



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y
AUDITORIA- CPA**

TITULO DEL PROYECTO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL DIRIGIDO A LAS
MICROEMPRESAS DEL CANTÓN MILAGRO “**

AUTORAS:

KARINA JANNETH CRIOLLO PACALLA

DEISY MARIELA PALMA ORTEGA

MILAGRO, NOVIEMBRE DEL 2013

ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de tutora del proyecto de investigación nombrado por el consejo Directivo de la Unidad Ciencias Administrativas y comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado, cuyo título es:” **Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Asesoría Profesional dirigido a las Microempresas del Cantón Milagro**”.

Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar el título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría- CPA.

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

Expuestos por las egresadas:

➤ Criollo Pacalla Karina Janneth

C.I. 0929138808

➤ Palma Ortega Deisy Mariela

C.I.0926612847

Milagro, a los 14 días del mes de Noviembre del 2013

Eco. Evelyn Arteaga A.
TUTORA

DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras, Karina Janneth Criollo Pacalla y Deisy Mariela Palma Ortega declaramos ante el consejo Directivo de la Unidad Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el proyecto de: **” Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Asesoría Profesional dirigido a las Microempresas del Cantón Milagro”** , es de propia autoría material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto ;además que 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 14 días del mes de Noviembre del 2013

Karina Janneth Criollo Pacalla
C.I. 0929138808

Deisy Mariela Palma Ortega
C.I. 0926612847

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública Y Auditoria – CPA otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

Memoria Científica	[]
Defensa Oral	[]
Total	[]
Equivalente	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

En el momento que culmina mis estudios universitarios me siento muy feliz al saber que por fin cumplí una meta que tanto anhelaba, a dios por haberme dado fortaleza y sabiduría para cumplir mi sueño: por tal motivo quiero dedicar este triunfo:

A DIOS:

Por haberme dado la oportunidad de darme la vida y por esta siempre conmigo cuando más lo necesito, por darme sabiduría e inteligencia y por haberme puesto en mi vida a muchas personas hermosas en mi vida universitaria, también te doy gracias por haber hecho realidad mi sueño.

A MIS PADRES:

A mis padres por el apoyo económico y humano que me han dado en forma incondicional en toda mi etapa universitaria, gracias por sus valores inculcados me han hecho una persona de bien y un buen profesional, me ayudaron a culminar mi sueño hecho realidad.

También quiero dedicar a mi mejor amiga y compañera de tesis Deisy Palma que siempre ha estado conmigo en la buena y en las malas ha sido una verdaderamente amiga y siempre me ha ayudado en lo que ella ha podido, por haberme aguantado mis locuras y por haberme brindado su amistad tantos años y por ser sincera su amistad.

KARINA JANNETH CRIOLLO PACALLA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme permitido culminar mi meta de estudios una de las tantas que quisiera cumplir.

A mis padres por el apoyo esencial que me han brindado durante todo este largo tiempo de estudios ya que ellos han sido el pilar fundamental por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras indiferencias y opiniones a toda mi familia por preocuparse siempre por mí.

A mis maestros por sus sabias enseñanzas a lo largo de la carrera universitarias por su paciencia y sabiduría al explicar sus clases a mi querida amiga y compañera de tesis Karina por haber estado conmigo en el momento que la he necesitado y a todas mis compañeras que han estado a lo largo de mis estudios apoyándome.

DEISY MARIELA PALMA ORTEGA

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal de Milagro, institución que nos abrió sus puertas para culminar nuestros estudios superiores a Dios por guiarnos en nuestros pasos y llevarnos por el camino del éxito.

A nuestros queridos y amados padres por los valores que nos han inculcado siempre y por habernos brindado una excelente educación a lo largo de nuestras vidas.

A nuestro Asesora de tesis la Eco. Evelyn Arteaga A. por toda su paciencia y experiencia porque gracias a sus conocimientos hemos culminado con nuestro proyecto el mismo que ha finalizado con expectativas.

A todos los catedráticos de nuestra universidad por impartir sus conocimientos con sus alumnos llenándonos de conocimientos y valores preparándonos para el futuro.

A todos mis compañeros porque con ellos convivimos experiencias únicas en nuestra aula de clase y fuera de ella ya que muchos de ellos no solo fueron compañeros sino amigos.

A todos ustedes nuestro mayor reconocimiento y gratitud.

**KARINA JANETH CRIOLLO PACALLA
DEISY MARIELA PALMA ORTEGA**

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Master

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer la entrega de la Cesión de Derechos de Autoría del Proyecto realizado como requisito previo para la obtención de nuestro título de Tercer Nivel, cuyo tema fue:” Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Asesoría Profesional dirigido a las Microempresas del Cantón Milagro” y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 14 días del mes de Noviembre del 2013

Karina Janneth Criollo Pacalla
C.I. 0929138808

Deisy Mariela Palma Ortega
C.I. 0926612847

ÍNDICE GENERAL

A.- PÁGINAS PRELIMINARES

Caratula.....	I
Certificación de aceptación del tutor.....	II
Declaración de autoría de la investigación.....	III
Certificación de la defensa (calificación).....	IV
Dedicatoria.....	V
Dedicatoria.....	VI
Agradecimiento.....	VII
Cesión de derechos de las autoras de la UNEMI.....	VIII
Índice General.....	IX
Índice de Cuadros.....	XV
Índice de Figuras.....	XXII
Resumen.....	XXVIII

B.- TEXTO

Introducción.....	1
-------------------	---

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO Del PROBLEMA

1.1.1 Problematización.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	4

1.1.3 Formulación del Problema.....	5
1.1.4 Sistematización del Problema.....	5
1.1.5 Determinación del Tema.....	5
1.2 OBJETIVOS	
1.2.1 Objetivos Generales.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos.....	8
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	14
2.1.3 Fundamentación.....	16
2.2 Marco Legal.....	32
2.3 Marco Conceptual.....	40
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	
2.4.1 Hipótesis General.....	42
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	42
2.4.3 Declaración de variables.....	42
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	43

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTA	
3.2.1 Características de la población.....	47
3.2.2 Delimitación del problema.....	47
3.2.3 Tipo de muestra	48
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	48
3.2.5 Procesos de selección.....	50
3.3 LOS METODOS Y LAS TÉCNICAS	
3.3.1 Métodos teóricos.....	50
3.3.2 Métodos empíricos.....	50
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	51
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	51

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual.....	52
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectiva.....	93
4.3 Resultados.....	93
4.4 Verificación de hipótesis.....	97

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Tema.....	98
5.2 Fundamentación.....	98
5.3 Justificación.....	100
5.4. Objetivos.....	101
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	101
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta.....	101
5.5 Ubicación.....	102
5. 6 Estudio de Factibilidad.....	104
5.7 Descripción de la propuesta.....	122
5.7.1 Actividades.....	142
5.7.2 Recursos, Análisis financiero.....	143
5.7.3 Impacto.....	153
5.7.4 Cronograma.....	154
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	155
CONCLUSIONES.....	155
RECOMENDACIONES.....	156
C.- MATERIALES DE REFERENCIA	
Bibliografía.....	158
Linkografía.....	160

ANEXOS:

Anexo 1: Encuesta Realizada a los Microempresas del Cantón Milagro.....	163
Anexos 2: Matriz del Proyecto.....	164
Anexo 3: Árbol del Problema de la Propuesta.....	165
Anexo 4: Programas Contables Para la Creación de la Asesoría Contable.....	166
Anexo 5: Leyes Para la Creación y Control de Empresas en el Ecuador.....	174
Anexo 6: Formato de un Estatuto de Constitución de Microempresas en el Ecuador.....	190
Anexo 7: Formato de Solicitud Para Registro de Patente de Personas Jurídicas.....	194
Anexo 8: Formato de Solicitud y Certificación de Tasa por Servicios Técnicos y Administrativos.....	195
Anexo 9: Formato de Registro Único de Contribuyentes Para Sociedades.....	196
Anexo 10: Formato de Certificación de Funcionamiento Tasa por Servicios de Prevención Contra Incendios.....	197
Anexo 11: Formato de Pago de Patente Anual Municipal.....	198
Anexo 12: Detectores de plagio	199
Anexo 13: Variables Económicas (Base Inflacionaria) de la Propuesta.....	204
Anexo 14: Depreciación de Activos Fijos de la Propuesta.....	204
Anexo 15: Presupuesto de Costo de Venta Proyectadas.....	205
Anexo 16: Presupuesto de Ingresos.....	205
Anexo 17: detalle de los gastos.....	206

Anexo18:	detalle de los gastos de ventas y administrativos.....	207
Anexo 16:	Punto de equilibrio.....	208

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.

Industrias manufactureras del cantón Milagro de acuerdo a las diferentes actividades que se realizan dentro de este sector.....26

Cuadro 2.

Los ingresos por ventas de bienes según las principales industrias manufactureras de nuestro cantón (millones de dólares).....27

Cuadro 3.

Ingresos promedio por establecimiento económico de las principales manufactureras en el cantón Milagro.....27

Cuadro 4.

Representación de PIB en los últimos 3 años.....30

Cuadro 5.

Rangos de personal ocupado y de valor bruto de las ventas anuales.....39

Cuadro 6.

Clasificación de las Compañías.....39

Cuadro 7.

Declaración de variables dependientes e independientes de la investigación.....42

Cuadro 8.

Operacionalización de las variables de la investigación.....43

Cuadro 9.

Delimitación del problema.....47

Cuadro 10.

Tamaño de la muestra.....48

Cuadro 11.

Numero de encuestas a realizar por diferentes actividades económicas.....49

Cuadro 12.

Microempresas por actividad económica en el Cantón Milagro.....52

Cuadro 13.

Inicio del negocio.....54

Cuadro 14.

Inicio del negocio.....55

Cuadro 15.

Inicio del negocio.....56

Cuadro16.

Tiempo del negocio en el mercado.....57

Cuadro17.

Tiempo del negocio en el mercado.....58

Cuadro 18.

Tiempo del negocio.....59

Cuadro 19.

Personas que administran el negocio.....60

Cuadro 20.

Personas que administran el negocio.....61

Cuadro 21.

Personas que administran el negocio.....62

Cuadro 22.

Preparación académica de la persona que administra el negocio.....63

Cuadro 23.

Preparación académica de la persona que administra el negocio.....64

Cuadro 24.

Preparación académica de la persona que administra el negocio.....65

Cuadro 25.

Interés de capacitarse para ser más competitivo.....66

Cuadro 26.

Interés de capacitarse para ser más competitivo.....67

Cuadro 27.

Interés de capacitarse para ser más competitivo.....68

Cuadro 28.

Ha recibido charlas o seminarios.....69

Cuadro 29.

Ha recibido charlas o seminarios.....70

Cuadro 30.

Ha recibido charlas o seminarios.....71

Cuadro 31.

Nivel de competencia de las microempresas.....72

Cuadro 32.

Nivel de competencia de las microempresas.....73

Cuadro 33.

Nivel de competencia de las microempresas.....74

Cuadro 34.

Nivel de confianza de las micro hacia las instituciones financieras.....75

Cuadro 35.

Nivel de confianza de las micro hacia las instituciones financieras.....76

Cuadro 36.

Nivel de confianza de las micro hacia las instituciones financiera.....77

Cuadro 37.

Las políticas de ventas que ayudan en su negocio.....78

Cuadro 38.

Las políticas de ventas que ayudan en su negocio.....79

Cuadro 39.

Las políticas de ventas que ayudan en su negocio.....80

Cuadro 40.

Control de los inventarios en su negocio.....81

Cuadro 41.

Control de los inventarios en su negocio.....82

Cuadro 42.

Control de los inventarios en su negocio.....83

Cuadro 43.

Facilidad de nuevos productos en el mercado.....84

Cuadro 44.

Facilidad de nuevos productos en el mercado.....85

Cuadro 45.

Facilidad de nuevos productos en el mercado.....86

Cuadro 46.

Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios.....87

Cuadro 47.

Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios.....88

Cuadro 48.

Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios.....89

Cuadro 49.

Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio.....90

Cuadro 50.	
Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio.....	91
Cuadro 51.	
Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio.....	92
Cuadro 52.	
Verificación de hipótesis.....	97
Cuadro 53.	
Análisis FODA del centro de Asesoría Profesional.....	125
Cuadro 54.	
Estrategia competitiva FO-FA-DO-DA Del Centro de Asesoría Profesional.....	126
Cuadro 55.	
Personal del Centro de Asesoría Profesional de Milagro “CAPMI”.....	143
Cuadro 56.	
Inversión de activos fijos de la propuesta.....	144
Cuadro 57.	
Aportación de las socias.....	145
Cuadro 58.	
Inversión Total de la Propuesta.....	145
Cuadro 59.	
Financiamiento de la propuesta.....	145

Cuadro 60.

Tasa de Préstamo Bancario.....146

Cuadro 61.

Préstamo Bancario de la Propuesta.....146

Cuadro 62.

Tabla de Amortización del Financiamiento Anual de la Propuesta.....146

Cuadro 63.

Tabla de amortización de los 5 años respectivamente.....147

Cuadro 64.

Estado de Resultados de la Propuesta.....149

Cuadro 65.

Flujo de Efectivo Proyectado de la Propuesta.....150

Cuadro 66.

Balance General Proyectado de la Propuesta.....151

Cuadro 67.

Razones Financieras de la Propuesta.....152

Cuadro 68.

Diagrama de Gantt.....154

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.

Sector financiero volumen de crédito por actividad económica.....	31
---	----

Figura 1.

Microempresas por actividad económica y por género en el Cantón Milagro.....	53
--	----

Figura 2.

Inicio del negocio.....	54
-------------------------	----

Figura 3.

Inicio del negocio.....	55
-------------------------	----

FIGURA 4.

Inicio del negocio.....	56
-------------------------	----

Figura 5.

Tiempo del negocio en el mercado.....	57
---------------------------------------	----

Figura 6.

Tiempo del negocio en el mercado.....	58
---------------------------------------	----

Figura 7.

Tiempo del negocio en el mercado.....	59
---------------------------------------	----

Figura 8.

Personas que administran el negocio.....	60
--	----

Figura 9.	
Personas que administran el negocio.....	61
Figura 10.	
Personas que administran el negocio.....	62
Figura 11.	
Personas que administran el negocio.....	63
Figura 12.	
Personas que administran el negocio.....	64
Figura 13.	
Personas que administran el negocio.....	65
Figura 14.	
Interés de capacitarse para ser más competitivo.....	66
Figura 15.	
Interés de capacitarse para ser más competitivo.....	67
Figura 16.	
Interés de capacitarse para ser más competitivo.....	68
Figura 17.	
Ha recibido charlas o seminarios.....	69
Figura 18.	
Ha recibido charlas o seminarios.....	70
Figura 19.	
Ha recibido charlas o seminarios.....	71

Figura 20.

Nivel de competencia de las microempresas.....72

Figura 21.

Nivel de competencia de las microempresas.....73

Figura 22.

Nivel de competencia de las microempresas.....74

Figura 23.

Nivel de confianza de las microempresas hacia las instituciones financieras.....75

Figura 24.

Nivel de confianza de las microempresas hacia las instituciones financieras.....76

Figura 25.

Nivel de confianza de las microempresas hacia las instituciones financieras.....77

Figura 26.

Las políticas de ventas que ayudan en su negocio.....78

Figura 27.

Las políticas de ventas que ayudan en su negocio.....79

Figura 28.

Las políticas de ventas que ayudan en su negocio.....80

Figura 29.

Control de los inventarios en su negocio.....81

Figura 30.

Control de los inventarios en su negocio.....82

Figura 31.

Control de los inventarios en su negocio.....82

Figura 32.

Facilidad de nuevos productos en el mercado.....83

Figura 33.

Facilidad de nuevos productos en el mercado.....84

Figura 34.

Facilidad de nuevos productos en el mercado.....85

Figura 35.

Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios.....86

Figura 36.

Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios.....87

Figura 37.

Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios.....88

Figura 38.

Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio.....89

Figura 39.	
Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio.....	90
Figura 40.	
Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio.....	91
Figura 41.	
Mapa del Cantón Milagro – Ecuador 2013.....	92
FIGURA 42.	
Croquis de ubicación del Centro de Asesoría Profesional.....	102
Figura 43.	
Modelo de las Fuerzas de Porter del Centro de Asesoría Profesional.....	127
Figura 44.	
Logo del Centro.....	137
Figura 45.	
Tarjeta de Presentación del Centro.....	138
Figura 46.	
Volantes del Centro.....	139
Figura 47.	
Afiches del Centro.....	140
Figura 48.	
Capturar la pantalla del software de Sistema de Control Administrativo Financiero.....	141

Figura 49.

Resultado de plagio capítulo I.....199

Figura 50.

Resultado de plagio capítulo II.....199

Figura 51.

Resultado de plagio capítulo III.....200

Figura 52.

Resultado de plagio capítulo IV.....200

Figura 53.

