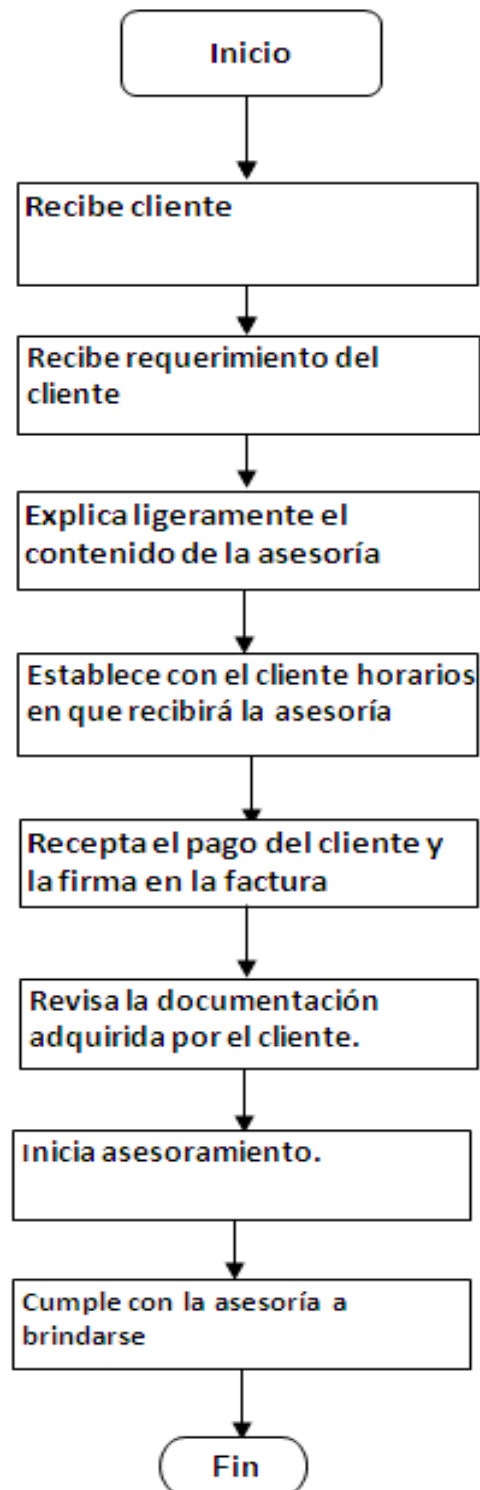
PROCESO DE CAPTACIÓN DE CLIENTES

Objetivo:

Ofrecer asesoramiento en contabilidad básica a los microempresarios que deseen ampliar sus conocimientos.

Descripción del proceso

- 1.- Recibe cliente
- 2.- Recibe requerimiento del cliente
- 3.- Explica ligeramente el contenido de la asesoría
- 4.- Contesta dudas e inquietudes del cliente
- 5.- Establece con el cliente horarios en que recibirá la asesoría
- 6.- Recibe el pago del cliente y la firma en la factura
- 7.- El asesor se presenta al cliente
- 8.- Revisa la documentación adquirida por el cliente
- 9.- Inicia asesoramiento
- 10.- Cumple con la asesoría a brindarse



PROCESO DE COMPRA

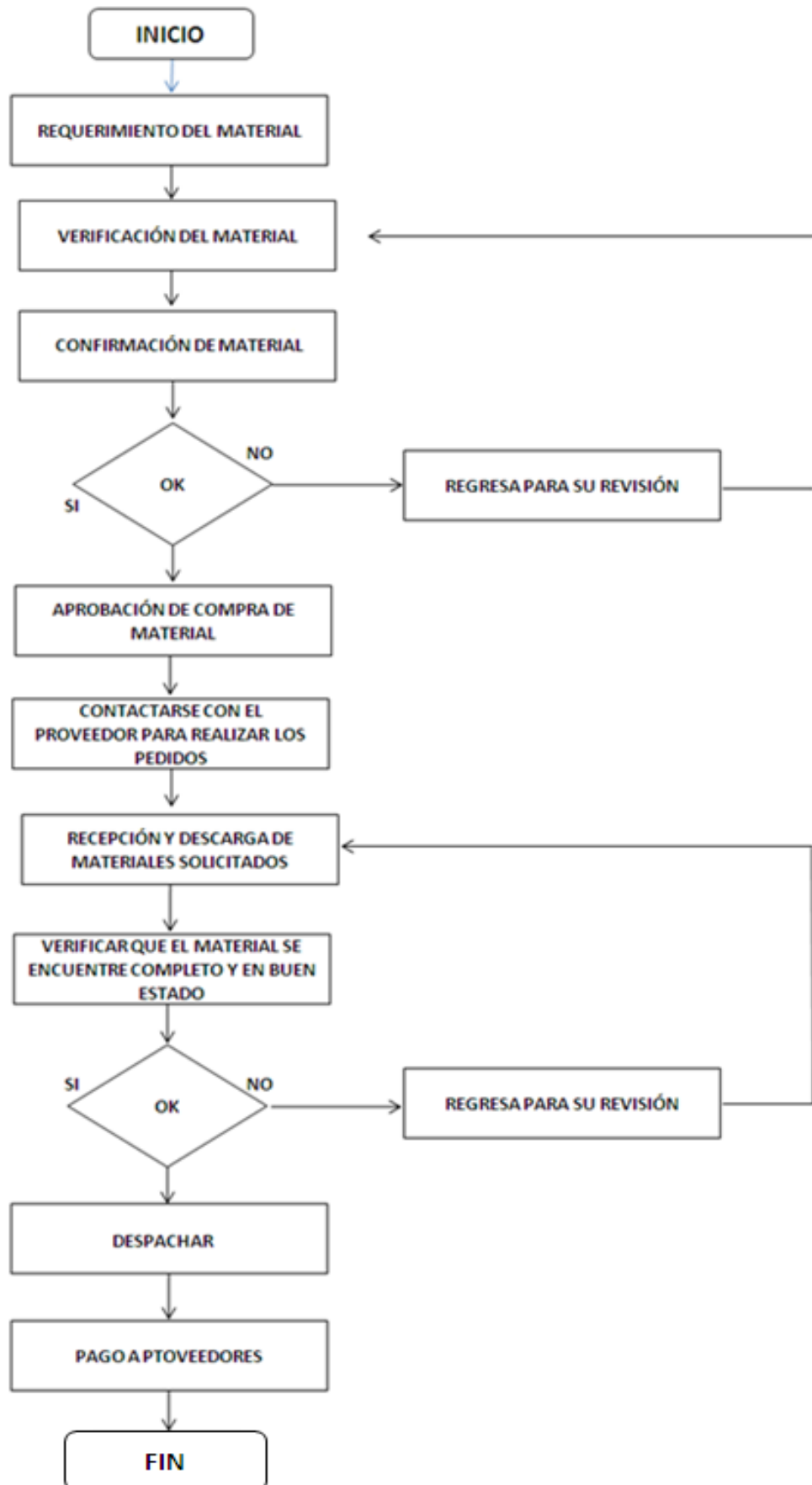
Objetivo.

