



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERAS COMERCIALES**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN CREDITICIA DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO LA COLÓN DEL CANTÓN MILAGRO CON EL SISTEMA FINANCIERO
NACIONAL EN EL AÑO 2015.**

Autoras:

**Cruz Fernández Sandra Verónica
Silva Ramos Carla Julissa**

Tutor:

Ec. Gaibor Vera Franklin

**MILAGRO, MAYO DEL 2016
ECUADOR**

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las estudiantes Cruz Fernández Sandra Verónica y Silva Ramos Carla Julissa, para optar al título de Ingenieras Comerciales y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 19 días del mes de Mayo del 2016

Firma del tutor(a)

Ec. Gaibor Franklin

Cédula N° 120323454-5

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Milagro, a los 19 días del mes de mayo del 2016

Firma del estudiante

Cruz Fernández Sandra Verónica

CI: 120292766-9

Firma del estudiante

Silva Ramos Carla Julissa

CI: 094115471-8

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

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

F)

**EC. GAIBOR VERA
FRANKLIN
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

F)

**AB. ZIADET BERMUDEZ
ELICZA
PROFESOR DELEGADO**

F)

**CPA. PINCAY SANCAN
DAVID
PROFESOR SECRETARIO**

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mi esposo César Villegas y mi familia, pues ellos fueron la base principal para la construcción de mi vida profesional, sembraron en mi responsabilidad y deseos de superación.

A mis compañeros y amigos presentes quienes sin esperar nada a cambio, compartieron sus conocimientos alegrías y tristeza logrando que este sueño se haga realidad.

SILVA RAMOS CARLA JULISSA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, ser maravillosos que me dio fuerzas y fe para crear lo que me parecía imposible terminar.

A mis padres Juan Silva Vera e Irma Ramos Jinez por haberme proporcionado la mejor educación y lecciones de vida, muchos de mis logros se los debo a ustedes por haberme enseñado que con esfuerzo y trabajo y constancia todo se consigue.

SILVA RAMOS CARLA JULISSA

DEDICATORIA

Yolanda Fernández Alvarado:

Eres y serás la luz que ilumina mi camino en momentos de oscuridad y me das la fuerza que me hace continuar en la construcción de mis sueños como es terminar mi carrera universitaria; fuiste esfuerzo, dedicación, amor y ternura infinita, me enseñaste el verdadero significado de la vida.

Madre mía tu apoyo siempre fue incondicional conmigo me brindaste la seguridad e inspiración para luchar juntas por un porvenir mejor y compartimos el sentimiento más sincero, a pesar de que ya no estás físicamente conmigo nuestros corazones y almas siempre estarán unidos toda la vida siempre agradecida por todo, esto es dedicado para ti.

CRUZ FERNÁNDEZ SANDRA VERÓNICA

AGRADECIMIENTO

En este trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado. A mi Tutor de tesis, Msc. Franklin Gaibor por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que pueda culminar esta fase de mis estudios con éxito. También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación. A mis hijos, quienes son los que dan sentido a mi vida, una vez más ellos son los causantes de mi anhelo de salir adelante, progresar y culminar con éxito mi carrera, por eso mismo dedico esta tesis a mis hijos, les dedico a ellos cada esfuerzo que realicé a lo largo de estos años, por su comprensión de que no estuviera mucho tiempo con ellos; agradezco a Dios por darme tan hermosa compañía y motivación para cada día ser mejor: Daniela y John.

Para mis hermanas que siempre fueron un ejemplo a seguir, estuvieron conmigo con sus palabras de aliento en momentos de flaqueza.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones. Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

CRUZ FERNÁNDEZ SANDRA VERÓNICA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“Análisis de la situación crediticia de los comerciantes del mercado La Colón del cantón Milagro con el Sistema Financiero Nacional en el año 2015”** y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 18 de mayo del 2016

Firma del Estudiante (a)

Firma del estudiante

Cruz Fernández Sandra Verónica

CI: 1202927669

Firma del estudiante

Silva Ramos Carla Julissa

CI: 0941154718

PÁGINAS PRELIMINARES

Página de carátula o portada	i
Página de constancia de aceptación por el tutor	ii
Página de declaración de autoría de la investigación	iii
Página de certificación de la defensa (calificación)	iv
Página de dedicatoria	v
Página de agradecimiento	vi
Página de cesión de derechos del autor a la UNEMI	vii
Índice General.....	viii
Índice de cuadros	xi
Índice de figuras	xiii
Resumen.....	xvi

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema de investigación	4
1.1.4 Sistematización del problema de investigación	5
1.1.5 Determinación del tema	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	6

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL	Pág.
2.1 MARCO TEÓRICO	7
2.1.1 Antecedentes históricos	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	10

2.1.3 Fundamentación -----	13
2.2 MARCO LEGAL -----	18
2.3 MARCO CONCEPTUAL-----	29
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES-----	31
2.4.1 Hipótesis General -----	31
2.4.2 Hipótesis particulares -----	31
2.4.3 Declaración de variables -----	32
2.4.4 Operacionalización de las variables-----	33

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO	Pág.
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL -----	34
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA -----	35
3.2.1 Características de la Población-----	35
3.2.2 Delimitación de la población-----	35
3.2.3 Tipo de muestra-----	35
3.2.4 Tamaño de la muestra -----	36
3.2.5 Proceso de selección-----	36
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS -----	37
3.3.1 Métodos teóricos -----	37
3.3.2 Métodos empíricos -----	37
3.3.3 Técnicas e instrumentos-----	37
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	38

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

	Pág.
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL-----	39
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS --	40
4.3 RESULTADOS -----	48
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.-----	48

CAPÍTULO V

PROPUESTA

	Pág.
5.1 TEMA	50
5.2 JUSTIFICACIÓN	50
5.3 FUNDAMENTACIÓN	51
5.4 OBJETIVOS	52
5.4.1 Objetivo general	52
5.4.2 Objetivos específicos	53
5.5 UBICACIÓN	54
5.6 FACTIBILIDAD	54
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	54
5.7.1 Actividades	65
5.7.2 Recursos, análisis financiero	88
5.7.3 Impacto.....	88
5.7.4 Cronograma.....	89
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	89
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFIA	93
ANEXOS	96

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1	
Operacionalización de las variables independiente y dependiente-----	33
CUADRO 2	
Tiempo de trabajo de los comerciantes. -----	40
CUADRO 3	
Tipo de transacción-----	41
CUADRO 4	
Conocimiento de los comerciantes sobre las instituciones financieras -----	42
CUADRO 5	
Sistema de ingreso de los comerciantes -----	43
CUADRO 6	
Generación de ingresos al cantón Milagro, según su actividad.. -----	44
CUADRO 7	
Nivel de difusión de información emitida por el sistema financiero. -----	45
CUADRO 8	
Temor del comerciante en la forma de administrar su dinero-----	46
CUADRO 9	
Solicitud de servicios bancarios por parte de los comerciantes -----	47
CUADRO 10	
Verificación de la hipótesis general. -----	48
CUADRO 11	
Verificación de las hipótesis particulares-----	49
CUADRO 12	
Ejemplo de ingresos de un comerciante-----	61
CUADRO 13	
Día de pago de impuesto de acuerdo al noveno dígito del RUC-----	63
CUADRO 14	
Tarifas porcentuales de afiliación a establecimientos comerciales-----	69
CUADRO 15	
Motivos por lo que acude al SR Servicios de renovación y afiliación de tarjetas de créditos I-----	69

CUADRO 16

Servicios de renovación y afiliación de tarjetas de créditos ----- 70

CUADRO 17

Servicios de renovación y afiliación de tarjetas de créditos ----- 70

CUADRO 18

Recursos----- 88

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	
Tiempo de trabajo de los comerciantes. -----	40
FIGURA 2	
Tipo de transacción-----	41
FIGURA 3	
Conocimiento de los comerciantes sobre las instituciones financieras -----	42
FIGURA 4	
Sistema de ingreso de los comerciantes -----	43
FIGURA 5	
Generación de ingresos al cantón Milagro, según su actividad.. -----	44
FIGURA 6	
Nivel de difusión de información emitida por el sistema financiero. -----	45
FIGURA 7	
Temor del comerciante en la forma de administrar su dinero-----	46
FIGURA 8	
Solicitud de servicios bancarios por parte de los comerciantes -----	47
FIGURA 9	
Mapa de ubicación-----	53

RESUMEN

En el primer capítulo se detallan los antecedentes sobre formulación del problema, la cual está enfocada a la situación crediticia de los comerciantes del mercado La Colón del cantón Milagro con el sistema financiero nacional. En este capítulo se definió la ubicación, objetivos generales y específicos del problema, para la realización del presente trabajo. El comerciante necesita desempeñarse de la manera correcta de acuerdo a sus capacidades. El Segundo capítulo, contiene el marco teórico y sus antecedentes, este trabajo estará basado específicamente a las variables de la investigación. Se resaltarán aspectos relacionados a sus deberes obligaciones básicamente y como esto influye en el desempeño de sus actividades comerciales, cerrando esta parte con el planteamiento de las hipótesis, las cuales responden a la formulación y sistematización del problema. En el tercer capítulo corresponde al marco metodológico donde se plantea el tipo de investigación que se realizará en este caso será cualitativa y cuantitativa, de campo, bibliográfica y descriptiva, el universo estuvo enfocado en 102 comerciantes, a los cuales se les aplicó una encuesta, utilizando para ello un cuestionario con preguntas enfocadas a las hipótesis planteadas, con el fin de verificar en el proceso de encuesta. En el cuarto capítulo se realizó el análisis de la situación actual donde se explica, el accionar del comerciante en la actualidad, información que se tabuló y analizó los resultados de las encuestas, de la misma forma se comparó los objetivos con las hipótesis planteadas para su verificación. Determinando de esta manera la propuesta la cual consiste en la identificación de las características requeridas a los comerciantes para ser segmentados como microempresarios según las normativas del Sistema Financiero Nacional, para potencializar su gestión en las actividades comerciales y financieras, donde se especifica las etapas y actividades a realizarse para su ejecución.

Palabras claves: Mercado Comerciantes Sistema Financiero microempresarios

ABSTRACT

In the first chapter the background on detailed formulation of the problem, which is focused on the credit standing of market traders The Columbus City Miracle with the national financial system. In this chapter the location, general and specific objectives of the problem, for the realization of this work was defined. The trader needs to perform in the right way according to their capabilities. The second chapter contains the theoretical framework and background, this work will be based specifically on the research variables. issues related to their duties obligations basically will be highlighted and how it influences the performance of its business, closing this part with the approach of the hypotheses, which respond to the formulation and systematization of the problem. In the third chapter on the methodological framework where the type of research to be conducted in this case will be qualitative and qualitative field, bibliographic and descriptive, the universe was focused 102 traders, who were applied a survey is proposed, using a questionnaire with questions focused on the assumptions made, in order to verify in the survey process. In the fourth chapter the analysis of the current situation where the actions of the trader at present, information tabulated explained and analyzed the survey results, in the same way the objectives assumptions compared raised was performed for verification. Thereby determining the proposal which involves the identification of the characteristics required traders to be segmented as microentrepreneurs according to the regulations of the National Financial System, to potentiate its management in commercial and financial activities, where the stages and activities specified to be held for execution.

Keywords: Market Traders microentrepreneurs Financial System

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este trabajo está enfocado al sector microempresarial del cantón Milagro, con el fin de analizar la situación crediticia de los comerciantes del mercado La Colón de la ciudad de milagro con el sistema financiero nacional, en vista que el sistema financiero en la actualidad brinda muchas facilidades a la ciudadanía, nos lleva a realizar la presente investigación, con el fin de identificar la escasa involucración del sector agrícola al sistema financiero; es decir por qué la decisión de no confiar sus ingresos a estas instituciones.

El desarrollo de la microempresa en Ecuador se ha caracterizado por una gran diversidad de iniciativas realizadas por una pluralidad de actores. Sin embargo, a pesar que la demanda por servicios de apoyo y desarrollo crece a medida que la microempresa expande su importancia en la economía del país, los programas para la promoción del sector adolecen de problemas de concepción, implementación y ejecución. Esta responsabilidad afecta tanto a las instituciones públicas como a las privadas, cooperaciones internacionales y gremiales involucradas en el desarrollo del sector. (Talledo & Solorzano, 2013)

La inestabilidad política y jurídica, eso hace que las Micro- empresas no puedan desarrollarse de la mejor manera, no pueden aprovechar oportunidades que cualquier gobierno competente les diera para su crecimiento; se les hace bien difícil el conseguir créditos porque hay muchos trámites, ponen muchas trabas, aunque está comprobado que éstas son las mejores pagadores frente a sus deudas. En el futuro, varias Microempresas pueden quebrar por la baja competitividad, no realizan presupuestos necesarios para que puedan proyectar sus ingresos y gastos, y el Estado no les ayuda para que puedan aumentar sus niveles de producción o no ofrecer productos que contengan satisfacción de los clientes. (Quiroz López, 2011)

Debido a los antes mencionado se ha desarrollado este trabajo en cinco capítulos, en los cuales se detalla claramente la razón de ser del tema planteado, y los medios que permitieron verificar las hipótesis y con esto la justificación de la propuesta, la misma que permitirá al comerciante potencializar su capacidades dentro de sus actividad comercial.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

El trabajo investigativo está enfocado a los comerciantes que trabajan en el Mercado La Colón, ubicado en la Av. Colón entre Federico Páez y Latacunga del cantón San Francisco de Milagro; esta infraestructura fue reestructurada en la Administración del Ing. Francisco Asan Wonsang, para convertirse en uno de los principales sectores generadores de fuentes de ingreso para los pequeños comerciantes, en lo concerniente a la actividad comercial en ese sector.

El Mercado La Colón cuenta con un número aproximado de 161 locales comerciales; según el catastro que reposa en la Dirección Financiera, Jefatura de Rentas del GAD Municipal del cantón Milagro, quienes se reúnen en sesiones de manera esporádica, en situaciones especiales, únicamente para tratar temas puntuales.

El país actualmente atraviesa una situación económica difícil y ello conlleva a la disminución de los niveles de ventas esperadas, además de declinar los montos de reinversión que podrán realizar los comerciantes en sus negocios; por la situación expuesta, se hace imprescindible el apalancamiento por parte del sistema financiero nacional, lo cual beneficiaría en gran manera a la situación crediticia de los comerciantes del mercado en mención.

Los limitados productos financieros que ofertan los bancos para el sector Microempresarial son en muchos de los casos desconocidos para los comerciantes del Mercado La Colón del cantón Milagro, desaprovechando la oportunidad de obtener créditos que mejorarían considerablemente los ingresos por venta.

A pesar de ser emprendedores que se esfuerzan día a día, trabajando de manera ardua en la venta de los productos de primera necesidad, de género perecibles como no perecibles, ejecutando esta labor de forma individual y en muchos de los casos de manera familiar, los comerciantes no se encuentran asociados para poder gestionar créditos del sistema financiero del Cantón Milagro, generando pocas oportunidades de recepción de créditos de manera individual.

Dentro del trabajo investigativo se ha podido apreciar que estos pequeños gestores tienen aversión al riesgo crediticio lo que resulta en pocas oportunidades de crecimiento, situación que se evidencia en cada uno de los locales comerciales de los microempresarios ubicados en el mercado en mención. Además, se ha observado que las instituciones financieras muestran poco interés en invertir recursos en el sector comercial del Mercado La Colón, obteniendo como consecuencia que estos microempresarios tengan pocas oportunidades de incrementar la inversión en su negocio.

Pronóstico

El Mercado La Colón mantiene un crecimiento sostenido, donde se hace necesario que los comerciantes amplíen sus negocios, sin embargo muchos desconocen sobre fuentes de crédito que les pueda financiar capital, a esto se suma que las entidades del sistema financiero del cantón no ha incursionado de forma profunda en este sector, motivos por los cuales el desarrollo de este grupo de emprendedores podría quedarse estático, disminuyendo su participación en esta plaza comercial promisoría del cantón Milagro.

Control de pronóstico

Para realizar el control del pronóstico es necesario que los comerciantes se agrupen y soliciten financiamientos acorde a su capacidad económica, de esta manera el sistema financiero podrá brindarles atención e invertir en estos emprendedores, acciones que permitirá el desarrollo del sector comercial del Mercado La Colón.

1.1.2. Delimitación del problema

El Mercado La Colón se encuentra ubicado en el cantón Milagro, provincia del Guayas, país Ecuador

Delimitación espacial

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Comercial

Área de estudio

Campo de estudio: Comercial-finanzas

Objeto de estudio: Comerciantes del Mercado La Colón

Delimitación Temporal:

Tiempo: El trabajo investigativo enfocado a los comerciantes del Mercado La Colón tendrá como marco de referencia en el año 2015, los datos obtenidos se convertirán en información necesaria para fundamentar el marco teórico.

1.1.3. Formulación del problema

¿Cómo la situación crediticia de los comerciantes del Mercado La Colón se verá beneficiada a través del sistema financiero nacional?

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿De qué manera el desconocimiento de los comerciantes del Mercado La Colón sobre los productos financieros ofertados por la banca, incide en las oportunidades de inversión en sus negocios?
- ¿De qué manera influye la asociación de los comerciantes del Mercado La Colón en las oportunidades de recepción de créditos de manera individual?
- ¿De qué manera la aversión al riesgo crediticio que tienen los microempresarios incide en la oportunidad de crecimiento en este sector comercial del cantón Milagro?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis de la situación crediticia de los comerciantes del Mercado La Colón del cantón Milagro con el sistema financiero Nacional en el año 2015.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Analizar la situación crediticia en el sistema financiero nacional de los comerciantes del mercado La Colón en el cantón Milagro, en el año 2015.

1.2.2 Objetivos específicos

- Conocer los productos financieros de la banca dirigidos a los microempresarios de mercados de víveres en el cantón Milagro.
- Especificar los factores por los cuales los comerciantes del mercado La Colón no están asociados y su efecto en las oportunidades de recepción de créditos de manera individual.
- Conocer cuáles son los factores que inciden en los comerciantes del mercado La Colón a sentir aversión al crédito bancario.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

El estudio investigativo esta direccionado a la situación crediticia de los comerciantes del Mercado La Colón, perteneciente al cantón Milagro, que de acuerdo al trabajo investigativo este mantiene un crecimiento sostenido, debido a la demanda de la ciudadanía de los productos que ofertan y a muchos factores por los que no han incurrido en financiamientos otorgados por las entidades bancarias de esta localidad, situación que está limitando su participación en este casco comercial.

Este trabajo de investigación se justifica porque es necesario conocer las razones actuales por las que la mayoría de los comerciantes del mercado La Colón, no acceden a créditos formales de la banca, adicionalmente es necesario conocer como resultado de esta gestión si los productos financieros que la banca ofrece actualmente cubren las necesidades y se apegan a los perfiles de los comerciantes.

Para lograr el buen desarrollo de este estudio se recurrirá a fuentes bibliográficas primarias y secundarias, las cuales permitirán fundamentar el proyecto “Análisis de la situación crediticia de los comerciantes del mercado La Colón con el sistema financiero Nacional”, así como teóricas y conceptos básicos en administración, finanzas, competencia, entre otros.

Los beneficiarios directos de este estudio propuesto serán los comerciantes que están ubicados en el Mercado La Colón, que una vez recabados los resultados de la investigación se puedan proponer las mejores alternativas que les permita mejorar su participación en esta plaza.

Lo importante es saber que los negocios, independientemente de su tamaño deben mantener su sostenibilidad, pero también demostrar un nivel de desarrollo y crecimiento, siendo una opción en este caso el financiamiento, para de esta manera potencializar sus actividades comerciales.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

El desarrollo de las empresas ecuatorianas se ha reforzado en el transcurso de los años, de acuerdo con las necesidades de los mercados nacionales y extranjeros. Los cambios se produjeron muy lentamente. En los primeros años las nociones sobre la importancia del tiempo que eran diferentes de las actuales.

Debido al aumento de la población en Europa y la revolución industrial, que se inició a mediados del siglo XVIII en Inglaterra, nuevas industrias nacieron en países prósperos y mejoraron los existentes. La incorporación de millones de personas en el sector industrial en Europa y los Estados Unidos aumentó el poder adquisitivo de los trabajadores y de consumo de bienes y la demanda de materias primas producidas en Ecuador de forma principal. La industrialización masiva de chocolate en Inglaterra, Francia, Alemania y los Estados Unidos era esencial para el aumento de cacao ecuatoriano.

Eran básicamente pequeñas tiendas de artesanía y fábricas. Durante el período colonial y republicano, las empresas tuvieron altibajos, dependiendo de la demanda internacional de productos de exportación. Hubo períodos de auge y otra grave crisis económica.

En las últimas décadas de la Colonia, las principales fuentes de riqueza de la sierra cayeron en decadencia. Esto se debe a la pérdida de los mercados internacionales, la erupción de los volcanes que causó graves daños en varias ciudades, a la competencia por entrada de productos extranjeros y finalmente, a las guerras por lograr independencia. El período entre 1809 y 1830 estuvo marcado por la inestabilidad política y económica, que también afectan a la región costa.

En las primeras décadas de la vida republicana continuó la inestabilidad política y la recuperación económica de los negocios era lento. En estos años de formación se intentó crear asociaciones profesionales de empresarios y beneficiarse de la tecnología surgido en la revolución industrial. Desde la segunda mitad del siglo XIX se inició el desarrollo económico del Ecuador, en una escala nunca antes vista.

Los grandes grupos económicos en auge llegaron desde la década de los 70. Anteriormente había muy pocos, pero en los últimos 40 años se han multiplicado debido al aumento de la economía. Sin embargo, las grandes empresas ecuatorianas son pequeñas, en comparación con otros países de la región.

Durante la colonia el mundo empresarial de Ecuador era muy diferente del actual. En ese momento no era el consumidor, como se conoce en la década de 2010. La gente tomó en lo esencial para satisfacer sus necesidades básicas de alimentación y vestido. Eran entidades microempresas, a excepción de un número limitado de empresarios ricos para el nivel Ecuatoriano pero en comparación con sus contrapartes mexicanos y limeños.