Resultado de plagio capítulo V.....201

RESUMEN

Por medio de este proyecto queremos dar a conocer el Desarrollo Comercial de nuestro Cantón, mejorando el crecimiento del sector microempresarial a través de asesorías Profesional, para incrementar el nivel económico - Financiero del microempresario Milagreño, haciéndolos competitivos en el mercado que se encuentran de una manera apropiada y eficiente, con el fin de tener como resultado una estructura organizacional sólida y sustentable ante los cambios trascendentales del mercado. Las actualizaciones que se han venido dando a través de los últimos años han provocado que los comerciantes de las micro del Cantón milagro han tenido la necesidad de solicitar ayuda de personas con conocimientos contables y tributarios para el manejo de sus microempresas.

Debido a esta situación hemos notado la necesidad de crear un Centro de Asesoría Profesional con la finalidad del mejorar el crecimiento económico y financiero de su negocio, mediante una atención única e imprescindible de acuerdo a la realidad que se encuentran dichas entidades, y que a la vez mantengan una excelente calidad en la microempresas financiera. De tal manera se ha desarrollado una gama información, iniciado entonces con el planteamiento de la problemática a estudiar, sus objetivos, delimitación, formulación y su respectiva justificación. Además se ha realizado una estratificación debido a la gran población comercial en la que nos encontramos tomando en cuenta los diferentes sectores microempresariales de nuestra ciudad para dicha investigación se utilizó un instrumento investigativo conocido como la encuesta dirigida a los microempresarios Milagreños, luego de haber obtenido la información requerida se realizó el análisis de los resultados, es decir la agrupación , tabulación y análisis de los datos recopilados , todo esto se realzo con el fin de mejorar las actividades diarias de dichos comerciantes , ayudándoles a que lleven un mejor control económico- financiero de nuestro cantón basándonos en los reglamentos actuales.

Palabras claves:

Desarrollo, competencia, políticas de ventas, económicas, financiero.

ABSTRACT

Through this project we want to present our Business Development Canton, improving microenterprise sector growth through professional counseling, to increase the economic level - Financial Milagreño micro entrepreneurs, making them competitive in the market that are in a way appropriate and efficient in order to result in a strong and sustainable organizational structure to the momentous changes in the market. Updates that have been occurring over the past few years have caused traders Canton micro miracle had the need to seek help from people with accounting and tax knowledge to manage their microenterprises.

Due to this situation, we have noticed the need for a Professional Advisory Centre with the aim of improving the economic and financial growth of your business through unique and essential care according to the reality that they are such entities, and the maintain a quality time in the financial microenterprises. Thus we have developed a range information, then started with the approach to study the problem, objectives, definition, formulation and their respective justification. Besides stratification was made because of the large market town in which we are taking into account the diversity of our city microenterprise for such research we used a research tool known as the survey of micro entrepreneurs Milagreños, after having obtained the required information is made analyzing the results, ie the clustering, tabulation and analysis of the data collected, all this was enhanced in order to improve the daily operations of retailers, helping them with better economic and financial control of our county based on current regulations.

Keywords:

Development, competition, sales policies, economic, financial.

INTRODUCCIÓN

El cantón Milagro posee diversidad de mercados haciendo que sea un lugar muy competitivo en cuanto al nivel comercial debido que existe una serie de empresas y microempresas, siendo estos últimos objetos de investigación en nuestro proyecto.

Muchas de estas microempresas se crean por la necesidad de obtener mejor calidad de vida, ofreciendo diferentes productos y servicios permitiendo un acelerado y fortalecido desarrollo comercial.

Estas microempresas son el esencial desarrollo del cantón ya que existen muchas de este tipo, por falta de financiamiento y diversos factores que lo iremos conociendo en los diferentes capítulos de nuestro proyecto, no permiten que estos negocios crezcan y pasen de ser micro a medianas empresas.

Es importante tener presente que el proyecto tiene como propósito analizar las problemáticas que enfrentan las microempresas, muchas no reaccionan ante las incidencias y se conforman solo con un mínimo de ganancias y no aceptando la realidad económica.

Este proyecto tiene como objetivo general analizar las causas del alto nivel de competencias que enfrentan las microempresas mediante encuestas dirigidas a los comerciantes del sector céntrico del cantón Milagro para mejorar su desarrollo económico y financiero.

Además que existen diversos objetivos específicos los cuales son: analizar los factores que influyen el incumplimiento de las políticas de ventas mediante una investigación de campo para mejorar el nivel económico de la empresa, diseñar programas de instrucción al personal mediante capacitaciones a los empleados para mejorar el desempeño laboral.

Identificar las causas que intervienen en el procesamiento de información mediante un sistema de control para mejorar la fuga de información dentro de la organización, analizar el nivel de confianza que tienen las entidades financieras a los diferentes negocios del cantón milagro mediante encuestas realizadas a dichos comerciantes para mejorar los niveles de utilidad y productividad, analizar las causas de la

ineficiente variedad de productos realizando una muestra estadística para ampliar la gama de productos en el mercado.

Tomando en cuenta los diversos métodos de investigación que vamos a utilizar entre ellas está la aplicada para conocer los procesos de dichos negocios además están, explicativa, y de campo nos permite tener una visión general de los problemas administrativos y financieros de la realidad de estas microempresas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En los países de vía de desarrollo los pequeños y medianos negocios son el principal instrumento para el crecimiento de la economía, reduciendo el desempleo de dichos países. Algunos de estos negocios tienen éxito y logran salir adelante compitiendo en grandes mercados.

En un país como el nuestro la competitividad y el deseo de mejorar nuestra calidad de vida en lo económico, buscando nuevas fuentes de trabajo invirtiendo en nuevos negocios. Los niveles de competencia e innovación en nuestro país ha ido creciendo dando lugar a muchos negocios en los diferentes rincones del país.

En la ciudad de Milagro se observa que existe un alto nivel de competencia que enfrentan las microempresas que afecta su desarrollo socioeconómico, debido al incumplimiento de las políticas de ventas; la poca coordinación e instrucción del personal da como consecuencia un bajo rendimiento laboral dentro de la empresa. Adicionalmente el mal uso de sus propios controles que provoca una fuga de información con respecto a los empleados dentro de la organización.

Los negocios también se ven afectados por el bajo nivel de confianza por parte de las entidades financieras ya que esto no les permite realizar inversiones nuevas dentro del mercado competitivo y así dificulta la obtención de nuevos productos, por

tal motivo existe una ineficiente variedad de productos para sobresalir en el mercado y obtener mayores ganancias debido al inadecuado manejo de sus finanzas.

De observar esta situación de las microempresas se encuentran con problemas en el mercado competitivo, por ello se considera que el limitante de capital es un impedimento para convertirse en empresas. De esta forma se ha ido desarrollando el progreso del Cantón Milagro.

Para diagnosticar el problema que enfrentan las microempresas y así hacer un estudio de visibilidad para mejorar el campo competitivo del Cantón Milagro. Para profundizar este estudio hay que analizar los efectos que causan o derivan de escasa formación de pequeños negocios para el desarrollo de las organizaciones. Se debe de seguir de manera muy detallada y considerando el entorno siempre evolutivo del medio, rebatiendo de manera muy efectiva toda situación que genere retrasos en el desarrollo económico.

1.1.2 Delimitación del Problema

El presente proyecto se enfocara en los siguientes aspectos:

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Urbano- Rural

Área: Contabilidad

1.1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera el alto nivel de competencia que enfrentan las Microempresas del cantón Milagro impide en su desarrollo empresarial?

1.1.4 Sistematización del Problema

¿En que incide la debilidad de las políticas de ventas dentro de la empresa?

¿Cómo la ineficiente coordinación e instrucción al personal incide en el bajo rendimiento laboral?

¿A qué se debe el mal uso de controles y procesamiento de información?

¿Qué nivel de confianza existe de parte de las instituciones financieras hacia los micros y pequeños empresarios del cantón?

¿A qué se debe la dificultad de obtener nuevos productos en el mercado?

1.1.5 Determinación del Tema

Análisis de la problemática que enfrentan las microempresas del Cantón Milagro y la incidencia en su desarrollo empresarial.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Realizar una investigación dirigida al sector de las microempresas del cantón Milagro, a través del uso de encuestas, con la finalidad de determinar el nivel de competitividad de los mismos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar las causas que intervienen el incumplimiento de las políticas de ventas mediante una investigación de campo para mejorar el nivel económico de la empresa.
- Diagnosticar el nivel de conocimiento del personal en las microempresas y pequeñas empresas del cantón Milagro.
- Determinar el tipo del control y procesamiento de formación que se maneja los micros y pequeñas empresas.
- Analizar el nivel de confianza que tienen las entidades financieras hacia los micros y pequeños empresarios del cantón Milagro.

- Analizar los niveles de abastecimiento de mercadería

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación de la investigación

La investigación propuesta se dirigirá al cantón Milagro para poder analizar las causas que enfrentan las microempresas, con la finalidad de obtener rentabilidad, permanencia y ventaja competitiva en el mercado.

Las microempresas en la ciudad de Milagro necesitan incorporarse en las estrategias de negocios para mejorar su desarrollo económico y financiero, existen diversos obstáculos que impiden el crecimiento de los negocios, entre los que se destacan el alto nivel de competencia en el mercado, recurriendo al financiamiento de entidades financieras para invertir en nuevos proyectos de negocios.

En ocasiones hemos observado como los emprendedores de diferentes negocios no solo en la ciudad de milagro tiene habilidades de competir y sobresalir en el mercado ya que muchos de estos son conformistas y no se proyectan hacia el futuro .

Estos microempresarios ejercen su actividad de una manera empírica porque no tienen los conocimientos básicos para dirigir una microempresa de éxito , debido a que no poseen controles dentro de la organización para poder manejar los ingresos y gastos de una manera ordenada para conocer si obtienen o no rentabilidad en el negocio .

Las microempresas se caracterizan por tener un microempresario multifuncional, por sus diferentes actividades de negocio, estas micro y pequeñas empresas no tienen una incidencia significativa en el mercado (no venden en grandes volúmenes), debido a diversos factores (por falta de financiamiento externo, Competencia de los mismos productos) que impiden el desarrollo y crecimiento del negocio.

La investigación es de vital importancia en el ámbito socio – económico, nos ayuda a encontrar la situación que aún sigue afectando a muchos negocios para poder así optimizar sus ventas y así sobresalir en el mercado. Sirve para dar un mayor impulso a los diferentes productos que se exhiben de una forma diferente de los negocios de

la ciudad los primeros beneficiarios de estos resultados serán los consumidores obteniendo beneficios mutuos.

El pronóstico de esta investigación está orientado a optimizar la administración de las microempresas del cantón Milagro, a través de asesoría profesional adecuada para potencializar su participación en el mercado logrando así un posicionamiento respetable y permanente en el sector comercial.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

En la antigüedad, los comerciantes se venían ya agrupando por rubros o actividades, motivando así el nacimiento de las organizaciones económicas, las cuales cubrían una serie de necesidades de bienes y servicios queriendo formar lo que se conoce hoy como empresas, es el caso que alguno de ellos surgía sólo, con un volumen de ventas y capital pequeño, convirtiéndose en micro empresario. Son microempresas que opera una persona natural o jurídica.

Al principio de la historia, los bienes para satisfacer las necesidades humanas se producían en el seno de cada familia en régimen de autoconsumo. Todos sus miembros colaboraban en la fabricación de todo lo necesario para subsistir. La familia era una unidad de producción y de consumo autosuficiente. Dentro de cada grupo familiar los individuos más capacitados para realizar una determinada tarea o actividad se fueron especializando paulatinamente en la obtención de un producto útil para los demás.

Así apareció una primera división del trabajo. Poco a poco el nivel de producción fue aumentando y se producía más de lo que se necesitaba para sobrevivir en el seno familiar, los excedentes obtenidos dentro de una familia se dedicaban al intercambio, para cubrir otras demandas no satisfechas, se intercambiaban por los de otras unidades familiares.

Esta situación forzó la aparición del comerciante que compraba los bienes que sobraban a unas familias para intercambiarlas por la de otras y esto dio pauta para que se establecieran los primeros pequeños negocios familiares (microempresas) y estos han ido ganado terreno en la economía actual ya que las microempresas son importantes para el desarrollo del país tanto interno como externo, ya que son generadoras de empleos, y apoyan muchas veces la economía del exterior que pudiera tener el país. Ya que son ellos quienes buscan nuevos mercados para su desarrollo, pero el gobierno forma parte fundamental en el apoyo que le brinden a través de las diferentes instituciones correspondientes. ¹

La microempresa artesanal se puede identificar por poco capital, demasiada mano de obra, baja producción, falta de crédito en el sistema financiero, ahorro mínimo, sin la utilización de tecnología. La microempresa es la organización económica, y administrada por personas emprendedoras que quieren salir adelante.²

El desarrollo de la microempresa ha ido creciendo cada día, para que así las microempresas de ayer son muy diferentes a las de hoy tanto cualitativa como cuantitativamente, es decir que ya son tecnificadas, dirigidas por profesionales que aplican conocimientos adquiridos.

AUMENTAN LAS MICROEMPRESAS EN ECUADOR

La creatividad, dedicación, sacrificio y ganas de seguir adelante son ciertas características del microempresario. Por ese tesón, el Consejo de Cámaras de la Microempresa de Pichincha proclamó el 8 de septiembre como el Día de la Microempresa. Sobre microempresas hay cientos de historias que contar. Como la de Juan Carlos Bastidas, que en el 2003 abrió Montaña Café Refugio en el Centro de Quito. Las razones por las que deciden iniciar la microempresa son diferentes. Pero la representación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Ecuador, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y la Cámara Nacional de Microempresas encuentran algunas similitudes. Por ejemplo, la búsqueda de otras

¹ DOCSITY; La aparición de la empresa, es.doccity.com/es-docs/La_empresa_-_Apuntes_-_Management__4,

² Eumend.net biblioteca virtual, REVALORIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/revalorizacion_mpe.html

opciones ante la falta de un empleo formal, el salario bajo e, incluso, la quiebra de empresas por la crisis bancaria del 2 000. Otra característica en común es que la mayoría se dedica a actividades que se relacionen con el comercio al por mayor y menor. Así, el 55 por ciento del 1,5 millones de microempresas que hay en el país tiene negocios en esta rama. Esas entidades coinciden en que en el sector del comercio los costos son menos representativos y hay más rentabilidad a corto plazo. En las otras actividades (producción y servicios) se requiere implementar maquinaria sofisticada, incluso más dinero. Así, según datos de la Superintendencia de Compañías y Seguros, la cartera de micro finanzas ha tenido un crecimiento promedio del 100 por ciento. Arnol Lowenthal, experto internacional en microempresas, señala que hay muchos desafíos que afrontar como el de mantenerse en el mercado. “Una microempresa exitosa es aquella que se mantiene al menos dos años. Su meta debe ser mantenerse y ser generadora de empleo aunque sea para una persona. Falta mucho por hacer”, indicó Arnol Lowenthal.³

DEFINICION DE UNA MICROEMPRESA

Hay muchas definiciones posibles de una microempresa. Para este estudio fue escogida una definición muy conservadora—la cuál restringe la microempresa a estratos de bajos ingresos y requiere que suministre ingresos significativos a la familia:

Una "microempresa" es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar.

³ Diario el comercio, AUMENTAN LAS MICROEMPRESAS EN ECUADOR, http://www.elcomercio.ec/mundo/ecuatorianos-en-el-mundo/Aumentan-microempresas-Ecuador_0_131387115.html.

IMPORTANCIA DE LAS MICROEMPRESAS EN ECUADOR

Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa. Las proyecciones de la población en conjunto de microempresarios indican un total de 646,084 microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (definidas en este caso como pueblos de 2,000 o más habitantes)

Estos microempresarios operan un total de 684,850 empresas distintas. Las microempresas ecuatorianas proporcionaron trabajo para un estimado de 1,018.135 personas o cerca del 25 por ciento de la mano de obra urbana. Además, las ventas de estas microempresas representan aproximadamente 25.7 por ciento del producto interno bruto y sobre 10 por ciento de los ingresos netos totales obtenidos en el país. Las microempresas, por lo tanto, representan un componente importante de la economía urbana.

INFORMALIDAD

La mayoría de las microempresas opera en el sector informal. Aproximadamente un cuarto de las empresas tenía números de identificación de RUC (Registro Único de Contribuyentes) y un número igual tenía licencias municipales. Menos del 15 por ciento estaba inscrito en el sistema de seguridad social. Solamente 20 por ciento de los encuestados llevaban registros financieros formales.

IMPACTO DE GÉNERO DE LAS MICROEMPRESAS

Quizás la más perceptible característica de los microempresarios es el alto porcentajes de mujeres que dependen de una microempresa. Las mujeres comprenden solamente el 30.7 por ciento de la población económicamente activa, pero constituyen el 46.7 por ciento de los microempresarios encontrados en la encuesta. De las mujeres económicamente activas, 56.4 por ciento son microempresarias. Una parte sustancial de mujeres microempresarias son cabezas de familia- solteras, separadas, viudas, divorciadas—demostrando que las microempresas constituyen una red de protección social importante para este sector de la población. Cuando contratan a empleados, los hombres tienden a contratar a

hombres y las mujeres cuidan de contratar a mujeres. Esto es en gran parte debido a la naturaleza de los negocios y a las destrezas requeridas. Las empresas de hombres tienden a requerir las destrezas con las que los hombres están más familiarizados y en las que las mujeres tienen pocas oportunidades de desarrollarse. Las empresas poseídas por mujeres, aparte del comercio y restaurantes pequeños, tienden a especializarse en productos y servicios que abastecen a mujeres, dando como resultado una demanda más grande de empleados del sexo femenino.