Abastecerse de los materiales, suministros, recursos didácticos necesarios que permitan una máxima operatividad interna de la asesoría.

Descripción del proceso

- 1.- Requerimiento del material
- 2.- Verificación del material
- 3.- Confirmación del material
- 4.- Aprobación de compra de material
- 5.- Recepción y descarga de materiales solicitados
- 6- Verificar que el material se encuentre completo y en buen estado.
- 7.- Se despacha los materiales a sus respectivos lugares.
- 8.- Pago a los proveedores

PROCESO DE COMPRAS



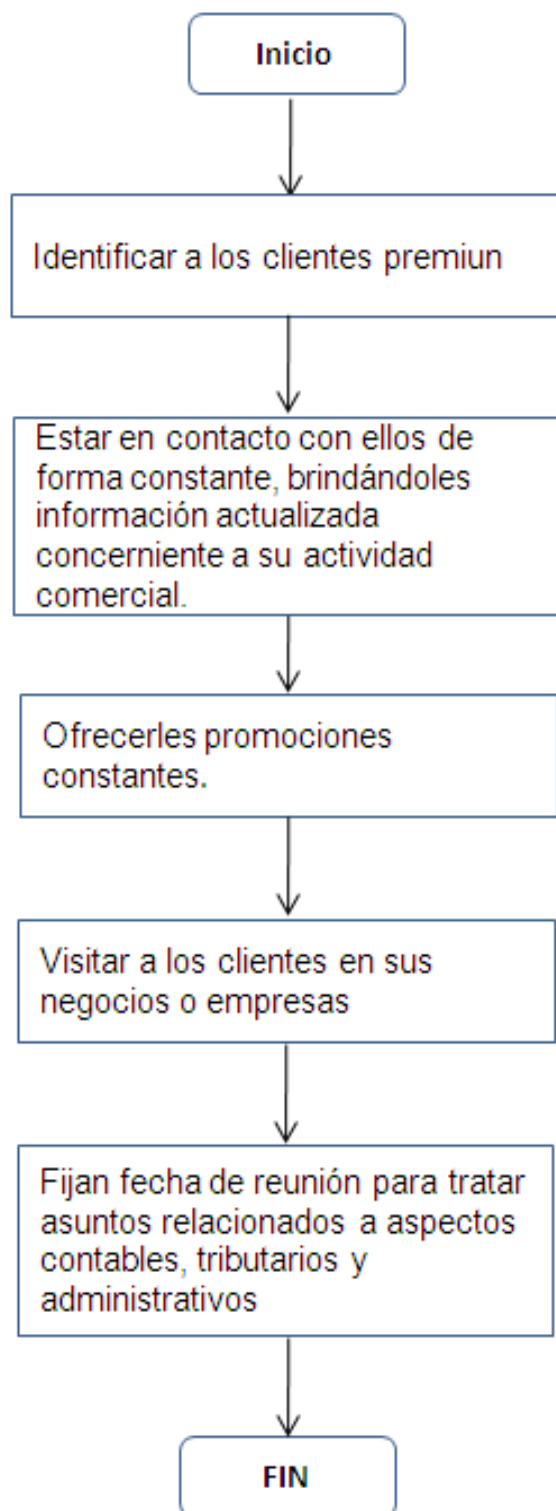
PROCESO DE RETENCIÓN

OBJETIVO

Satisfacer las expectativas de los clientes, a través de información actualizada y un servicio de calidad, personalizado.

Descripción de proceso

- 1.- Identificar a los clientes premium
- 2.- Estar en contacto con ellos de forma constante, brindándoles información actualizada concerniente a su actividad comercial.
- 3.- Ofrecerles promociones constantes.
- 4.- Visitar a los clientes en sus negocios o empresas
- 5.- Fijan fecha de reunión para tratar asuntos relacionados a aspectos contables, tributarios y administrativos.



PROCESO DE ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS

Secretaria

1. Recopila información de las transacciones del mes.
2. Revisa soportes de transacciones del mes.
3. Ingresa información a Excel.
4. Prepara estados financieros preliminares.
5. Imprime estados financieros preliminares.
6. Revisa la correcta impresión de los estados financieros preliminares.
7. Entrega estados financieros preliminares al contador.

CONTADOR

8. Recibe estados financieros preliminares.
9. Revisa estados financieros preliminares.
10. Realiza correcciones para revisión final.
11. Devuelve al asistente para su respectiva corrección.

Secretaria

12. Recibe estados financieros para su corrección.
13. Realiza correcciones sugeridas.
14. Imprime estados financieros con las correcciones sugeridas.
15. Revisa la correcta impresión de los estados financieros.
16. Registra firma de elaborado.
17. Entrega estados financieros al contador para su firma.

CONTADOR

18. Recibe estados financieros.
19. Revisa estados financieros.
20. Aprueba estados financieros.
21. Firma estados financieros.
22. Entrega estados financieros a gerencia.

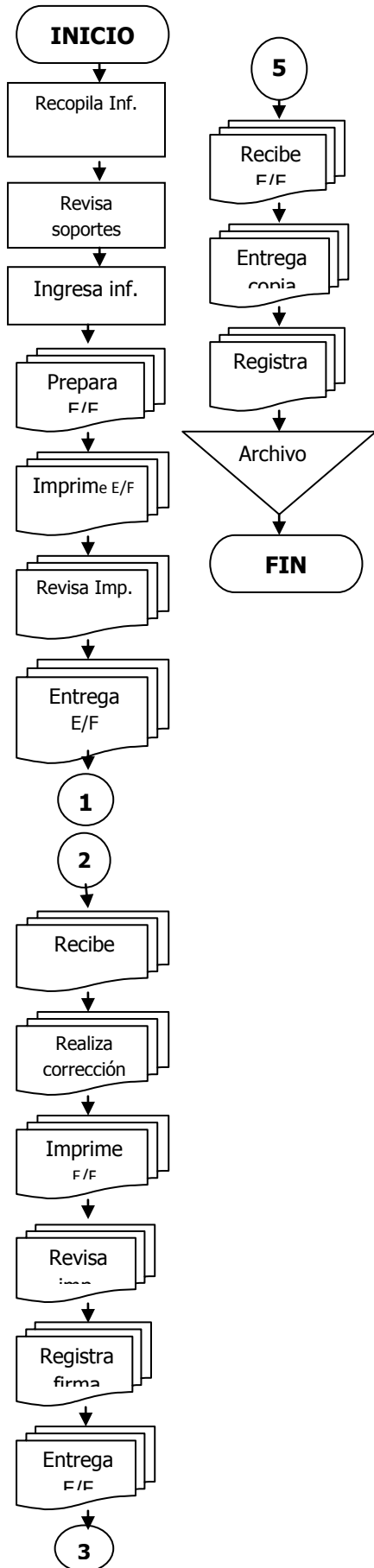
GERENTE

23. Recibe estados financieros.
24. Revisa los estados financieros.
25. Aprueba estados financieros. (En el caso de negarlos devuelve al contador.)
26. Firma los estados financieros.
27. Entrega estados financieros al asistente para su archivo.