Con el nacimiento de la República de Ecuador, se esperaba que el ambiente de negocios mejorará esto, teniendo en cuenta el objetivo de la independencia había sido la creación de las instituciones en el nuevo país, a través de leyes modernas que incluyen un código de comercio en sintonía con las grandes transformaciones económicas que se produjeron en el mundo. En la actualidad el sector micro empresarial mantiene una cuota de mercado aceptable, se ha hecho durante muchos años de investigación sobre micro-empresa, llegando a la conclusión de que un gran porcentaje de ellos son familiares y normalmente unipersonales. De alguna manera, todos queremos tener nuestro propio negocio y que el fruto de nuestro trabajo sea para nuestra familia.

La mayoría de la gente quiere poner su negocio o microempresa mediante una o más de las siguientes razones; por no rendir cuentas a nadie, para tomar decisiones libremente, por un deseo de realización personal, un deseo de independencia, para satisfacer el mercado con un producto o servicio especial, para tener mayores ingresos y para disponer libremente del tiempo.

Así hoy podemos decir que la microempresa es un fenómeno social de innegable importancia para el país, que comprende más del 50% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos son grandes empresarios, decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años microempresarios.

Sin embargo, una gran mayoría de estos empresarios se lanzan al vacío sin paracaídas, es decir, sin el conocimiento y análisis suficiente sobre la viabilidad del proyecto micro empresarial y terminan en el cementerio empresarial. En este caso también un número de profesionales universitarios, que sólo fueron educados para empleados. Como resultado de esta falta de preparación se estima que el 60% de microempresas recién creadas, se quiebren durante el primer año de su nacimiento. Hay un suicidio colectivo permanente.

Creemos que al igual que todos los edificios, la empresa necesita una infraestructura y una base para su sustento. Es esencial contar con un certificado de nacimiento (estatuto de constitución), donde expresamos nuestras metas, nuestros recursos materiales, financieros y humanos que incorporan la microempresa, nuestra organización y conformación. En ausencia de una ley sobre el establecimiento y funcionamiento de la microempresa, nuestra investigación tiene como objetivo formalizar microempresas, mediante el cumplimiento de ciertos requisitos básicos para la operación, lo que evitará multas y sanciones.

Esta forma de crear microempresas facilitar y consolidar a los pequeños empresarios próximos a iniciar un camino seguro en su primera etapa, y tener la suficiente experiencia para convertirse en un empresario en una mediana o gran empresa. La creación de la microempresa, por tanto, es sólo un medio y no un fin. (Historia del Ecuador, 2010)

2.1.2 Antecedentes referenciales

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Tema: Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Asesoría Contable y Tributaria para el sector micro empresarial del cantón Naranjito.

Autores: Abarca Aguirre Anabella del Roció & Cáceres Valdiviezo Janeth Alexandra

Fecha: Julio 2012

Resumen: Hay un montón de micro-empresas que han fracasado desde su creación en su fase operativa, el crecimiento o la madurez. De la investigación realizada se observa que una serie de causas que podrían llevar al cierre de estos negocios, porque se enfrentan a una realidad que cada vez tienen que ser más competitivo para el que existen muchas herramientas que a veces por ignorancia o por falta de tiempo o al no hacer utilizarlos o aplicarla de manera efectiva; el resultado de la investigación proporcionó un estudio a fondo de las expectativas y necesidades de los microempresarios, lo mismo que carecen de conocimiento contables y tributarias que nos permite presentar una propuesta para contribuir a la competitividad de estos empresarios en el pueblo de Naranjito con el uso de una herramienta importante para estructurar y ejecutar adecuadamente sus negocios.

A través de este análisis de mercado se concluye la importancia de crear una empresa que ofrece a los ciudadanos de estos servicios a través de soluciones que pueden contribuir positivamente al desarrollo microeconómico del sector a través de la experiencia aprobada del personal que se cuenta para el efecto, logrando así una gestión eficiente en microempresas de Naranjito producto de la implementación exitosa de los conocimientos Contables y Tributarios.

Nuestra empresa se dedica a la acción de información, apoyo, servicio y asesoramiento fiscal y contable, constituyendo estos factores en el centro de nuestra actividad contando con profesionales altamente capacitados con la tecnología de acuerdo con las exigencias y tendencias del medio y adoptando constante innovaciones de conocimientos y la autorización en nuestras áreas de aplicación. (ABARCA AGUIRRE & CACERES VALDIVIEZO, 2012)

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Tema: Creación de una asesoría contable en el cantón el triunfo.

Autores: Egresada: María Ángela Bermeo Fuentes & Miguel Castro Lala

Fecha: 2012

Resumen: La mayoría de los microempresarios, obviamente, quiere que sus negocios crezcan de tal manera que su nivel de ingresos y rentabilidad también, para lograr ese objetivo, este crecimiento debe ser bien planificado y organizado. Basado en un previo análisis del mercado realizado he observado muchas empresas que han crecido desorganizado y sin planificación en todas las áreas que causa una serie de problemas que hace que los microempresarios se echan atrás en lugar de percibir esto como una oportunidad para nuevos negocios. La actitud positiva que puede tener es uno de los factores más importantes del éxito de cualquier actividad. Muchas empresas han comenzado porque a una persona le fue bien y parece fácil de hacer lo mismo. El problema es que no hay una característica que diferencia a la empresa propia de las presentes en el mercado, los clientes no se sienten atraídos a comprar el producto o servicio de su empresa, por lo tanto, no se cumplió con las expectativas iniciales. Es importante tener en cuenta que hay muchas herramientas para mejorar la gestión administrativa, como el conocimiento adecuado y la correcta aplicación y el cumplimiento de las leyes, reglamentos y regulaciones de impuestos, financieros y contables, con el fin de mejorar sus procesos. El propósito de este trabajo es ayudar a la gestión administrativa de la microempresa de una manera práctica para que sea más eficaz y permita reaccionar de manera oportuna ante un mundo tan cambiante.

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Tema: Creación de una empresa de asesoría administrativa para microempresarios en la ciudad de Milagro.

Autores: Alvarado Reyes Betsy & Chicaiza Balcazar Ibelia

Fecha: Milagro, junio 2010

Resumen: Existe un número infinito de microempresas que han fracasado desde su creación en su fase operativa, el crecimiento o la madurez. De la Investigación hecho se puede observar que una serie de causas que podrían llevar al cierre de estos negocios, porque se enfrentan a una realidad que cada vez tienen que ser más competitivo para el que existen muchas herramientas que algunas veces a través de la ignorancia o la falta de tiempo no las utilizan o aplican de manera efectiva; el resultado de la investigación nos proporcionó un estudio detallado de las expectativas y necesidades de los comerciantes informales, empresarios y otras personas que participan en un comercio, lo mismo que la falta de capacidades de gestión que implican contables, financieras y tributarias, lo que nos permite presentar una propuesta para contribuir a la competitividad de la gestión administrativa de las PYMES en la ciudad de Milagro con el uso de una herramienta importante ya que es la administración de estructurar y manejar sus negocios adecuadamente. A través de este análisis de mercado se concluye la importancia de crear una empresa que ofrece a los ciudadanos estos servicios a través de soluciones que pueden contribuir positivamente al desarrollo microeconómico del sector a través de la experiencia probada del personal que se encuentra para el efecto, logrando así una gestión eficiente en las PYMES de milagro producto de aplicación exitosa de conocimientos administrativos. Nuestra empresa se dedica a la acción de información, apoyo, servicio e impuestos, asesoría tributaria financiera y contable, constituyéndose estos factores en el centro de nuestra actividad contando con profesionales altamente capacitados con la tecnología de acuerdo con las exigencias y tendencias del medio y adoptando constante la innovación en nuestras áreas de conocimiento y de autorización. Nuestro compromiso con los clientes es proporcionar soluciones integradas y servicios de calidad con profesionalismo, seriedad y responsabilidad.

Institución: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador

Tema: Análisis de la situación de los comerciantes informales del centro histórico de Quito, después de su reubicación en los centros comerciales del ahorro, vista desde la perspectiva de los propios comerciantes

Autor: Ángeles Granja Vizcaíno

Fecha: Abril 2010

Resumen: Esta tesis tiene como objetivo principal llevar a cabo un análisis del comercio realizado por los sectores populares en la historia de la ciudad de Quito y el impacto que han tenido en estos sectores de la población, como resultado de la implementación de políticas públicas de renovación urbana, basado en la construcción de informes selectivos y exclusivos. Todo el texto se refiere a una lucha de poder constante en el espacio público de la ciudad, principalmente entre el gobierno local y los comerciantes populares.

El núcleo de esta tesis es en el tercer capítulo, en el que, desde una perspectiva popular, un análisis de la renovación urbana en Quito, del proyecto de modernización y reubicación de los comerciantes informales, que se celebró en 2003. Se hace sobre la base de las experiencias personales de los comerciantes, obtenido a través de una investigación cualitativa basada en historias de vida y entrevistas, es revelar las consecuencias que se han generado a partir de este proyecto, que se presenta como parte de la renovación urbana de la ciudad.

Por último, y como conclusiones, en el cuarto capítulo, en este documento se refiere a nuevos usuarios del espacio público en la ciudad después de la reubicación de los comerciantes populares y la vista desde el gobierno local de una nueva imagen urbana. (Granja, 2010)

2.1.3 Fundamentación

Comerciantes

El concepto de comerciante se refiere a las personas que son objeto de regulación específica por el Derecho Mercantil, por lo tanto, son comerciantes las personas que, de manera habitual se ocupan en alguna de las actividades que las leyes mercantiles consideran actos de comercio.

La habitualidad es un elemento fundamental de la definición pues no toda persona que realice un acto de comercio ocasional es considerado comerciante, sino que solo es considerado como tal por desde el Derecho Mercantil quien se dedique al comercio de forma habitual. (Definición Legal, 2013)

Derechos de los comerciantes

Los comerciantes tienen los siguientes derechos:

- Ejercer sus actividades comerciales con absoluta libertad, de conformidad con las leyes y ordenanzas municipales, en particular, esta Ordenanza y su Reglamento.
- Ser atendidos oportunamente en el mantenimiento y mejoramiento de los servicios de agua potable, energía eléctrica, seguridad, gas licuado, baterías sanitarias y manejo adecuado de desechos sólidos.
- Recibir capacitación permanente y actualizada sobre nuevas técnicas de comercialización, atención al cliente y administración de sus negocios.
- Denunciar por escrito ante la Alcaldía cualquier irregularidad cometida por el personal encargado de la administración del o de los mercados municipales como peculado, cohecho, concusión, extorsión, chantaje agresiones físicas o verbales, amenazas y otros similares. (Sities google, 2014)

Obligaciones de los comerciantes

Son obligaciones del comerciante individual y social:

- matricular su empresa mercantil y sus respectivos establecimientos.
- Llevar la contabilidad y la correspondencia en la forma prescrita por este Código.
- Inscribir anualmente en el Registro de Comercio el balance de su empresa, debidamente certificado por Contador Público autorizado en el país, así como los demás documentos relativos al giro de esta, que estén sujetos a dicha formalidad; y cumplir con los demás requisitos de publicidad mercantil que la ley establece.
- Realizar su actividad dentro de los límites de la libre competencia establecidos en la ley, los usos mercantiles y las buenas costumbres, absteniéndose de toda competencia desleal. (Código de Comercio, 2014)

Comercio minorista del Ecuador

Los estudios de las organizaciones nacionales relacionadas con la economía formal e informal en Ecuador, se dan cuenta de que el crecimiento menor está directamente relacionada con el nuevo comportamiento de los ecuatorianos, cuya tendencia hacia el consumismo también ha aumentado en la medida en que la población económicamente activa tiene más ingresos y poco sentido de ahorro. A pesar del crecimiento del comercio al por menor, las actividades informales sigue siendo muy alta en Ecuador: las empresas informales emplean el 37% de la población ocupada y el 62% de los trabajadores que no cubiertos por la seguridad social representa el cuarto porcentaje más alto en América Latina.

Los expertos del Banco Mundial, Denis Medvedev y Ana María Oviedo, en este sentido indican que "muchos micro y pequeñas empresas del Ecuador tienen un limitado el potencial de crecimiento debido a la falta de acceso al crédito y las malas condiciones de los mismos. En conclusión, en Ecuador más del 80% de las micro y pequeñas empresas se encuentran algunas de las normas y opera a lo largo del espectro de formalidad.

Comercio formal e informal

El comercio formal requiere de reglas claras y justas para su actividad. Sin embargo, algunas autoridades para deslindarse de esta responsabilidad prefieren esconderse bajo el argumento de que la baja del comercio es debido a la competencia desleal del comercio informal. Por esa razón, me referiré a sus características:

El comercio informal que representa tres fallas en nuestro sistema de vida moderno. Sin embargo, quiero dejar en claro que la mayoría de las personas que forman parte del comercio informal son gente decente, trabajadora y necesitan más ayuda y menos persecución.

La primera es de tipo económica. Los comerciantes informales son la respuesta inmediata ante una economía que le ha fallado a muchos mexicanos, por lo tanto, de nuevo deben estar orientados a la legalidad y reordenamiento. No se trata de que realicen una actividad comercial sino que lo hagan en lugares adecuados, paguen impuestos y sean sujetos de los beneficios proporcionados por el estado.

La segunda tiene que ver con la baja eficiencia del gobierno. Los gobiernos de los estados y municipios no pueden seguir haciendo cálculos políticos para resolver este problema bajo la premisa errónea de que la ilegalidad se relaciona con delitos o actividades ilegales.

Por el contrario, debe reducir al mínimo los obstáculos burocráticos y cambiar la mentalidad acotada en el simple logro de mayores ingresos en concepto de impuestos, es importante también para asegurar que estos mexicanos tienen acceso a los beneficios sociales, salud, educación, vivienda, entre otros.

El sistema financiero ecuatoriano

La Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador define un sistema financiero como "el conjunto de las instituciones que tiene como objetivo canalizar los ahorros de la gente. Esta canalización de recursos permite el desarrollo de la actividad económica (producir y consumir) poner fondos que llegan de las personas que tienen excedentes dinero en efectivo los recursos a las personas que necesitan estos recursos. Los intermediarios financieros crediticios se encargan de captar depósitos del público y, por otro prestarlo a los demandantes de recursos.

Importancia, funciones y estructura

El sistema financiero juega un papel clave en el funcionamiento y desarrollo de la economía. La participación de las organizaciones financieras puede ayudar a elevar el crecimiento económico y el bienestar de la población, promover el desarrollo saludable de todo el sistema financiero.

Con los fondos obtenidos a través del sistema financiero, empresas o instituciones gubernamentales llevan a cabo la inversión productiva, la creación de más puestos de trabajo; Por lo tanto, se puede lograr un mayor desarrollo y el crecimiento económico.

El sistema financiero sirve para múltiples funciones, entre las que se destacan: captar y promover el ahorro, para luego canalizarlo hacia los diferentes agentes económicos; facilitar el intercambio de bienes y servicios; administrar medios de pago y buscar el crecimiento económico de la población. (MI BANCO BANCO, 2014)

Plan de negocios

Un plan de negocios es un documento que contiene elementos como propuestas para un nuevo negocio o mejoramiento de uno ya existente, la previsión de ventas existente y análisis financiero, evaluación de riesgos para nuevas inversiones. Su objetivo es asegurar la financiación de nuevas iniciativas empresariales y proporcionar gestión con una perspectiva de futuro.

Se trata de una herramienta de planificación estratégica de negocios de guía. Debe ser por escrito y de manera global y detallada, la visión y la misión de lo que un empresario quiere hacer.

Las proyecciones generalmente se basan en teorías no comprobadas y los buenos deseos u orientación estratégica. El objetivo principal es el de "tomar como punto de partida la posesión real de la microempresa, trazar el camino y conducir hacia las metas de gerenciales.

Cuenta con estrategias que sirven como herramientas internas de la empresa, así como para uso externo. Es decir, que tiene una función interna y una función externa.

Al escribir un plan de negocios, que pondrá a prueba su idea de negocio. Puede analizar un grupo de ideas de negocio y reflexionar sobre cómo la práctica haría. Más tarde, cuando se puede evaluar la viabilidad de estas ideas y cuando tenga la información necesaria disponible, el plan de negocios puede ser utilizado para obtener financiación.

El plan de negocios puede servir como una herramienta de planificación para describir sus operaciones comerciales. Esto responde a las siguientes preguntas:

- ¿Dónde estamos ahora?
- ¿Hacia dónde vamos?
- ¿Cómo lo alcanzaremos?

El plan de negocios es un mapa con señales y puntos importantes, con los cuales se puede supervisar y evaluar el progreso.

2.2 MARCO LEGAL

CODIGO DE COMERCIO

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES PRELIMINARES

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

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

Art. ...- 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 la jurisdicción de 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.

Nota: Texto dado por el inciso primero del Art. 8 de la Ley de Cámaras de Comercio, Ley No. 106, publicada en Registro Oficial 131 de 7 de Marzo de 1969, reformado por Decreto Supremo No. 101, publicado en Registro Oficial 243 de 9 Febrero de 1973 y por Decreto Supremo No. 814, publicado en Registro Oficial 351 de 18 de Julio de 1973 .

Art. 3.- Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente:

1.- La compra o permuta de cosas muebles, hecha con ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Pertenecen también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y ganados, más

no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieren comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias;

2.- La compra y la venta de un establecimiento de comercio, y de las acciones de una sociedad mercantil;

3.- La comisión o mandato comercial;

4.- Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes;

5.- El transporte por tierra, ríos o canales navegables, de mercaderías o de personas que ejerzan el comercio o viajen por alguna operación de tráfico;

6.- El depósito de mercaderías, las agencias de negocios mercantiles y las empresas de martillo; 7.- El seguro;

8.- Todo lo concerniente a letras de cambio o pagarés a la orden, aún entre no comerciantes; las remesas de dinero de una plaza a otra, hechas en virtud de un contrato de cambio, y todo lo concerniente a libranzas entre comerciantes solamente, o por actos de comercio de parte del que suscribe la libranza;

9.- Las operaciones de banco;

10.- Las operaciones de correduría;

11.- Las operaciones de bolsa;

12.- Las operaciones de construcción y carena de naves, y la compra o venta de naves o de aparejos y vituallas;

13.- Las asociaciones de armadores;

14.- Las expediciones, transportes, depósitos o consignaciones marítimas;

15.- Los fletamentos, préstamos a la gruesa y más contratos concernientes al comercio marítimo; y, 16.- Los hechos que producen obligación en los casos de averías, naufragios y salvamento.

Art. 4.- Las costumbres mercantiles suplen el silencio de la Ley, cuando los hechos que las constituyen son uniformes, públicos, generalmente ejecutados en la República, o en una determinada localidad, y reiterados por más de diez años.

Art. 5.- En los casos que no estén especialmente resueltos por este Código, se aplicarán las disposiciones del Código Civil.

Sección II

De las obligaciones de los comerciantes

Parágrafo 1o.

De la matrícula de comercio

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

Nota: Ver Art. 133 de la Ley Orgánica de la Función Jurisdiccional que crea los Registradores Mercantiles.

Art. 22.- Toda persona que quiera ejercer el comercio con un capital mayor de mil sucses, se hará inscribir en la matrícula del cantón. Al efecto, se dirigirá por escrito a uno de los jueces de lo Civil, haciéndole conocer el giro que va a emprender, el lugar donde va a establecerse, el nombre o razón con la que ha de girar, el modelo de la firma que usará, y si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil, el capital que destina a ese comercio.

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

Si el establecimiento estuviere administrado por un factor, deberá expresarse el nombre de éste, y acompañarse el modelo de su firma.

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

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

Nota: Según el Código de Policía Marítima es el Ministro de Defensa quien concede las patentes de navegación, debiendo tramitarse por una Capitanía de Puerto. Por eso se elimina "oficina de Aduana".

En el escrito en que se solicite la inscripción se expresarán el nombre y clase del buque, el del dueño o dueños que tenga y el del capitán, y se pondrá la firma autógrafa de éste.

Art. 25.- Las circulares de comercio en que se anuncien el establecimiento, la continuación, las alteraciones que sufra una casa de comercio, o su extinción, los nombres de los interesados, la razón comercial y el modelo de las firmas, deben dirigirse también al Juez de lo Civil respectivo, quien las enviará al Registrador Mercantil, para que las conserve en su archivo, en legajos cosidos, correspondientes a cada año, así como los escritos en que se pida la inscripción en la matrícula.

Art. 26.- Los comerciantes, corredores, martilladores, capitanes de buque y, en general, las personas obligadas a inscribirse en la matrícula de comercio, que no lo hicieren en el término de quince días, a contarse desde la fecha del establecimiento comercial, o de la constitución de la sociedad, o del nombramiento y posesión, en su caso, serán penados con multa de veinte a mil sucres en relación con la importancia y cuantía del negocio. En igual sanción incurrirán quienes, obligados a inscribirse nuevamente, por cambio o renovación del contrato social, no lo hicieren dentro del término indicado.

Los gerentes, y los factores o dependientes que tuvieren poder para administrar, serán responsables por la inscripción de la sociedad o del respectivo negocio

comercial o industrial, e incurrirán en las sanciones establecidas si no hubieren efectuado la mencionada inscripción en el término que se indica en el inciso anterior.

La multa será impuesta por el Director del Departamento correspondiente del Ministerio de Finanzas. El Ministro de Finanzas, por medio de los empleados del ramo, inspeccionará el cumplimiento del referido deber y comunicará su violación a aquel Director para la aplicación de la sanción correspondiente.

La sanción que se impusiere no excluye la obligación de inscribirse en la matrícula correspondiente, sin cuyo requisito quienes están obligados a llenarlo, no podrán ejercer lícitamente el comercio ni desempeñar los cargos que tal inscripción requiere.