OCUPACIONES PRINCIPALES

Las microempresas están muy concentradas en el sector de comercio; en efecto, 55.2 por ciento de ellas están en este sector, comparadas con el 25.7 por ciento en el sector de servicios y el 19.2 en producción. Es más, dentro de cada uno de los sectores económicos hay una concentración importante de empresas en subsectores específicos. En el sector comercio por ejemplo, el 60.2 por ciento de negocios, están concentrados en comida, bebidas y vestuario. En el sector de servicios, el 64.9 por ciento de microempresas están concentradas en cuatro subsectores: pequeños locales de comida y bebida (bares, restaurantes, y cafeterías), taxis, talleres de reparación automovilísticos y salones de belleza - En el sector de producción las microempresas están concentradas principalmente en ropa, mobiliario y artesanías y bebidas no alcohólicas - 56.2 por ciento de las empresas en estos tres subsectores.

Las mujeres microempresarias exhiben aún, una más grande concentración en determinados tipos de negocios. En el sector de servicios, 85.0 por ciento de las mujeres están en alimentos y bebidas y salones de belleza. En el sector de la producción 74.7 por ciento de las mujeres empresarias se encuentran en vestuario y bebidas no alcohólicas. En el sector comercial 67.9 por ciento de las mujeres emprendedoras están involucradas en la venta de alimentos, bebidas, vestuario y artículos misceláneos pequeños.⁴

⁴ UNESUM, LAS MICROFINANZAS EN EL ECUADOR; MICROCRÉDITOS COMO FACTOR FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO DE PYMES, <http://www.sistemasunesum.com/BlogUNESUM/?p=171>

MICROEMPRESA ALZA EXPLOSIVA

En el Ecuador, el 52% de las microempresas comenzó a funcionar desde 1999. “Muchos se volcaron hacia la actividad luego de perder sus empleos debido a la crisis de 1999. Sin embargo, muchas microempresas funcionan un par de años y luego cierran”, asegura el informe del BID.

De acuerdo a los resultados del Proyecto Salto, las microempresas ecuatorianas emplean a más de 1 millón de trabajadores con ingresos medios o bajos, lo que representa alrededor del 25% de la mano de obra urbana y un aporte al PIB entre el 10% y 15%. El BID asegura que la mayoría de los microempresarios (55%) es adulto entre 31 y 50 años; los jóvenes entre 18 y 30 años, alcanzan solo el 20%; y, los mayores de 51 años representan el 25%.

Para la mayoría de los microempresarios esta es su actividad principal y por lo tanto el ingreso de su empresa es sumamente importante. La microempresa constituye la totalidad del ingreso familiar para el 41,7% de los empresarios. En el caso de los hombres, a un 75% su microempresa les proporciona más de la mitad, y la mayoría de las veces hasta la totalidad del ingreso familiar.

En cambio, para las mujeres, la microempresa parecería ser un ingreso secundario para el hogar, el 42% de las mujeres reporta que la microempresa contribuye con más de la mitad del ingreso familiar, puntualiza el BID. (SA)

Pequeños empresarios con alma de comerciantes

La mayor parte de las actividades se destina al comercio de bienes

Según el informe especial sobre micro finanzas del BID preparado para el Ecuador, la mayoría de las microempresas locales se dedica al comercio (55%), ya que el sector presenta menores barreras de entrada.

Los servicios y la producción requieren mayores destrezas y más capital de trabajo. Al analizar la distribución sectorial, las mujeres presentan una mayor concentración en el comercio, un 65% versus el 46,4% en los hombres. A escala regional, la Sierra

presenta un porcentaje más alto de microempresas productoras y la Amazonía en servicios”. (SA)⁵

2.1.2 Antecedentes Referenciales

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

⁵ Hoy.com.ec, Microempresa alza explosiva, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/microempresa-alza-explosiva-244803.html>.

tomadas en consideración para optimizar cada día las actividades administrativas y operativas de esta nueva alternativa microempresarial.⁶

El señor Cabanilla Vargas Janina Roció en su proyecto nos da un análisis de factibilidad para la creación de una “OPC&T” Operadora Profesional de Certámenes y turismo en la ciudad de Milagro, se lo ha desarrollado con la finalidad de instaurar una actividad, no explotada totalmente en nuestro país y aportar al desarrollo de ella misma mediante el diseño, la creación de nuevos productos turísticos, la potencialización de los segmentos de congresos y convenciones, la capacitación en el ámbito turístico para profesionalizar la oferta de nuestro sector, y especialmente, la instauración de talleres para las comunidades involucradas en las rutas programadas. A lo largo de este estudio veremos la importancia de la industria turística y su impermeabilidad para soportar crisis políticas y económicas, justificando sobremanera la creación de la operadora, en momentos por demás coyunturales que se presentan en este cambio de época.⁷

Mientras que en la tesis de Sares Barzola Narcisa Alexandra Y Wong Astudillo Jazmín Yadira hablan en su proyecto que el trabajo esta direccionado netamente al control de inventario que mantienen las microempresas situadas en el cantón Milagro para lo cual se estableció un estudio investigativo a través del planteamiento de las causas y efectos que han originado la temática establecida, este trabajo está comprendido por una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó un instrumento investigativo conocido como la encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que este

⁶ Daniel Arturo bejarano bolaños, Realizar un estudio dando a conocer el Desarrollo Comercial del Cantón Milagro, fortaleciendo el sector microempresarial a través de asesorías administrativas, para incrementar la productividad del microempresario milagreño, p.12.

⁷ Jara Avilés, Tigre Sánchez, Ana Karina, Diana Elizabeth, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA Y CAPACITACIÓN CONTABLE-TRIBUTARIO PARA LOS MICROEMPRESARIOS DEL CANTÓN EL TRIUNFO, P.12.

casco comercial si existe esta clase de prestación de servicios, sin embargo, no han llenado las expectativas de los microempresarios, por ello se consideró altamente viable la creación de una oficina de consultoría especializada en el control de inventario , para las microempresas del cantón Milagro, para lo cual se realizó una estructura bien definida, para competir en este mercado tan competitivo, también se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos, donde se demostró la rentabilidad de la microempresa a través de los estados financieros y los sus respectivos índices como el VAN y TIR demostrando que la propuesta es ampliamente rentable.⁸

2.1.3 Fundamentación

Investigación Científica

El Empresario y las Ciencias Sociales.

Ahora se impone la necesidad de afinar la visión; de identificar y revisar críticamente las principales perspectivas y debates que configuran la consideración científica del fenómeno del empresario capitalista moderno. Para acometer mejor y con mayor eficiencia.

La microempresa en el campo económico

Una vez definida estos conceptos básicos, podemos proceder al ejercicio de pensar desde ellos el fragmento de realidad social que nos compete.

La microempresas definida en las unidad productivas en la que laboran de 1 a 9 personas es una estructura social que funcionan como agente en el campo económico.es decir, la microempresa, que muchas veces se reduce a una persona solo que ofrece en el mercado un bien o servicio, toma parte de un juego propio del campo económico, y para hacerlo echa mano de las cantidades de cada de los tipos de capital de que dispone. Como observación complementaria, hay que el objetivo de la participación en el campo también se define en términos de capital, pues si se

⁸Repositorio UNEMI,SARES BARZOLA NARCISA ALEXANDRA,WONG ASTUDILLO,JAZMIN JADIRA ,
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE CONTROL DE INVENTARIO EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS SITUADAS EN EL CANTON MILAGRO”,
<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1149>.

participa en el campo es para incrementar la cantidad de capital sobre la que se tiene control.

La personalidad empresarial

A los empresarios les corresponde un tipo determinado de personalidad marcada por una "necesidad de logro". Tal rasgo sería desarrollado por los empresarios desde la infancia, en un contexto de crianza caracterizado por la presencia de una madre cálida, un dominio paterno moderado y un adiestramiento en la autosuficiencia. A la vez integran elementos de estructura social en el análisis del fenómeno, sería la pertenencia a un grupo social relegado, y el deseo de ascender en la escala de consideración social lo que condicionaría la génesis de la "necesidad de logro" y por tanto el desarrollo de la personalidad empresarial.

Microempresas

La Microempresa es una organización que tiene de 0 a 10 empleados, independientemente si el negocio se dedique a la industria, comercio y a los servicios. Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño porque suelen trabajar en la misma. Es una empresa de bienes y servicios para satisfacer algunas necesidades a la comunidad y así poder tener un buen beneficio económico, ya que cuenta con la capacidad de contribuir al desarrollo, y al incrementar el ingreso familiar, teniendo la ventaja de aprovechar los recursos internos que existen en las áreas rurales y en los pequeños centros urbanos. Las microempresas están dentro de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) ya que se trata de empresas que no tengan incidencias significativas en el mercado competitivo (que no venden en gran volumen ya sea productos o servicios) cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital, la característica principal es de las microempresas es el tamaño limitado; tienen una gran importancia en la vida económica de un país, en las microempresas están personas natural o jurídica.

Características

Las características de las microempresas son las siguientes:

- Se dedican a la producción de bienes o servicios

- Tiene hasta 10 trabajadores, según el MICIP (Ministerio de comercio exterior, industrialización, pesca y competitividad).
- Conformada con un capital de hasta USD \$20.000,00 excepto inmuebles y vehículos, según el MICIP.
- Registrada en la Cámara de Microempresas Cantonal, Parroquial, comunal u organización filial, local, regional o nacional.
- Mezclan los gastos de subsistencia familiar con los de operatividad del negocio.
- Poco adiestramiento técnico y gerencial.⁹

Clasificación

Se clasifican en las siguientes actividades que son:

Según su actividad que se produce puede ser:

- Microempresas productivas
- Microempresas comerciales

Según la propiedad del capital:

- Microempresas familiares
- Microempresas asociativas
- Microempresas unipersonales
- Microempresas subsistencia
- Microempresas acumulación simple
- Microempresas acumulación ampliada

Según la cantidad de funciones que desarrolla

- Microempresas de función única
- Microempresas de dos funciones
- Microempresas de función múltiple

⁹BEJARANO BOLAÑOS,MENDIETA SOLÍS ,Daniel, Julio: *Análisis de las causas que impiden a las microempresas las Microempresas de la ciudad de Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo*,p.31

Según la novela de su producción

- Microempresas de producción por caja
- Microempresas de producción innovadora¹⁰

Objetivos

Los objetivos de las microempresas son los siguientes:

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

Ventajas de las microempresas

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

Desventajas de las microempresas

- Dificultad de acceso a crédito.
- Falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficaz.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.¹¹

¹⁰ MOSTAFA, Mariela , : *Proyecto y Gestión de Microemprendimientos*, <http://www.slideshare.net/marielamostafa/microempresas-12019421>

¹¹BEJARANO BOLAÑOS,MENDIETA SOLÍS ,Daniel, Julio: *Análisis de las causas que impiden a las*

El plan para la microempresa

Cada negocio empieza con una idea y un plan de la empresa es necesario guiarse en la investigación y el desarrollo de esta idea. Si usted viera planeado irse de vacaciones con su familia a un lugar que nunca haya conocido se hiciera algunas preguntas de cómo será aquel lugar. Un plan de negocios es como decir que es el mapa de una carretera para el éxito de una empresa.

La Cooperativa San Francisco de Asís para otorgar los créditos para las microempresas dispone de los siguientes requisitos de acuerdo a las leyes y reglamentos establecidos.

Créditos para microempresas

Todo crédito concedido a un prestatario, ya sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades de micro empresas de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades. Para tal fin, se definen como microempresas a aquellas que alcanzan ventas anuales de hasta USD\$100,000.

Beneficios

- Seguro de vida y accidentes
- Seguro de sepelio
- Seguro de desgravamen
- Requisitos

Micro Capital

Créditos de libre disponibilidad, orientados a solventar las diversas necesidades de adquisición de materia prima, productos para la comercialización, insumos, mantenimiento de equipos, máquinas, vehículos, gastos operativos, etc.

Micro Inversión

Son créditos orientados para financiar inversiones en activos fijos productivos, tales como ampliaciones y adecuaciones de área productivas, y en general de cualquier activo fijo que sustente la actividad del micro empresa.

Micro Familiar

Créditos destinados a financiar las necesidades de bienes de consumo o servicios, adquisición de vehículos de uso personal, remodelación de vivienda o pago de obligaciones, del microempresario cuya fuente de ingresos es su actividad micro empresarial.

Requisitos

- Solicitudes de crédito solicitante, garante(s) y cónyuge(s).
- Copias de cédula de identidad y certificado de votación actualizados de solicitante, garante(s) y cónyuge(s).
- Recibo pago de luz, agua o teléfono del último mes.
- Justificación de propiedad sobre bienes muebles e inmuebles (opcional).
- Certificados bancarios (opcional).
- Facturas o notas de compra y venta de los últimos 3 meses (opcional).

Micro Así Productivo

- Créditos de libre disponibilidad, orientados a solventar las diversas necesidades de adquisición de materia prima, productos para la comercialización, insumos, mantenimiento de equipos.
- Destino: Inversión de Activos Fijos Productivos.

Seguro de Desgravamen: 0.35% flat sobre el valor del capital de cada dividendo detallado en el plan de pagos, su cálculo es anual, su periodicidad de cobro es conjuntamente con el dividendo, cobertura en caso de muerte del socio titular cónyuge de la deuda.¹²

¹² COOPERATIVA SAN FRANCISCO DE ASIS: *Créditos Para Microempresas*, http://www.csfasis.fin.ec/credito_microempresa.php.

Según Juan C Navarro de acuerdo a estudios realizados público en su blog asesoría contable y financiera que los Factores que inciden en el fracaso de estos pequeños negocios explicando su razón de ser y los riesgos que los mismos acarrear.

- **Falta de experiencia.** De no tener experiencia tanto en la administración de empresas, como en la actividad que se ha de desarrollar comporta un elevadísimo riesgo para los pequeños propietarios.
- **Falta de dinero/capital.** Es importante contar con la suficiente cantidad de fondos que hagan innecesario por un lado la solicitud de préstamos, y por otro contar con lo necesario para desarrollar las operaciones básicas que la actividad en cuestión que se requiere.
- **Mala ubicación.** La ubicación suele ser un factor que hay k tomar debidamente en cuenta a la hora de comenzar determinadas actividades, el estacionamiento para los clientes, las características del entorno, para saber la cantidad de personas que pasan por el lugar. Ubicarse en el lugar incorrecto de la actividad constituye desde ya un problema.
- **Mal manejo de inventarios.** La falta de información relevante y oportuna, lleva a la empresa a acumular insumos y productos finales, o artículos de una cantidad y proporción superior a la necesaria. Este punto hace relación también muy directamente con los altos niveles de desperdicios.
- **Falencias en materia de créditos y cobranzas.** Diseñar buenos productos y servicios, tener buena atención a los clientes y consumidores, producir de manera excelentes los productos o servicios, y venderlos en cantidad y así tener un margen de rentabilidad, suele haber caso de ventas a crédito pero a los clientes seleccionados, sus límites crediticios, los plazos de pago y gestionar correctamente las cobranzas. Al no hacer correctamente estos pasos llevara a la empresa a la quiebra, estos aspectos están directamente relacionados con otras falencias que tenga la empresa, falta de sistema confiables de información interna.

- **No contar con buenos sistemas de información.** La información es poco confiable y fuera de tiempo, lleva a no prevenir las medidas precautorias a tiempo, además da lugar a pésimas tomas de decisiones. Es un aspecto fundamental a la hora tanto de evaluar el control interno, como el control de gestión y presupuestario.
- **Fallas en los controles internos.** Debe de haber más controles internos es importante para evitar los fraudes internos, como externos.
- **Mala selección de personal.** Al no seleccionar al personal apropiado para el desarrollo de las diferentes tareas que ejecutan en la empresa, llegar a generar problemas internos con el resto del personal o directivos por motivos disciplinarios.
- **Problemas de comercialización.** Se dificultan al hacer poco rentables inclusive a los mejores productos y servicios que se tenga en oferta. Se debe Planificar debidamente a los sistemas de comercialización y distribución, y así gestionar los precios, publicidad y canales de distribución.
- **Falta de capacitación del empresario y directivo.** Desconocimiento a los cambios que se haga en la empresa, como pueden ser servicios o tecnológicos.¹³

Fundamentación Socio-económico

El cantón Milagro desde hace miles de años fue habitada por numerosas poblaciones, este cantón ha ido creciendo notablemente gracias al establecimiento del Ingenio Valdez convirtiéndose en una de las poblaciones más prosperas, ricas y productoras de la región.