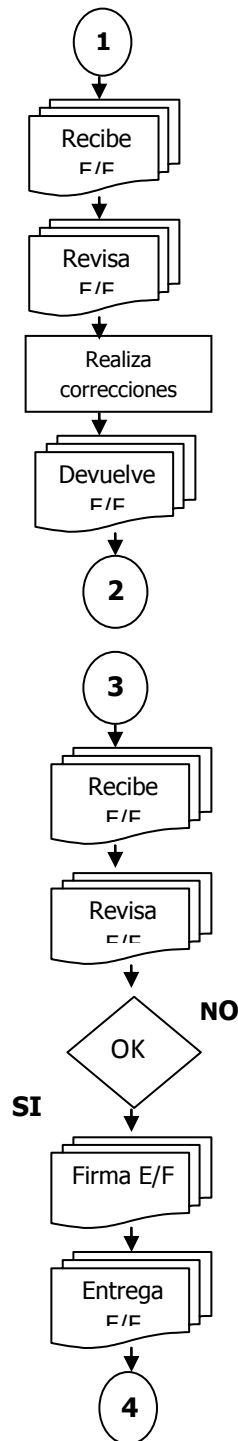
CONTADOR

28. Recibe estados financieros.
29. Entrega copia de los estados financieros al contador y gerencia.
30. Registra en el archivo el mes al que corresponde los estados financieros.
31. Archiva estados financieros.

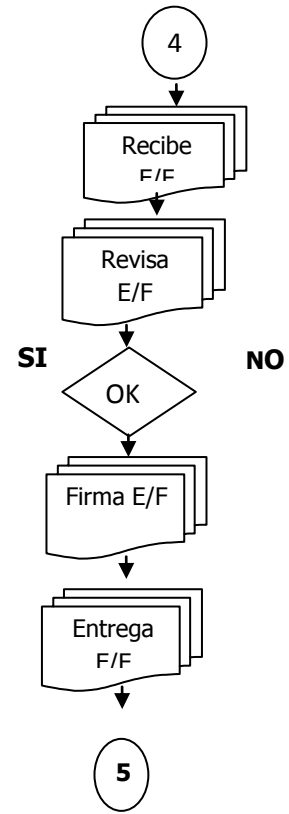
SECRETARIA



CONTADOR



GERENTE



5.7.2 Recursos, análisis financiero.

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

Cuadro 27 Recursos operacionales

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

Análisis financiero.

Cuadro 28 Activos Fijos

EMPRESA DE ASESORIA			
ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO. UNITARIO	COSTO. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
4	ESCRITORIOS	450,00	1.800,00
4	SILLAS DE ESCRITORIO	45,00	180,00
10	MESAS	70,00	700,00
20	SILLAS PARA LAS CAPACITACIONES	25,00	500,00
4	ARCHIVADORES	156,23	624,92
	TOTAL MUEBLES DE OFICINA		3.804,92
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
4	COMPUTADORA	550,00	2.200,00
2	PROYECTOR	800,00	1.600,00
1	IMPRESORA + ESCANER	354,00	354,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		4.154,00
	EQUIPO DE OFICINA		
2	TELEFONO CON LÍNEA	150,00	300,00
2	AIRE ACONDICIONADO	800,00	1.600,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA		1.900,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		\$ 9.858,92

Cuadro 29 Depreciación de activos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	3.804,92	10%	31,71	380,49
EQUIPO DE COMPUTACION	4.154,00	33%	114,24	1.370,82
EQUIPO DE OFICINA	1.900,00	10%	15,83	190,00
TOTAL	9.858,92		161,78	1.941,31

Cuadro 30 Nomina de sueldos

NÓMINA AÑO 1								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RES EV.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	600,00	50,00	26,50	25,00	74,10		627,40	7.528,80
ASESOR 1	450,00	37,50	26,50	18,75	55,58		477,18	5.726,10
ASESOR 2	450,00	37,50	26,50	18,75	55,58		477,18	5.726,10
SECRETARIA	350,00	29,17	26,50	14,58	43,23		377,03	4.524,30
CONSERJE	318,00	26,50	26,50	13,25	39,27		344,98	4.139,72
TOTAL	2.168,00						2.303,75	27.645,02

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RES EV.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	550,00	45,83	26,50	22,92	67,93	45,82	623,14	7.477,68
ASESOR 1	472,50	39,38	26,50	19,69	58,35	39,36	539,07	6.468,82
ASESOR 2	472,50	39,38	26,50	19,69	58,35	39,36	539,07	6.468,82
SECRETARIA	467,50	38,96	26,50	19,48	57,74	38,94	533,64	6.403,73
CONSERJE	335,90	27,99	26,50	14,00	41,48	27,98	390,88	4.690,61
TOTAL	2.298,40						2.625,80	31.509,65

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RES EV.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	573,50	47,79	26,50	23,90	70,83	47,77	648,63	7.783,59
ASESOR 1	496,13	41,34	26,50	20,67	61,27	41,33	564,70	6.776,36
ASESOR 2	496,13	41,34	26,50	20,67	61,27	41,33	564,70	6.776,36
SECRETARIA	495,88	41,32	26,50	20,66	61,24	41,31	564,43	6.773,10
CONSERJE	352,80	29,40	26,50	14,70	43,57	29,39	409,21	4.910,54
TOTAL	2.414,42						2.751,66	33.019,95

NÓMINA AÑO 4								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RES EV.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	601,98	50,16	26,50	25,08	74,34	50,14	679,52	8.154,27
ASESOR 1	520,93	43,41	26,50	21,71	64,34	43,39	591,61	7.099,27
ASESOR 2	520,93	43,41	26,50	21,71	64,34	43,39	591,61	7.099,27
SECRETARIA	520,92	43,41	26,50	21,70	64,33	43,39	591,59	7.099,11
CONSERJE	370,44	30,87	26,50	15,43	45,75	30,86	428,35	5.140,24
TOTAL	2.535,20						2.882,68	34.592,17

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RES EV.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	632,06	52,67	26,50	26,34	78,06	52,65	712,16	8.545,95
ASESOR 1	546,98	45,58	26,50	22,79	67,55	45,56	619,86	7.438,34
ASESOR 2	546,98	45,58	26,50	22,79	67,55	45,56	619,86	7.438,34
SECRETARIA	546,98	45,58	26,50	22,79	67,55	45,56	619,86	7.438,33
CONSERJE	388,96	32,41	26,50	16,21	48,04	32,40	448,45	5.381,35
TOTAL	2.661,96						3.020,19	36.242,31