Verificada la inscripción en la matrícula, el Registrador Mercantil dará copia de ella al interesado.

Art. 26-A.- Las Cámaras de Comercio podrán demandar ante el Juez de lo Civil de su respectiva jurisdicción, que ordene la obtención de la matrícula de comercio y la afiliación, a la persona que, hallándose legalmente obligada a llenar estos dos requisitos, no los hubiere cumplido, de acuerdo con el Art. 12 de la Ley de Cámaras de Comercio.

Nota: En el Art. 12 de la Ley de Cámaras de Comercio se sienta el derecho de las Cámaras para perseguir el cumplimiento de obtención de la matrícula de comercio y afiliación, y se prevé el trámite especial que ha de seguir el Juez de lo Civil. Creemos debe insertarse el principio en ésta parte.

Art. 27.- Los fiscalizadores de impuestos, en las visitas que efectúen a los establecimientos comerciales o industriales, podrán exigir la exhibición de los respectivos contratos sociales y de la correspondiente matrícula de comercio, sea ésta referente a negocios colectivos o individuales.

Art. 28.- Los jueces que autoricen registro de las matrículas de comercio, al hacerlo impondrán la multa de que trata el Art. 26, si se hubiere infringido el precepto relativo a plazo que el establece. Una vez impuesta la multa, lo comunicará a la Dirección correspondiente del Ministerio de Finanzas, para que emita el respectivo título de crédito.

Parágrafo 2o.

Del Registro Mercantil

Art. 29.- El Registro Mercantil se llevará en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón.

Nota: Ver nota al Art. 21.

Art. 30.- El Registro se llevará en un sólo libro foliado, en el que se inscribirán:

- 1.- Las matrículas de los comerciantes y de las compañías anónimas, comerciales, industriales y agrícolas;
- 2.- La autorización del curador que habilite a los menores para comerciar;
- 3.- La autorización para comerciar, dada a la mujer casada por el marido, o por el Juez según el caso, y la escritura en que el marido límite la responsabilidad de los bienes que la mujer pueda afectar con su comercio;
- 4.- La revocación de la autorización para comerciar dada a la mujer casada o al menor;
- 5.- Las capitulaciones matrimoniales, inventarios solemnes, testamentos, particiones, sentencias ejecutoriadas, o actos de adjudicación; y las escrituras públicas que impongan al cónyuge comerciante responsabilidad en favor del otro cónyuge;
- 6.- Las demandas de separación conyugal o de separación de bienes, las sentencias ejecutoriadas que declaren una u otra, las escrituras públicas de exclusión de bienes y las liquidaciones practicadas para determinar lo que el cónyuge comerciante deba entregar al otro cónyuge.

Las demandas de separación conyugal o de separación de bienes deben registrarse y fijarse en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón, con un mes por lo menos de anticipación a la sentencia de primera instancia, y, en caso contrario, los acreedores mercantiles tendrán derecho a impugnar, por lo que mira a sus intereses, los términos de la separación y las liquidaciones pendientes o practicadas para llevarla a cabo;

- 7.- Los documentos justificativos de los haberes del que está bajo la patria potestad, o del menor o del incapaz que está bajo la tutela o curatela de un comerciante;
- 8.- Las escrituras en que se forme, prorrogue o disuelva una sociedad; las que en una sociedad introduzcan alteración que interese a terceros, y aquellas en que se nombren liquidadores;
- 9.- Los poderes que los comerciantes otorgan a sus factores y dependientes para administrar negocios;
- 10.- La autorización que el Juez de lo Civil concede a los corredores y martilladores para el ejercicio de sus cargos;
- 11.- El permiso concedido a las sociedades extranjeras que quieran establecer sucursales o agencias en el país;
- 12.- Las patentes de navegación de buques; y,
- 13.- Los autos de quiebra y rehabilitación.

Art. 31.- El registro de los documentos expresados en el artículo anterior deberá hacerlo efectuar todo comerciante dentro de quince días contados, según el caso, desde la fecha del documento o ejecutoria de la sentencia, sujeto a registro, o desde la fecha en que el cónyuge, el padre, el tutor o el curador principien a ejercer el comercio, si en la fecha aquellos no eran comerciantes.

Los documentos se registrarán por cualquiera de los interesados, dentro de los quince días siguientes a su otorgamiento.

Art. 32.- El Funcionario público ante quien se otorgaren los documentos que, según los artículos anteriores, deben registrarse, lo comunicará al Juzgado de lo Civil y al Registrador Mercantil respectivos, a costa del comerciante interesado en la comunicación, bajo la pena de veinte sucres de multa; y si se le probare fraude, indemnizará daños y perjuicios.

Igual obligación tendrá el Juez que dictare autos o sentencias que, según los artículos anteriores, deban registrarse, con respecto al Registro Mercantil.

Art. 33.- El Registrador Mercantil fijará, y mantendrá fijada por seis meses en su despacho, una copia del extracto de cada documento registrado, con su número de orden y fecha, bajo la pena e indemnizaciones establecidas en el artículo anterior.

No será necesaria la fijación del extracto en la promoción o constitución de compañías anónimas, ni en los actos a que se refiere el Art. 21 de la Ley de Compañías.

El Registro Mercantil es público, y el Registrador Mercantil facilitará a los que pidan, las noticias respecto de cualquier inscripción, y expedirá certificados de inscripción a los que lo soliciten por escrito.

Nota: Artículo reformado por artículo 112 de Decreto Supremo No. 1551, publicado en Registro Oficial 547 de 21 de Julio de 1965.

Nota: Texto del segundo inciso dado por Art. 117 de la Ley de Compañías de Seguros, dada por Resolución de Superintendencia de Bancos 6709-S, publicada en Registro Oficial 83 de 13 de marzo de 1967 .

Art. 34.- El cónyuge, el hijo, el menor, el incapaz, o cualquier pariente de ellos hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, puede requerir el registro y fijación de los documentos sujetos a estas formalidades.

Art. 35.- Los documentos expresados en los números 1.-, 2.-, 3.-, 4.-, 8.-, 9.- y 10.- del Art. 30, no producen efecto sino después de registrados y fijados.

Sin embargo, la falta de oportuno registro y fijación no podrán oponerla a terceros de buena fe, los interesados en los documentos a que se refieren estos números.

Art. 36.- Los comerciantes que omitieren hacer el registro de los documentos a que se refiere este párrafo, sufrirán una multa de cien sucres por cada caso de omisión, e indemnizarán, además, los daños y perjuicios que con ella causaren.

Parágrafo 3o.

De la contabilidad mercantil

Art. 37.- Todo comerciante está obligado a llevar contabilidad en los términos que establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

Nota: El Art. 24 de la Ley de Contadores dispone que si no cuenta con un contador, su contabilidad no tendrá valor legal. Decreto Supremo No. 1549, publicado en Registro Oficial No. 157 10 de noviembre de 1966.

Nota: Artículo sustituido por Art. 41 de Ley No. 4, publicada en Registro Oficial Suplemento 34 de 13 de Marzo del 2000.

Art. 38.- Se entenderá que las casas comerciales o industriales extranjeras, o sus sucursales, cuya contabilidad se lleve en el exterior de acuerdo con sus estatutos, han cumplido la obligación que establece el Art. 37, si los cuadros o estados de contabilidad básicos son autorizados por contador público inscrito en el Registro de Contadores del Ecuador y la contabilidad básica se lleva en castellano.

Art. 39.- La contabilidad del comerciante por mayor debe llevarse en no menos de cuatro libros encuadernados, forrados y foliados, que son: Diario, Mayor, de Inventarios y de Caja.

Estos libros se llevarán en idioma castellano.

Art. 40.- En el Diario se asentarán, día por día y por el orden en que vayan ocurriendo, todas las operaciones que haga el comerciante, designando el carácter y las circunstancias de cada operación y el resultado que produce a su cargo o descargo, de modo que cada partida manifieste quien es el acreedor y quien el deudor en la negociación a que se refiere.

Los gastos generales del establecimiento y los domésticos del comerciante, bastará que se expresen en resumen al fin de cada mes, pero en cuentas distintas.

Art. 41.- Se llevarán también libros especiales de facturas, que podrán ser copiadores de prensa.

Art. 42.- En el Libro Mayor se abrirán las cuentas con cada persona u objeto, por Debe y Haber, trasladándose las partidas que le correspondan con referencia al Diario, y por el mismo orden de fechas que tengan en éste.

Art. 43.- Todo comerciante, al empezar su giro, y al fin de cada año, hará en el Libro de Inventarios una descripción estimativa de todos sus bienes, tanto muebles como inmuebles, y de todos sus créditos activos y pasivos.

Estos inventarios serán firmados por todos los interesados en el establecimiento de comercio que se hallen presentes a su formación. En el Libro de Caja se asentarán todas las partidas de entrada y salida de dinero, pudiendo recopilarse al fin de cada mes todas las de cada cuenta distinta al pie del último día del mes.

Art. 44.- Los comerciantes por menor pueden llevar las operaciones de su giro en un sólo libro, encuadernado, forrado y foliado, en el que asentarán diariamente, y en resumen, las compras y ventas que hicieren al contado, y detalladamente, las que hicieren al fiado; y los pagos y cobros que hicieren sobre éstas.

Al principiar sus negocios y al fin de cada año, harán y suscribirán en el mismo libro, el inventario de todos sus bienes, muebles e inmuebles, créditos y débitos.

Se considerarán comerciantes por menor los que habitualmente solo venden al detalle, directamente al consumidor.

Art. 45.- Se prohíbe a los comerciantes:

- 1.- Alterar en los asientos el orden y la fecha de las operaciones descritas;
- 2.- Dejar blancos en el cuerpo de los asientos, o a continuación de ellos;
- 3.- Poner asientos al margen y hacer interlineaciones, raspaduras o enmiendas;
- 4.- Borrar los asientos o parte de ellos; y,
- 5.- Arrancar hojas, alterar la encuadernación y foliatura y mutilar alguna parte de los libros.

Art. 46.- Los errores y omisiones que se cometieren al formar un asiento, se salvarán en otro distinto, en la fecha en que se notare la falta.

Art. 47.- Los libros llevados con arreglo a los artículos anteriores serán admitidos como medios de prueba en las contiendas judiciales entre comerciantes, por hechos de comercio.

Respecto a otra persona que no fuere comerciante, los asientos de los libros solo harán fe contra su dueño, pero la otra parte no podrá aceptar lo favorable sin admitir también lo adverso que ellos contengan.

Art. 48.- El comerciante que contraviniera la orden de exhibir alguno de sus libros, será juzgado por los asientos de los libros de su coligante, que estuvieren arreglados a las disposiciones de este Código.

Art. 49.- Los libros que adolecieren de alguno de los vicios enunciados en el Art. 45, no tendrán valor en juicio a favor del comerciante a quien pertenezcan, y las diferencias que le ocurran con otro comerciante, por hechos mercantiles, serán decididas por los libros de éste, si estuvieren arreglados a las disposiciones de este Código.

Art. 50.- Si los libros de ambas partes estuvieren en desacuerdo, los tribunales decidirán las cuestiones que ocurran, según el mérito que suministren las demás pruebas que se hayan rendido.

Art. 51.- Los libros hacen fe contra el comerciante que los lleva, y no se le admitirá prueba que tienda a destruir lo que resultare de sus asientos.

Art. 52.- Los comerciantes podrán llevar, además de los libros que se prefijan como necesarios, todos los auxiliares que estimen conducentes para el mayor orden y claridad de sus operaciones; pero para que puedan aprovecharles en juicio, han de reunir todos los requisitos que se prescriben con respecto a los libros necesarios.

Art. 53.- Salvo los casos expresamente establecidos en la Ley, no se podrá hacer pesquisa de oficio, por juez ni autoridad alguna, para inquirir si los comerciantes llevan libros o no, o si están o no arreglados a las prescripciones de este Código.

Art. 54.- Salvo los casos expresamente determinados en la Ley, tampoco podrán ordenarse de oficio, ni a instancia de parte, la manifestación y examen general de los libros de comercio, sino en los casos de sucesión universal, comunidad de bienes, liquidación de sociedades, legales o convencionales, y quiebra.

Art. 55.- En el curso de una causa podrá el juez ordenar, aún de oficio, la presentación de los libros de comercio solo para el examen y compulsas de lo que tenga relación con el asunto que se ventila; lo cual deberá designarse previa y determinadamente. No podrá obligarse a un comerciante a trasladar sus libros fuera

de su oficina mercantil, pero puede cometerse (sic) el examen o compulsas a un juez del lugar donde se llevaren los libros.

El examen y compulsas se harán a presencia del dueño o de la persona que el comisione.

Art. 56.- Si uno de los litigantes ofrece estar y pasar por lo que constare de los libros de su contendor, y éste se niega a exhibirlos sin causa suficiente a juicio del juzgado, éste podrá deferir al juramento de la otra parte, o decidir la controversia por lo que resulte de los libros de éste, si fuere comerciante, en los términos prescritos por el Art. 48.

Art. 57.- El comerciante y sus herederos deben conservar los libros de su contabilidad y sus comprobantes, por todo el tiempo que dure su giro, hasta que termine de todo punto la liquidación de sus negocios, y diez años después. (SCPM, 2012)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Administración.- La administración es el acto de gobernar, ejercer autoridad y disponer de un conjunto de bienes, de una institución o una nación. (DEFINICIONABC, 2015)

Control Administrativo.- Administrar significa ejercer la dirección de un proyecto, que se encamina hacia un objetivo; por lo tanto, consiste en planearlo y organizarlo en pasos simultáneos y /o sucesivos, que son necesarios supervisar, para que se desarrollen en el rumbo adecuado hacia el fin. Esa supervisión, es lo que llamamos control administrativo. (DECONCEPTOS, 2016)

Control.- es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización y no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. (CABRERA, 2009)

Coordinación.- Acción y efecto de disponer elementos metódicamente o concertar medios y esfuerzos para buscar un objetivo común. (ABAITUA CANALES, 2010)

Cuota de ventas.- es la parte del mercado que una empresa quiere lograr. Sirve como base para fijar los objetivos de cada vendedor y para medir si su estrategia funciona. (BUENAS TAREAS, 2011)

Demanda total del Mercado.- Para un producto, es el volumen total de operaciones realizadas por un grupo de consumidores en un área geográfica específica, durante un periodo determinado de tiempo y bajo un programa detenido de marketing. (MARTÍNEZ, 2010)

Demanda.- es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (THOMPSON, 2012)

Dirección.- Esta etapa del proceso administrativo comprende la influencia del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación. (JUAREZ, 2015)

Estrategia.- Es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos. (CHANDLER, 2009)

Mercado meta.- Es el grupo de clientes al que captará, servirá y se dirigirá los esfuerzos de mercadeo. Para localizar posibles clientes conozca aspectos como edad, sexo, estado civil e ingresos, entre otros. Esto es segmentar el mercado. (OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS, 2010)

Mercado potencial.- La investigación del mercado es un trabajo sistemático que consiste en diseñar, indagar, recoger y analizar la información básica relacionada con los problemas de ventas de un producto o servicio. (NACIONAL FINANCIERA, S.N.C., 2016)

Mercado total.- Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. (ROAS MACEDO, 2010)

Organización.- es un sistema social, formado con el fin de alcanzar un mismo objetivo en común. Como todo sistema, éste puede contar con subsistemas internos, que tengan asignados tareas específicas. (CONCEPTO.DE, 2015)

Planificación.- es un proceso para la toma de decisiones que nos lleva a prever el futuro de cualquier organización, usando los recursos necesarios tanto humanos como materiales para el logro de los objetivos que se desean alcanzar de una manera más eficiente y económicamente posible. (MOLINA & BONILLA, 2010)

Microempresa.- Es una organización, conformada por un grupo de personas reunidas en vistas un objetivo, para lo cual cuenta con recursos, desarrollando actividades en las áreas rurales, comerciales, industriales, financieras o de servicios, con fines lucrativos. (De conceptos., 2014)

Sistema financiero.- Es aquel en donde se vende y compra el dinero. Los que tienen recursos para prestar son los que lo venden, y aquellos que buscan recursos para financiar sus requerimientos y/o necesidades son los que lo compran. (BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR, 2016)

Hipotecas.- Es un derecho real por el cual un bien, normalmente inmueble, se afecta en garantía del cumplimiento de una determinada obligación, de modo que si ésta resulta impagada, el acreedor puede vender el bien y cobrar su deuda con el producto de dicha venta. (BARRAL VARELA, 2015)

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La situación crediticia de los comerciantes del mercado La Colón se verá beneficiada a través del sistema financiero nacional.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- El desconocimiento de los comerciantes del Mercado La Colón sobre los productos financieros ofertados por la banca, incide en las oportunidades de inversión en sus negocios.

- La asociación de los comerciantes del mercado La Colón incidirá en las oportunidades de recepción de créditos de manera individual.
- La aversión al riesgo crediticio que tienen los microempresarios incide en la oportunidad de crecimiento en este sector comercial del cantón Milagro.

2.4.3 Declaración de variables

VARIABLES DE LA HIPÓTESIS GENERAL

- Independiente: **Situación crediticia de los comerciantes**
- Dependiente: **Sistema financiero.**

VARIABLES DE LAS HIPÓTESIS PARTICULARES.

- Independiente: **Desconocimiento de los comerciantes**
- Dependiente: **Oportunidades de inversión.**

- Independiente: **Asociación de los comerciantes.**
- Dependiente: **Oportunidades de recepción de oportunidades.**

- Independiente: **Aversión riesgo crediticio**
- Dependiente: **Sector comercial.**

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables independiente y dependiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADOR
Situación crediticia de los comerciantes	Es un conjunto de cualidades financieras que debe poseer una persona para poder acceder a un préstamo.	Estabilidad laboral Buro de crédito
VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADOR
Sistema financiero	Un sistema financiero es el conjunto de instituciones, medios y mercados en el que se organiza la actividad financiera, de tal modo que cumple la función de canalizar el ahorro, haciendo que los recursos que permiten desarrollar la actividad económica real-producir y consumir.	Inversiones otorgamiento de préstamos Análisis de sectores productivos y en crecimiento

Elaborado por: Carla Silva y Sandra Cruz.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El diseño de la investigación es el método más viable para comprender el estudio de la problemática planteada, su desarrollo y culminación.

El trabajo se realizará a través del método analítico – descriptivo, pues este permitirá el análisis de las causas y consecuencias establecidas en este estudio, además de las variables que intervienen en el proyecto; es descriptivo puesto que intervienen procesos importantes de los cuales se busca la máxima optimización para lograr los objetivos planteados, información que servirá para fundamentar el marco teórico y posteriormente determinar los componentes que forman parte de este trabajo.

El proyecto es factible porque se ha demostrado información veraz que permite concluir que realmente existe la necesidad de analizar la situación crediticia de los comerciantes del mercado La Colón, con el fin de que se beneficien a través del sistema financiero nacional, situación que da la pauta para darle a esta problemática buenos resultados por medio del trabajo de campo.

Tipo de investigación

El tipo de la Investigación se lo establecerá a través de algunas características tomando en cuenta los siguientes elementos.

Según su lugar, esta investigación será de campo y bibliográfica ya que se tendrá que recoger datos y observar el problema dentro de los parámetros establecidos.

Por su objetivo será aplicada ya que resolverá el problema existente a través de la aplicación de herramientas investigativas que permitan recabar información veraz sobre el tema planteado.

Y según su naturaleza será de acción ya que la aplicación de este proyecto podrá llevarse a cabo de manera inmediata.

Perspectiva general de la investigación.

El lograr que la situación financiera de los comerciantes mejore conducirá la perspectiva general de esta propuesta a establecer los mecanismos necesarios que les permitan beneficiarse del sector financiero del cantón Milagro, con respecto a préstamos que ayudarían a fortalecer sus negocios.

El diseño del trabajo es de **modalidad cuantitativa**.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

La población es el conjunto de individuos u objetos que poseen una característica común y de los cuales se requiere conocer en una investigación. Características de la población, en este caso se tomara como universo a los comerciantes que se encuentran ubicados en el Mercado La Colón.

3.2.1 Delimitación de la población

La población objeto de estudio con los 139 comerciantes que se encuentran ubicados en el Mercado La Colón perteneciente al cantón Milagro, cabe mencionar que debido a la cantidad de personas se les aplicará una fórmula para determinar con exactitud la muestra, a la cual se le aplicará una técnica investigativa en el lugar de trabajo de estos emprendedores.

3.2.2 Tipo de muestra

La muestra es de tipo no probabilística, ya que fue determinada a través de la elección del grupo objetivo, a este conjunto de la población se la realiza una

encuesta sobre la problemática planteada para obtener información relevante que ayudara a analizar la situación crediticia de los comerciantes del Mercado La Colón.

3.2.3 Tamaño de la muestra

La muestra, constituye una parte o subconjunto de la población que representa el número de personas de quienes vamos a obtener información relevante para el éxito de la propuesta. Cabe mencionar que no se aplicará la muestra puesto que se tomara a los 139 comerciantes del Mercado La Colón.

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

$$n = \frac{139 (0,5) (0,5)}{(139 - 1) 0,05 (0,5) (0,5)} \cdot 1,96$$

$$n = \frac{139 (0,25)}{138 0,0025} \cdot 0,25$$

$$3,84$$

$$n = \frac{34,75}{0,345} \cdot 0,25$$

$$3,84$$

$$n = \frac{34,75}{0,08984375} \cdot 0,25$$

$$3,84$$

$$n = \frac{34,75}{0,3398438}$$

$$n = 102$$

3.2.4 Proceso de selección

De acuerdo al proceso de selección, aplicaremos nuestro instrumento de clase no probabilística la muestra de sujetos voluntarios.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

En la realización del presente proyecto, se aplicarán los siguientes métodos:

3.3.1 Métodos teóricos

- **Método Científico:** Porque partimos de una observación y formulación del problema, tomando en consideración las hipótesis y la investigación, para comprobar los datos que nos permita dar con los resultados necesarios y efectivos.
- **Inductivo:** Este se empleará para conocer las opiniones de las personas (ciudadanía Milagreña y comercializadores de cacao), empezando con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables.
- **Método Deductivo:** Aquí vamos a analizar las causas por las cuales los comerciantes no han accedido a un financiamiento, donde en la actualidad el sistema financiero brinda facilidades.
- **Método Estadístico:** A través de este método se procederá a recopilar la información, a tabularla y posteriormente se realizará un análisis con respecto a las respuestas de los encuestados.