Milagro se encuentra comunicado con los cantones: Simón Bolívar, Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan), Naranjito, Marcelino Maridueña, Yaguachi, Durán y Guayaquil por una red vial estable.

¹³ JUAN CARLOS NAVARRO, Las pequeñas empresas y algunas causas de sus fracasos, <http://www.juancnavarro.com/blog/las-pequenas-empresas-y-algunas-de-las-causas-de-sus-fracasos-2>.

Tiene una superficie de 408,1 km² con una área de 34 km², en la página del Inec se encuentra registrado el último censo de población y vivienda 2010, dando como resultado 166.634 habitantes, divididos en mujeres 83.393 y hombres 83.241 habitantes, además se encuentran separados por áreas, en la urbana hay 133.508 habitantes y en la zona rural cuentan con 33.126 habitantes.

Este cantón ha ido creciendo notablemente en cuanto al comercio abriendo un sin número de empleos, formándose un medio competitivo para las micro y pequeña empresa, en la página del INEC en el censo económico realizado en año 2010 se dio a conocer que hay un total de 4794 microempresarios, y estos se dividen en: Manufactura con 379 empresas dedicadas a esta actividad, comercio cuenta con 2808 establecimientos y el sector de servicio tiene 1607 locales.

Se han hecho algunos estudios acerca de la microempresas de nuestro cantón, uno realizado por Julio Clavijo Acosta nos dice que la microempresas o pequeñas empresas es el gran impulso de desarrollo y empleo, debido a que provee trabajo a gran parte de los trabajadores de ingresos medios y bajos. En América Latina, este tipo de empresa es la principal fuente de trabajo con alrededor de 57 millones de microempresas, brindando empleo a por lo menos 110 millones de personas. Para el año 2005, en el caso de Ecuador, las microempresas proporcionaron trabajo a un total de 1'018,135 personas, lo cual representó el 25% de la mano de obra urbana. Adicionalmente, de acuerdo a cifras oficiales al 20.053, el 33,5% de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos contaba con uno o más miembros de la familia con una microempresa.

Siguiendo con el mismo autor con respecto a su definición, la microempresa suele ser de carácter personal o familiar, con enfoque en el área de producción, comercio o servicios que emplean hasta 10 trabajadores y con una administración de carácter independiente. Actualmente, de las 38,000 compañías registradas el 56% (20,428) son consideradas microempresas, de las cuales el 64% se asientan en las provincias de Guayas y Pichincha, seguidas con el 20% en Azuay, Manabí y Tungurahua y el 15,6% restante en otras provincias.

El autor No obstante, nos dice que la mayoría de las microempresas opera en la informalidad, debido al tiempo que toma abrir un negocio (65 días) y los

procedimientos que estos involucran .A su vez, según el estudio realizado por USAID, de un total de 17,738 microempresarios solo el 25% contaba con un RUC (Registro Único de Contribuyente) y un número similar poseía licencias municipales. Adicionalmente, solo el 20% llevaba registros contables.¹⁴

De acuerdo a la página del INEC nos proporciona información estadística acerca de los establecimientos económicos de nuestro cantón.

En el cantón Milagro existen 5.099 establecimientos económicos según el INEC y han generado 651 millones de dólares de ingresos por ventas, generando empleo a 17.317 personas además invirtiendo 58.9 millones en activos fijos.

Las principales actividades económicas que se practican en este cantón son:

Actividades productivas:

- Elaboración de productos de panadería.
- Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

Actividades de comercio:

- Ventas al por menor de comercio especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco.
- Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.

Servicios:

- Actividades de restaurantes y servicios móviles de comida.
- Otras actividades de telecomunicaciones.

Los ingresos por los diferentes sectores son los siguientes:

En el sector comercial tiene ingresos de 409 millones de dólares, de acuerdo con el establecimiento económico del comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, tiene un total de ingresos anuales percibidos

¹⁴ CLAVIJO ACOSTA, Julio,: *La Pequeña Empresa en Ecuador*,
http://www.ecuadorlibre.com/index.php?option=com_content&view=article&id=48:cap-no-154-qla-pequena-empresa-en-el-ecuadorq&catid=3:capsula-de-entorno-economico&Itemid=12

por ventas o prestación de servicios de 62,84%, con un 32.31% de personal ocupado y con un 57.71% de establecimientos de este sector.

En el sector manufactura tiene ingresos de 87 millones de dólares, de acuerdo con el establecimiento económico de industrias manufacturera, tiene un total de ingresos anuales percibidos por ventas o prestación de servicios de 13.45%, con un 22.46% de personal ocupado y con un 7.81% de establecimientos de este sector.

En el sector de servicios tiene ingresos de 154 millones de dólares, de acuerdo con el establecimiento económico de actividades de servicios administrativas y de apoyo, tiene un total de ingresos anuales percibidos por ventas o prestación de servicios de 10.83%, con un 1.11% de personal ocupado y con un 0.77% de establecimientos de este sector además cuenta con otros servicios de suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado, con un total de ingresos anuales percibidos por ventas o prestación de servicios de 3.85%, un 1.57% de personal ocupado y con un 0.08% de establecimientos de este sector.¹⁵

CUADRO 1. Industrias manufactureras del cantón Milagro de acuerdo a las diferentes actividades que se realizan dentro de este sector.

En la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.	Total de establecimientos	Total de personal ocupado
Porcentual	17,83%	3,15%
Valor absoluto	69	123
En fabricación de muebles	Total de establecimientos	Total de personal ocupado
Porcentual	11,63%	2,79%
Valor absoluto	45	109
Fabricación de productos metálicos para uso estructural	Total de establecimientos	Total de personal ocupado
Porcentual	14.73%	2,59%
Valor absoluto	57	101

¹⁵ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>

Elaboración de productos de panadería	Total de establecimientos	Total de personal ocupado
Porcentual	19,90%	4.33%
Valor absoluto	77	169

Elaborado: Karina Criollo y Deisy Palma

CUADRO 2. Los ingresos por ventas de bienes según las principales industrias manufactureras de nuestro cantón (millones de dólares)

En la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.	Porcentual	Dólares
	0.68%	\$ 0,60
En fabricación de muebles	Porcentual	Dólares
	0.92%	\$ 0,81
Fabricación de productos metálicos para uso estructural	Porcentual	Dólares
	1.17%	\$ 1,03
Elaboración de productos de panadería	Porcentual	Dólares
	2.09%	\$ 1.83

Elaborado: Karina Criollo y Deisy Palma

CUADRO 3. Ingresos promedio por establecimiento económico de las principales manufactureras en el cantón Milagro.

En la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.	\$ 8.657 anual
Actividades de impresión.	\$ 19.714 anual
En fabricación de muebles.	\$ 17.977 anual
Fabricación de productos metálicos para uso estructural.	\$ 18.054 anual
Elaboración de productos de panadería.	\$ 23.828 anual

Elaboración de comidas y platos preparados	\$ 16.515 anual
Fabricación y partes de piezas de carpintería para edificios y construcciones.	\$ 12.527 anual
Tratamiento y revestimiento de metales, maquinado.	\$ 9.935 anual

Elaborado: Karina Criollo y Deisy Palma

El nivel de inversión y financiamiento de los establecimientos fabricantes de artículos de hormigón, de cemento y de yeso.

Las que obtuvieron financiamiento, requerimiento de financiamiento y tenencia de Ruc según el INEC en cifras absolutas y porcentuales:

En valor absoluto 33 establecimientos poseen Ruc y en valor porcentual un 56.22%, las que obtuvieron financiamiento fueron 10 en valor absoluto y un 14.49% en porcentual con un monto de financiamiento de 17.300 dólares.

Las entidades que requieren de financiamiento son 39 en valor absoluto y en porcentual un 47.8% con un monto requerido de financiamiento de 149.703 dólares.

Ninguno de los establecimientos censados, registraron gastos de capacitación, investigación y desarrollo.

PIB (Producto Interno Bruto)

El producto interno bruto (PIB) o producto interior bruto es un indicador económico utilizado para medir la producción en un país dado. Se define como el valor total de la producción de riqueza (valor de los bienes y servicios producidos - valor de los bienes y servicios destruidos o transformados durante el proceso de producción) en un determinado país en un año determinado por los agentes económicos que residen dentro del territorio nacional. También es la medida de los ingresos procedentes de la producción en un país determinado. En macroeconomía también es llamado producción económica o de producción simplemente anual. Se trata de un conjunto de cuentas nacionales, que se obtiene mediante la suma de las magnitudes medidas por categorías de agentes económicos (hogares, empresas, gobiernos). Así que la salida más de una vez en el cálculo, no forman parte del PIB

que los bienes y servicios finales (es decir, el valor agregado, los bienes y servicios de consumo y bienes), la producción de bienes intermedios se excluyen. Por ejemplo, la harina utilizada para hacer el pan que está excluido (como consumo intermedio) el cálculo de la riqueza producida por el panadero. A menudo se utiliza como un indicador de la actividad económica de un país, el PIB per cápita, por su parte, sirve como indicador del nivel de vida, proporcionando un valor indicativo del poder adquisitivo. El cambio en el PIB es el indicador más utilizado para medir el crecimiento económico.¹⁶

Ecuador reajustó a la baja la previsión del crecimiento de su Producto Interno Bruto (PIB) en 2012, al pasar de 5,4% a 4,82%, mientras que para 2013 estimó una expansión de 3,98%, informó ayer el Banco Central nacional (BCE). El organismo hizo el anuncio en un informe sobre la economía del país publicado en su página electrónica, en el cual no

Es por esto que en el Ecuador se da una modificación de la proyección anual del PIB de 2012 a 4,82% (con un ingreso per cápita de 1.932 dólares) y de 2013 en 3,98% (per cápita de 1.982 dólares). El 1 de julio el BCE señaló que la economía creció 4,8% en el primer trimestre de 2012 respecto al mismo período de 2011, y 0,7% en relación al trimestre anterior. El PIB nacional, que desde el primer trimestre de 2010 registra cifras positivas, había aumentado 8,8% entre enero y marzo de 2011, siendo el índice más alto de los últimos tres años. La economía se expandió en 3,58% en 2010 y 7,8% en 2011.¹⁷

El Gobierno ecuatoriano difundió este sábado su expectativa de que el Producto Interno Bruto se acerque a los 100.000 millones de dólares en 2014, dado a los registros de crecimiento que el país suramericano sostiene desde 2011 y espera lleguen al 2014 a un rango entre el 4,1% y 5,1%.

¹⁶ Economía.com, Producto Club Planeta, Interno Bruto, http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

¹⁷ Diario el comercio, Ecuador reajusta a la baja crecimiento del PIB en 2012 (de 5,4% a 4,8%), http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Ecuador-reajusta-baja-crecimiento-PIB-economia_0_739126089.html.

El mandatario socialista, Rafael Correa, explicó que su país viene reportando índices de crecimiento –medido como coeficiente del PIB

El mandatario socialista, Rafael Correa, explicó que su país viene reportando índices de crecimiento –medido como coeficiente del PIB- de 8% en 2011; 5,1% en 2012 y en 2013 cerrará con una tasa de crecimiento de entre el 3,7% y el 4%.

Cuadro 4. Representación del PIB en los 3 últimos años

PIB	
2011	8%
2012	5,10%
2013	cerrará con una tasa de crecimiento de 3,7% a 4%

Fuente: Diario el Comercio

Elaborado: Karina criollo y Deisy palma

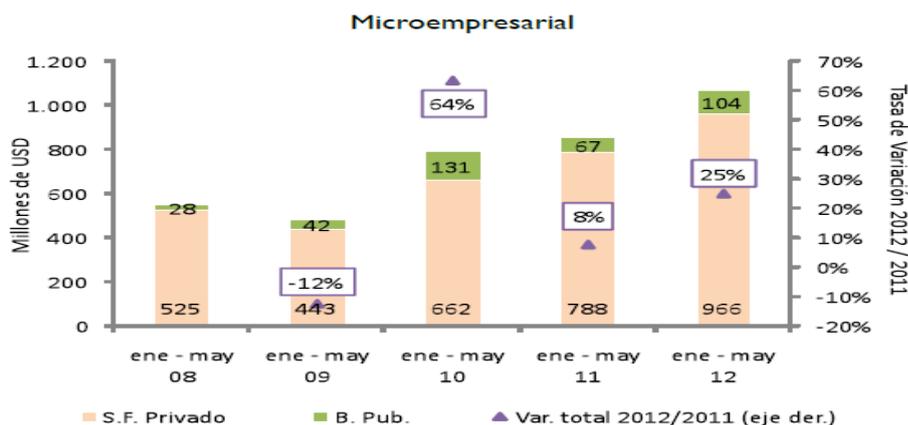
Con ese crecimiento, se espera que el PIB ecuatoriano cierre en 2013 con un valor real de 89.834 millones de dólares; con el crecimiento esperado del 2014, el PIB llegará a los 98.895 millones de dólares. Ecuador, según las estimaciones del Fondo Monetario Internacional, divulgadas a inicios de octubre, crecerá al menos 4% en 2013 como coeficiente de su Producto Interno Bruto y en el 2014 su crecimiento ascenderá nuevamente a 4%.

Esas cifras de crecimiento superan a la expectativa promedio de América Latina y el Caribe, que para el 2013 crecerán 3% y un año después 3,4%.

La inflación en este país cifrará al finalizar el 2,2% (entre enero y septiembre pondera 1,57% en su índice de precios al consumidor) y según las estimaciones gubernamentales, en 2014 pudiera llegar a 3,2%. Ecuador añade a su índice de precios al consumidor una progresiva mayor capacidad de consumo de las familias. Así, para septiembre de 2012 el ingreso promedio fue 545,07 dólares para una familia de cuatro miembros, con 1,6 perceptores de salarios y convivían con una canasta básica que para ese mes costaba 594,06 dólares; una restricción de consumo de 48,98 dólares.

En septiembre de 2013 el ingreso promedio para la misma familia aumentó a 593,6 dólares y en el mes pasado la canasta básica familiar costó 612,05 dólares, una restricción de consumo menor que la del año pasado, de 18,45 dólares y la tendencia al cierre definitivo de esa brecha.¹⁸

Figura 1. Sector financiero volumen de crédito por actividad económica



Fuente. Banco Central del Ecuador, Superintendencia de Bancos y Seguros, Banco Nacional de Fomento, Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

El volumen de crédito microempresarial se ubica en la tercera posición dentro del total del crédito colocado entre enero y mayo del 2012 con USD 1.050 millones, lo que representa una participación del 11% y un incremento del 24,2% (USD 205 millones más) en relación al mismo período del 2011. Cabe recalcar que el segmento microempresarial es el que más ha crecido durante este período como efecto de las altas colocaciones del Banco Pichincha, Solidario y Banco Nacional de Fomento. La banca privada, las cooperativas y la banca pública concentran el 99% de las colocaciones dentro del segmento, siendo la banca privada la más importante con el 57%, seguido por las cooperativas con el 32% y la banca pública con el 10%. Cabe recalcar la importancia que guarda dentro del segmento el Crédito de Desarrollo Humano (CDH) del Banco Nacional de Fomento a través del cual se ha

¹⁸ Agencia Publica De Noticias Del Ecuador Y Suramérica , El PIB ecuatoriano se acercará a los 100.000 millones de dólares en 2014, <http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-acercara-100000-millones-dolares-2014.html>

colocado un total de USD 20 millones durante los 5 primeros meses del 2012 siendo los receptores los beneficiarios de Bono de Desarrollo Humano (BDH).¹⁹

2.2 Marco Legal

Según el Ministerio De Relaciones Laborales Del Ecuador dice:

Requisitos Para La Constitución De Una Microempresa Asociativa

- a) Solicitud de aprobación dirigida al señor Relaciones Laborales;
- b) Acta constitutiva de la entidad, en original y una copia, certificadas por el Secretario, la misma que contendrá los nombres y apellidos completos de los fundadores, el nombramiento del Directorio provisional, y las firmas autógrafas de los concurrentes y número de cédula de identidad;
- c) Dos ejemplares del estatuto debidamente certificados por el Secretario, conteniendo:
 - I Denominación y domicilio.
 - II Fines.
 - III Derechos y obligaciones de los socios.
 - IV Estructura y organización interna.
 - V Patrimonio económico.
 - VI Causas de disolución y liquidación.
 - VII Las demás disposiciones que los socios consideren necesarias, siempre que no se opongan al orden público, las leyes y a las buenas costumbres;
- d) Dos ejemplares de la lista de socios fundadores, en la que conste: Si son personas naturales, los nombres y apellidos, el domicilio, cédula de identificación, el valor del aporte económico y la firma. Si son personas jurídicas, la razón social, el registro único de contribuyentes, nombramiento del representante legal y copias de los documentos de identificación; y,

¹⁹ Ministerio De Coordinación De La Política Económica, INDICADORES MACROECONÓMICOS JUNIO – 2012, <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/junio-web-2012.pdf>

e) Certificado de apertura de la cuenta de integración del aporte a los socios, en una cooperativa o banco y/o la declaración de los bienes debidamente valorados, que los socios aportan.