Cuadro 31 Detalle de gastos administrativos y generales

EMPRESA DE ASESORIA							
DETALLE DE GASTOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	627,40	7.528,80	7.477,68	7.783,59	8.154,27	8.545,95
1	ASESOR 1	477,18	5.726,10	6.468,82	6.776,36	7.099,27	7.438,34
1	ASESOR 2	477,18	5.726,10	6.468,82	6.776,36	7.099,27	7.438,34
1	SECRETARIA	377,03	4.524,30	6.403,73	6.773,10	7.099,11	7.438,33
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.958,78	23.505,30	26.819,04	28.109,41	29.451,93	30.860,96

GASTOS DE GENERALES		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	8,00	96,00	99,84	103,83	107,99	112,31
	ENERGIA ELECTRICA	80,00	630,00	655,20	681,41	708,66	737,01
	TELEFONO	50,00	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
	SERVICIOS DE INTERNET	40,00	480,00	499,20	519,17	539,93	561,53
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	220,00	220,00	228,80	237,95	247,47	257,37
	SUMINISTROS	180,00	390,00	405,60	421,82	438,70	456,24
	DEP. MUEBLES Y ENSERES	31,71	380,49	380,49	380,49	380,49	380,49
	DEP. DE EQUIPO DE COMPUTACION	114,24	1.370,82	1.370,82	1.370,82		
	DEP. DE EQUIPO DE OFICINA	15,83	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
TOTAL GASTOS GENERALES		739,78	4.357,31	4.453,95	4.554,46	3.288,16	3.396,87

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	2.698,55	27.862,61	31.272,99	32.663,87	32.740,09	34.257,83
-----------------------------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Cuadro 32 Costo de venta

COSTO DE VENTAS								
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	RADIO	30,00	30,00	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
1	GUINDOLAS	50,00	50,00	100,00	104,00	108,16	112,49	116,99
1	DIARIO	60,00	60,00	660,00	686,40	713,86	742,41	772,11
1	VOLANTES	15,00	15,00	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
100	DIPTICOS	0,50	50,00	190,00	197,60	205,50	213,72	222,27
100	TARJETAS DE PRESENTACION	0,25	25,00	65,00	67,60	70,30	73,12	76,04
1	OTROS	800,00	800,00	1.300,00	1.352,00	1.406,08	1.462,32	1.520,82
TOTAL			1030,00	2735,00	2844,40	2958,18	3076,50	3199,56

Cuadro 33 Ingresos

EMPRESA DE ASESORIA								
PRESUPUESTO DE INGRESOS								
INGRESOS POR VENTA	VALOR	CANT	ENER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ASESORAMEINTO INTEGRAL DE CÓMO INICIAR SU MICROEMPRESA	1000,00	2	2000,00	24000,00	25200,00	26460,00	27783,00	29172,15
OBTENCION DE LOS REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA	100,00	2	200,00	2400,00	2520,00	2646,00	2778,30	2917,22
CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	30,00	2	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
OBTENCION, ACTUALIZACION Y CIERRE DE RUC	50,00	2	100,00	1200,00	1260,00	1323,00	1389,15	1458,61
LIQUIDACION DE IMPUESTOS MENSUALES	30,00	2	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
ELABORACION DE LOS FORMULARIOS PARA LA DECLARACION ANTE EL SRI	50,00	2	100,00	1200,00	1260,00	1323,00	1389,15	1458,61
OBTENCION DE AUTORIZACION PARA EMISION DE FACTURAS	50,00	2	100,00	1200,00	1260,00	1323,00	1389,15	1458,61
ASESORIA EN LA ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	50,00	2	100,00	1200,00	1260,00	1323,00	1389,15	1458,61
ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	150,00	1	150,00	1800,00	1890,00	1984,50	2083,73	2187,91
ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	100,00	1	100,00	1200,00	1260,00	1323,00	1389,15	1458,61
DETERMINACION DE LA MEJOR ALTERNATIVA DE INVERSION	250,00	1	250,00	3000,00	3150,00	3307,50	3472,88	3646,52
ASESORIA PARA LA OBTENCION DE UN MICRICREDITO	20,00	1	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
TOTAL DE INGRESOS			3.240,00	38.880,00	40.824,00	42.865,20	45.008,46	47.258,88

Cuadro 34 Inversión total del proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	3.804,92
EQUIPO DE COMPUTACION	4.154,00
EQUIPO DE OFICINA	1.900,00
COSTO DIRECTO	1.030,00
TOTAL DE LA INVERSION	10.888,92

Cuadro 35 Financiamiento

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		11.704,92
Financiado	50%	5.852,46
Aporte Propio	50%	5.852,46
		11.704,92

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	16%	0,16
		0,16

Cuadro 36 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Capital (k)	5444,46			
Interes Anual (i - a)	16	%		0,03
Interes Mensual (i)	0,01			1,21
Plazo de Prestamo en Años	5			
Numeros de Pagos al Año	12			
Numeros Total de Pagos	60			
Tasa Fija	132,40			SALDO CAPITAL
# Pagos	ABONO k	ABONO i	DIVIDENDOS	
0				5.444,46
1	59,81	72,59	132,40	5.384,65
2	60,60	71,80	132,40	5.324,05
3	61,41	70,99	132,40	5.262,64
4	62,23	70,17	132,40	5.200,41
5	63,06	69,34	132,40	5.137,35
6	63,90	68,50	132,40	5.073,45
7	64,75	67,65	132,40	5.008,70
8	65,62	66,78	132,40	4.943,08
9	66,49	65,91	132,40	4.876,59
10	67,38	65,02	132,40	4.809,21
11	68,28	64,12	132,40	4.740,94
12	69,19	63,21	132,40	4.671,75