3.3.2 Métodos empíricos

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio de una encuesta destinada a comerciantes del Mercado La Colón, determinando sus puntos de vista, sus necesidades crediticias.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Para el proyecto se utilizaron la técnica de:

ENCUESTA: Está compuesto por un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos del estudio; es un plan formal para recabar información de cada unidad de análisis objeto de estudio y que constituye el centro del problema de investigación.

Instrumento: El instrumento que acompaña a la encuesta es el cuestionario diseñado en base a una escala predeterminada, con un total de 10 preguntas.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El procesamiento estadístico de la información se la realizara a través de la recolección de datos obtenidos de la encuesta, los mismos que serán tabulados para en lo posterior graficar porcentualmente las respuestas que dieran los encuestados en el proceso de en cuestación, de las cuales se tomaran en cuenta información relevante sobre la problemática planteada.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El desarrollo del trabajo se lo realizó en base al trabajo de campo, en el cual se describieron las causas que no permiten un crecimiento sostenido de los comerciantes del Mercado La Colón perteneciente al cantón milagro, para lo cual fue necesario conocer su situación crediticia acorde a la actividad a la cual están inmersos.

en este capítulo se presentaran resultados estadísticos que determinaran las necesidades financieras de los comerciantes, para ello se realizó una investigación cuantitativa en la cual se refleja la información obtenida a través de cuadros y gráficos de pastel para visualizar los porcentajes de las variables que intervendrán en cada pregunta, las mismas que se elaboraron en base a las hipótesis.

Cabe mencionar dentro del proceso de encuesta se verificará la hipótesis general y las particulares, con el claro propósito de tener un lineamiento para el planteamiento de la propuesta de solución ante la problemática planteada.

De ser factible el proyecto en base a la información recabada, se establecerá una propuesta acertada que beneficia a los comerciantes y con esto, el desarrollo del sector microempresarial de esta localidad.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

1.- ¿Qué tiempo lleva trabajando con su negocio?

Cuadro 2. Tiempo de trabajo de los comerciantes.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
De 1 año a 3 años	18	18%
De 3 a 6 años	58	57%
De 6 años en adelante	26	25%
TOTAL	102	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Carla Silva y Sandra Cruz.

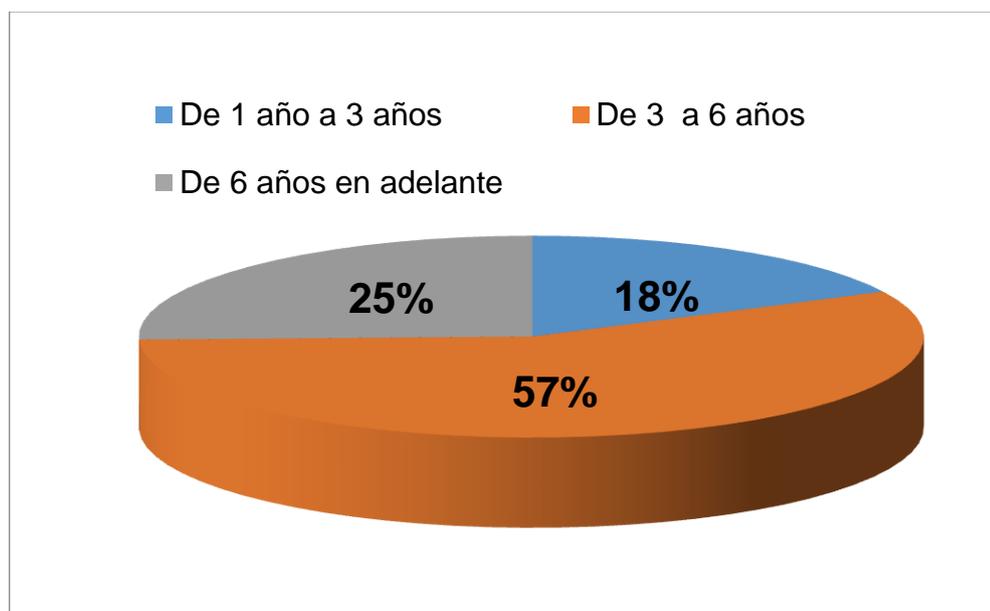


Gráfico 1. Tiempo de trabajo de los comerciantes.

Interpretación.- De acuerdo al tiempo que llevan laborando los comerciantes del Mercado la Colón, indicaron con un 57% que llevan laborando de 3 a 6 años, el 25% de 1 a 3 años y el 18% de 6 años en adelante. La información recabada demuestra que estas personas llevan un tiempo considerado dentro de este mercado competitivo, lo cual los beneficia al momento de gestionar un financiamiento, esto es de 3 a 6 años, sin embargo el 25% de los encuestados tienen más de 6 años en el negocio. Esto nos da a entender que sólo el 25% de los comerciantes tienen negocios de largo plazo.

2.- Las transacciones comerciales usted las realiza:

Cuadro 3. Tipo de transacción.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
En efectivo	91	89%
Con documento	11	11%
TOTAL	102	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Karla Silva y Sandra Cruz.

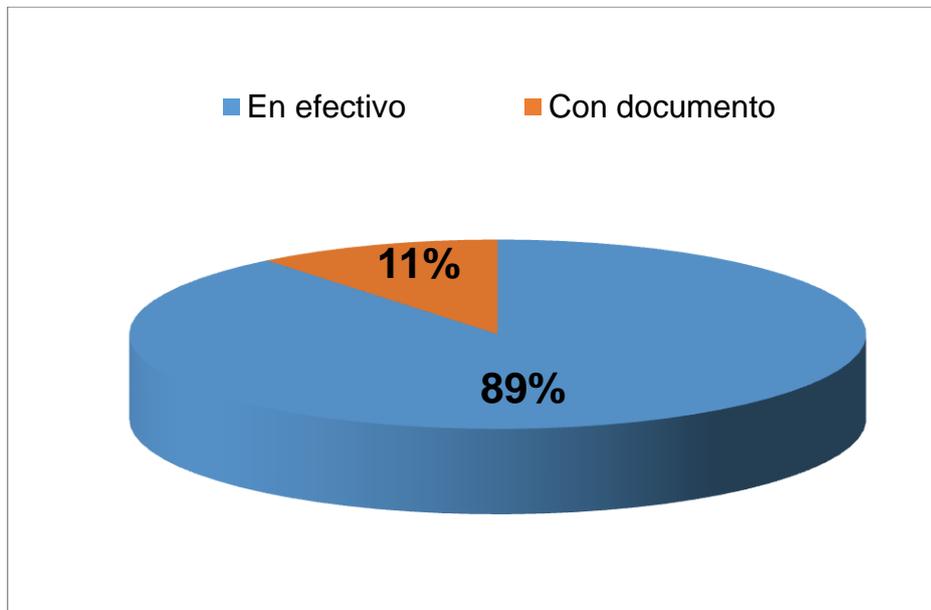


Gráfico 2. Tipo de transacción.

Interpretación.- El 89% de los comerciantes efectúan sus transacciones en efectivo y el 11% con documento. El gráfico demuestra un alto nivel de desconocimiento del sector comercial sobre los beneficios que brindan el sistema financiero en canalizar los efectivos de toda aquella persona que mantiene una actividad comercial y de esta manera manejarse a través de documentos (cheques, factura, etc.), para evitar el accionar de la delincuencia.

3.- De los diferentes servicios que prestan las instituciones financieras usted conoce:

Cuadro 4. Conocimiento de los comerciantes sobre las instituciones financieras.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Mucho	7	7%
Poco	32	31%
Nada	63	62%
TOTAL	102	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Karla Silva y Sandra Cruz.

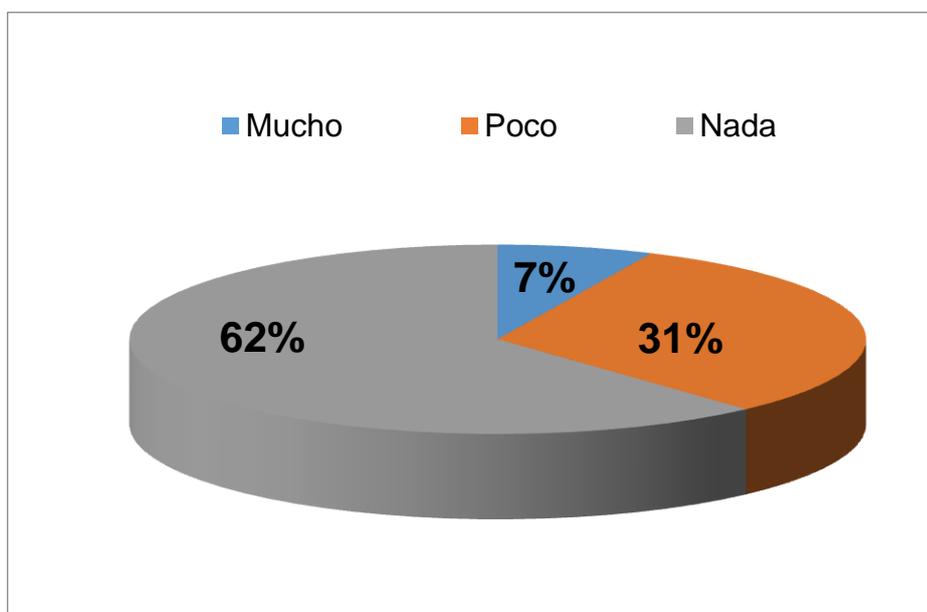


Gráfico 3. Conocimiento de los comerciantes sobre las instituciones financieras

Interpretación.- De acuerdo a la información obtenida el 62% de los comerciantes desconocen de los servicios que ofrece el sistema financiero del cantón Milagro, el 31% indicó que conoce poco y tan solo el 7% tiene conocimiento sobre el tema. Esto demuestra que el desconocimiento es un factor por el cual estas personas no han incursionado en financiamientos que les permita comercializar una variedad de productos/servicios o ampliar sus negocios.

4.- ¿El actual sistema de control de ingreso que lleva le ha ayudado a conseguir:

Cuadro 5. Sistema de ingreso de los comerciantes.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Altos ingresos	21	20%
Pocos ingresos	12	12%
Ingresos medios	64	63%
Ni pérdida ni ganancia	5	5%
TOTAL	102	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Carla Silva y Sandra Cruz.

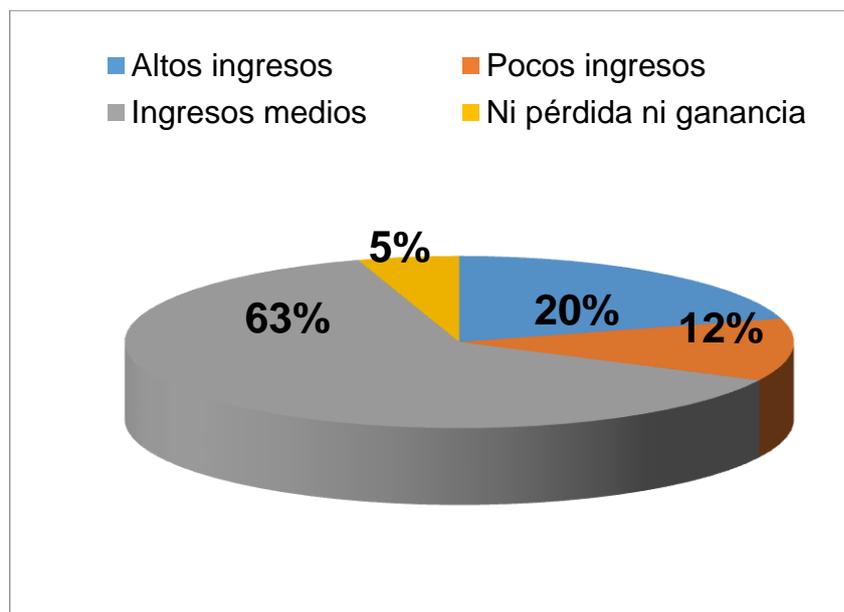


Gráfico 4. Sistema de ingreso de los comerciantes.

Interpretación.- El 63% de los encuestados indican que tuvieron ingresos medios, el 20% altos ingresos, el 12% pocos ingresos y 5% ni pérdida y ganancia. La información recabada demuestra la forma en que llevan los controles internos de sus ingresos económicos, lo que no les está ayudando a obtener excelentes resultados.

5.- ¿Considera que sus actividades comerciales generan importantes ingresos al cantón Milagro?

Cuadro 6. Generación de ingresos al cantón Milagro, según su actividad.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Mucho	70	69%
Poco	23	23%
Casi nada	9	9%
TOTAL	102	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Carla Silva y Sandra Cruz.

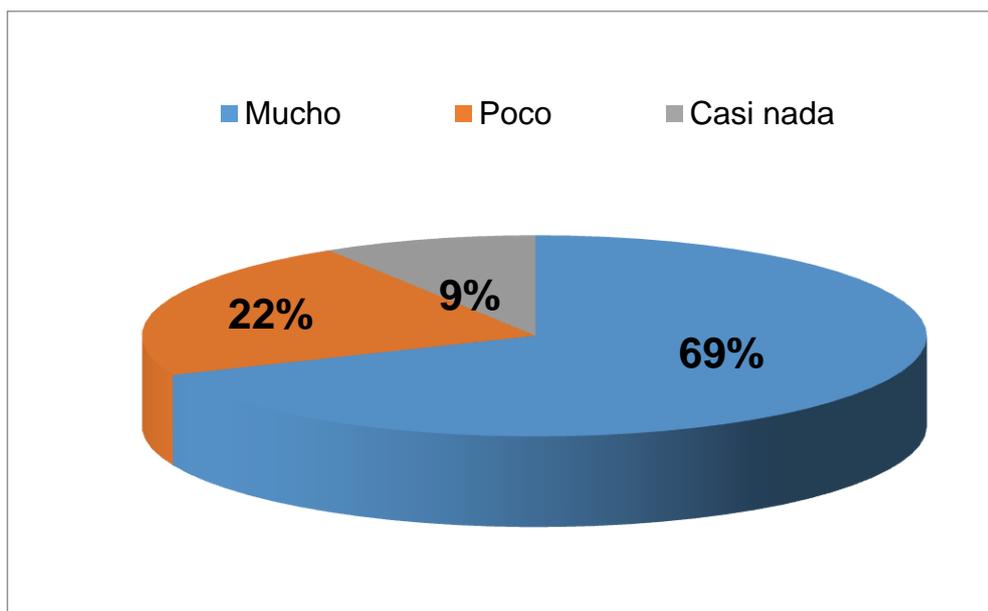


Gráfico 6. Generación de ingresos al cantón Milagro, según su actividad.

Interpretación.- El 70% de los encuestados indicaron que su actividad comercial representa mucho en la economía de las arcas del cantón Milagro, el 20% indicó que poco y el 9% casi nada, Indudablemente toda actividad comercial es importante dentro de la recaudación de ingresos de esta localidad.

6.- ¿Cree usted que el sistema bancario les brinda una amplia información sobre los diferentes servicios que presta?

Cuadro 7. Nivel de difusión de información emitida por el sistema financiero.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Totalmente de acuerdo	6	6%
De acuerdo	8	8%
Medianamente de acuerdo	30	30%
En desacuerdo	58	56%
TOTAL	102	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Carla Silva y Sandra Cruz

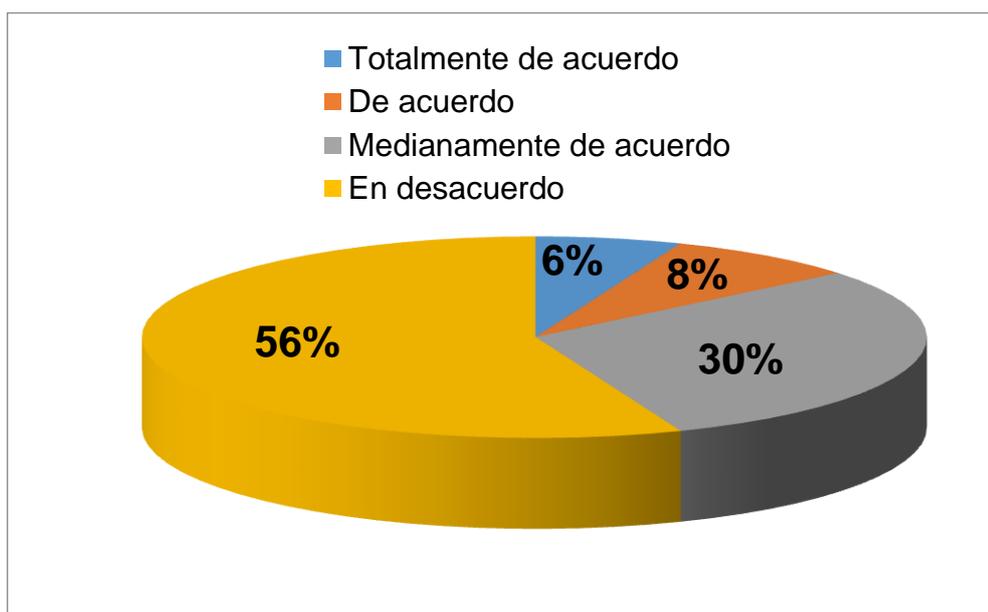


Gráfico 6. Nivel de difusión de información emitida por el sistema financiero.

Interpretación.- Con respecto a nuestra encuesta el 56% está en desacuerdo, el 30% medianamente de acuerdo, el 8% de acuerdo y el 6% totalmente de acuerdo. La información demuestra que existe una alta desinformación por parte de los comerciantes sobre el servicio que brinda el sistema bancario del cantón Milagro.

7.- ¿Tiene usted temor de entregar su dinero a una institución bancaria para que esta la administre?

Cuadro 8. Temor del comerciante en la forma de administrar su dinero.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	66	65%
No	26	25%
Está en duda	10	10%
TOTAL	102	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Carla Silva y Sandra Cruz

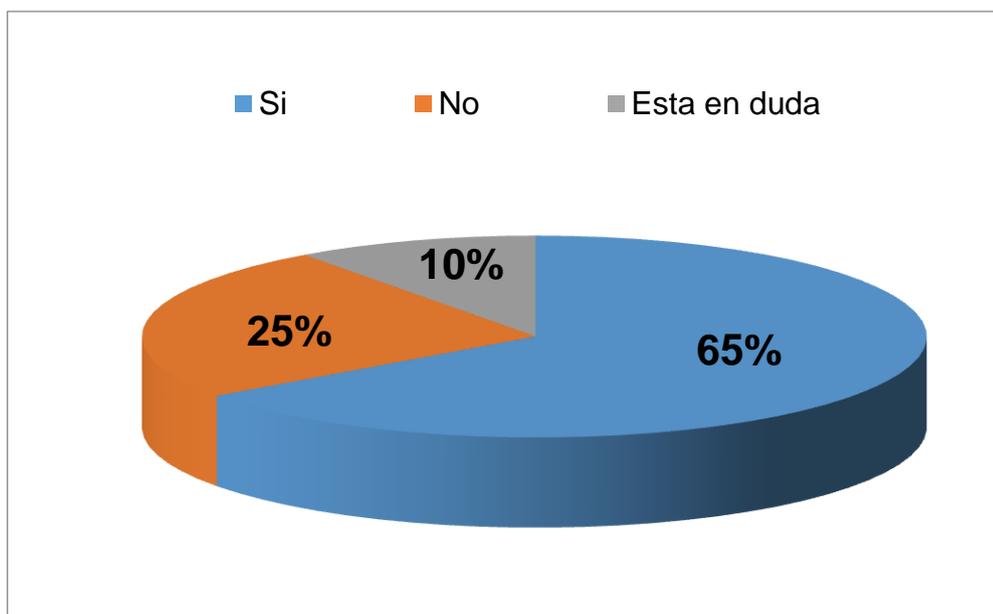


Gráfico 7. Temor del comerciante en la forma de administrar su dinero.

Interpretación.- El 65% de los encuestados indicaron que si tienen temor de que una institución bancaria administre su dinero, el 25% manifestó que no y el 10% en duda. La información recabada demuestra que existe un alto nivel de desconocimiento de los comerciantes sobre los beneficios que les traería si guardan sus ingresos en estas entidades de financiamientos.

8.- ¿A pesar de la aversión (miedo) Ud., colocaría su dinero en una institución bancaria que le ofrezca excelentes servicios?