Registro De La Directiva De La Microempresa Asociativa

Las microempresa asociativa, dentro de los siguientes treinta días a la elección de su Directiva, la registrarán en el Ministerio de Relaciones Laborales, adjuntando la siguiente-documentación:

- Solicitud de registro, dirigido al señor Ministro de Relaciones Laborales;
- Convocatoria a elecciones;
- Acta de asamblea en la que se eligió la Directiva, haciendo constar los nombres y firmas de los socios asistentes, debidamente certificado por el Secretario; y,
- Copia simple del acuerdo ministerial, mediante el cual se otorgó la personería jurídica.

En caso de conflictos internos, el Ministerio de Relaciones Laborales, solicitará los documentos adicionales y realizará las gestiones y verificaciones necesarias para comprobar la seriedad de la elección y efectuar el registro solicitado. Para los casos de duda convocará a una Asamblea General de Socios para una nueva elección

REGISTRO DE INCLUSION Y EXCLUSION DE SOCIOS

La microempresa asociativa, que haya aceptado nuevos socios, debe presentar:

- Comunicación dirigida al Ministro, haciendo conocer la admisión de nuevos socios;
- Copia de la solicitud del aspirante, copia de la cédula de identidad, y certificación de la microempresa del valor aportado en bienes o efectivo; Copia de acta debidamente certificada por el Secretario, en la que se acepta nuevos socios; y,

- Copia certificada del registro de la Directiva en funciones. En caso de renuncia, exclusión o expulsión de socios, la microempresa asociativa, debe cumplir con los siguientes requisitos:
- Comunicación dirigida al Ministro haciendo conocer la renuncia, exclusión o expulsión del socio;
- Acta en la que se acepta la renuncia, exclusión o expulsión del socio, debidamente certificada por el Secretario; y
- Copia certificada del registro de la Directiva en funciones.

Recibida la documentación, el Ministro de Relaciones Laborales en el término de quince días y previo el cumplimiento de los requisitos aquí determinados, aprobará el estatuto y ordenará su registro en el libro correspondiente de la Dirección Jurídica de Trabajo y Empleo.

Las microempresas asociativas, para organizar la producción, la prestación de servicios y comercialización de sus productos, podrán adquirir materia prima y promover y comercializar bienes y servicios, en los mercados nacionales e internacionales.

Estas microempresas asociativas, podrán activamente en los programas de compras estatales, estas entidades están obligadas a calificar como proveedores a los microempresarios y a las microempresas asociativas. Con el objeto de participar en las compras estatales, se podrán organizar corporaciones micros empresariales para presentar sus ofertas y participar en contratos especialmente con las entidades públicas.

Para que las microempresas puedan gozar de los beneficios que por su condición de tales tengan, deberán registrarse en el Ministerio de Relaciones Laborales, el que los calificará como microempresarios. El Registro actualizado será credencial suficiente para los beneficios de crédito, de capacitación, de afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social -IESS- los que se establecen en el presente acuerdo y todos que existan o se crearen por disposiciones legales o reglamentarias.

El Ministerio de Relaciones Laborales abrirá y mantendrá un archivo con los registros que otorgue a las microempresas, personas jurídicas o naturales, o a las microempresas asociativas.²⁰

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

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

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

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

- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos

²⁰MIISTERIO DE RELACIONES LABORALES, : *Fundaciones ,Corporaciones y Microempresas Asociativas*, <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas/>

accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

El objeto social: Informe previo.

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

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

- **Afiliaciones** (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías):

- **A la Cámara de la Construcción.-** En el evento de que la compañía vaya a operar en el sector de la construcción, se debe obtener la afiliación a la Cámara de la Construcción correspondiente, de acuerdo con lo prescrito en el

Art. 4 del Decreto Supremo No. 3136 de 14 de enero de 1979, publicado en el

R.O. 762 de 30 de los mismos mes y año.

- **A la Cámara de Agricultura.-** Si la compañía va a tener como actividad principal de su objeto la agricultura o la ganadería, se debe afiliarla a la Cámara de Agricultura respectiva, en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 3 de la Ley Reformatoria a la Ley de Centros Agrícolas, Cámaras de Agricultura Provinciales y Zonales, publicada en el R. O. 326 de 29 de noviembre de 1993.

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

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

A la Cámara Provincial de Turismo.- Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cáma 24 Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, publicada en el R.O. 689 de 5de mayo de 1995.

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

Cumplimiento de otros requisitos en razón del objeto social:

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

(Art. 6 de la Ley de Consultoría).

Compañías de Vigilancia y Seguridad Privada.- Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada, en atención a lo dispuesto en el Art. 7 de la Ley de Vigilancia y Seguridad

Privada, publicada en el Registro Oficial No. 130 de 22 de julio del 2003; de igual manera, el objeto social deberá ser exclusivo, en orden a lo previsto en el Art. 8 del mismo cuerpo legal.²¹

REGISTRO OFICIAL NO.335-MARTES 7 DE DICIEMBRE DE 2010

Acójase la clasificación de las PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente

**No.SC-INPA-UA-G-
10-005**

Pedro Salines Chacó

SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS

Considerando: Que en el Programa Estadístico Comunitario de la CAN, adoptado mediante la Decisión 488 del 7 de diciembre del 2000, se establecen los preceptos básicos para elaborar las estadísticas comunitarias de las PYMES; que el Sistema Estadístico Comunitario de la CAN establece que las PYMES comprenden a todas las empresas formales legalmente constituidas y/o registradas ante las autoridades competentes, que lleven registros contables y/o aporten a la seguridad social, comprendidas dentro de los umbrales establecidos en el artículo 3 de la Decisión 702 del 9 y 10 de diciembre del 2008; Que el artículo 3 de la Decisión 702 de la Comisión de la Comunidad Andina establece los parámetros de acuerdo a lo señalado a continuación:

- a) Las empresas comprendidas dentro de los siguientes rangos de personal ocupado y de valor bruto de las ventas anuales:

²¹ BEJARANO BOLAÑOS, Daniel, MENDIETA SOLIZ Julio,: *ANÁLISIS DE LAS CAUSAS QUE IMPIDEN A LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD DE MILAGRO, DESARROLLEN SU EMPRENDIMIENTO Y LA PERMANENCIA EN EL MERCADO COMPETITIVO*, pp.41, 42, 43, 44, 45,46.

CUADRO 5. Rangos de personal ocupado y de valor bruto de las ventas anuales

Variables(**)	Estrato I	Estrato II	Estrato III	Estrato IV
Personal ocupado	1-9	10-49	50-99	100-199
Valor bruto de las ventas anuales(US\$)*	≤100.000	100.001-1.000.000	1.000.001-2.000.000	2.000.001-5.000.000

FUENTE: Superintendencia de Compañías.

Margen comercial para las empresas comerciales

- Prevalecerá el valor bruto de las ventas anuales sobre el criterio de personal ocupado.
- Que el artículo 5 de la decisión 702 de la Comisión de la Comunidad Andina indica que los Países Miembros deberán elaborar y transmitir estadísticas comunitarias armonizadas sobre las PYMES;

Resuelve:

Artículo Primero.- DE LA CLASIFICACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS.-Acoger la siguiente clasificación de las PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución1260 y la legislación interna vigente:

CUADRO 6. Clasificación de las Compañías

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal ocupado	De1a9	De10a49	De50a199	≥200
Valor Bruto de Ventas Anuales	≤100.000	100.001-1.000.000	1.000.001-5.000.000	>5,000.000,00
Monto de Activos	Hasta US\$ 100.000	DeUS\$100.001 Hasta US\$ 750.000	DeUS\$750.001 Hasta US\$ 3,999.999	≥US\$4.000.000

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Artículo Segundo.-DE LA VIGENCIA Y EJECUCIÓN.- La presente resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial, y de su ejecución encárguense los señores Intendentes de Compañías de Guayaquil y Quito.

Comuníquese y publíquese

- Dada y firmada, en la superintendencia de Compañías, Guayaquil 5 de noviembre del 2010.
- f) Pedro Salines Chacón, Superintendente De Compañías
- Es fiel copia del original.- Lo certifico.-Quito, D.M., 19 de noviembre del 2010.-f.) Dr. Víctor Cevallos Vásquez, Secretario General, Intendencia de Compañías de Quito.²²

2.3 Marco Conceptual

Control Interno: Es el conjunto de políticas y procedimientos establecidos por la administración de la compañía, para salvaguardar sus activos de la compañía.

Clientes: Son los principales protagonista de la actividad comercial y tener buena demanda en el mercado.

Desarrollo económico: Son recursos para aumentar la productividad, beneficio o capacidad de ahorro para convertirse en acumulación de capital.

Desarrollo financiero: Mercados financieros con una mayor participación de los mercados de capitales y facilitar el financiamiento.

Evaluación de riesgos: Los principales factores que pueden poner en riesgo son los objetivos ya planteados

Estrategia: son estrategias son métodos que son utilizados, acciones a implementar para lograr un fin.

Financiamiento externo: Los administradores suelen obtener fondo de prestamistas o inversionistas externos.

²² SUPEERINTENDIA DE COMPAÑÍAS,: *Clasificación De Las Pymes* , <http://www.nectilus.com/colin/?p=710>

Inversión: Son colocaciones de dinero en una empresa para tener una rentabilidad en el futuro.

Innovar: Consiste en optar algo nuevo o remodelar algún lugar, o empresa,

Microempresas: las microempresas son consideradas las pequeñas y medianas empresas.

Mercado Competencia: es el mercado donde hay demasiados compradores como vendedores.

Mercados financieros: Los proveedores y demandantes de fondos que pueden hacer transacciones comerciales.

Microempresa artesanal: La microempresa artesanal es aquella donde se desarrollan productos elaborados manualmente y no son utilizadas las máquinas. Por ello tiene un valor agregado porque se esfuerzan al elaborarlo.

Micro capital: Se refiere a un pequeño capital

Proveedores: Es la persona o una empresa que abarca a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos.

Procedimiento de control: Consiste en políticas y procedimientos que aseguren el cumplimiento de los objetivos de la entidad y que sean ejecutados para la organización.

Pyme: Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas.

Personalidad empresarial: La personalidad de los empresarios es de marcar logros y salir siempre adelante.

Sistemas de información y comunicación: Identificación y recopilación de información adecuada y oportuna procesamiento de la información a través de reportes que son comunicados tanto internamente como externamente.

Seguro de desgravamen: Es un seguro que les paga el valor de una deuda pendiente cuando fallece el deudor principal.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El nivel de competencia que enfrentan las microempresas del cantón Milagro influye en su desarrollo empresarial.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- Las políticas de venta existentes inciden en el mejoramiento económico de la empresa.
- El tipo de instrucción académico del personal influye en el rendimiento laboral.
- El manejo y procesamiento de los inventarios incide en el volumen de ventas.
- El nivel de confianza por parte de las entidades financieras del cantón Milagro afectan el desarrollo competitivo
- Analizar los niveles de abastecimiento de la mercadería. La adquisición de nuevos productos se debe a la falta de investigación de mercado.

2.4.3 Declaración de Variables

Cuadro 7. Declaración de variables dependientes e independientes de la investigación

Hipótesis General	Variables
El nivel de competencia que enfrentan las microempresas del cantón Milagro influye en su desarrollo empresarial.	VD: Competencia que enfrentan las microempresas
	VI: Desarrollo económico y financiero
Hipótesis Particular	Variables
Las políticas de venta existentes inciden en su mejoramiento económico de la empresa.	VD: Política de ventas
	VI: Mejoramiento económico

El tipo de instrucción académico del personal influye en el rendimiento laboral.	VD: Coordinación e instrucción al personal
	VI: Rendimiento laboral
El manejo y procesamiento de los inventarios incide en el volumen de ventas.	VD: Procesamiento de información
	VI: Volumen de ventas
El nivel de confianza por parte de las entidades financieras del cantón Milagro afectan el desarrollo competitivo	VD: Confianza de las entidades financieras
	VI: Desarrollo competitivo
Analizar los niveles de abastecimiento de la mercadería.	VD: Niveles de abastecimiento
	VI: Investigación de mercado

Elaborado: Karina Criollo y Deisy Palma

2.4.4 Operacionalización de las variables

CUADRO 8. Operacionalización de las variables de la investigación

Variables	Definición	Indicador	Método de Verificación
Competencia que enfrentan las microempresas	Mucha demanda en el cantón de milagro	Numero de microempresas	Comerciantes del cantón milagro
Desarrollo económico y financiero	Son recursos para aumentar la productividad, beneficio o capacidad de ahorro para convertirse en acumulación de capital	Dólares del nivel de ventas	Comerciantes del cantón milagro

Política De Ventas	Se utilizan con el fin de cumplir los objetivos económicos de la empresa	Número de políticas de ventas	Comerciantes del cantón Milagro
Mejoramiento Económico	Aumento de rentabilidad para cubrir obligaciones de la empresa y obtener utilidad.	Número de políticas de ventas	Comerciantes del cantón Milagro
Coordinación e Instrucción Al Personal	Dirección del personal para cumplir con las metas de la empresa.	Evaluación De Nivel de Desempeño	Comerciantes del cantón Milagro
Rendimiento Laboral	Reconocimiento del esfuerzo del personal para alcanzar el éxito de la empresa.	Evaluación De Nivel de Desempeño	Comerciantes del cantón Milagro
Propios Controles	Controles dentro de la empresa para	Evaluación De Sus Controles	Comerciantes del cantón Milagro

	salvaguardar los activos de la empresa.		
Procesamiento De Información	Técnicas para manipular información de la empresa	Evaluación De Sus Controles	Comerciantes del cantón Milagro
Confianza De Las Entidades Financieras	Nivel de confianza para otorgar créditos por parte de las entidades financieros.	Número de Créditos Otorgados	Comerciantes del cantón Milagro
Desarrollo Competitivo	Estrategias para sobresalir en el mercado y obtener ganancias.	Créditos Otorgados	Comerciantes del cantón Milagro
Nuevos Productos	Gran variedad de productos para ofrecer en el mercado.	Diversidad de proveedores	Comerciantes del cantón Milagro
Investigación De Mercado	Estudio de mercado para realizar un análisis del campo competitivo.	Número de proveedores	Comerciantes del cantón Milagro

Elaborado: Karina Criollo y Deisy Palma

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Vamos a utilizar los siguientes métodos en nuestro proyecto serán los siguientes:

Investigación aplicada: Es la aplicación de los conocimientos en la búsqueda de soluciones, depende de los descubrimientos y avances de la investigación básica. Desde el punto de vista vamos a utilizar la investigación aplicada que se refiere a los conocimientos obtenidos de las investigaciones u optimizar un proceso o solucionar problemas reales, y con ellos contraer beneficios en el Campo competitivo.

Investigación explicativa: Consiste en el estudio de la busca el porqué de los hechos, relacionando la causa y sus efectos. Este proyecto de investigación nos permitirá saber por qué las Microempresas del sector céntrico del Cantón Milagro tienen el actual problema administrativo y financiero.

Investigación exploratoria: Conocidos como estudio que se investigan por primera vez o son estudios que casi no son investigados, este tipo de investigación para poder obtener una visión general de lo que está ocurriendo en la actualidad con las Microempresas, por tal motivo que este tema ha sido poco explorado y reconocido, y así se pueda determinar lineamientos para investigaciones a futuras.

Investigación de campo: Es la investigación aplicada para interpretar y solucionar algún tipo de problema en el momento determinado. Esta investigación es aplicada para interpretar y solucionar algún problema o necesidad que se dé al momento, los

datos obtenidos se recopilan por medio de las encuestas realizadas directamente a las Microempresas del sector céntrico del Cantón Milagro.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

De acuerdo a la información del último censo realizado en nuestro país por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo año 2010 (INEC), el total de los microempresarios son de 4.794 que están comprendidos de 1 a 9 empleados y que el valor brutas de las ventas sean menores a \$ 100.000. Al observar una cantidad extensa de negocios nos vemos en la obligación de realizar el cálculo de la muestra probabilística para poder aplicar dicha investigación, y así lograr su permanencia en el mercado y su rentabilidad estimada.

3.2.2 Delimitación del problema

Utilizaremos la población finita, ya que tenemos conocimiento de que hay un total de 4.794 microempresarios en el Cantón Milagro pero con diferentes actividades que son:

Cuadro 9. Delimitación del problema

Sectores	Total
Manufactura	379
Comercio	2.808
Servicio	1.607
Total	4.794

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Para el desarrollo de esta investigación y encuestas solo vamos a encuestar a los microempresarios del sector céntrico del Cantón Milagro para proceder con un estudio más apegado a la realidad.

3.2.3 Tipo de muestra

En este proyecto vamos a utilizar la muestra probabilística, porque sabemos la cantidad de microempresarios que tiene el Cantón Milagro; por tanto el muestreo está basado al azar y así podemos determinar antemano la probabilidad de selección de cada uno de los microempresarios de Milagro.