13	70,11	62,29	132,40	4.601,64
14	71,04	61,36	132,40	4.530,60
15	71,99	60,41	132,40	4.458,61
16	72,95	59,45	132,40	4.385,66
17	73,92	58,48	132,40	4.311,73
18	74,91	57,49	132,40	4.236,82
19	75,91	56,49	132,40	4.160,92
20	76,92	55,48	132,40	4.084,00
21	77,95	54,45	132,40	4.006,05
22	78,98	53,41	132,40	3.927,07
23	80,04	52,36	132,40	3.847,03
24	81,10	51,29	132,40	3.765,92
25	82,19	50,21	132,40	3.683,74
26	83,28	49,12	132,40	3.600,45
27	84,39	48,01	132,40	3.516,06
28	85,52	46,88	132,40	3.430,54
29	86,66	45,74	132,40	3.343,89
30	87,81	44,59	132,40	3.256,07
31	88,98	43,41	132,40	3.167,09
32	90,17	42,23	132,40	3.076,92
33	91,37	41,03	132,40	2.985,54
34	92,59	39,81	132,40	2.892,95
35	93,83	38,57	132,40	2.799,13
36	95,08	37,32	132,40	2.704,05
37	96,34	36,05	132,40	2.607,71
38	97,63	34,77	132,40	2.510,08
39	98,93	33,47	132,40	2.411,14
40	100,25	32,15	132,40	2.310,89
41	101,59	30,81	132,40	2.209,31
42	102,94	29,46	132,40	2.106,37
43	104,31	28,08	132,40	2.002,05
44	105,70	26,69	132,40	1.896,35
45	107,11	25,28	132,40	1.789,23
46	108,54	23,86	132,40	1.680,69
47	109,99	22,41	132,40	1.570,70
48	111,46	20,94	132,40	1.459,25
49	112,94	19,46	132,40	1.346,30
50	114,45	17,95	132,40	1.231,86
51	115,97	16,42	132,40	1.115,88
52	117,52	14,88	132,40	998,36
53	119,09	13,31	132,40	879,28
54	120,68	11,72	132,40	758,60
55	122,28	10,11	132,40	636,32
56	123,91	8,48	132,40	512,40
57	125,57	6,83	132,40	386,83
58	127,24	5,16	132,40	259,59
59	128,94	3,46	132,40	130,66
60	130,66	1,74	132,40	0,00

Cuadro 37 Estado de pérdida y ganancias

EMPRESA DE ASESORIA							
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
VENTAS	38.880,00	40.824,00	42.865,20	45.008,46	47.258,88	214.836,54	
(-) COSTO DE VENTAS	2.735,00	2.844,40	2.958,18	3.076,50	3.199,56	14.813,64	
UTILIDAD BRUTA	36.145,00	37.979,60	39.907,02	41.931,96	44.059,32	200.022,90	
COSTOS INDIRECTOS	27.862,61	31.272,99	32.663,87	32.740,09	34.257,83	158.797,40	
UTILIDAD OPERACIONAL	8.282,39	6.706,61	7.243,16	9.191,86	9.801,49	41.225,50	
(-) GASTOS FINANCIEROS	816,07	682,96	526,91	343,98	129,54	2.499,46	
UTILIDAD ANTES PART. IMP	7.466,31	6.023,65	6.716,25	8.847,88	9.671,95	38.726,04	
PARTICIPACION EMPLEADOS	1.119,95	903,55	1.007,44	1.327,18	1.450,79	5.808,91	
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	6.346,37	5.120,10	5.708,81	7.520,70	8.221,16	32.917,14	
IMPUESTO RENTA	1.586,59	1.280,03	1.427,20	1.880,17	2.055,29	14.038,19	
UTILIDAD NETA	4.759,78	3.840,08	4.281,61	5.640,52	6.165,87	24.687,85	

Cuadro 38 Flujo de caja

EMPRESA DE ASESORIA							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	38.880,00	40.824,00	42.865,20	45.008,46	47.258,88	214.836,54
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		38.880,00	40.824,00	42.865,20	45.008,46	47.258,88	214.836,54
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	10.888,92	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	23.505,30	26.819,04	28.109,41	29.451,93	30.860,96	138.746,64
GASTOS GENERALES	-	2.416,00	2.512,64	2.613,15	2.717,67	2.826,38	13.085,84
COSTO DIRECTO		1.705,00	2.844,40	2.958,18	3.076,50	3.199,56	-
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	1.119,95	903,55	1.007,44	1.327,18	1.450,79
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	1.586,59	1.280,03	1.427,20	1.880,17	2.055,29
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	10.888,92	27.626,30	34.882,62	35.864,30	37.680,74	40.094,26	155.338,56
FLUJO OPERATIVO	-10.888,92	11.253,70	5.941,38	7.000,90	7.327,72	7.164,62	38.688,32
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	5.444,46	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	5.444,46	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	772,71	905,83	1.061,87	1.244,80	1.459,25	5.444,46
PAGO DE INTERESES	-	816,07	682,96	526,91	343,98	129,54	2.499,46
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	1.588,78	1.588,78	1.588,78	1.588,78	1.588,78	7.943,92
FLUJO NETO NO OPERATIVO	5.444,46	-1.588,78	-1.588,78	-1.588,78	-1.588,78	-1.588,78	-7.943,92
FLUJO NETO	-5.444,46	9.664,92	4.352,60	5.412,11	5.738,93	5.575,84	30.744,40
FLUJO ACUMULADO	-	9.664,92	14.017,51	19.429,62	25.168,56	30.744,40	

Cuadro 39 Balance general

EMPRESA DE ASESORIA					
BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	9.664,92	14.017,51	19.429,62	25.168,56	30.744,40
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	9.664,92	14.017,51	19.429,62	25.168,56	30.744,40
ACTIVOS FIJOS					
DEPRECIAC. ACUMULADA	1.941,31	3.882,62	5.823,94	6.394,43	6.964,92
TOTAL DE ACTIVO FIJO	7.917,61	5.976,30	4.034,98	3.464,49	2.894,00
TOTAL DE ACTIVOS	17.582,52	19.993,81	23.464,61	28.633,05	33.638,40
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	4.671,75	3.765,92	2.704,05	1.459,25	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	1.119,95	903,55	1.007,44	1.327,18	1.450,79
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	1.586,59	1.280,03	1.427,20	1.880,17	2.055,29
TOTAL PASIVO	7.378,29	5.949,50	5.138,69	4.666,60	3.506,08
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	5.444,46	5.444,46	5.444,46	5.444,46	5.444,46
UTILIDAD DEL EJERCICIO	4.759,78	3.840,08	4.281,61	5.640,52	6.165,87
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	4.759,78	8.599,85	12.881,46	18.521,98
TOTAL PATRIMONIO	10.204,24	14.044,31	18.325,92	23.966,44	30.132,31
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	17.582,52	19.993,81	23.464,61	28.633,05	33.638,40