Cuadro 9. Solicitud de servicios bancarios por parte de los comerciantes.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	77	75%
Tal vez	20	20%
No	5	5%
TOTAL	102	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Carla Silva y Sandra Cruz

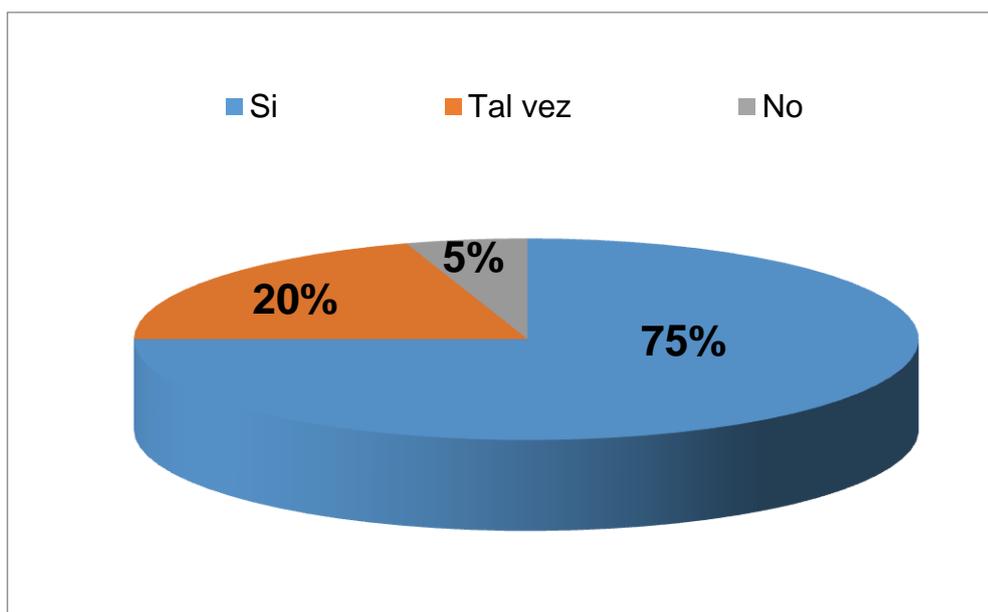


Gráfico 8. Solicitud de servicios bancarios por parte de los comerciantes.

Interpretación.- El 75% de los encuestados están dispuestos a solicitar los servicios que ofrece el sistema bancario del cantón Milagro, existiendo entre un 25% y 5% de evasión sobre estos servicios. La información recabada demuestra que estas personas tienen interés de mejorar su situación comercial.

4.3 RESULTADOS

- La información recabada demuestra a términos generales que los comerciantes de Mercado La Colón desconocen los beneficios que brinda el sistema financiero sobre nuevas formas de administrar su dinero e incurrir en financiamientos.
- Los encuestados indicaron que el actual sistema de control de ingreso que llevan les está causando bajos ingresos, debido a que no conocen otra forma más efectiva de canalizar adecuadamente su dinero. Además indicaron que el actual sistema bancario no les ha brindado una amplia información sobre cómo mantener un buen resguardo sus intereses económicos.
- Se evidenció que el sistema bancario no da una adecuada información se les pregunto si estarían de acuerdo en solicitar los servicios de una entidad bancaria que les brinde una adecuada cobertura, estos indicaron que están dispuestos.
- Lo antes expuesto da la pauta para proyectar una propuesta sostenible en base los resultados de este trabajo de campo. Por lo tanto se considera altamente viable de facilitar las herramientas necesarias para dar a conocer a los comerciantes los beneficios del sistema bancario de esta localidad.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 10. Verificación de la hipótesis general.

VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	
HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
La situación crediticia de los comerciantes del mercado La Colón se verá beneficiada a través del sistema financiero nacional.	Los comerciantes llevan un tiempo aceptable en este sector comercial (Pregunta 1), sus transacciones comerciales las realizan en su mayoría en efectivo (Pregunta 2). Con respecto a su control de ingreso manifestaron que es medio (Pregunta 5), por ello están dispuestos a solicitar los servicios que ofrece el sistema financiero del cantón Milagro (Pregunta 8).

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Carla Silva y Sandra Cruz

Cuadro 11. Verificación de las hipótesis particulares.

HIPÓTESIS ESPECIFICAS	VERIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • El desconocimiento de los comerciantes del Mercado La Colón sobre los productos financieros ofertados por la banca, incide en las oportunidades de inversión en sus negocios. 	<p>Existe un alto desconocimiento sobre los servicios que ofrece el sistema bancario del cantón Milagro (Pregunta 3), además indicaron los comerciantes que las entidades bancarias no les han brindado una amplia información sobre los servicios que manejan (Pregunta 6).</p>
<ul style="list-style-type: none"> • La asociación de los comerciantes del mercado La Colón incidirá en las oportunidades de recepción de créditos de manera individual. 	<p>La asociación de los comerciantes del mercado La Colón no realiza las gestiones pertinentes para acceder a la solicitud de los servicios que ofrece el sistemas financiero, debido a ello es que desconocen de los servicios que ofrecen (Pregunta 3).</p>
<ul style="list-style-type: none"> • La aversión al riesgo crediticio que tienen los microempresarios incide en la oportunidad de crecimiento en este sector comercial del cantón Milagro. 	<p>Existe un 75% que está dispuesto a solicitar los servicios que ofrece el sistema bancario del cantón Milagro (Pregunta 8), esto demuestra que a pesar de temor que tienen, están de acuerdo en que una entidad bancaria administre el dinero de ellos.</p>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: las autoras

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

Identificación de las características requeridas a los comerciantes para ser segmentados como microempresarios según las normativas del Sistema Financiero Nacional.

5.2. JUSTIFICACIÓN

El planteamiento de la propuesta se justifica en base a las hipótesis planteadas, en las cuales se verificó que la situación crediticia de los comerciantes del Mercado La Colón se verá beneficiada a través de los productos financieros que ofrece el Sistema Financiero Nacional. También se pudo constatar que el desconocimiento sobre los servicios que ofrecen las entidades financieras del cantón Milagro, lo cual ha hecho que pierdan oportunidades de inversión para ampliar sus pequeños negocios. En lo concerniente a la asociación de comerciantes, estos no gestionan adecuadamente alguna posibilidad de recepción de créditos, sumándole a esto la aversión al riesgo crediticio por parte de estos emprendedores, lo cual limita su participación en este sector potencial. Motivo por el cual se propone la Identificación de las características requeridas a los comerciantes para ser segmentados como microempresarios según las normativas del Sistema Financiero Nacional. A través del cual se espera brindar los conocimientos necesarios para que estas personas puedan formalizarse y así canalicen con mayor precisión el manejo de sus recursos,

para de esta manera pueda calificar a un préstamo financiero que les augure un crecimiento sostenido en este casco comercial.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Son obligaciones del comerciante individual y social:

- Matricular su empresa mercantil y sus respectivos establecimientos.
- Llevar la contabilidad y la correspondencia en la forma prescrita por este Código.
- Inscribir anualmente en el Registro de Comercio el balance de su empresa, debidamente certificado por Contador Público autorizado en el país, así como los demás documentos relativos al giro de ésta, que estén sujetos a dicha formalidad; y cumplir con los demás requisitos de publicidad mercantil que la ley establece.
- Realizar su actividad dentro de los límites de la libre competencia establecidos en la Ley, los usos mercantiles y las buenas costumbres, absteniéndose de toda competencia desleal. (Código de Comercio, 2014)

La problemática del comercio informal y las posibles soluciones, han generado un debate bastante importante pero no suficiente para plantear propuestas claras y viables, por un lado, los sindicalistas y gremios, los técnicos en promoción de desarrollo económico, funcionarios públicos e instituciones no gubernamentales han optado en señalar o criticar la forma del debate y no el fondo, conocemos la problemática del comercio informal, la pobreza extrema y exclusión social, sobre todo la falta de oportunidades laborales y la inequidad de género, que dan lugar a la informalidad de empleo y del emprendimiento, a la manipulación políticas de las autoridades y sindicalistas, a la falta de visión de algunos funcionarios públicos en relación al desarrollo económico local y recuperación de los espacios públicos, a la mentalidad del comerciante en exigir un derecho al trabajo y no a la promoción al empleo sostenible y decente. (Yoplac, 2014)

Cabe considerar que el comerciante informal que realiza actividades económicas en la vía pública es un emprendedor con iniciativas de negocio, es un empresario que genera empleo directo, en tal sentido, no estoy de acuerdo con el trato que se le da

como trabajador de comercio, es una definición, totalmente marginal, un trabajador no es empresario, un trabajador es dependiente a un empleador, un emprendedor es independiente con una visión e iniciativa propia. Consideramos que existe una serie de problemas que impide la formalización de comercio ambulatorio, tales como:

- La limitada infraestructura y acondicionamiento de los mercados de abastos, que impide la incorporación del comerciante informal, volviéndose este comerciante competencia desleal al mercado.
- No existe en la mayoría de municipalidades un marco normativo favorable, para la formalización de los comerciantes, desde una visión de desarrollo económico, asimismo, existe excesivas trabas burocráticas, comisiones técnicas mixtas improductivas, manejo político de la situación de pobreza del comerciante, entre otros temas.
- Limitado manejo empresarial en las actividades económicas de comerciantes, por las escasas oportunidades de capacitación y asistencia técnicas, que dan lugar a actividades de sobrevivencia y no de emprendimiento competitivo.
- Limitado acceso al financiamiento para la adquisición de galerías y/o mercados, a través del crédito individual o asociativo. (Moreno Zabaleta, 2012)

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general

Realizar la identificación de las características requeridas a los comerciantes para ser segmentados como microempresarios según las normativas del Sistema Financiero Nacional de esta manera fortalecer el desarrollo microempresarial en el cantón Milagro.

5.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los aspectos relevantes para estructurar el adiestramiento a los comerciantes del mercado La Colón.

- Establecer niveles de ingresos y egresos de los comerciantes, para medir su nivel de capacidad financiera ante posibles créditos.
- Identificar los productos financieros que ofrecen las entidades bancarias del cantón Milagro, para que los comerciantes del mercado La Colón puedan acceder a ellos.
- Redactar un prospecto estructurado de la información básica para que los comerciantes del mercado La Colón conozcan la real situación financiera.

5.5 UBICACIÓN

El Mercado La Colón se encuentra ubicado en la Av. Colón entre Federico Paez e Ignacio Ventimilla, siendo este uno de los sectores donde se observa un alto movimiento comercial.



Figura 1. Ubicación geográfica

5.6 FACTIBILIDAD

Administrativa: Desde el punto de vista administrativo es factible, puesto que se ha contado con la colaboración de los comerciantes del Mercado La Colón, sobre su situación crediticia ante las facilidades que el sistema financiero del cantón Milagro ofrece al sector microempresarial.

Presupuestaria: Se detallarán todos los activos que se necesitarán para poner en práctica la propuesta, así como los gastos administrativos y operativos con el fin de determinar la inversión total de este trabajo y demostrar los beneficios al grupo objetivo (Comerciantes del Mercado La Colón).

Legal: De acuerdo a la investigación realizada a las Leyes, Normas y Reglamentos del Estado ecuatoriano no existe restricción ninguna para la realización de esta clase de trabajos, lo cual hace factible su desarrollo.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades

El desarrollo de esta propuesta está estructurada de tal manera que ayudará a los microempresarios para que pueda ser un ente formal en el mercado. Hay áreas que se van a tocar tales como aspectos administrativos, permisos con entidades del gobierno ya sean municipales gubernamentales, los cuales son necesarios para que cualquier microempresario sea reconocido como tal en el mercado formal. Dentro de la etapa administrativa se hace hincapié en los registros contables que en este caso el SRI requiere de cada contribuyente. Además de dar información amplia sobre el tipo de contribuyente como quienes deban utilizar el RUC O RISE

Otro de los puntos que se desarrollarán es la descripción de los productos financieros, en donde se expondrá claramente todos los productos que la Banca a nivel nacional ofrece a cada uno de los clientes, siendo entonces un potencial los comerciantes del mercado La Colón.

PRESENTACIÓN DEL MANUAL

A. Etapa Documental

El presente trabajo para personas naturales tiene como fin que los microempresarios situados en el Mercado La Colón puedan entender la importancia que tiene la formalización dentro de sus actividades comerciales, como es las declaraciones tributarias de forma puntual, fomentando así la cultura tributaria a beneficio de estos gestores como al desarrollo del cantón y por ende del estado ecuatoriano.

El propósito de este proyecto es contribuir al crecimiento de los comerciantes dentro de este mercado competitivo, que exige mejoras continuas en cada uno de sus aspectos tanto administrativos como tributarios.

En relación a la atención de clientes, esta guía beneficiará a los microempresarios puesto que ellos podrán entregar los documentos que los clientes solicitan por la compra de productos o servicios, siendo este un soporte de sus transacciones.

Contenidos



A.1. Permisos del GAD Municipal

Cumplir con las normas de usos del suelo.

Todos los establecimientos de comercio abiertos al público deben cumplir con las normas expedidas por la autoridad municipal competente referentes a uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación

DESCRIPCIÓN

El GAD Municipal del Cantón San Francisco de Milagro. Obtención del Certificado de Uso del Suelo, otorgado por la Dirección de Urbanismo, Arquitectura y Construcción.

Requisitos del trámite:

1. Tasa por servicios técnicos y administrativos, \$1,00
2. Solicitud consulta/uso/suelo \$2,00
3. Copia de la cédula de ciudadanía y votación.
4. Copia de la patente del año en curso
5. Para las personas Jurídicas presentar copia del nombramiento del representante legal.
6. Certificado de Seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
7. Croquis bien detallado del lugar donde está ubicado el negocio.
8. Si el trámite es para renovación de patente, adjuntar adicionalmente registro único de contribuyentes o registro Rise.

A quien acude

GAD Municipal del cantón Milagro

Cuando

Desde la apertura del negocio

Vigencia

Se debe cumplir durante toda la existencia del negocio

DESCRIPCIÓN

Permiso de funcionamiento

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

Requisitos:

1. Solicite inspecciones de establecimiento comercial (valor especie valorada \$ 2,90)
2. Para Inscripción para del negocio (valor 4,50)
3. Costo para el funcionamiento del negocio (valor 167,45)
4. Original/ copia cedula de propietario o Rep. Legal
5. Copia de RUC
6. Original y copia de Carnet de Junta Nacional de Defensa de Artesanos. (si es afiliado).
7. Realizada la inspección, cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar los siguientes requisitos:
8. Presentar informe de la inspección.
9. Original y copia de factura de compra o recarga de extintor(es) y otros.

A quien acude

GAD Municipal del cantón Milagro

Cuando

Desde la apertura del negocio

Vigencia

Se debe cumplir durante toda la existencia del negocio, en periodos anuales.

A.2 Permisos del Ministerio de Salud Pública

Información sobre el funcionamiento y operación formal del negocio.

Se debe cumplir con algunos requisitos fijados por el Estado con el fin de garantizar la salubridad, seguridad, tranquilidad, confianza y convivencia en el ejercicio de las diferentes actividades económicas.

Cumplir con las condiciones sanitarias establecidas por el Reglamento y demás normas vigentes sobre la materia (todos los establecimientos). El Estado debe vigilar que las actividades económicas se desarrollen garantizando la salubridad individual y colectiva. Por ello se debe cumplir con unos requisitos sanitarios mínimos para asegurar el bienestar de la población que puede verse afectada.

DESCRIPCIÓN

Reglamento de Registro y Control Sanitario

Art. 1.- Obligatoriedad del Registro Sanitario.- Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, productos naturales procesados y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, en adelante denominados productos, que se expendan directamente al consumidor bajo una marca de fábrica y nombres o designaciones determinadas, deberán obtener el Registro sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente reglamento

Ante quien acude

El Ministerio de Salud Pública, por intermedio de sus subsecretarías, Direcciones Provinciales y del Instituto Nacional de Higiene y medicina tropical Leopoldo Izquieta Pérez, en los lugares en los cuales estos estén funcionando son los organismos de otorgar, mantener, suspender y cancelar el registro sanitario y disponer su reinscripción..

Cuando

Desde la apertura del negocio

Vigencia

Se debe cumplir durante toda la existencia del negocio, en periodos anuales.

A.3. Permiso del Cuerpo de Bomberos

Seguridad de establecimientos abiertos al público.

Consiste en un certificado que expide el Cuerpo de Bomberos del municipio en el que consta que el local donde funcionará la empresa o establecimiento de comercio reúne normas mínimas de seguridad que permita minimizar los riesgos en procura de proteger a los usuarios, visitantes y empleados, su vida e integridad física.

Descripción

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

Requisitos:

- Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento. Realizada la inspección, cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar los siguientes requisitos:
- Presentar informe de la inspección.
- Original y copia de factura de compra o recarga de extintor(es) y otros.

Información complementaria del Cuerpo de Bomberos

- Cada 50 m² que haya, debe de haber un agente extintor de 10 libras.
- Instalar lámpara de emergencia en vía de entrada y salida. Y tener puertas de emergencias.
- Instalaciones Eléctricas en buen estado y los cables empotrados y cubiertos.
- Sistema de sección de humo con panel centralizados(no batería o pilas)

- Letreros de evacuación de entrada y salida (fondos verdes y letras blancas de 30 x 20)
- Reflectivo color iluminante

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

A quien acude

Cuerpo de bomberos del cantón Milagro

Cuando

Desde la apertura del negocio

Vigencia

Se debe cumplir durante toda la existencia del negocio, en periodos anuales.

B. ETAPA ADMINISTRATIVA

B1. Registros Contables

Sistema de Ingresos y Egresos

Ingreso

De acuerdo al Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno en el Capítulo V, Contabilidad y corrección monetaria, sección I, de la contabilidad, art. 23, en el inciso 6 menciona que La cuenta de ingresos y egresos deberá estar debidamente respaldada en forma documentada. (Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno., 2010)

Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, familia, empresa, organización, gobierno, etc. El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, una venta, etc.). El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad. (Banrepcultural, 2014)

Egreso

Se entiende por egresos todas aquellas salidas o las partidas de descargo. Este verbo hace mención a salir de alguna parte. Por ejemplo: Los egresos de más de un centenar de personas desde este aeropuerto. El concepto de egresos, se encuentra muy asociado a la contabilidad. Se denomina egresos a la salida de dinero de una empresa, mientras que los ingresos permiten hacen referencia al dinero que entra. (Concepto definición, 2015). El estudio de los ingresos y egresos nos ayuda a conocer con anticipación la situación financiera del emprendedor, para un periodo determinado del plan de negocio en el cual están inmersos. Por ejemplo:

Cuadro 12. Ejemplo de ingresos de un comerciante

Posibles ingresos de un comerciante	Ingreso Mensual	Egreso Mensual	Ganancia
Venta de productos perecibles y no perecibles	500,00	275,00	225,00

Los ingresos y egresos deben ser declarados, sea que los comerciantes estén alineados al RISE o al RUC, todos los comerciantes deben tener presente que llevar registros contables es de suma importancia para administrar efectivamente los negocios

B2. Aspectos legales

Dentro de este tema el comerciante se informará sobre las obligaciones existentes con el Servicio de Rentas Internas, es decir el ente gubernamental que regula las transacciones en el país.

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL RUC Y RISE

Requisitos para sacar el RUC para Personas Naturales

- Presentaran el original y entregaran una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Presentaran el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
- Extranjeros presentaran el original y entregaran una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:
- Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o, Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

REQUISITOS PARA INSCRIPCION EN RISE

Se sugiere que los contribuyentes de los comerciantes del Mercado la Colón, se acojan al régimen del RISE.

- Cedula de ciudadanía y copia
- Ultimo certificado de votación y copia
- Uno de los siguientes documentos de cualquiera de los tres últimos meses, donde conste el domicilio del contribuyente.
- Comprobante de venta de agua, luz, teléfono o contrato arrendamiento, comprobante de pago del impuesto predial, a nombre del contribuyente o de un tercero.
- Estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito a nombre del contribuyente.

PASOS PARA DECLARAR Y PAGAR EL RISE

El pago lo podrán realizar de acuerdo a su noveno dígito del RUC y hasta fecha máxima señalada en la siguiente tabla:

Cuadro 13. Día de pago de impuesto de acuerdo al noveno dígito del RUC

NOVENO DÍGITO DEL RUC	FECHA MÁXIMA DE PAGO
1	10
2	12
3	14
4	16
5	18
6	20
7	22
8	24
9	26
0	28

COMO PAGAR LAS CUOTAS DEL RISE

Se pueden cancelar cuotas RISE en los bancos y cooperativas autorizados por el SRI de forma mensual o anual a través de:

Débito automático: Deberá firmar un convenio de débito automático, detallado la cuenta corriente o de ahorro de la cual el SRI debitará mensualmente el valor de su cuota RISE.

Ventanillas de bancos o cooperativas con convenio: Deberá acercarse a las ventanillas de los bancos o cooperativa con cédula e indicará si el pago se realizara por la cuota mensual o anual.

Un contribuyente RISE debe recordar que es su obligación cancelar a tiempo el valor de sus cuotas y así evitarse sanciones y recargas. Además al no pagar 3 cuotas su negocio será clausurado por 7 días y al no pagar 6 cuotas será excluido del RISE e incorporado al régimen general.

COMPROBANTES DE VENTA

Estos documentos sustentan la transferencia de bienes y o la prestación de servicios gravados con tributos. Los comprobantes de venta cuentan con la autorización del SRI para ser emitidos.

Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben emitir y entregar comprobantes de venta autorizados en todas sus transacciones, solo por aquellas ventas iguales o inferiores a \$ 4,00 en que el consumidor no requiera su comprobante de venta podrán realizar un registro de venta diario que resuma dichas ventas.



Todos los contribuyentes al realizar transferencias de bienes y prestaciones de servicios gravados con tarifa 0% y 12%, deberán emitir comprobantes de venta autorizados por el SRI, previamente deberán obtener el número de RUC.

Los tipos de comprobantes de ventas autorizados son los siguientes:

- Notas de venta-RISE.
- Facturas
- Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios
- Tiquetes de maquinarias registradoras públicos
- Los emitidos por bancos boletos o tiquetes aéreos, los emitidos en importaciones.