3.2.4 Tamaño de muestra

Se va a demostrar la fórmula de la población finita porque se conoce la cantidad de 4.794 de microempresarios que tiene el Cantón de Milagro, debido que no voy a encuestar a toda la cantidad, se va a realizar por estratificación de los microempresarios en las siguientes actividades que son:

Cuadro 10.Tamaño de la muestra

Sectores	Total
Manufactura	379
Comercio	2.808
Servicio	1.607
Total	4.794

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Por totalidad de actividad económica:

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

$$n = \frac{4794 (0.5)(0.5)}{\frac{(4794-1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{1198.5}{\frac{11,9825}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{1198.5}{3,369143065}$$

n= 356 encuestas

Por Estratificación:

Manufactura tiene 379 microempresarios

$$379/4.794= 8\%$$

$$356*8\%=28 \text{ encuestas}$$

Comercio tiene 2.808 microempresarios

$$2.808/4.794= 59\%$$

$$356*59\%=210 \text{ encuestas}$$

Servicio tiene 1.607 microempresarios

$$1.607/4.794=33\%$$

$$356*33\%= 118 \text{ encuestas}$$

Cuadro 11. Numero de encuestas a realizar por diferentes actividades económicas

SECTORES	N° DE ENCUESTAS
MANUFACTURA	28
COMERCIAL	210
SERVICIOS	118
TOTAL DE ENCUESTAS	356

Elaborado: Karina Criollo y Deisy Palma

Datos:

- **n:** tamaño de la muestra
- **N:** tamaño de la población
- **p:** posibilidad de que ocurra un evento $p= 0.5$
- **q:** posibilidad de que no ocurra un evento $q= 0.5$
- **E:** se considera el 5% $E= 0.5$
- **Z:** nivel de confianza 95% $z= 1.96$

3.2.5 Proceso de selección

Al ver seleccionado la muestra probabilística, ya que conocemos el número de la población que va a ser encuestada para este proceso utilizaremos el procedimiento de selección sistemática de elementos muestrales permitiéndonos conocer.

3.3 METODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Método Inductivo: Utilizaremos este método, el cual nos ayudara a llegar a las conclusiones de carácter general siguiendo todos los pasos que este método implica de lo particular a lo general. Su empleo nos ofreció la oportunidad de conocer cuáles eran sus verdaderos problemas que enfrentan los microempresarios.

Método Deductivo: Método que nos servirá de mucha ayuda, como en los aspectos de carácter técnico y científico serán analizados desde sus aspectos más generales hasta llegar cronológicamente. Nos has permitido hacer uso de la información ya establecida por otros acerca de los microempresarios y específicamente relacionados con dichos negocios se han podido establecer las falencias de los microempresarios.

Método Analítico – Sintético: Para el cumplimiento de este proceso se realizaran encuestas a los microempresarios para analizar de forma individual por medio de los métodos estadísticos mediante la determinación de sus componentes, este método estudia los hechos partiendo de la descomposición de cada una de sus partes y para ir las estudiando de manera individual.

Método Dialectico: Este método nos permite interactuar con la sociedad conociendo la verdadera situación de las microempresas que tienen dificultad para sobresalir en el mercado para convertirse en grandes empresas.

3.3.2 Métodos empíricos

La observación: la observación que se realice directamente en el lugar de los hechos serán muy útil y significativo puesto que serán tomando en cuenta para

realizar nuestro proyecto. El procedimiento utilizado para la aplicación de un diagnóstico de los procesos involucrados a través de la visualización de los mismos.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Encuestas: Diseñar un cuestionario de preguntas, incluye estructurar como se va a identificar, lo que necesitamos para investigar y así poder tabular los resultados y direccionarnos de manera más objetiva al conocer los problemas que enfrentan los microempresarios del Sector Céntrico del Cantón Milagro, para que así desarrollen su emprendimiento y permanencia en el mercado competitivo.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

La técnica utilizada en este proyecto es la encuesta, lo cual ayudara a la recolección de datos ya obtenidos mediante las herramientas de Excel ya que nos permite ingresar datos de información y nos muestre tablas y gráficos estadísticos para así poder tener un mejor análisis de la problemática de los microempresario del sector céntrico del cantón Milagro .

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Se realizó encuestas a 356 microempresarios del cantón, de un total de 4794 que representa la población de acuerdo a datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo en base al censo económico realizado en el 2010. Los resultados que se obtuvieron de la encuesta hacia este sector fueron los siguientes:

PREGUNTA # 1: ¿Cuál es la actividad comercial de su microempresa?

Cuadro 12. Microempresas por actividad económica en el Cantón Milagro

ACTIVIDAD ECONOMICA	TOTAL MICROEMPRESAS	TOTAL PORCENTUAL
MANUFACTURA	28	8%
COMERCIO	210	59%
SERVICIOS	118	33%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuestas a la Microempresa del Cantón Milagro



Figura 2. Microempresas por actividad económica y por género en el Cantón Milagro (véase cuadro 12)

Análisis:

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro de acuerdo a la estratificación hecha anteriormente coinciden , teniendo como resultado el 8% de las microempresas son de manufactura una pequeña parte de la población microempresarial, en esta actividad económica se considera mucho el esfuerzo físico tomando en cuenta que son artesanos por que utilizan sus manos para elaborar el producto ,tal vez esta sea la causa de que no existan tantas microempresas manufactureras, la mayor parte de la población económica está orientada al comercio un 59% de la población se dedica a esta actividad ya que para ellos es mucho más fácil comprar y vender el producto ya elaborado por otras persona, y un 33% se dedica a la prestación de servicios esta parte de la población deben ser profesionales a pesar que no todos son profesionales como pudimos observar en las encuesta realizada a los microempresarios del cantón.

PREGUNTA # 2: ¿Cuándo inicio el negocio, se dio con?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

CUADRO 13. Inicio del negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
CAPITAL PROPIO	4	14%
CAPITAL PROPIO Y PRÉSTAMO BANCARIO	15	54%
SOLO PRÉSTAMO BANCARIO	7	25%
PRÉSTAMO INFORMAL	2	7%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)

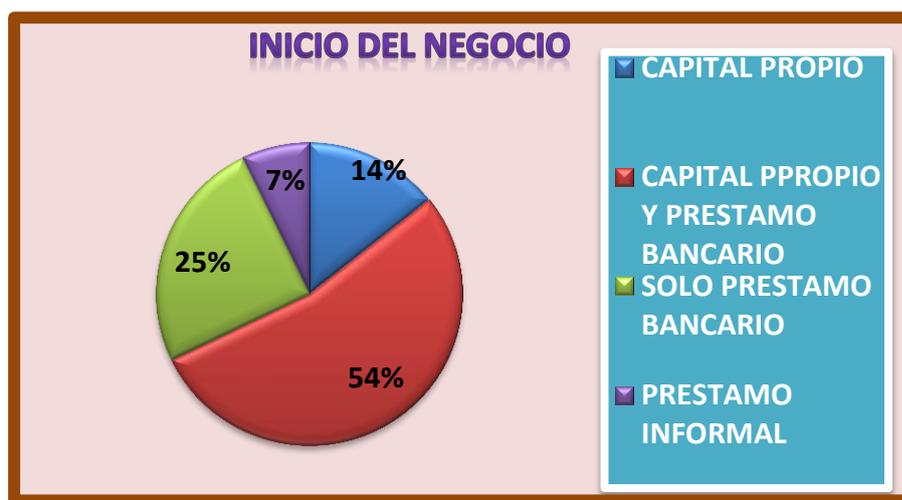


Figura 3. Inicio del negocio (véase cuadro 13)

Análisis: Los resultados obtenidos de las encuestas dieron como resultado, que en la actividad económica del sector comercial un 54% de las microempresas iniciaron con capital propio y préstamo bancario siendo este el mayor porcentaje del estudio realizado en nuestro cantón, esto se debe a que los microempresarios no contaban con el capital suficiente para emprender su negocio recurriendo a las entidades financieras, un 25% de los microempresarios han recurrido solo a préstamos bancarios al no contar con dinero propio, el 14% de la población microempresarial empezaron su negocio con capital propio invirtiendo sus ahorros arriesgándose a sobresalir en el mercado y un 7% decidió realizar préstamos

informales al ser más rápidos y sin tramites debido a que las entidades financieras no les brindaron dicho préstamo.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 14. Inicio del negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
CAPITAL PROPIO	43	20%
CAPITAL PROPIO Y PRESTAMO BANCARIO	72	34%
SOLO PRESTAMO BANCARIO	79	38%
PRESTAMO INFORMAL	16	8%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

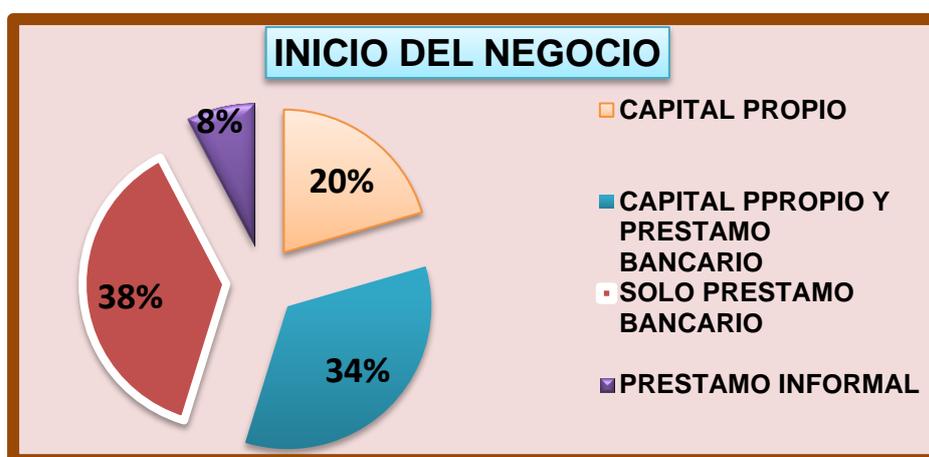


Figura 4. Inicio del negocio (véase cuadro 14)

Análisis: En la encuesta realizada en el cantón milagro el inicio de las microempresas comerciales se dio por solo por préstamo bancario el 38% de esta población prefirió este tipo de financiamiento al no contar con los recursos propios para empezar su negocio , el 34% decidió optarse por capital propio y préstamo bancario al no contar con la cantidad necesaria para iniciar el negocio , un 20% de los microempresarios iniciaron su negocio microempresarial con capital propio utilizando todo sus recursos económico para emprender su negocio, y una cantidad mínima del 8 % obtuvieron financiamiento realizando préstamos informales

considerando que los microempresarios iniciaron su negocio así al no contar con apoyo crediticio por parte de las entidades financieras .

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 15. Inicio del negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
CAPITAL PROPIO	77	65%
CAPITAL PPROPIO Y PRESTAMO BANCARIO	18	15%
SOLO PRESTAMO BANCARIO	21	18%
PRESTAMO INFORMAL	2	2%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)

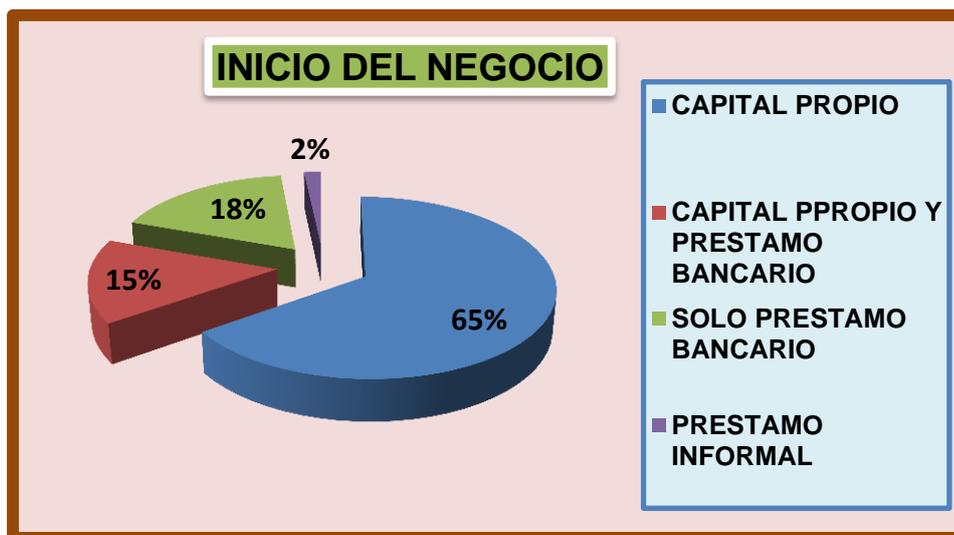


FIGURA 5. Inicio del negocio (véase cuadro 15)

Análisis: La gráfica muestra que en la actividad económica de servicios un 65% de los microempresarios inicio su negocio con capital propio al contar con los recursos necesarios para emprender su actividad empresarial, un 18% de los encuestados emprendieron su negocio con préstamo bancario al no disponer de liquidez propia optaron por este recurso, el 15% utilizo su capital propio más el financiamiento de las entidades financieras , y un 2% recurrieron al préstamo informal siendo para esta mínima población más rápido obtener este tipo de financiamiento.

Pregunta # 3: ¿Cuánto tiempo tiene el negocio en el mercado?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro16. Tiempo del negocio en el mercado

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTA	TOTAL PORCENTUAL
MENOS DE 1 AÑO	2	7%
ENTRE 1 A 3 AÑOS	6	21%
ENTRE 3 A 5 AÑOS	8	29%
MAS DE 5 AÑOS	12	43%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)

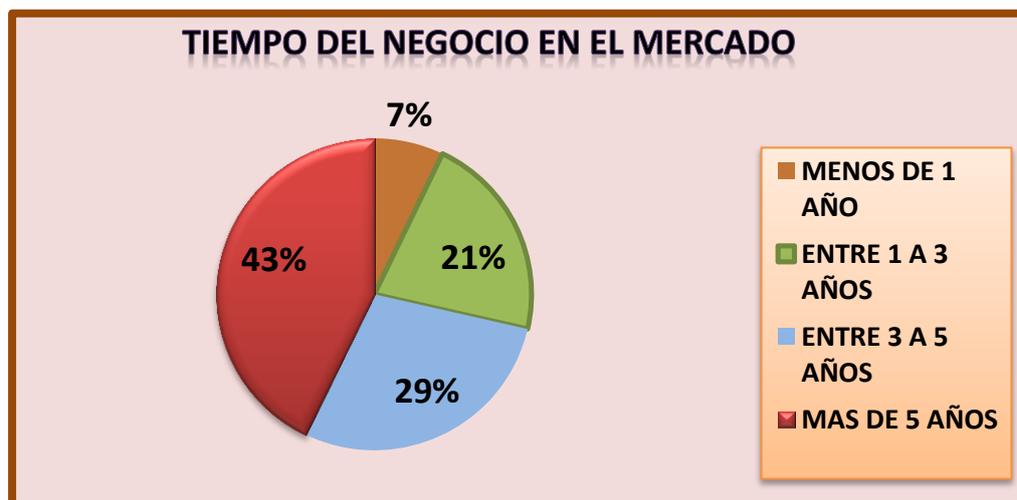


Figura 6. Tiempo del negocio en el mercado (véase cuadro 16)

Análisis: según el estudio realizado a las microempresas del cantón Milagro un 43% de estos negocios tienen más de 5 años en el mercado, están micro han sabido mantenerse en el mercado pero no han podido sobresalir del mismo dejando de ser micro para ser grandes empresas, el 29% tiene entre 3 y 5 años en el mercado muchas de estas microempresarios aspiran crecer debido a que aún se mantienen en el mercado competitivo, un 21% de estos negocios no tienen mucho tiempo en el mercado entre 1 y 3 estos microempresarios están pensando más adelante crecer como microempresas y obteniendo ganancias jugosas, el 7% de las micro tienen menos de 1 año no por eso dejan de ser menos importantes, para ellos es un reto mantenerse en el mercado y a la vez sobresalir del mismo.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 17. Tiempo del negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTA	TOTAL PORCENTUAL
MENOS DE 1 AÑO	21	10%
ENTRE 1 A 3 AÑOS	26	12%
ENTRE 3 A 5 AÑOS	58	28%
MAS DE 5 AÑOS	105	50%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

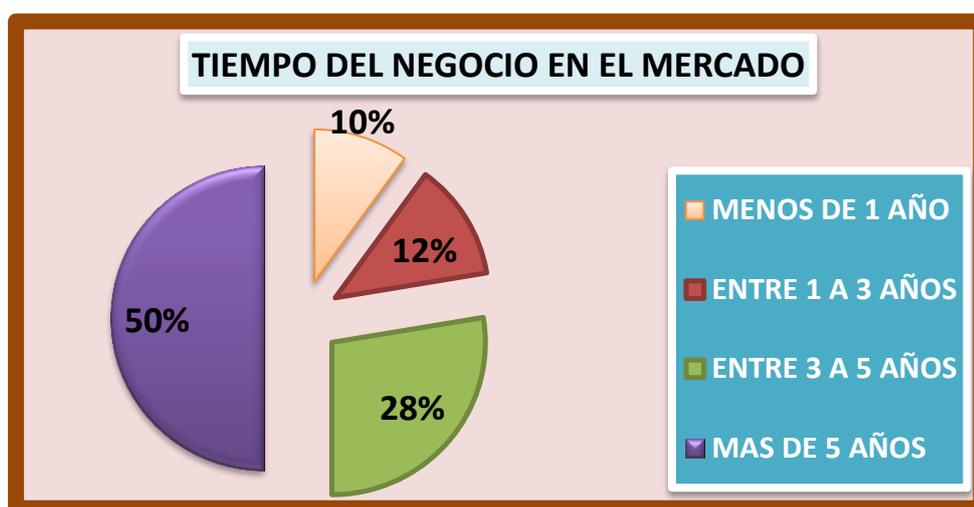


Figura 7. Tiempo del negocio en el mercado (véase cuadro 17)