Cuadro 40 Índices de rentabilidad

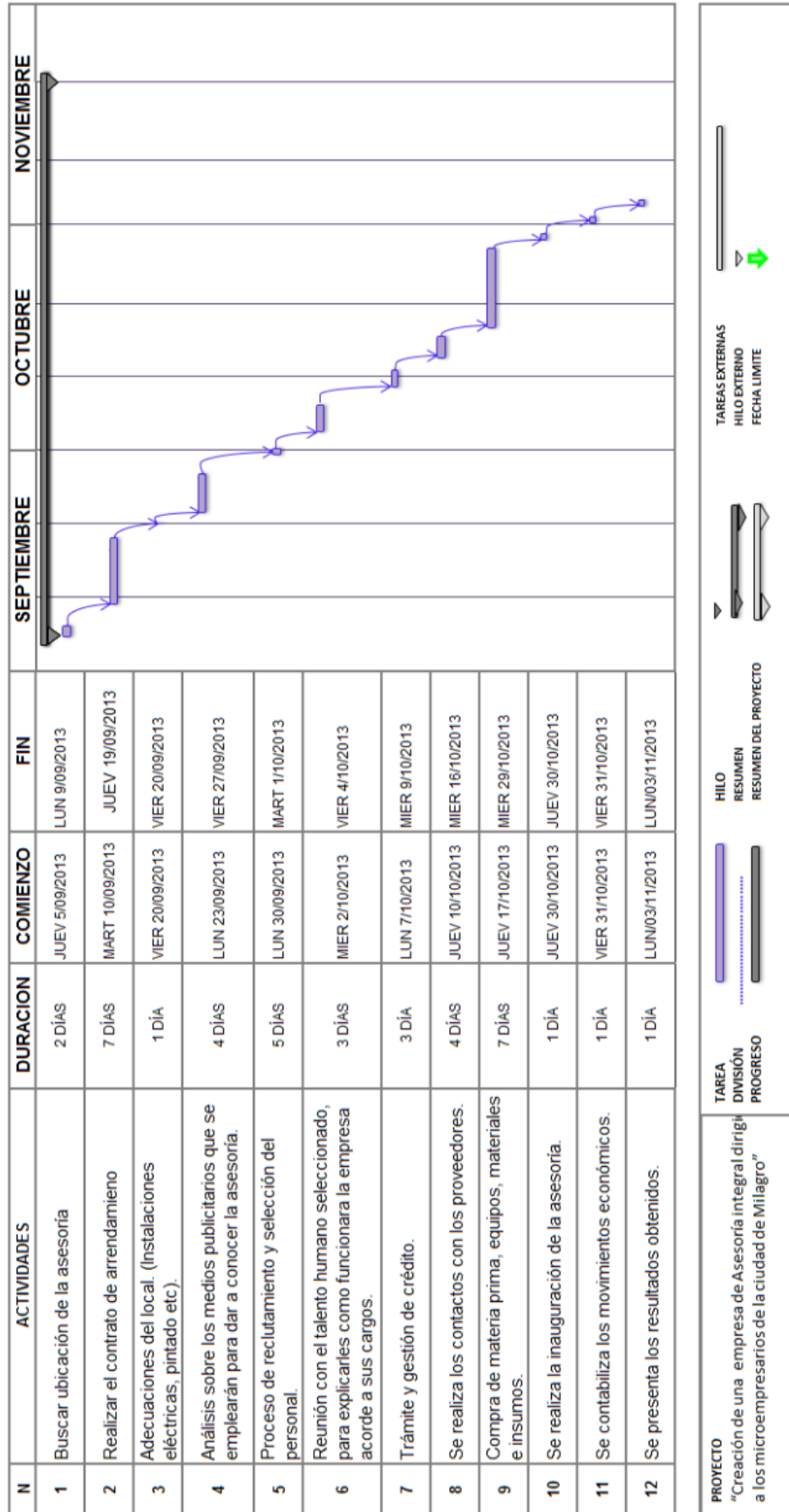
INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-10.888,92	11.253,70	5.941,38	7.000,90	7.327,72	7.164,62
TASA DE DESCUENTO						
TASA DE DESCUENTO	20,00%					
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO MAYOR AL 12%						
SUMATORIA DE FLUJOS	38.688,32					
AÑOS	5					
INVERSION INICIAL	10.888,92					
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	71,06%					
SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		23.968,60				
VAN	POSITIVO	13.079,68				
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,83				
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	83,25				
TASA INTERNA DE RETORNO		75%				

Índice de rentabilidad es de 1.83, es decir que por cada dólar que se invierte se está obteniendo 0,83 centavos de dólares en unidades de dólar. Representado en dólares 83.25%

5.7.3 Impacto

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

5.7.4 Cronograma



5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

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

CONCLUSIONES

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

1.- Los servicios que se prestan a las personas son de diversos y localizados acorde a las necesidades.

2.- El poco conocimiento de los microempresarios en el desarrollo de sus actividades.

3.- Los microempresarios en su gran mayoría administran sus negocios, a pesar de que cuentan con poco conocimiento en administración, razón por la cual mantienen una débil participación en el mercado.

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

RECOMENDACIONES

1.-Realizar un análisis persistente del comportamiento del cliente para establecer estrategias comerciales que satisfagan las exigencias de dichos clientes, a tal punto de generar su lealtad.

2.- Es importante que más de brindar una asesoría administrativa se oriente al microempresario a utilizar elementos publicitarios, puesto que son herramientas que ayudan a posicionar en un corto tiempo a todo negocio.

3.- Se recomienda que se realice continuas capacitaciones, ilustrando de esa manera al administrador, para que de esta manera se optimice las actividades internas y externas de la micronegocios.

5.- Implementar un sistema informático que se ajuste a las necesidades de la microempresa, logrando de esta manera un óptimo control operativo y a su vez altos niveles de rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

LEÓN Félix. *ENCICLOPEDIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*, Editorial Copyright

LEXUS Editores. *ENCICLOPÉDICO COLOR*, Editorial Lexus.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

VOLPENTESTA, Jorge Roberto: *ORGANIZACIONES Y ESTRUCTURAS*. Osmar D. **WALPOLE**, Ronald, **RAYMOND** Myers. “*PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA*”, Cuarta Edición McGraw-Hill. *yatti*, Buenos Aires, 1990.

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

PHILIP Kotler Gary Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Pág. 354

OIT. Organización Internacional del Trabajo (2010) reporte de las PYME´s en el mundo

LINCOGRAFÍA

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

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

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

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

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

http://infoplanificacion.blogspot.com/2006/09/definicion-de-conceptos_13.html

http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/procesoadministrativoconcepto/