Formato de factura

Requisitos Preimpresos - Requisitos de Llenados

<u>Razón Social</u>	AUTOMÓVILES NACIONALES S.A.	RUC 1790182345001	RUC								
<u>Nombre Comercial</u>	AUTOMAN	Factura	Denominación								
<u>Dirección de la matriz y del establecimiento emisor (cuando corresponda)</u>	MATRIZ: Av. 6 de Diciembre N24-50 y Gral. Foch Quito SUCURSAL: Luis Plaza Danin 818 y M. Alcívar Guayaquil	Nº. 002 - 001-0000251	Numeración								
		Nº. Autorización 1047844855	Nº. de Autorización (otorgado por el SRI)								
<u>Razón Social del comprador</u>	Sr. (es): _____	Fecha de Emisión: _____	Fecha de emisión								
<u>RUC comprador</u>	RUC o CI: _____	Guía de emisión: _____	Nº. de Guía de Remisión (cuando corresponda)								
<u>Dirección comprador (opcional)</u>	Dirección: _____		Precio unitario								
<u>Descripción del bien o servicio</u>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Cantidad</th> <th style="width: 45%;">Descripción</th> <th style="width: 15%;">Precio Unitario</th> <th style="width: 25%;">Valor de Venta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>			Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor de Venta				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor de Venta								
<u>Validez</u>	Válido para su emisión hasta 10/2006	Sub total 12% Sub total 0% Desuento Sub total IVA 12% VALOR TOTAL	Valor gravado tarifa 12% Valor gravado tarifa 0% Descuentos Valor Total transacción Valor de IVA Valor Total								
<u>Datos de la imprenta</u>	Carlos Angel Bolívar Mora/Imprenta Bolívar RUC: 1710501420001 / Nº. Autorización 2540	Original: Adquiriente/Copia: emisor	Destinatarios								

Formato de Nota de venta

Requisitos Preimpresos - Requisitos de Llenados

<u>Razón Social</u>	AUTOMOVILES NACIONALES S.A.	RUC 1790182345001	RUC								
<u>Nombre comercial</u>	AUTOMAN	NOTA DE VENTA	Denominación								
<u>Dirección de la matriz y del establecimiento emisor (cuando corresponda)</u>	MATRIZ: Av. 6 de Diciembre N24-50 y Gral. Foch Quito SUCURSAL: Luis Plaza Danin 818 y M. Alcívar Guayaquil	Nº. 002 - 001-0000251	Numeración								
		Nº. Autorización 1047844855	Nº. de Autorización (otorgado por el SRI)								
<u>*Identificación del adquiriente</u>	Sr. (es): _____	Fecha de Emisión: _____	Fecha de emisión								
<u>*RUC comprador</u>	RUC o CI: _____										
<u>Descripción del bien o servicio</u>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Cantidad</th> <th style="width: 45%;">Descripción</th> <th style="width: 15%;">Precio</th> <th style="width: 25%;">Valor de Venta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>			Cantidad	Descripción	Precio	Valor de Venta				
Cantidad	Descripción	Precio	Valor de Venta								
<u>Validez</u>	Válido para su emisión hasta 05/2006	VALOR TOTAL	Valor total incluyendo impuesto								
<u>Datos de la imprenta</u>	Carlos Angel Bolívar Mora / Imprenta Bolívar RUC: 1710501420001 / Nº. Autorización 2540	Original: Adquiriente / Copia: emisor	Destinatarios								

C. SERVICIOS FINANCIEROS

Dentro de este tema se dará a conocer a los comerciantes los diferentes servicios que ofrece la banca, considerando como servicio una atención personalizada al cliente, los cuales en su mayoría son sin costos

C1. Los servicios que ofrece la banca

- ✓ **Asesoría sobre cuentas.** Los asesores de servicio al cliente pueden orientarlo acerca de qué cuenta le conviene abrir, según sus necesidades particulares, si ya tiene una cuenta, puede solicitar orientación acerca del manejo adecuado y las recomendaciones que podría poner en práctica para obtener más beneficios.
- ✓ **Asesoría sobre préstamos.** Los bancos brindan orientación acerca de qué tipo de préstamos puede solicitar para cubrir ciertos gastos, por ejemplo, unas vacaciones, la universidad de sus hijos o la compra de un auto. También le dirán a qué cantidad puede aspirar, dependiendo de su salario y su capacidad de pago.
- ✓ **Avalúos.** Si desea vender su propiedad, puede solicitar a la entidad bancaria que le haga el avalúo de la misma.
- ✓ **Opciones de inversión.** Pregunte sobre las alternativas que ofrece cada banco para el manejo de fondos. Las inversiones no sólo corresponden a grandes capitales, de hecho operan con montos grandes pero formados por un número más grande de personas. De esta manera tiene acceso a rendimientos más altos que con un ahorro más pequeño.
- ✓ **Banca en línea.** La banca en línea es un servicio que ha modernizado la manera de administrar las finanzas personales y empresariales, ya que permite realizar ciertas operaciones bancarias a través de internet. Este servicio es una excelente herramienta, porque agiliza las negociaciones y permite hacer movimientos de dinero en tiempo real.
- ✓ **Avisos de movimientos.** Los bancos ofrecen la opción de que el cuentahabiente reciba una alerta en el teléfono celular o correo electrónico cuando se realiza cualquier movimiento en sus cuentas. Esta herramienta brinda seguridad y permite un monitoreo constante.

- ✓ **Seguros.** Las instituciones bancarias también ofrecen seguros de vehículo, de vivienda, de vida, entre otros. Muchas veces se incluyen como beneficio adicional de las cuentas que contrata, o bien, a cambio de una cuota.
- ✓ **Asistencia para viajes.** Si desea viajar, los bancos tienen opciones para que su dinero vaya seguro, como los cheques de viajero y las tarjetas prepagadas. También ofrecen seguros médicos, de vida y de asistencia legal en el extranjero.
- ✓ **Servicios especiales a empresas.** Para las cuentas empresariales, el banco ofrece una vía rápida desde la banca en línea o en algunas sucursales para pagar impuestos.
- ✓ **Domiciliación de pagos.** Las tarjetas de crédito ofrecen la posibilidad de deducir de ellas algunos gastos mensuales fijos, por ejemplo, teléfono, televisión por cable y otros servicios básicos. De este modo garantiza que los pagos se realicen a tiempo, además de ahorrar tiempo y dinero.

D. PRODUCTOS FINANCIEROS

D.1. ACTUALIZACION DE PRODUCTOS FINANCIEROS SEL SECTOR COMERCIAL

Cuadro 14. Tarifas porcentales de afiliación a establecimientos comerciales

No.	SERVICIO	EN PORCENTAJE
1	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito corriente	4,50%
2	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito corriente, Salud y Afines	4,50%
3	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito	4,50%

Cuadro 15. Servicios de renovación y afiliación de tarjetas de créditos

CLASIFICACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO	SEGMENTO DE TARJETA	TARJETAS PRINCIPALES		TARJETAS ADICIONALES	
		Afiliación (en dólares)	Renovación (en dólares)	Afiliación (en dólares)	Renovación (en dólares)
Persona Natural	A+	250,00	250,00	90,00	90,00
	A	150,00	150,00	75,00	75,00
	B	130,00	130,00	60,00	60,00
	C+	64,00	64,00	20,00	20,00
	C	36,00	40,00	10,00	10,00
	D	30,00	36,00	10,00	10,00

ACTUALIZACION DE PRODUCTOS FINANCIEROS SEL SECTOR INDUSTRIAL

Cuadro 16. Servicios de renovación y afiliación de tarjetas de créditos

CLASIFICACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO	SEGMENTO DE TARJETA	TARJETAS PRINCIPALES		TARJETAS ADICIONALES	
		Afiliación (en dólares)	Renovación (en dólares)	Afiliación (en dólares)	Renovación (en dólares)
Empresariales	A	150,00	150,00	20,00	20,00
	B	140,00	140,00	20,00	20,00
	C+	64,00	64,00	20,00	20,00
	C	62,00	68,00	20,00	20,00
	D	60,00	60,00	16,00	16,00

ACTUALIZACION DE PRODUCTOS FINANCIEROS SEL SECTOR DE CONSUMO

Cuadro 17. Servicios de renovación y afiliación de tarjetas de créditos

CLASIFICACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO	SEGMENTO DE TARJETA	TARJETAS PRINCIPALES		TARJETAS ADICIONALES	
		Afiliación (en dólares)	Renovación (en dólares)	Afiliación (en dólares)	Renovación (en dólares)
Marcas compartidas con supermercados	B	90,00	90,00	40,00	40,00
	C+	55,00	55,00	23,00	23,00
	C	30,00	30,00	20,00	20,00
	D	25,00	25,00	16,00	16,00

SERVICIOS QUE OFRECE LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES FINANCIERAS

BANCO DEL PICHINCHA

Cuenta de ahorros electrónica

Con este producto de ahorros usted acumula sus fondos y gana intereses, con la facilidad de realizar depósitos y retiros en cualquier momento y lugar a través de nuestros canales electrónicos.

Beneficios

Efectúe sin demora sus transacciones financieras en cualquiera de nuestros canales electrónicos utilizando su tarjeta de coordenadas e-key.

Acceda a su estado de cuenta digital para verificar sus transacciones.

Realice retiros de efectivo y compras con su tarjeta Xperta con débito a su cuenta.

Consulte sus últimos movimientos en cualquier canal habilitado.

Requisitos

Clientes Nacionales

- Original y copia de su Cédula de ciudadanía y certificado de votación vigente.
- Copia de una planilla de cualquiera de sus servicios básicos, luz, agua o teléfono de su domicilio.
- Monto de apertura: \$200 en Quito, Guayaquil y Cuenca, para el resto del país \$100.

Clientes Extranjeros:

- Solicitud de apertura de cuenta.
- Pasaporte o Copia de Cédula de identidad Ecuatoriana a color legible.
- Certificado de empadronamiento emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Copia planilla de pago de un servicio: agua o luz o teléfono (de su lugar de residencia).

En caso de que el ciudadano extranjero sea miembro de una empresa, adjuntar copia del contrato o carta de la empresa indicando cuáles son sus funciones y el tiempo de las mismas en el país.

Una referencia por escrito personal (de un cliente ecuatoriano) o bancaria o comercial.

Para clientes menores de 18 años es necesario presentar:

- Original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía del representante legal del menor (padre o madre)
- Original y copia de cédula de identidad del menor.

Cuenta Ahorro Futuro Décimo

Si a partir de ahora va a recibir mensualmente los valores de sus décimos tercero y cuarto sueldos, aproveche esta oportunidad para ahorrar ese dinero con una tasa preferencial y la posibilidad de disponer de él en aquellos momentos en los que más lo necesite. Su décimo cuenta y con Banco Pichincha rinde más.

Beneficios

Más rentabilidad: Gane intereses diariamente y obtenga una tasa preferencial del 3.5%(*) al final del periodo.

Mayor comodidad: Ahorre mensualmente el monto proporcional de su décimo a través de débitos automáticos de su cuenta. Cada mes, el dinero que recibe en su salario con los valores de sus décimos tercero y cuarto sueldos, se trasladan a su cuenta "Ahorro Décimos".

Gran flexibilidad: Retire hasta un salario básico unificado durante cada periodo, sin penalidad.

Al final de cada período de ahorro, el monto total se acreditará en su cuenta para que disponga de este dinero como lo ha venido haciendo durante la época de pago de sus décimos tercero y cuarto sueldos.

Ahorro futuro joven

Niños hasta 12 años

Porque creen en la importancia de inculcar la cultura del ahorro desde temprana edad, por ello han diseñado una oferta especial de productos para que los más pequeños de casa empiecen a construir su futuro con el apoyo de sus padres.

Características

- Monto mínimo de apertura: 10 dólares.
- Desde 12 meses plazo.
- Con aportes mensuales de monto fijo (mínimo 10 dólares).

Requisitos

- Cédula del menor de edad.
- Cédula y papeleta de votación vigentes del representante legal.
- Copia de una planilla del último pago de los servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- El representante legal debe tener cuenta en Banco Pichincha.

Beneficios

- Capitalización y pago de interés diario (tasa del mercado)
- Bono económico al final del plazo de acuerdo a saldos promedios
- Clave e-kids para hacer consultas en Banca Electrónica

Canales de apertura

- Agencias
- Banca Telefónica, en el (02) 2 999 999, opción 2

Corriente

Con la cuenta corriente de Banco Pichincha, usted agiliza sus operaciones financieras de forma cómoda y segura, contando con los cheques de mayor aceptación a nivel nacional.

Beneficios

- Emisión y giro ilimitado de cheques personales con sobregiros automáticos en caso de emergencia.
- Podrá solicitar efectos a domicilio (cheques devueltos, chequeras, estados de cuenta).
- Podrá depositar y pagar sus cheques en cualquiera de las oficinas de nuestra red nacional.
- Puede realizar todas sus transacciones en cualquier canal habilitado.
- Podrá elegir chequeras con talón, sin talón y para zurdos.
- Depósito de cheques internacionales en su cuenta.
- Recepción de giros y transferencias del exterior en su cuenta nacional.
- Acceda a su estado de cuenta digital para verificar sus transacciones.
- Realice retiros de efectivo y compras con su tarjeta Xperta con débito a su cuenta.
- Acceda a los servicios electrónicos por medio de su tarjeta de coordenadas E-key.

Requisitos

- Monto de apertura \$500.

Clientes Nacionales

- Original y copia de su Cédula de ciudadanía y certificado de votación vigente.
- Copia de una planilla de cualquiera de sus servicios básicos, luz, agua o teléfono de su domicilio.

Clientes Extranjeros:

- Original o copia de Pasaporte o Cédula de ciudadanía ecuatoriana.
- Certificado de empadronamiento emitido por el Ministerio de relaciones exteriores.
- En caso de que el ciudadano extranjero trabaje en relación de dependencia, adjuntar copia del contrato o carta de la empresa indicando cuáles son sus funciones y el tiempo de las mismas en el país.
- Copia de una planilla de cualquiera de sus servicios básicos, luz, agua o teléfono de su domicilio.

Cuenta Xperta

Cuenta Xperta es la cuenta de más fácil adquisición, diseñada como una primera cuenta transaccional le permite realizar sus gestiones bancarias a través de la red de Corresponsales No Bancarios y otros canales disponibles.

Beneficios

- Adquiera su cuenta en la Red de Corresponsales no Bancarios Pichincha Mi Vecino.
- No requiere depósito mínimo de apertura.
- Reciba depósitos o transferencias hasta por \$3000 dólares al mes.
- Realice retiros de efectivo y compras con su tarjeta Xperta con débito a su cuenta.
- Acceda a los servicios electrónicos por medio de su tarjeta e-key.

Requisitos

- Copia y original de Cédula.
- Costo de emisión del Kit \$5.
- No tener cuentas transaccionales en Banco Pichincha.
- Ser mayor de 18 años.

Crédito Preciso

Crédito dirigido a solventar sus necesidades de consumo personal o de capital.

Beneficios:

- Financiamos su requerimiento desde \$ 600 hasta \$ 20.000.
- Cuenta con pagos desde 3 hasta 24 meses plazo, dependiendo del monto solicitado.
- Tasa de interés.
- Débito automático de cuotas de sus cuentas de ahorros o corriente.
- Seleccione el día de pago que más se ajuste a sus necesidades.
- Reciba el monto líquido, sin deducciones fiscales, facilitando el uso del dinero solicitado.
- Recuerde que todo crédito Preciso Banco Pichincha le brinda la tranquilidad de un Seguro de Desgravamen.

Requisitos según situación laboral:

- Empleado dependiente.
- Profesional independiente o Independiente.
- Garante (mismos requisitos del deudor).

Crédito Línea Abierta

Financiamiento de bienes de consumo o compra de activos fijos, con respaldo de una garantía hipotecaria.

Beneficios

- Financie sus necesidades desde \$ 3.000 hasta \$ 150.000
- Tasa de interés.
- Cuenta con plazos desde 3 hasta 84 meses.
- Financiamiento de hasta el 70% del valor de realización de la vivienda hipotecada.
- Primera hipoteca abierta de la vivienda del cliente.

- Se aceptan hipotecas de terceros.
- Todo crédito Línea Abierta Banco Pichincha, deberá contar con un seguro de desgravamen, incendio y terremoto a elección del cliente.

Requisitos según situación laboral:

- Empleado dependiente.
- Profesional independiente o Independiente.

Mi primer crédito

Para jóvenes mayores de 21 años, Banco Pichincha ofrece créditos para que puedan emprender sus proyectos, adquirir su primer auto, disfrutar de unas merecidas vacaciones o disponer de efectivo para sus diferentes gastos.* Aplican condiciones según tipo de crédito.

Beneficios:

- Tasa de interés.
- Débito automático de cuotas de sus cuentas de ahorros o corriente.
- Seleccione el día de pago que más se ajuste a sus necesidades.
- Reciba el monto líquido, sin deducciones fiscales, facilitando el uso del dinero solicitado.
- Recuerde que todo crédito Preciso Banco Pichincha le brinda la tranquilidad de un Seguro de Desgravamen.

Requisitos según situación laboral:

- Empleado dependiente.
- Profesional independiente o Independiente.
- Garante (mismos requisitos del deudor).

Créditos a Empresas

Productivo

El crédito Productivo financia la operación o ampliación de su negocio, con capital de trabajo o compra de activos fijos

Beneficios

- Le ofrecemos los montos y plazos ajustados a su necesidad y posibilidad de su negocio.
- Tan pronto como usted requiere. Productivo le da la aprobación y desembolso de su crédito en el menor tiempo.
- Le ofrecemos períodos de pago y valor de las cuotas de acuerdo al flujo del negocio.
- Usted y su negocio se encuentran protegidos ante imprevistos ya que cuenta con un seguro de desgravamen e incendio.
- Su crédito puede ser garantizado por una hipoteca o aval personal.

Crediback

Con su certificado de depósito a plazo o papel comercial puede obtener liquidez y financiar sus necesidades de consumo y de negocio de manera inmediata gracias al Crediback.

Beneficios

- No existe monto mínimo y máximo siempre y cuando haya cobertura del 100% del capital más intereses.
- Periodicidad de pago mensual, bimestral, trimestral, semestral o al vencimiento con débito automático.
- La Tasa de Interés es fija durante el periodo de vigencia del crédito.
- Seguro de desgravamen.

Distribuidor Proveedor

Es un producto de crédito enfocado a cubrir las necesidades de su empresa para las compras a sus distribuidores y pagos a sus proveedores, adicionalmente este producto abre un cupo de crédito para los distribuidores, reemplazando el financiamiento directo y la falta de flujo de caja.

Banco Pichincha por medio del Crédito Distribuidor – Proveedor cubre las necesidades crediticias del círculo de empresas relacionadas, llámese Empresa Mayorista – Distribuidores - Proveedores. Ofrece la facilidad de realizar compras haciendo uso de la línea, puede realizar pagos en línea, consultas de movimientos y consultas de saldos de cupo por Internet.

Características:

- Aprobación de una línea de crédito a la empresa Mayorista en la cual se asigna un cupo específico para crédito a sus distribuidores y para pagos de facturas de sus proveedores.
- Servicio personalizado de atención, calificación y entrega de la línea de crédito.
- Manejo de la línea de crédito por canales electrónicos: para el servicio de pagos y liberación de cupo en línea por internet.

Visa Empresarial

La tarjeta Visa Empresarial, es una herramienta de crédito que se adapta a las necesidades de las pequeñas y medianas empresas, facilitándoles un mejor control de sus gastos y de la financiación de los mismos.

Funciona como una reserva de crédito para la empresa, disponible y accesible en el momento necesario. Su empresa decide pagar los saldos mensuales totales o acogerse a una línea de crédito rotativa.

Simplificación: Permite programar pagos de facturas y consolidar los desembolsos en un estado de cuenta mensual facilitando así la contabilidad del negocio.

Conveniencia: Es un método práctico y seguro para realizar los pagos de la empresa, disminuye la necesidad de uso de cheque y efectivo.

Organización: Ayuda a separar los gastos personales de los gastos del negocio.

Flujo de Caja: Facilita la administración de las finanzas de la empresa, hace más eficiente la contabilidad y la conciliación de gastos.

Flexibilidad Financiera: Provee línea de crédito para compras diarias o capital de trabajo.

Beneficios:

- Opciones de financiamiento: La empresa cuenta con distintas maneras de financiar sus gastos.
- Aceptación universal y acceso a efectivo: La tarjeta Visa Empresarial es aceptada en más de 29 millones de comercios en el mundo entero, y permite obtener efectivo en más de 800,000 cajeros alrededor del mundo.
- Mejor control de gastos: Visa Empresarial brinda a los empleados la posibilidad de diferenciar los gastos personales de los correspondientes a la compañía, y les ofrece una herramienta de pago segura y confiable para abonar los pagos a cualquier proveedor.
- Reducción de costos: Ahorra tiempo y costos relacionados con la solicitud de préstamos bancarios tradicionales, a través de la línea de crédito de Visa Empresarial, y puede evitar los gastos relacionados con la utilización de cheques y efectivo.
- Seguro de accidentes en viaje: Le brinda una cobertura de hasta USD 75.000 en todos los viajes al abonar los pasajes con su tarjeta Visa Empresarial.
- Asistencia Visa Empresarial: Si se extravía la tarjeta o si se presenta un problema urgente durante los viajes al extranjero, Visa Empresarial le brinda servicios adicionales para ayudar a resolver los problemas.

Servicios adicionales:

- Reemplazo urgente de tarjeta y envío de efectivo.
- Información de asistencia médica urgente.
- Información de asistencia legal urgente.
- Coordinación y reemplazo urgente de boletos de viaje.

- Coordinación y envío urgente de documentos.
- Coordinación y asistencia en caso de pérdida de equipaje.
- Información de viajes.
- Servicio de mensajes urgentes.

BANCO DE GUAYAQUIL

Crédito para Capital de Trabajo

Diseñado para cubrir tus necesidades de capital de trabajo y financiamiento a corto y mediano plazo para dar continuidad a tu negocio en los momentos más importantes.

Características

- Monto: De acuerdo a las necesidades y cupo acorde al estudio de crédito.
- Plazo: De acuerdo a tu flujo de negocio.
- Tasa de Interés: De acuerdo al monto y al plazo.
- Garantías: Las acordadas entre las partes.
- Solicitud de crédito.

Beneficios

- Asignación de un cupo para tu empresa para ser tomado de acuerdo a tus necesidades de financiación.
- Cuota de amortización, según monto y plazo del crédito.
- Flexibilidad. Ajusta los pagos a tu Flujo de Caja y estacionalidad de tus ventas.
- Asesoría Permanente por parte de tu Ejecutivo de Cuenta.