Análisis: La gráfica indica que el 50% de las microempresas comerciales tienen en el mercado más de 5 años a pesar de tener tantos años en el mercado no les ha permitido crecer como negocio, un 28% tiene entre 3 a 5 años en el negocio muchas de estas microempresarios aspiran crecer debido a que aún se mantienen en el mercado competitivo, un 12% de estos negocios no tienen mucho tiempo en el mercado entre 1 y 3 estos microempresarios están pensando más adelante crecer como microempresas y obteniendo ganancias jugosas, el 10% de las micro tienen menos de 1 año estas micro deben mejorar con el pasar del tiempo para convertirse en grandes empresas y no quedarse como muchas de estas solo como micro.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 18. Tiempo del negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTA	TOTAL PORCENTUAL
MENOS DE 1 AÑO	9	8%
ENTRE 1 A 3 AÑOS	16	14%
ENTRE 3 A 5 AÑOS	34	29%
MAS DE 5 AÑOS	59	50%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)

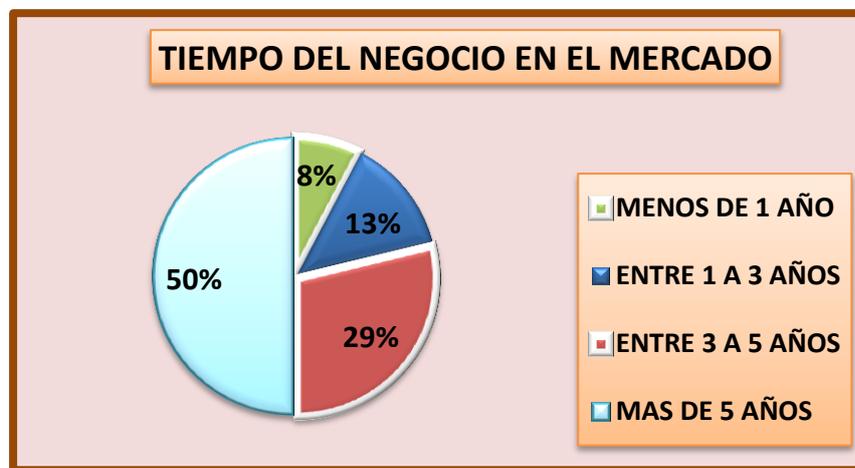


Figura 8. Tiempo del negocio en el mercado (véase cuadro 18)

Análisis: En la encuesta realizada a los microempresarios del sector económico de servicios un 50% tiene más de 5 años en el mercado tratando de mantenerse como microempresas, el 29% tiene entre 3 a 5 años ejerciendo en el mercado, entre 1 a 3 años un 13% de la población microempresarial esto indica que no tienen mucho tiempo en la franja comercial y un 8% las micro que tienen menos de 1 año estas microempresas deben diseñar estrategias para mantenerse y sobresalir en el mercado.

Pregunta # 4: ¿El negocio es administrado por?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 19. Personas que administran el negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
PROPIETARIO	17	61%
FAMILIAR	10	36%
TERCERAS PERSONAS	1	4%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)

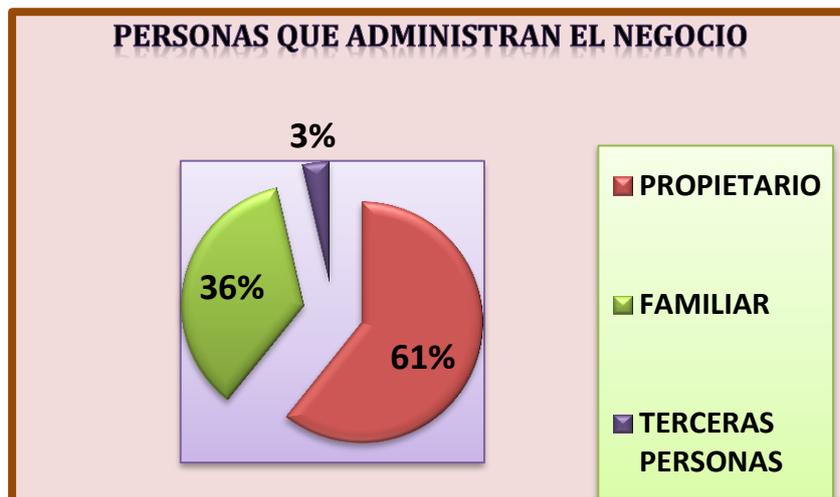


Figura 9. Personas que administran el negocio (véase cuadro 19)

Análisis: El 61% de los encuestados en el sector manufacturero respondieron que el negocio es administrado por ellos mismos es decir por los propietarios del negocio debido a que hay mucha desconfianza por parte de ellos hacia terceras personas, un 36% indico que su negocio es familiar y que por lo tanto solo estaba custodiado o administrado por familiares y un 4% de la población microempresarial por terceras personas esto se debe a que son personas que no cuentan con el tiempo suficiente para no atender el negocio confiándose de sus empleados esto podría afectar en el crecimiento de su negocio al no llevar riendas del mismo.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

CUADRO 20. Personas que administran el negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
PROPIETARIO	110	52%
FAMILIAR	88	42%
TERCERAS PERSONAS	12	6%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufacturero)



Figura 10. Personas que administran el negocio (véase cuadro 20)

Análisis: Las encuestas realizadas al sector comercial dieron como resultado que un 52% de las microempresas son administradas por dueños de las mismas es decir por los propietarios del negocios son los encargados de administrarlo, un 42% de estas microempresas son encargadas por familiares ellos son los encargados de sus operaciones en lo que gira en torno al negocio y un 6% son asignadas el cargo a terceras personas dejándoles a ellos la responsabilidad de administrar el negocio.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 21. Personas que administran el negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
PROPIETARIO	105	89%
FAMILIAR	13	11%
TERCERAS PERSONAS	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)



Figura 11. Personas que administran el negocio (véase cuadro 21)

Análisis: En el sector de servicios la mayoría de las microempresas que se dedican a esta actividad económica son administradas por propietarios del negocio un 89% de estos son los encargados de controlar su negocio, mientras que el 11% restante son administradas por familiares porque consideran que ellos son capaces de llevar las riendas del negocio sin necesidad de contratar a una tercera persona que lo haga ya que mucho de estos microempresarios consideran que sería un gasto adicional.

Pregunta # 5: ¿La persona que administra el negocio tiene preparación académica?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 22. Preparación académica de la persona que administra el negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
BASICO	0	0%
MEDIO	19	68%
AVANZADO	9	32%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)

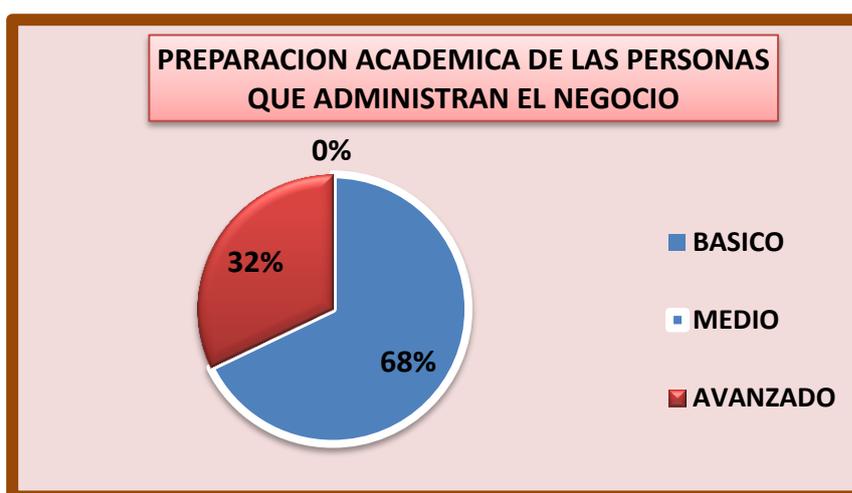


Figura 12. Personas que administran el negocio (véase cuadro 22)

Análisis: En el estudio realizado a los microempresarios de nuestro cantón nos dieron a conocer que los que administran el negocio un 68% tienen un nivel medio de estudios muchos de estos son solo bachilleres y han aprendido observando o solo en cursos tomados sin ser profesionales en la rama artesanal, el 32 % respondieron que tienen un nivel de educación avanzado que han logrado culminar con sus estudios en diferentes ramas según su especialidad que hay dentro de manufactura.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 23. Preparación académica de la persona que administra el negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
BASICO	24	11%
MEDIO	95	45%
AVANZADO	91	43%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

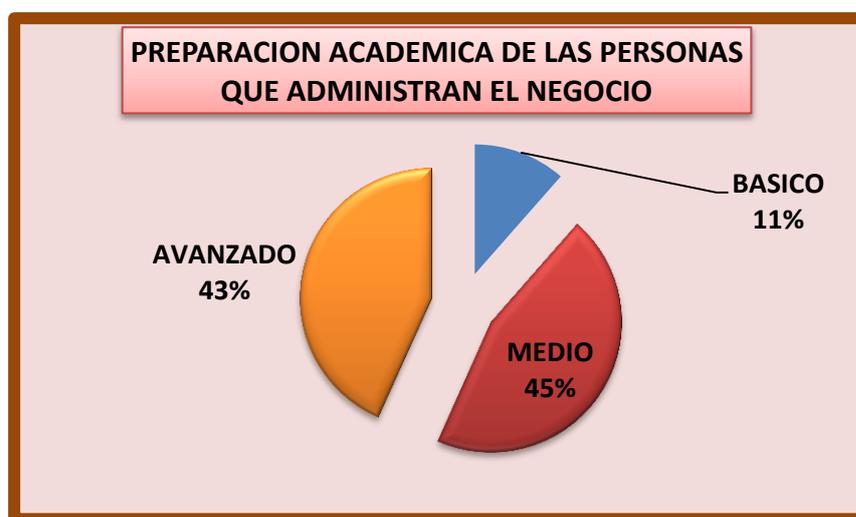


Figura 13. Personas que administran el negocio (véase cuadro 23)

Análisis: En la encuesta el 45% de la población microempresarial nos respondieron que su preparación académica es de nivel medio que no han podido culminar sus estudios por problemas personales o por falta de apoyo familiar o por causas que ellos no esperaban, el 43% tiene un nivel avanzado de estudio pero muchas de estas personas no se han dedicado a su carrera profesional si no que han tenido que buscar la forma de salir adelante y es por eso han decidido crear su microempresa para obtener sustento para su hogar, el 11% tiene un nivel de estudio básico tal vez esta sea una causa del porque o han podido sobresalir de micro a grandes empresas.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 24. Preparación académica de la persona que administra el negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
BASICO	0	0%
MEDIO	99	84%
AVANZADO	19	16%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)

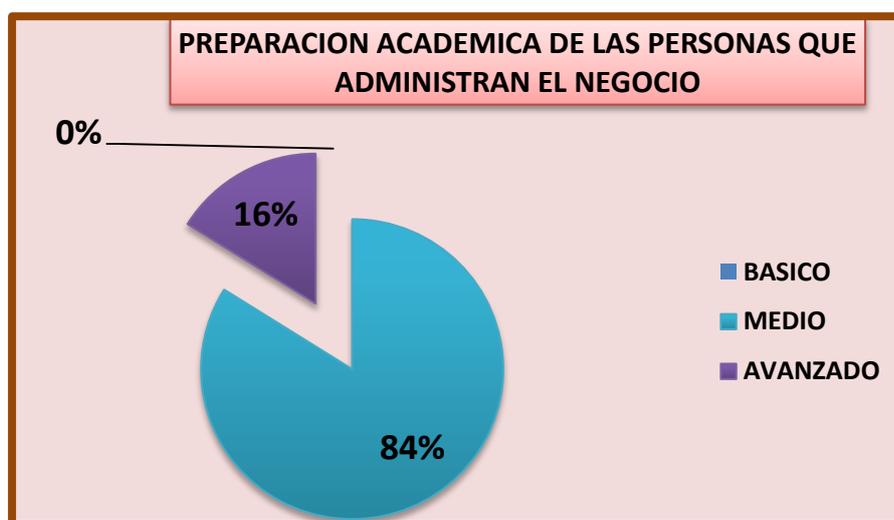


Figura 14. Personas que administran el negocio (véase cuadro 24)

Análisis: En el sector de servicios el 84% tiene una preparación académica de nivel medio pero sin embargo han decidido crear su microempresa por necesidad de tener liquidez y mantener a su familia asegurando que lo hacen de una manera correcta y que sus clientes no se quejan de su forma de trabajar, el 16% restante tiene un nivel medio de preparación académica ya que son profesionales especializados en el área que se desempeñan ofreciendo un buen servicios a sus clientes.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Pregunta # 6: ¿Existe interés por capacitarse para ser más Competitivos?

Cuadro 25. Interés de capacitarse para ser más competitivo

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	28	100%
No	0	0%
Tal vez	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)



Figura 15. Interés de capacitarse para ser más competitivo (véase cuadro 25)

Análisis: En la encuesta realizada al sector de manufactura el 100% es decir el total de los encuestados respondieron que si existe interés en capacitarse para ser más competitivos que consideran que sería algo esencial para crecer como microempresarios pero que no siempre tienen el tiempo necesario para asistir a charlas o seminarios o por problemas económicos ya que dicen que estas actualizaciones son caras y que no cuentan con solvencia de dinero muchos de estos lo ven como un gasto mas no como una inversión.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 26. Interés de capacitarse para ser más competitivo

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	111	53%
No	2	1%
Tal vez	97	46%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

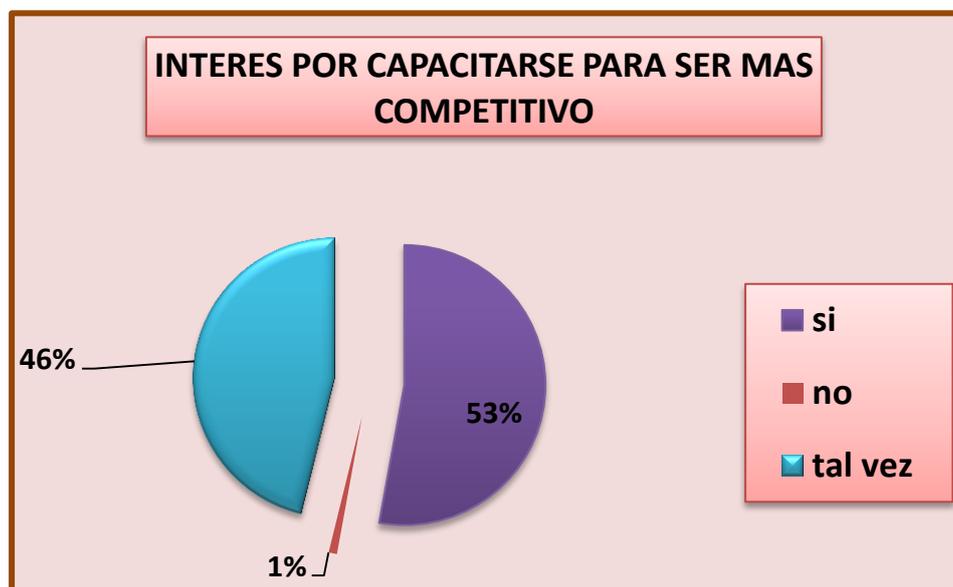


Figura 16. Interés de capacitarse para ser más competitivo (véase cuadro 26)

Análisis: En el sector comercial el 53% respondió si están interesados en capacitarse para crecer como microempresarios para tener más clientes, obtener mayor rentabilidad del negocio, el 1% respondió que no está interesado en actualizarse consideran que están bien y que no necesitan de alguna capacitación y el 46% respondió que tal vez estaría dispuestos a actualizarse y obtener conocimientos para mejoras de su microempresa.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 27. Interés de capacitarse para ser más competitivo

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	115	97%
No	3	3%
Tal vez	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)



Figura 17. Interés de capacitarse para ser más competitivo (véase cuadro 27)

Análisis: Los encuestados del sector de servicios dio como resultado que un 97% está interesado en capacitarse para ser más competitivos en el mercado y poder sobresalir como microempresa, el 3% restante no está interesado en actualizarse o capacitarse prefieren seguir con su rutina de siempre son conformistas con lo que tienen sin pensar en la mejora de su negocio tal vez tengan miedo al cambio.