<http://cbt1vinculacionsolis.blogspot.com/2011/05/plan-de-negocios.html>

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

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

ANEXOS

ANEXO 1 MATRIZ DEL PROBLEMA

MATRIZ BASE						
Problema y Sub-problema	Formulacion / sistematizacion	Objetivo General y especificos	Hipotesis General y Particulares	Variable Independiente	Variable Dependiente	Efectos
No llevan un adecuado control contable y tributario, por ello incumplen con ciertas normas y obligaciones.	¿Cómo incide en el desarrollo del sector microempresarial el incumplimiento de las leyes contables y tributarias?	Determinar los factores que impiden el desarrollo de los microempresarios en el cantón Milagro, a través de técnicas investigativas que aporten en la fácil obtención de información del tema tratado.	El incumplimiento de leyes contables tributarias evidencian un bajo nivel de desarrollo de los microempresarios del Cantón Milagro.	Desarrollo microempresarial	Leyes contables y tributarias	. Sanciones. . Bajo rendimientos financieros. . Evasión de impuesto
la escasa formación empresarial que apoye el desarrollo de estas microempresas.	¿El escaso nivel académico de los microempresarios influye en el proceso de permanencia y desarrollo?	Analizar de qué manera afecta el escaso nivel académico de los microempresarios influye en el proceso de permanencia y desarrollo en este sector comercial.	El nivel académico de los emprendedores influye en el desarrollo de las Microempresas.	Nivel académico	Desarrollo.	. Deficiencias administrativas, financieras y tributarias.
escasa política de financiación que apoye el desarrollo de estas microempresas.	¿Cómo influyen las políticas rígidas por parte de las entidades financieras en el desarrollo microempresarial del cantón Milagro?	Determinar cómo influyen las políticas rígidas por parte de las entidades financieras en el desarrollo microempresarial del cantón Milagro.	Las políticas rígidas por parte de las entidades financieras incide en la productividad microempresarial del cantón Milagro.	Políticas	Productividad	. Escaso capital. . Poca variedad de los productos o servicios que brindan las microempresas.
El desconocimiento de normas, leyes contables y tributarias	¿De qué manera incide el desconocimiento de normas, leyes contables y tributarias en las actividades comerciales?	Estudiar de que manera el desconocimiento de normas, leyes contables y tributarias afecta en las actividades comerciales.	El desconocimiento de normas, leyes contables y tributarias influye en las actividades comerciales.	Desconocimiento	Actividades comerciales	. No pago al fisco. . Declaraciones de forma esporádica. . No facturan



ANEXO 2 ENCUESTA

Encuesta dirigida a los microempresarios afiliados a la Cámara de Comercio.

1.- ¿Qué tipo de documento tributario tiene?

RUC

RISE

2.- ¿Con qué frecuencia realiza las declaraciones tributarias?.

Mensual

Semestral

No declara

3.- ¿Alguna vez han clausurado su negocio algunas de las siguientes entidades?

SRI

Municipio

Ministerio de salud

Otros

4.- ¿Conoce usted de leyes, normas y reglamentos tributarios, financieros y contables?

SI

NO

5.- ¿Considera usted que es importante pagar al SRI puntualmente?(no)

SI

NO

6.- ¿A la hora de realizar sus trámites para su actividad comercial como los elabora?

Usted los elabora

Asesores contables/tributarios externos a mi organización

Otra forma de elaboración

Especificar cual?.....

7.- Cuando inicio el negocio, se dio por:

Capital propio

Capital propio + capital

Solo financiamiento

Financiamiento + prestamista

Propio + prestamista

8.- Indique el tiempo que tiene el negocio en el mercado

Menos de un año

De 1 año a 3 años

De tres años a 5 años

De 5 años en adelante

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

Si

No

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

Dueño

Familiar

Empleado

11. La persona que administra su negocio tiene preparación académica, indique el nivel de instrucción máximo alcanzado?

Básica

Media

Superior

Posgrado

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

Siempre, existe u un plan de capacitación anual

Poca, se realizan capacitaciones eventuales

Nunca, no se cuenta con plan de capacitación ni presupuesto para esto

13.- Su organización cuenta con tecnología de punta para su desarrollo empresarial

Si, existen plataformas tecnológicas y software ya implementados

Parcial, existe algún proyecto tecnológico en ejecucióno tecnología ya implementada

No, el trabajo se realiza manualmente

14.- ¿Cómo lleva el control de su negocio?

A través del sistema

De forma manual

No existen controles

15.- ¿Cómo considera los Créditos Financieros para el desarrollo de las Microempresas?

Importante

Muy importante

No es importante



ANEXO 3 ENTREVISTA

Entrevista dirigida al personal de la directiva de la Cámara de Comercio del Cantón Milagro.

1.- Entre los requisitos para estar afiliado a la Cámara de Comercio de Milagro está el poseer RUC o RISE?

SI NO

2.- Se planifica por parte de la Cámara de Comercio charlas de capacitación para los afiliados en lo que respecta a temas contables/tributarios, indicar la frecuencia anual

SI NO

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

3.- Se realizan campañas de difusión a fin de notificar o informar acerca de las leyes y obligaciones tributarias?

SI NO

- Vía email
- Radial
- Página web
- Televisión
- Medios impresos
- Dípticos/Trípticos

4.- Considera que sus afiliados poseen personal capacitado en términos contables/tributarios para la realización de las obligaciones tributarias?

SI NO

Si su respuesta es No, favor indicar cuáles serían los principales problemas por el cual no se cuenta con personal capacitado.

5.- Se realizan controles por parte de la Cámara de Comercio en relación al cumplimiento de las leyes tributarias por parte de sus afiliados?

SI NO

Si su respuesta es sí, especificar qué tipo de controles se realizan?:

- Visitas frecuentes
- Requerimientos de inform
- Otro

6.- Según su criterio, indique en porcentajes estimados, cuántos afiliados a la Cámara de Comercio se encuentran de acuerdo al nivel de desarrollo empresarial que se menciona a continuación?

- Alto
- Intermedio
- Bajo

7.- Existe alguna metodología que permita medir el nivel de desarrollo empresarial entre los afiliados?

SI NO

8.- Se realizan convenciones/congresos relacionados con nuevas formas de administración que contribuyan en el crecimiento empresarial de los afiliados?

- SI NO
- Mensual

- Trimestral
- Semestral
- Anual

9.- Se brinda el servicio de asesoría empresarial a los afiliados?

SI NO

- Legal
- Tributaria
- Contable
- Aduanera



ANEXO 4 FOTOS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS





ANEXO 5 PERMISOS MUNICIPALES

DOCUMENTOS PARA PERMISO Y PATENTE MUNICIPAL



 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro

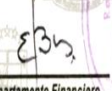

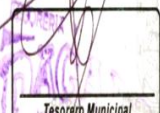
Departamento Financiero Sección Rentas



Partida No.: 6.2.3.01.13 Valor \$ 1.00

Recibi del Sr.: DEYSI MARINA NÚÑEZ VERA
 La cantidad de: UN DÓLAR

Por concepto de: REGISTRO SANITARIO Y TOXICOLÓGICO AÑO 2004, PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION

N° 0471987 Milagro 6 de septiembre del 2004

 Departamento Financiero	 Jefe de Rentas	 Tesorero Municipal
---	--	--



 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro

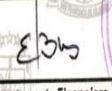


Departamento Financiero Sección Rentas

Partida No.: 6.2.1.02.07 Valor \$ 1.80

Recibi del Sr.: DEYSI MARINA NÚÑEZ VERA
 La cantidad de: UN DÓLAR OCHENTA CENTAVOS

Por concepto de: CAPITAL EN GIRO No. 327 PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION DE PUENTES, ETC.