Crédito Voucher

Desde ahora podrás contar con la liquidez que necesita tu negocio, Crédito Voucher, un préstamo conveniente y ágil que se ajusta a las necesidades de tu empresa. Te ofrece la oportunidad de obtener liquidez para el flujo de tu negocio mediante un préstamo respaldado en las ventas que genere tu establecimiento a través de tarjetas de crédito.

Características

- **Destino:** Liquidez para flujo del negocio.
- **Forma:** de pago: Mensual.
- **Monto:** Dependerá de tu nivel de facturación y capacidad financiera.
- **Tasa:** Aplica de acuerdo al segmento.

Beneficio

- Forma de financiamiento que se ajusta a las necesidades de tu empresa.
- Asesoría y servicio personalizado.

Requisitos

- Ser cliente del Banco Guayaquil.
- Documentación legal actualizada.
- Información financiera actualizada.

Crédito Inmediato

De forma rápida y eficiente, contarás con financiamiento para tu empresa y poder cubrir las cuentas por pagar en el momento que lo necesites. Podrás acceder este crédito en cualquier momento desde nuestra página web. Contratación en nuestras oficinas a nivel nacional.

Beneficios

- Ágil y rápido financiamiento en el momento que necesite y de forma segura.
- Pago puntual de u obligaciones.
- Servicio a la medida de las necesidades de la empresa.
- Atención 24/7 para solicitudes vía web (utilización del cupo de crédito).

Características

- Plazo de pago de operaciones: puede ser a un solo vencimiento o con tabla de amortización hasta 12 meses. El cliente elige cuando realizar una solicitud vía web.

- Impresión de documentos (pagaré) desde la misma plataforma.
- Desembolso en 48 horas (desde que la empresa solicitó y aprobó requerimiento).
- Pago de operaciones con débito automático.

Requisitos

- Poseer información financiera al día.
- Debes contar con una línea de crédito aprobada por el Banco.
- Tener contratado el servicio de pagos a través del MultiCash.

BANCO DEL FOMENTO

MICROCRÉDITO DE FORTALECIMIENTO

Crédito dirigido a Microempresarios de economía de subsistencia y acumulación simple

Monto

Hasta: 7.000 USD

Tasa de interés

11% anual para producción.

15% anual para comercio y servicios

Garantía

Quirografaria, Prendaria ó Hipotecaria.

Destino

Capital de trabajo, activos fijos, maquinaria usada.

Beneficios

Plazo: Hasta 5 años, y en casos excepcionales hasta 10 años para actividades agropecuarias o agroindustriales de acuerdo al destino del crédito y a la capacidad actual y futura.

Forma de pago: Mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual o al vencimiento.
Periodo de gracia: Hasta 3 años para capital, dependiendo del destino y capacidad de pago.

Requisitos

1. Copia legible blanco y negro o a color de Cédula de Ciudadanía del solicitante, del garante y de sus cónyuges (o convivientes en unión de hecho legalmente relacionada) según sea el caso.
2. Copia legible blanco y negro o a color de la papeleta de votación actualizada del solicitante, del garante y de sus conyugues (o convivientes en unión de hecho legalmente reconocida) según sea el caso. Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años, la presentación del certificado de votación es opcional.
3. Original o copia del comprobante de pago de: luz agua o teléfono fijo (con una antigüedad no mayor a 60 días), tanto para el solicitante como para el garante.

Para el caso de solicitantes que tienen garantía hipotecaria a favor del BNF:

- Certificado de gravámenes del registro de la propiedad (con una antigüedad no mayor a 90 días).
- Copia de recibo de pago de impuesto predial (actualizado o del último año).

De ser el caso, se exigirá la presentación de los siguientes documentos:

- Copia de la declaración del impuesto a la renta del último año (si estuviera obligado a realizarlo)
- Copia de la declaración del impuesto al valor agregado del último periodo (Si estuviera obligado a realizarlo)
- En el caso de poseer bienes inmuebles y/o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del bien.

- Título de propiedad o contrato de arrendamiento del lugar de inversión cuando éste sea diferente al domicilio.

Para montos superiores a \$3000 dólares, copia del registro único de contribuyentes (RUC) o del régimen impositivo simplificado (RISE) del solicitante.

Para el caso de activos fijo, original o copia de la proforma de los bienes a adquirirse.

Para el financiamiento de obras de infraestructura, se deberá presentar el presupuesto de la misma.

MICROCRÉDITO DE CRECIMIENTO

Crédito dirigido a Microempresarios de economía y acumulación simple y ampliada.

Monto

Hasta: 20.000 USD

Tasa de interés

11% anual para producción.

15% anual para comercio y servicios

Garantía

Quirografaria, Prendaria ó Hipotecaria.

Destino

Capital de trabajo, activos fijos, maquinaria usada.

Beneficios

Plazo: Hasta 5 años, y en casos excepcionales hasta 10 años para actividades agropecuarias o agroindustriales de acuerdo al destino del crédito y a la capacidad actual y futura.

Forma de pago: Mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual o al vencimiento.

Requisitos

1. Copia legible blanco y negro o a color de Cédula de ciudadanía del solicitante, del garante y de sus cónyuges (o convivientes en unión de hecho legalmente reconocida) según sea el caso.
2. Copia legible blanco y negro o a color de la papeleta de votación actualizada del solicitante, del garante y de sus cónyuges (o convivientes en unión de hecho legalmente reconocida) según sea el caso. Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación opcional.
3. Original o copia del comprobante de pago de: luz, agua o teléfono fijo (con antigüedad no mayor a 60 días), tanto para el solicitante como para el garante.

Para el caso de solicitantes que tienen garantía hipotecaria a favor del BNF.

- Certificado de gravámenes del registro de la propiedad (con una antigüedad no mayor a 90 días)
- Copia de recibo de pago de impuesto predial (actualizado o del último año).

De ser el caso, se exigirá la presentación de los siguientes documentos:

- Copia de la declaración del impuesto a la renta del último año (si tuviera obligado a hacerlo)
- Copia de la declaración del impuesto al valor agregado del último periodo (si estuviera obligado a hacerlo)
- En el caso de poseer bienes inmuebles o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del bien.
- Título de propiedad o contrato de arrendamiento del lugar de inversión cuando este sea diferente al domicilio.

Para montos superiores a \$3000 dólares, copia del registro único de contribuyentes (RUC) o del régimen impositivo simplificado (RISE) del solicitante.

Para el caso de activos fijos, original o copia de la proforma de los bienes a adquirirse.

Para el financiamiento de obras de infraestructura, se deberá presentar el presupuesto de la misma.

CRÉDITO DESARROLLO HUMANO

Crédito dirigido a beneficiarios del bono de desarrollo humano monto hasta: 580,96 usd tasa de interés 5% anual (subsidiada por el gobierno nacional) garantía sin garantía destino inversión en micro unidades de producción, comercio y servicios.

Beneficios

Plazo: 1 año

Forma de pago: mensual

Periodo de gracia: n/a

Requisitos

Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y cónyuge.

2. Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y cónyuge.

3. Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días).

4. Constar en la base del MIES.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Para que todos los comerciantes del mercado La Colón puedan acceder a un manual y una profunda explicación del mismo se utilizarán los siguientes recursos.

Para un grupo de 20 personas:

Cuadro 18. Recursos

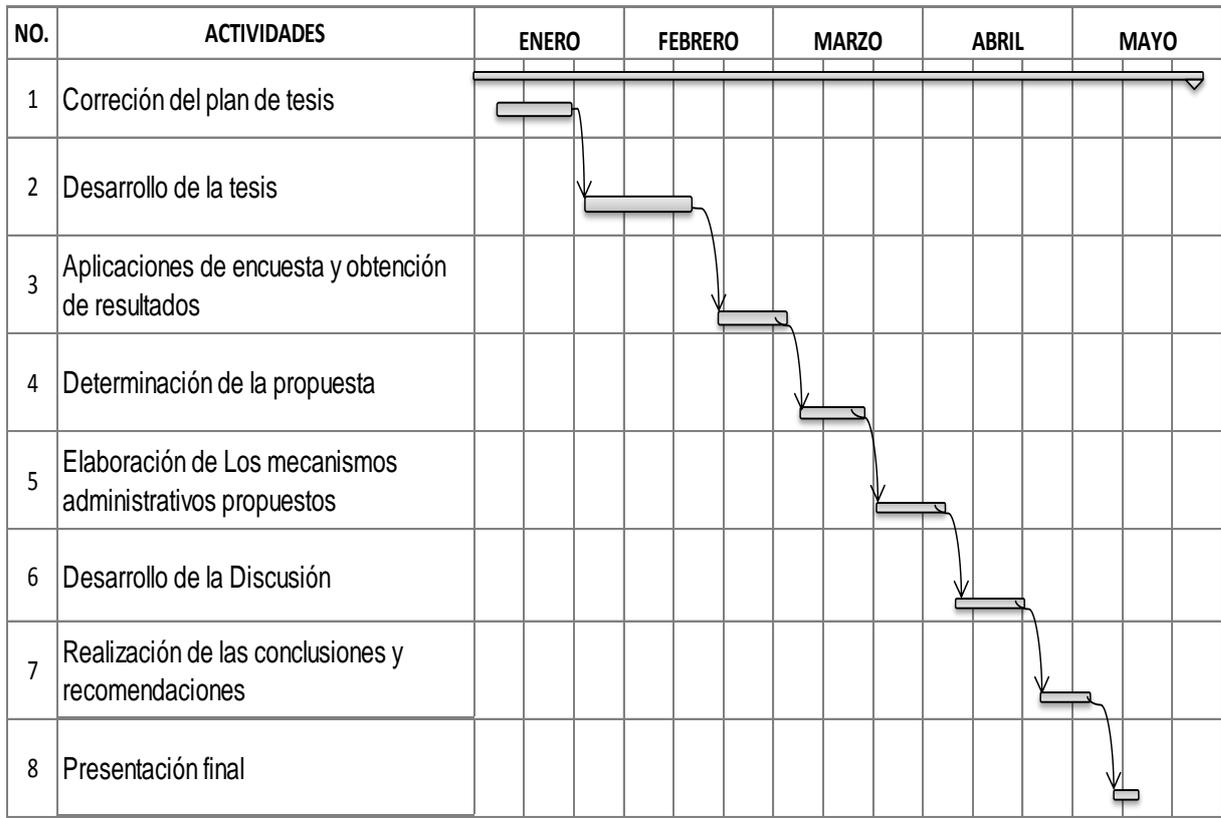
Detalle	Cant.	Valor unitario	Valor total
Manual	20	1,00	20,00
Esferográficos	20	0,30	6,00
Calculadora	20	7,00	140,00
Cuaderno	20	1,00	20,00
SUBTOTAL			186,00

5.7.3 Impacto

El desarrollo de esta propuesta permitirá que los comerciantes optimicen sus labores a través de la capacitación, es decir fortalecer las aptitudes, actualizar y ampliar los conocimientos de los contadores en la ejecución de sus actividades, la importancia radica ya que el trabajo de estos servidores forman parte importante en la toma de decisiones económicas de sus negocios, por lo tanto están exigidos a operar formalmente.

- ✓ La implementación de esta propuesta permitirá que los microempresarios mejoren su forma de operar en base a su actividad comercial.
- ✓ A nivel laboral proporcionando plazas de trabajo y capacitación adecuada de la misma, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de estos microempresarios.
- ✓ La optimización de las actividades (a través de esta propuesta) de los gestores permitirá un posicionamiento respetable en este casco comercial.

5.7.4 Cronograma



5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta

Para permitir que la propuesta siguió a una serie de pautas para obtener buenos resultados:

- En primera instancia se identificaron los problemas, los cuales permitieron establecer los objetivos investigativos, los cuales se cumplieron.
- Otro factor relevante que permitió recabar información fue la encuesta, la cual estuvo dirigido a los comerciantes del Mercado La Colón.
- El análisis de los resultados, se determinó que la falta de formación a los comerciantes, por lo cual no llevan una adecuada administración de su trabajo.

El seguimiento de estos lineamientos permitirá alcanzar lo siguiente:

- La aplicación del plan de capacitación permitirá lograr lo siguiente
- Mejora continua.
- Cumplimiento de las normas, leyes.
- Adecuada toma de decisiones económicas.
- Posicionamiento permanente en el mercado.

CONCLUSIONES

- Los comerciantes del Mercado La Colón tienen su clientela definida, debido a que llevan un tiempo considerable en esta actividad comercial, sus embargo muchos de ellos carecen de conocimientos, sobre aspectos que podrían ayudar en su crecimiento microempresarial, como estar operando de manera formal, poder acceder a microcréditos de acuerdo a la capacidad de ingresos que tienen, factores que no les ha permitido ampliar su horizontes, manteniendo entonces un nivel de ingreso poco satisfactorio.
- El objetivo general del plan de capacitación se ha cumplido; es decir, que la puesta en marcha de este proyecto fortalecerá los conocimientos de los comerciantes que se encuentran situados en el cantón Milagro Mercado La Colón y así potenciar las gestiones internas y externas de sus negocios.
- Los objetivos específicos se cumplieron debido a las necesidades de formación que fueron evidenciadas en el proceso de encuesta realizada a los comerciantes del mercado La Colón, lo que permitió determinar los conocimientos, actitudes y habilidades necesarias para el óptimo desempeño de los negocios de los comerciantes.
- Se determinó el presupuesto de formación, de esta manera se tendrá una clara visión de la inversión acorde a esta clase proyectos, el mismo que está distribuido por etapas, para un mejor entendimiento del comerciante, puesto que el propósito es que mejoren su posición en esta plaza comercial del cantón Milagro.

RECOMENDACIONES

- La actividad microempresarial es atractiva en la recaudación de impuestos de las arcas municipales del Cantón Milagro, motivo por el cual se recomienda que el GAD Municipal realice charlas motivadoras de fortalecimiento y crecimiento a los comerciantes del mercado La Colón, de esta manera se ayudara a este sector, beneficiándose ambas partes de esta gestión social.
- Debido a la importancia de la capacitación para emprendedores que carecen de conocimientos para operar de forma formal y que desaprovechan las oportunidades que el sistema financiero de esta localidad ofrece al sector microempresarial, se recomienda que las universidades del cantón Milagro a través de los proyectos de vinculación realizadas por los estudiantes, consideren como objeto de aplicación de los mismos al adiestramiento a los comerciantes del mercado La Colón.
- En el Ecuador existe entidades como organismos no gubernamentales, los cuales son un referente importante para capacitar a las pequeñas organizaciones microempresarial, que no mantienen una adecuada administración de sus negocios, como el caso de los comerciantes antes mencionados.

BIBLIOGRAFÍA

- ABAITUA CANALES, C. (2010). *CONCEPTO DE COORDINACIÓN*. Recuperado el 12 de MARZO de 2016, de <http://www.vingest.com/pdf/Herramientas/MecanismosCoordinacion.pdf>
- ABARCA AGUIRRE, A. d., & CACERES VALDIVIEZO, J. A. (Julio de 2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA PARA EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL DEL CANTON NARANITO*. Recuperado el 02 de Marzo de 2016
- BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR. (2016). *EL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL*. Recuperado el 14 de MARZO de 2016, de <http://www.bde.fin.ec/content/1-el-sistema-financiero-nacional>
- Banrepcultural. (2014). *Ingresos*. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/ingresos>
- BARRAL VARELA, G. (2015). *HIPOTECA*. Recuperado el 14 de MARZO de 2016, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/hipoteca.html>
- BUENAS TAREAS. (26 de Junio de 2011). *CUOTAS DE VENTAS*. Recuperado el 12 de Marzo de 2016, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Cuotas-De-Ventas/2469702.html>
- CABRERA, E. (2009). *CONTROL*. Recuperado el 12 de MARZO de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos14/control/control.shtml#in>
- CHANDLER, A. (2009). *ESTRATEGIA*. Recuperado el 13 de MARZO de 2016, de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/qu-es-estrategia.html>
- Código de Comercio. (2014). *Obligaciones de los comerciantes, art 411*. Obtenido de http://www.cnr.gob.sv/documentos/rc/obligaciones_comerciantes_art411.pdf
- Concepto definición. (2 de Enero de 2015). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/egreso/>
- CONCEPTO.DE. (2015). *ORGANIZACION*. Recuperado el 2014 de MARZO de 2016, de <http://concepto.de/organizacion/>

- De conceptos. (2014). *Concepto de microempresa*. Recuperado el 17 de Febrero de 2016, de <http://deconceptos.com/general/microempresa>
- DECONCEPTOS. (2016). *CONTROL ADMINISTRATIVO*. Recuperado el 12 de MARZO de 2016, de <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/control-administrativo>
- Definición Legal. (15 de Enero de 2013). *Comerciantes*. Obtenido de <http://definicionlegal.blogspot.com/2013/01/concepto-de-comerciante.html>
- DEFINICIONABC. (2015). *ADMINISTRACION*. Recuperado el 12 de MARZO de 2016, de <http://www.definicionabc.com/negocios/administracion.php>
- Granja, A. (2010). *ANALISIS DE LA SITUACION DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, DESPUES DE SU REUBICACION EN LOS CENTROS COMERCIALES DEL AHORRO, VISTA DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PROPIOS COMERCIANTES*. Recuperado el 12 de Febrero de 2016, de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2025/7/TFLACSO-AGV2000.pdf>
- Historia del Ecuador. (2010). *Historia y Economía del Ecuador*. Obtenido de <http://historiaecuador.blogspot.com/>
- JUAREZ, P. (2015). *DIRECCION Y SUS PRINCIPIOS*. Recuperado el 13 de MARZO de 2016, de http://www.academia.edu/6180096/CONCEPTO_DE_DIRECCION_y_sus_principios
- MARTÍNEZ, J. (2010). *MEDICIÓN DE LA MANDA DE MERCADO*. Recuperado el 13 de MARZO de 2016, de http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=56
- MOLINA, & BONILLA, M. &. (2010). *PLANIFICACIÓN*. Recuperado el 14 de MARZO de 2016, de <http://frankmorales.webcindario.com/trabajos/planificacion.html>
- Moreno Zabaleta, M. (2012). *Estrategia de formalización del comercio informal*. Obtenido de <http://cemse.blogspot.com/2009/05/estrategias-de-formalizacion-del.html>

- NACIONAL FINANCIERA, S.N.C. (2016). *MERCADO POTENCIAL*. Recuperado el 14 de MARZO de 2016, de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3495/Mercado-Potencial>
- OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. (2010). *MERCADO META Y SEGMENTACION*. Recuperado el 14 de MARZO de 2016, de http://www.negociosgt.com/main.php?id=99&show_item=1&id_area=123
- Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. (2010). *Ingresos de la fuente ecuatoriana*. Obtenido de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/regtribint.pdf>
- ROAS MACEDO, D. H. (2010). *MERCADO TOTAL*. Recuperado el 14 de MARZO de 2016, de <https://www.scribd.com/doc/45080448/Mercado-Total>
- SCPM. (26 de Junio de 2012). *CODIGO DE COMERCIO*. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-de-Comercio.pdf>
- SIGNIFICADOS.COM. (2013). *QUE ES UNA NECESIDAD*. Recuperado el 14 de MARZO de 2016, de <http://www.significados.com/necesidad/>
- Sities google. (2014). *Derechos y obligaciones de los comerciantes*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/mercadodeshushufindi/nuevo-mercado-de-shushufindi/derechos-y-obligaciones/derechos-obligaciones-y-prohibiciones-de-los-comerciantes>
- THOMPSON, I. (2012). *DEMANDA*. Recuperado el 13 de MARZO de 2016, de <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Yoplac, V. (2014). *Formalización del comercio informal*. Obtenido de http://www.academia.edu/8331154/Formalizacion_del_comercio_informal



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ANEXO 1 MODELO DE ENCUESTA

1.- ¿Qué tiempo lleva trabajando con su negocio?

De 1 año a 3 años_____

De 3 a 6 años_____

De 6 años en adelante_____

2.- Las transacciones comerciales usted las realiza:

En efectivo_____

Con documento_____

3.- De los diferentes servicios que prestan las instituciones financieras usted conoce:

Mucho_____

Poco_____

Nada_____

4.- ¿El actual sistema de control de ingreso que lleva le ha ayudado a conseguir:

Altos ingresos_____

Pocos ingresos_____

Ingresos medios_____

Ni pérdida ni ganancia_____

5.- ¿Considera que sus actividades comerciales generan importantes ingresos al cantón Milagro?

Mucho_____

Poco_____

Casi nada_____

6.- ¿Cree usted que el sistema bancario les brinda una amplia información sobre los diferentes servicios que presta?

Totalmente de acuerdo_____

De acuerdo_____

Medianamente de acuerdo_____

En desacuerdo_____

7.- ¿Tiene usted temor de entregar su dinero a una institución bancaria para que esta la administre?

Si_____

No_____

Está en duda_____

8.- ¿A pesar de la aversión (miedo) Ud., colocaría su dinero en una institución bancaria que le ofrezca excelentes servicios?