N° 0471986 Milagro 6 de septiembre del 2004

 Departamento Financiero	 Jefe de Rentas	 Tesorero Municipal
--	--	--


MUNICIPIO DE MILAGRO

PATENTE

De Comerciantes, Industriales y otras Actividades que se ejerzan en el Cantón

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Regimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha, la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial.

Destinado a _____

Propiedad de _____ Cédula No.: _____

Situado en la calle _____

Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la usura.

Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 2004

Registro No.: _____

VALOR US\$ 2.00

MUNICIPALIDAD MILAGRO
 DIRECCION FINANCIERA

 FIRMA AUTORIZADA
 Director Financiero

N° 0005612

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00

Nº 0005625



Declaración Individual del Impuesto del 1,5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. O. No. 662 de Enero 16/84.

Año 2004

SELLO DEL R.U.C.

Registro Económico al que Corresponde la Declaración

Desde: _____
Hasta el 31 de Diciembre del 200 _____

Espacio Reservado para el Municipio de Milagro

Número de la Declaración _____

01 **IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE**

01 Apellido Paterno		02 Apellido Materno		03 Nombres			04 Cédula Identidad		
05 Lugar de Nacimiento		06 Fecha de Nacimiento		07 Nacionalidad		08 Sexo M () F ()		09 estado Civil	
10 Domicilio Ciudad		11 Calle		12 No.	13 Provincia		14 Cantón		
15 Teléfono		16 Casilla	17 Actividades Económicas			16 Título Profesional			

01 **IMPUESTOS A LOS CAPITALES**

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03 04	
Ajeno	05	06	07 - 5 ABR 2004	08
Otros	09	10	11	12
Total	13	14	15	16

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas En este formulario son verdicas, correctas y completas.

Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación
	MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA FIRMA AUTORIZADA	Milagro, _____

PERMISO DE DIRECCIÓN DE HIGIENE MUNICIPAL

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO



Nº 0005612

MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 200__

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el

establecimiento destinado a _____

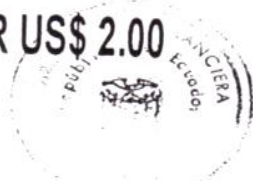
Clasificado como de _____ Categoría

De Propiedad _____ situado en

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo percibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200__

VALOR US\$ 2.00



MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA

EJ
FIRMA AUTORIZADA
Director Financiero Municipal

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MSP



MINISTERIO DE SALUD PUBLICA
DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS
DPTO. EMISION DE PERMISOS



Guayaquil, a 30 de Marzo

de 2004

PERMISO : 6591

La Dirección Provincial de Salud del Guayas de conformidad con el decreto ejecutivo No 811 Oficial N. 173 del 20 de Abril/99 y reformado decreto #814 R0#178 del 5 Oct/2000, concede

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
POR EL AÑO 2004

Nombre o Razón Social :

Tipo :

Propietario :

Dirección :

Parroquia :

Localidad :

No. Cedula:

Tasa :

Area # ...:

Dolares



Código...:

Categoría:

Cantón :

R.U.C. :

Cód.Int. :

Comprob. # 6591

Dr. Jaime Romero Causang
Director Provincial de Salud del Guayas

DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS

Nota...: Este Permiso debera ser colocado en un lugar visible para procesos de control

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

Fundada el 10 de Septiembre de 1952
 García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970161
 R. U. C. 0992161809001
 MILAGRO - ECUADOR

Recibo Oficial de Caja

Nº 0235

Fecha: _____

Recibí de: _____

CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	CTA. CTE.	VALOR
TOTAL \$.			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de los cuotos.



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO


JOHNSON E. MORA ALMEIDA

(F) Recaudador

(F) Afiliado

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



SRI
Servicio de Rentas Internas

NUMERO RUC: 0818305780001

APELLIDOS Y NOMBRES: SILVA JARA JOHANNA GISELLA

NOMBRE COMERCIAL:

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

FEC. NACIMIENTO: 23/09/1978

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 18/11/2005

FEC. INSCRIPCION: 18/11/2005

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE ALQUILER DE AUTOMOVILES SIN CONDUCTOR

DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:

Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: AV. LOS CHIRIJCOS Número: S/N
 Intersección: GUAYAS Referencia: JUNTO A LA PANADERIA EL BUEN SABOR Teléfono: 086301336

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA


* Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben declarar impuesto a la renta siempre que sus ingresos brutos anuales superen la base mínima exonerada.
 * Las personas naturales que posean ingresos anuales superiores a \$40.000 o un capital propio superior a \$24.000 están obligadas a llevar contabilidad y por lo tanto se convierten en agentes de retención.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001	ABIERTOS:	1
	CERRADOS:	0

JURISDICCION: \ REGIONAL LITORAL SUR\ GUAYAS

[Firma]
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Usuario: MRCARDENAS




SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

[Firma]

Fecha y hora: 18/11/2005
08:11:25

Cárdenas Criollo Mannel R.
DELEGADO FISCAL P.U.C.
Servicio de Rentas Internas
LITORAL SUR

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

 <p>CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO RUC. 0968513910001</p> <p>DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS</p> <p>CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO</p> <p>TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS</p>	
No. :	TASA : \$
FECHA :	TITULO : \$
AÑO :	RECARGO : \$
RUC :	TOTAL : \$
NOMBRES :	
DIRECCION :	CATEGORIA: PRIMERA
ACTIVIDAD :	

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en el lugar visible y presentado cuando fuera requerido.

Abnegación y Disciplina

JEFE DE PREVENCIÓN

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

19 MAR 2004

14/03/2004 02:10:37 PM

BOBBERA

ANEXO 6

Firefox | Google | plagium :: Herramienta de búsqueda y s... | plagium :: Herramienta de búsqueda y s... | +

www.plagium.com

Más visitados | Enviar | Comenzar a usar Fref... | Marcadores

Revisar texto :: Revisar URL :: Mis Búsquedas :: Mis Alertas | Sigamos en | | | Blog :: Ayuda :: Mi Cuenta :: Iniciar sesión :: Login with Facebook :: Español

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 23,540 caracteres:

de bodega.

Como complemento de la propuesta se ha desarrollado un plan de emergencia y un ambiental que ayude a sobrellevar algún acontecimiento dentro del área objeto de estudio, así mismo que el personal pueda contar con una guía para evitar de

Búsqueda Rápida | Búsqueda Profunda

Busca a través de: La Web Noticias social networks *beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos.
Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

Like 3.3k Tweet 699 +1 261 Share 1.5k

Sigamos en [Twitter](#) y [Facebook](#):

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more powerful server. 248 days ago

Home :: Acerca de :: Precios :: Ayuda :: FAQ :: Blog :: Twitter :: Facebook :: API :: Términos de Uso :: Contáctenos

Inicio | plagium :: Herramien... | HERRAMIENTAS_PAR... | Vínculos | ES | 14:27