Si_____

Tal vez_____

No_____

ANEXO 2. FOTOS DEL MERCADO LA COLÓN





ANEXO 3. FOTOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS COMERCIANTES







ANEXO 4. CATASTRO MUNICIPAL

Nº LOCAL	CONTRIBUYENTE	No. CEDULA	SECCION	BLOQUE	DIRECCION	MES	IVA 12%	TOTAL
1	DISPONIBLE	0	-	A	-	-	-	-
2	CASTRO PATARON ESTHER KARINA	0923606313	Alquiler de equipos informáticos	A	24 DE MAYO Y MIGUEL VALVERDE	28,80	3,46	32,26
3	LITUMA GUALPA CARLOS HUMBERTO	0902073105	SASTRERIA	A	CDLA. JUAN WISNETH	28,80	3,46	32,26
3A	LEON BARZOLA DIANA KATHERINE	0928421825	VARIOS	A	CDLA. ABDALA BUCARAM	28,80	3,46	32,26
4	BARZOLA AGUIRRE DIANA JAKELINE	1203462153	ARTICULOS VARIOS	A	CDLA. ABDALA BUCARAM	28,80	3,46	32,26
5	ESTRADA OROZCO MARÍA DOLORES	0903563989	VENTA DE PLASTICOS	A	CDLA. NUEVO MILAGRO	28,80	3,46	32,26
6	PINTA TUQUINGA EDGAR FERNANDO	0919005017	VENTA DE PLASTICOS	A	SAN MIGUEL 2	28,80	3,46	32,26
7	PINTA LUIS ALBERTO	0601640220	PAPELERIA	A	SAN MIGUEL 2	28,80	3,46	32,26
8	HUALPA GAVILANEZ JANETH AMANDA	1203662802	BAZAR	A	AVENIDA COLON	28,80	3,46	32,26
9	SARMIENTO ANGUISACA ANGEL	0908125099	TERCENA	A	CALLE VEINTIMILLA S/N	57,60	6,91	64,51
10	VELOZ CARRIÓN JONATHAN HUMBERTO	1718077793	CONFITERIA	A	CDLA. LOS HELECHOS	28,80	3,46	32,26
11	LARA VIZUETA WILLIAM	0912745221	CARNE	A	CDLA. LOS VERGELES	28,80	3,46	32,26
12	JIMENEZ QUINCHE LOURDES	0921747567	VENTA DE PLASTICOS	A	AVENIDA JAIME ROLDOS	57,60	6,91	64,51
13	POMA ROGEL JUAN ALBERTO	1100396280	ABACERIA	A	CDLA. ELVIA MARIA	57,60	6,91	64,51
14	JARRIN ESPINOZA RICARDO	0915681332	ARTICULOS DE BAZAR	A	CDLA. LOS HELECHOS	28,80	3,46	32,26
15	VILLA POMAQUERO JOSÉ MARIA	0601997752	ABACERIA	A	CDLA. LOS PINOS	86,40	10,37	96,77
16	LITUMA SALAZAR ROXANA JACQUELINE	0927002204	GABINETE DE BELLEZA	A	URB. CAMPO ABIERTO	57,60	6,91	64,51
17	GARCIA LOOR ALEXANDRA	1202777734	GABINETE DE BELLEZA	A	CDLA. VERGELES	28,80	3,46	32,26
18	JIMENEZ MURILLO GERMANIA SOFIA	0909855454	ARTICULOS DE BAZAR	A	HURTADO	28,80	3,46	32,26
19	CUENCA CARVAJAL JAZMÍN GISSELA	0915542161	ABACERIA	A	Y CALLE C	57,60	6,91	64,51

20	ABRIL CARDENAS ESTHELA MERCEDES	1500312663	Venta de Batidos y	A	CDLA. WILLIAM REYES	53,86	6,46	60,32
21	GUACHUN GUAMAN PIEDAD DEL CARMEN	0102982238	VENTA DE JUGOS	A	AV. COLON	-	-	-
22	BAQUERIZO SALAS ANA BRIGIDA	0924794936	COMEDOR	A	CDLA. LA ESPERANZA	53,86	6,46	60,32
23	SALAS BEEDOR MARÍA	1705358594	COMEDOR	A	CDLA. LA ESPERANZA	53,86	6,46	60,32
24	CAMINO ARROBA ROSA VIRGINIA	0908965734	COMEDOR	A	CDLA. SAN FRANCISCO	53,86	6,46	60,32
25	VALERO CAMINO BERTHA ROSA	0929213254	COMEDOR	A	CDLA. SAN FRANCISCO	53,86	6,46	60,32
26	MACIAS JARA DOLORES NARCISA	0906785282	COMEDOR	A	AVENIDA CHIRIJOS Y LOS Ríos	53,86	6,46	60,32
27	BODERO PADILLA PAUL AGUSTIN	0940812316	COMEDOR	A	AVENIDA COLON	53,86	6,46	60,32
28	BRITO ULLOA MARIA ESTELA	0905808853	COMEDOR	A	CAUSANA	85,07	10,21	95,28
29	SANCHEZ GARCIA ANDREA MARIA	0923690193	COMEDOR	A	CDLA. LOS ANGELES	85,07	10,21	95,28
30	BARRERA RAMIREZ JULIO CESAR	0920197225	COMEDOR	A	CDLA. BELLAVISTA	85,07	10,21	95,28
31	VELASQUEZ NOBOA MIRIAM ELIZABETH	0922291943	COMEDOR	A	AVENIDA COLON	70,88	8,51	79,39
32	DISPONIBLE	0	0	A	0	-	-	-
33	JIMENEZ VELOZ ROXANA KATHERINE	0925964314	COMEDOR	A	CDLA. BELLAVISTA	70,88	8,51	79,39
1	GUAMAN PILCO HUMBERTO FABIAN	0923175483	LEGUMBRES	B	MORENO Y PEDRO ECHEVERRIA	16,20	1,94	18,14
2	DISPONIBLE	0	LEGUMBRES	B	0	-	-	-
3	DISPONIBLE	0	LEGUMBRES	B	0	-	-	-
4	JIMENEZ QUINCHE LUIS FERNANDO	0916571045	LEGUMBRES	B	AV. AMAZONAS	16,20	1,94	18,14
5	MOSQUERA ROMERO NARCISA DE JESÚS	0908220437	BEBIDAS	B	OCTUBRE	16,20	1,94	18,14
6	GUALLI GUALLI CRISTHIAN ISAIAS	0604416768	ARTICULOS VARIOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-
7	MORAN MINDIOLAZA MAYRA VERONICA	0922477583	LEGUMBRES	B	AVENIDA COLON			
8	LUCAS CRUZ NILO RICARDO	0909858334	LEGUMBRES	B	26	16,20	1,94	18,14
9	CHANGO SANGO ELSA SUSANA	0602957631	TIENDA DE ABARROTOS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
10	PILATAXI LEMA LUCERO ANGÉLICA	0954127791	TIENDA DE ABARROTOS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
11	GUASHPA ALCOSER MARIA ELVIRA	0601854227	TIENDA DE ABARROTOS	B	CDLA. LA MERCED	16,20	1,94	18,14
12	GUAMAN PATAJALO MERCEDES	0602660177	TIENDA DE ABARROTOS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
13	CHUCHO CEPEDA LUIS ALFONSO	0604475715	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14

14	ESPINOZA DELGADO VILMA	1201430921	LEGUMBRES	B	LATACUNGA	16,20	1,94	18,14
15	HERRERA VELEZ NANCY ELENA	0906887369	CONDIMENTOS	B	VÍA A NARANJITO	16,20	1,94	18,14
16	NARANJO AMON MARIA	0908336829	ABASTOS	B	CDLA. LAS MERCEDES	16,20	1,94	18,14
17	YUMI ESTRELLA OLGA PIEDAD	0602499261	LEGUMBRES	B	CAJABAMBA	16,20	1,94	18,14
18	LLAGSHA FERNANDEZ MARÍA DOLORES	0603404245	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
19	MINDIOLAZA JUANA MARGARITA	1201217716	LEGUMBRES	B	RECINTO EL PROGRESO	16,20	1,94	18,14
20	GUALLI CHUTO MARIA DELIA	0602969701	LEGUMBRES	B	VÍA A NARANJITO	16,20	1,94	18,14
21	LEMA CONGACHA ROSA MARÍA	0602933400	LEGUMBRES	B	SAN MIGUEL SECTOR 2	16,20	1,94	18,14
22	ROMAN MINDIOLAZA DIOGENES MARINO	1202506489	LEGUMBRES	B	RECINTO EL PROGRESO	16,20	1,94	18,14
23	GUASHPA ALCOSER LUZ MARÍA	0603556945	LEGUMBRES	B	SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
24	CHANGO CUJI SEGUNDO MANUEL	0601312827	LEGUMBRES	B	SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
25	CAURITONGO CHUTO MARÍA DELIA	0603269952	LEGUMBRES	B	ASTUDILLO	16,20	1,94	18,14
26	CUÑAS VACACELA OSWALDO	0603431826	FRUTAS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
27	AMAGUAYA CARRASCO JENNY PAOLA	0942341116	LEGUMBRES	B	CDLA. WILLIAM REYES	16,20	1,94	18,14
28	LLONGO PAGUAY MARIA LAURA	0601993975	LEGUMBRES	B	CDLA. DAGER	16,20	1,94	18,14
29	MUSBAY GUAMAN MARIA	0602535130	LEGUMBRES	B	NARANJITO	16,20	1,94	18,14
30	GUASHPA ALCOSER ANA LUCIA	0926142431	LEGUMBRES	B	CDLA. 6 DE SEPTIEMBRE	16,20	1,94	18,14
31	RODAS MURILLO ALEXANDRA ANA MARIA	0915133250	LEGUMBRES	B	RECINTO EL PROGRESO	16,20	1,94	18,14
32	GRANDA ARMIJOS EMERITA ALEXANDRA	1103103097	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN EMILIO	16,20	1,94	18,14
33	PACA IPO MARIA AURORA	0603274366	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
34	CARRASCO QUISNIA MARTHA VICTORIA	0602027385	LEGUMBRES	B	CDLA. WILLIAM REYES	16,20	1,94	18,14
35	ROMERO LEMACHE LEONOR VICENTA	1201910344	LEGUMBRES	B	PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO	16,20	1,94	18,14
36	YUGSAN SAYAY ALEXANDRA MARIBEL	0940742497	LEGUMBRES	B	OTTO AROSEMENA	16,20	1,94	18,14
37	AUQUILLA BONILLA MANUEL TOMAS	1717303208	LEGUMBRES	B	CDLA. LOS ANGELES	16,20	1,94	18,14
38	PAUCAR CARANQUI MARIA	0917623423	FRUTAS	B	GARCIA MORENO Y CAÑARIS	16,20	1,94	18,14
39	BONILLA SANCHEZ LORGIA MERCEDES	1202944904	LEGUMBRES	B	CDLA. LA PRADERA	16,20	1,94	18,14
40	GUALAN CAIZAGUANO MARÍA ROSA	0603778622	LEGUMBRES	B	DURAN	16,20	1,94	18,14

41	VILLA SAEZ MARLENE	0922735055	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
42	PAUCAR PILAMUNGA CARLOS	0600975098	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
43	PAUCAR CARANQUI ELENA	0604477455	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
44	AVEMAÑAY GUAMAN JOSÉ	0603747999	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
45	CARANQUI PAUCAR PATRICIO FULGENCIO	0605343565	LEGUMBRES	B	FLORES	16,20	1,94	18,14
46	PILATAXI GUALLI MARIA	0602497695	LEGUMBRES	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
47	RODAS MURILLO TERESA DE JESUS	0914264379	LEGUMBRES	B	KM. 4 RECINTO EL PROGRESO	16,20	1,94	18,14
48	DISPONIBLE	0	LEGUMBRES	B	0	-	-	-
48	PIMBO PILATAXI JULIO CESAR	0906869045	LEGUMBRES	B	CDLA. ROSA MARIA	16,20	1,94	18,14
49	LEMA VIÑAN BALTAZAR	0602556508	FRUTAS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
50	VALLA CAIZAGUANO FRANCISCA	1709317935	FRUTAS	B	CDLA. LOS PINOS	16,20	1,94	18,14
51	CHUCHO CEPEDA MARÍA MANUELA	0604019836	FRUTAS	B	CDLA. 6 DE SEPTIEMBRE	16,20	1,94	18,14
52	PADILLA BUÑAY MICAELA	0600851513	FRUTAS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
53	GUAMBO ALCOSER LUIS ALFREDO	0602429169	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
54	AGUALSACA MOROCHO NORMA ISABEL	0603154949	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	AMBATO	16,20	1,94	18,14
55	GAMARRA LEMA MARIA PAULA	0602311177	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
56	MOROCHO MOROCHO FRANCISCO	0601670060	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	CDLA. 21 DE ENERO	16,20	1,94	18,14
57	GUAMBO GAMARRA JONATHAN ISRAEL	0929394185	LACTEOS	B	CDLA. SAN MIGUEL	16,20	1,94	18,14
58	TENEGUSÑAY MARÍA VICTORIA	0602553844	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	CDLA. ABDALA BUCARAM	16,20	1,94	18,14
59	BRIONES VINUEZA MAGDALENA ROSALIA	0910651736	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	AVENIDA COLON	16,20	1,94	18,14
59	NARANJO BRIONES NORELY	0950451807	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-
60	AMORES CRUZ MARGARITA ISABEL	0921146007	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	CDLA. VALDEZ	16,20	1,94	18,14
60	VARGAS BLANCA	0921146007	LACTEOS Y EMBUTIDOS	B	CDLA. VALDEZ	-	-	-
61	ZURITA CARRANZA MARIA LAURA	0904703402	FRUTAS	B	ESCOBEDO Y LETAMENDI	16,20	1,94	18,14
62	MORENO GINEZ GABRIEL GARCIA	0901175307	FRUTAS	B	RECINTO BANCO DE ARENA	16,20	1,94	18,14
63	ICAZA ALFONSO GUSTAVO RAFAEL	0910615913	FRUTAS	B	AVENIDA COLON	-	-	-
63	DISPONIBLE	0	FRUTAS	B	AVENIDA COLON			
64	QUISHPE BOCON JOSE MIGUEL	0603872268	FRUTAS	B	AVENIDA COLON	16,20	1,94	18,14
65	CHACON MEJIA GUILLERMO REINALDO	0910502574	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44

66	LARA ROMERO JIMMY HUMBERTO	0919086876	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
67	VIEJO SEFERINO MAURO JACINTO	1202861041	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
68	GONZALEZ ZAMBRANO JOHNNY DAVID	0910576792	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
69	SOLIS VILLAMAR CLAUDIO SIMPLICIO	0906497102	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
70	BERMEO RIVADENEIRA LESTER OSWALDO	0916571946	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
71	RAMIREZ SOLANO JOSE VICENTE	1103653943	CARNES	B	CDLA. LAS PALMAS	32,40	3,89	36,29	
72	GODOS RAMIREZ LEONCIO MAURICIO	1105572240	CARNES	B	AVENIDA COLON	32,40	3,89	36,29	
73	SUAREZ NARANJO MIGUEL ANGEL	0924775455	CARNES	B	CDLA. LAS MERCEDES	32,40	3,89	36,29	
74	SUAREZ NARANJO HECTOR WILLIAM	0920659596	CARNES	B	CDLA. LAS PIÑAS	32,40	3,89	36,29	
75	GARZON AREVALO MARICELA STEFANIA	0928473305	CARNES	B	CDLA. UNIDA	32,40	3,89	36,29	
76	RODRIGUEZ JOHN JAIRO	0981305063	CARNES	B	CDLA. LAS PALMAS	-	-	-	
77	CRUZ RAMOS LUIS EMILIO	0917198038	CARNES	B	CDLA. 6 DE SEPTIEMBRE	32,40	3,89	36,29	
78	ROMERO GELO JORGE KLEBER	1202024111	CARNES	B	URBANIZACION MILAGRO	32,40	3,89	36,29	
79	DISPONIBLE	0	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON				
80	DISPONIBLE	0	CANGREJOS	B		0	-	-	-
81	DISPONIBLE	0	CANGREJOS	B		0	-	-	-
82	DISPONIBLE	0	CANGREJOS	B		0	-	-	-
83	DISPONIBLE	0	CANGREJOS	B		0	-	-	-
84	DISPONIBLE	0905160388	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
85	CARRANZA MACÍAS JOSÉ MIGUEL	0917889099	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
86	DISPONIBLE	1202861041	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-	
87	DISPONIBLE	0910576792	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-	
88	IBARRA MARIO	0906497102	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-	
89	DISPONIBLE	-	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-	
90	GONZALEZ LUIS	0	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-	
91	HERRERA LOOR FLOR JACQUELINE	0911288538	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
92	VELEZ HERRERA ENRIQUE JAVIER	0925405193	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	12,00	1,44	13,44	
93	DISPONIBLE	0	CANGREJOS	B		0	-	-	-

94	DISPONIBLE	0	CANGREJOS	B	0	-	-	-
95	DISPONIBLE	1201336003	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-
96	DISPONIBLE	0917889099	CANGREJOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-
97	BECERRA ORTEGA VICTOR HUGO	0909902512	MARISCOS	B	ROCAFUERTE Y JOSE ANTEPARA	32,40	3,89	36,29
98	LARA ERAZO MARJORIE YOLANDA	1204847907	MARISCOS	B	0	-	-	-
99	RODRIGUEZ GARCIA KATHERINE LINDA	0941335655	MARISCOS	B	AMAZONAS Y ATAHUALPA	32,40	3,89	36,29
100	GUAMAN CORDOVILLA OSWALDO ALBERTO	0902795657	MARISCOS	B	CDLA. EL PARAISO	32,40	3,89	36,29
101	NARANJO OROZCO MERY YOLANDA	0920990660	CARNES	B	CDLA. 6 DE SEPTIEMBRE	32,40	3,89	36,29
102	SUAREZ NARANJO MERCY YOLANDA	1203745912	CARNES	B	CDLA. LAS MERCEDES	32,40	3,89	36,29
103	RODRIGUEZ PAREDES TEOFILO VICENTE	0913604773	CARNES	B	CDLA. LAS PALMAS	32,40	3,89	36,29
104	DELGADO MUÑOZ FRANKLIN A.	1202839070	CARNES	B	CDLA. LAS MERCEDES	32,40	3,89	36,29
105	PINTO BUÑAY OLGA LEONOR	0912869252	POLLOS	B	CDLA. QUINTA SANCHEZ	32,40	3,89	36,29
106	CALLE CASTRO SANDRA PATRICIA	0920181484	POLLOS	B	AVENIDA COLON	-	-	-
107	FERNANDEZ RODAS CARLOS	1200798146	VISCERAS	B	AVENIDA COLON	32,40	3,89	36,29
108	PINTO BUÑAY CARMEN PATRICIA	0916307739	POLLOS	B	AMAZONAS Y CHOBO	32,40	3,89	36,29
109	CACHUPUD MOROCHO SEGUNDO JUAN	0926977950	MARISCOS	B	AVENIDA COLON	32,40	3,89	36,29
110	DISPONIBLE	0	MARISCOS	B	0	-	-	-
111	DISPONIBLE	0	MARISCOS	B	0	-	-	-
112	DISPONIBLE	0	VISCERAS	B	0	-	-	-
113	CACHUPUD MOROCHO SEGUNDO BOLIVAR	0603900978	MARISCOS	B	FLORIDA NORTE	32,40	3,89	36,29
114	DISPONIBLE	0	MARISCOS	B	0	-	-	-
115	GONZALEZ VILLAMAR PATRICIA MARICELA	0915447650	MARISCOS	B	CALDERON Y MANABI	32,40	3,89	36,29
116	MANZANILLAS BETANCOURT JOSÉ LADISLAO	0703370098	MARISCOS	B	CDLA. SANTHA MARTHA	32,40	3,89	36,29
117	YUGCHA PINTO BLANCA NIEVES	1201922315	POLLOS	B	CDLA. SEGURO SOCIAL	32,40	3,89	36,29

118	YUGCHA PINTO ANA LUCIA	0916455124	POLLOS	B	GUAYAQUIL Y CALICUCHIMA	32,40	3,89	36,29
119	PEREZ FABIANI MARIA JOSE	0925711400	POLLOS	B	AVENIDA COLON	32,40	3,89	36,29
120	PEREZ FABIANI JULIA SILVANA	0924300908	POLLOS	B	CDLA. UNIDA	32,40	3,89	36,29
121	MOROCHO PAREDES HUMBERTO GABRIEL	0924304090	VISCERAS	B	24 DE MAYO Y AMAZONAS	32,40	3,89	36,29
122	HOLGUIN FERNANDEZ ANGELA ELIZABETH	1304707563	CARNES Y VISCERAS	B	AVENIDA COLON	-	-	-
122	PERALTA REA LUIS ALBERTO	0900963497	POLLOS	B	AVENIDA COLON	32,40	3,89	36,29
123	MONTERO ALVARADO JOHNNY OLINDO	0907137996	VISCERAS	B	CRISTO DEL CONSUELO	32,40	3,89	36,29
124	PINTO BUÑAY LAURA MERCEDES	0912972650	POLLOS	B	BANCO DE ARENA	32,40	3,89	36,29
125	SANTILLAN CONFORME RICARDO NARCISO	0908305386	MARISCOS	B	CDLA. LA PRADERA	32,40	3,89	36,29
126	CRUZ CAMPUZANO LUIS ENRIQUE	0911666550	MARISCOS	B	CDLA. 6 DE SEPTIEMBRE	32,40	3,89	36,29
127	MARTINEZ BARAHONA JORGE ALFREDO	1704896842	VISCERAS	B	MARY FRANCO Y JOSE MORENO	32,40	3,89	36,29
128	ARREAGA ACOSTA BRAULIO MIGUEL	0920420379	MARISCOS	B	CDLA. SOMA	32,40	3,89	36,29

ANEXO 5. EVIDENCIA DE ENTREGA DEL CATASTRO POR PARTE DEL MUNICIPIO EN FORMATO DIGITAL



Revisar texto

Revisar URL

Revisar archivo

Mis búsquedas

Mis alertas

Servicios Profesionales

Español

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 4,998 caracteres:

Dentro del trabajo investigativo se ha podido apreciar que estos pequeños gestores tienen aversión al riesgo crediticio lo que resulta en pocas oportunidades de crecimiento, situación que se evidencia en cada uno de los locales comerciales de los microempresarios ubicados en el mercado en mención. Además, se ha observado que las instituciones financieras muestran poco interés en invertir recursos en el sector comercial del Mercado La Colón, obteniendo como consecuencia que estos microempresarios tengan pocas oportunidades de incrementar la inversión en su negocio.

 Búsqueda Rápida

 Búsqueda Profunda

Busca a través de: la web noticias - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.