Pregunta # 7: ¿Ha recibido charlas o seminarios de cómo pueden ser competitivo o mantenerse en el mercado empresarial?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 28. Ha recibido charlas o seminarios

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
SI	11	39%
NO	17	61%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)

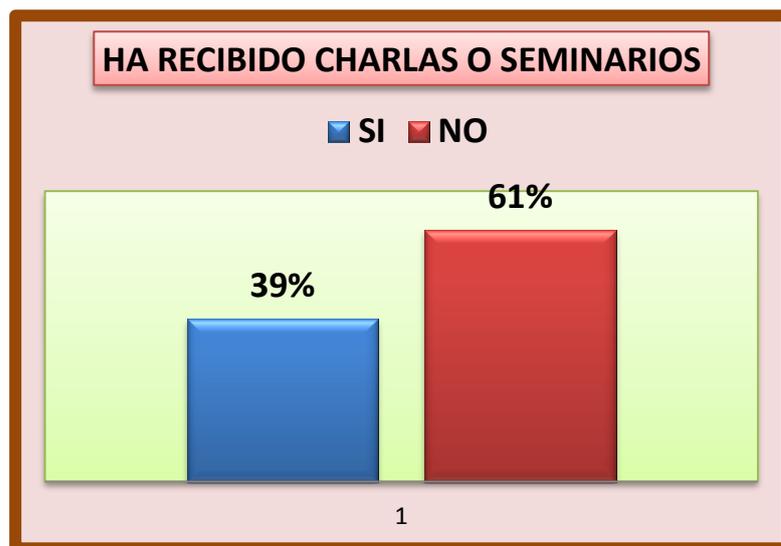


Figura 18. Ha recibido charlas o seminarios (véase cuadro 28)

Análisis: Como se puede observar en el gráfico el resultado de las encuestas realizadas al sector manufacturero el 61% respondió que si habían recibido charlas o seminarios de cómo llevar su negocio o de cómo mantenerse en el mercado que consideran que era necesario para mantenerse actualizados, el 38% respondió que no habían recibido charlas o seminarios para mantenerse en el mercado que ellos han podido por si solos mantenerse en el mercado competitivo.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 29. Ha recibido charlas o seminarios

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
SI	162	77%
NO	48	23%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

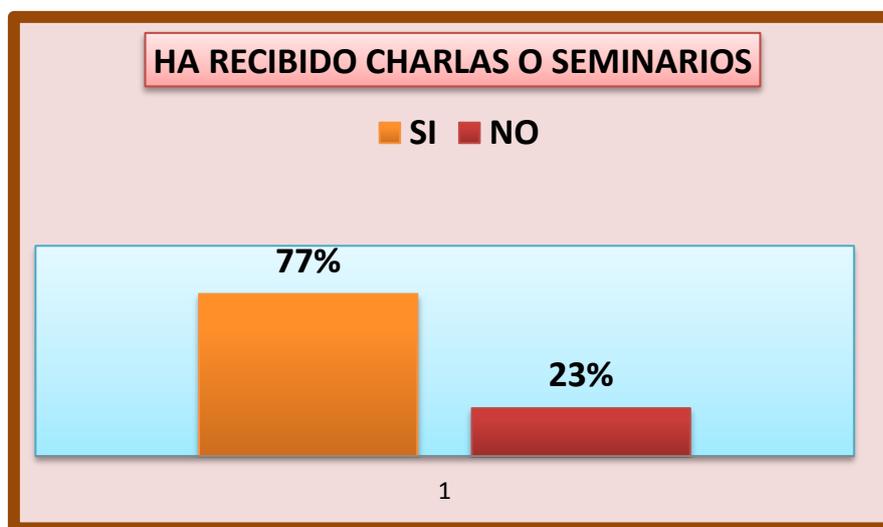


Figura 19. Ha recibido charlas o seminarios (véase cuadro 28)

Análisis: En el sector comercial el 77% de los establecimientos respondieron que si habían recibido charlas o seminarios pero que algunas de estas actualizaciones habían sido gratuitas y que otras habían sido pagadas ya que consideraban que estos conocimientos que adquirieron eran necesarios para mejoras de su negocio, el 23% respondió que no han recibido charlas o seminarios que no se han interesado en este tipo de actualizaciones para crecer como microempresarios.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 30. Ha recibido charlas o seminarios

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
SI	35	30%
NO	83	70%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)

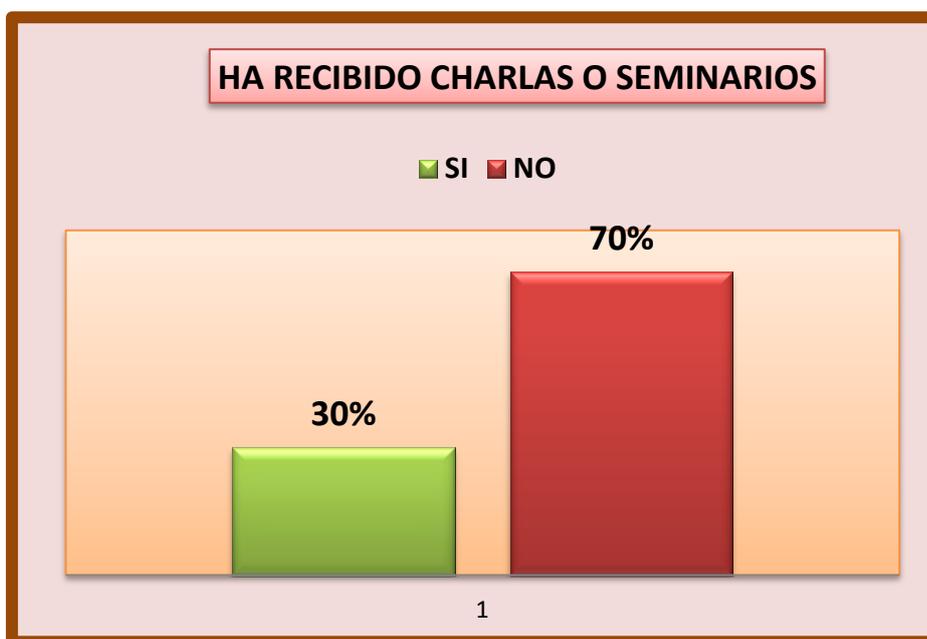


Figura 20. Ha recibido charlas o seminarios (véase cuadro 29)

Análisis: Los resultados de la encuesta realizada al sector de servicios el 70% dio como respuesta que si habían recibido charlas o seminarios para actualizarse para mejorar como microempresarios y solucionar problemas que enfrentan en el transcurso del tiempo, el 30% respondió que no habían recibido charlas o seminarios no han considerado que ha sido necesario actualizarse.

Pregunta # 8: ¿Qué nivel de competencia enfrentan su microempresa en el mercado?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURERO

Cuadro 31. Nivel de competencia de las microempresas

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
ALTA	3	11%
MEDIO	25	89%
BAJO	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)

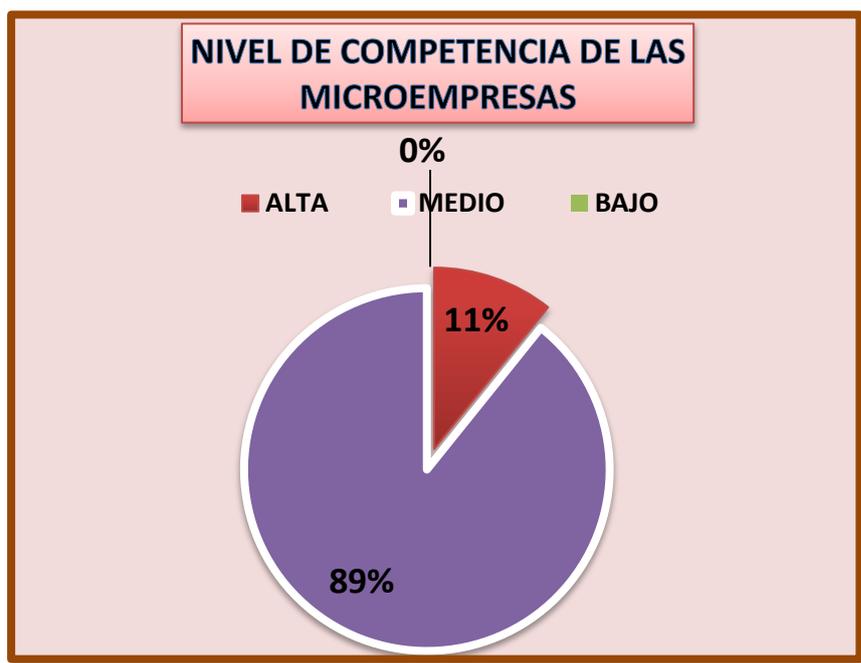


Figura 21. Nivel de competencia de las microempresas (véase cuadro 30)

Análisis: Como se puede apreciar los encuestados en su gran mayoría indicaron que el 89% considera que su microempresa enfrentan un nivel medio de competencia es decir que no existen tantos negocios de manufactura según su respuesta, el 11% indico que tiene un bajo nivel de competencia en el mercado ellos consideran que los demás negocios no son competentes.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 32. Nivel de competencia de las microempresas

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
ALTA	118	56%
MEDIO	79	38%
BAJO	13	6%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

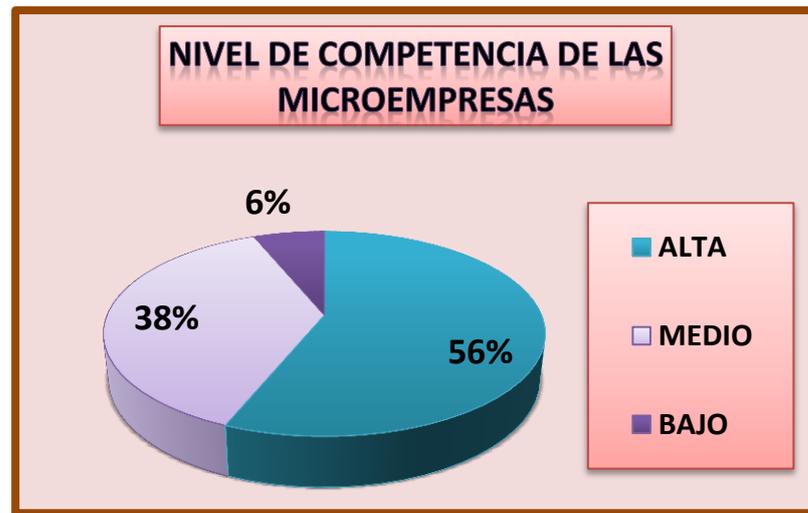


Figura 22. Nivel de competencia de las microempresas (véase cuadro 31)

Análisis: En el sector comercial el 56% de los encuestados consideraron que existe un 56% de alta competencia es decir que hay muchas microempresas comerciales que hacen que su actividad económica sea muy competitiva, el 38% indicaron que tienen un nivel medio de competencia y el 6% respondió que hay un nivel bajo de competencia en el mercado.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 33. Nivel de competencia de las microempresas

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
ALTA	66	56%
MEDIO	52	44%
BAJO	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)

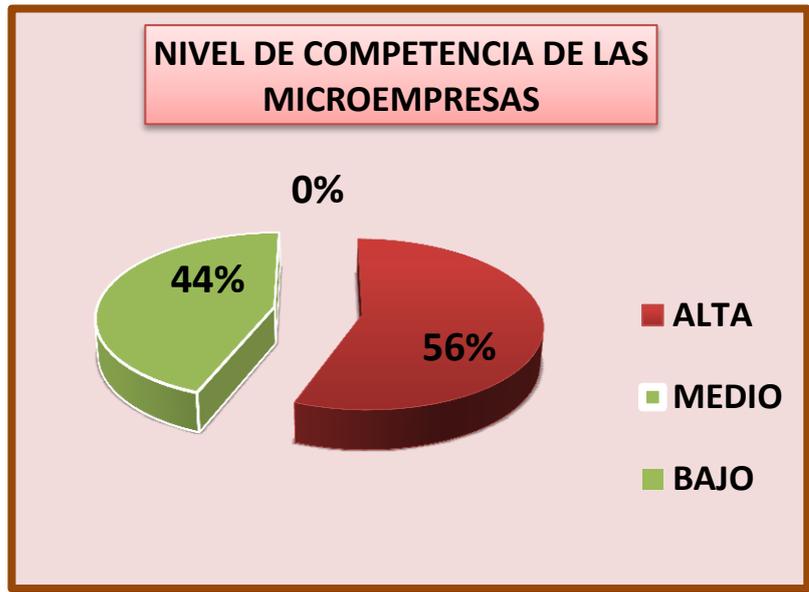


Figura 23. Nivel de competencia de las microempresas (véase cuadro 32)

Análisis: Los encuestados del sector de servicios indicaron que existe un 56% alta de competencia en el ámbito competitivo ellos consideran que esto es una causa por lo cual no generan tantos ingresos, el 44% dio como resultado un nivel medio de competencia, esta parte de la población microempresarial expuso que para ellos no es tanta la competencia en el mercado que se encuentra.

Pregunta # 9: ¿Qué nivel de confianza tienen las entidades financieras hacia el sector microempresarial para otorgarles créditos?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 34. Nivel de confianza de las micro hacia las instituciones financieras

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
ALTO NIVEL	3	11%
NIVEL MEDIO	23	82%
BAJO NIVEL	1	4%
NADA	1	4%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)



Figura 24. Nivel de confianza de las microempresas hacia las instituciones financieras (véase cuadro 33)

Análisis: La gráfica demuestra que el nivel de confianza que proyectan las microempresas a las instituciones financieras, un 82% respondió que tienen un nivel medio de confianza, que las instituciones crediticias no consideran a estas micro como solventes de liquidez como para otorgarles crédito, el 11% de los encuestados consideraron que proyectan un alto nivel de confianza a las instituciones financieras que si les ofrecen créditos cuando ellos lo necesitaran, un 4% consideran que no

tienen trasmiten confianza a las instituciones financieras ya que muchas de estas no confían en las instituciones financieras y prefieren hacer prestamos informales.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 35. Nivel de confianza de las microempresas hacia las instituciones financieras

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
ALTO NIVEL	72	34%
NIVEL MEDIO	42	20%
BAJO NIVEL	64	31%
NADA	32	15%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

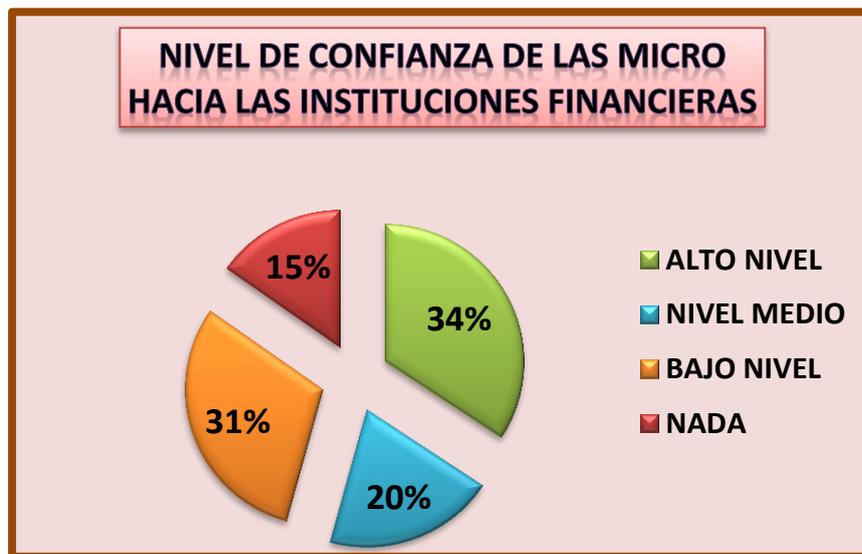


Figura 25. Nivel de confianza de las microempresas hacia las instituciones financieras (véase cuadro 34)

Análisis: El nivel de confianza que las microempresas proyectan a las instituciones financieras un 34% del sector comercial respondió que existe un alto nivel de confianza que ellos están seguros de que contarían con apoyo crediticio por parte de estas instituciones que ya lo han hecho y si les han brindado el recurso que necesitaban como es el dinero para mantenerse en el mercado, un 31% expuso que

existe un bajo nivel de confianza por parte de los organismos financieras hacia las micro, que estas instituciones consideran que no tienen la suficiente liquidez para cubrir una deuda o que su negocio no cubriría el monto prestado, el 20% considera que muestra un nivel medio de confianza para estas instituciones en caso de que tengan la necesidad de obtener un crédito y un 15 % estuvieron de acuerdo a que no proyectan nada de confianza a las instituciones financieras que no han podido contar con créditos por parte de estas entidades financieras.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIO

Cuadro 36. Nivel de confianza de las microempresas hacia las instituciones financiera

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
ALTO NIVEL	29	25%
NIVEL MEDIO	83	70%
BAJO NIVEL	5	4%
NADA	1	1%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicio)

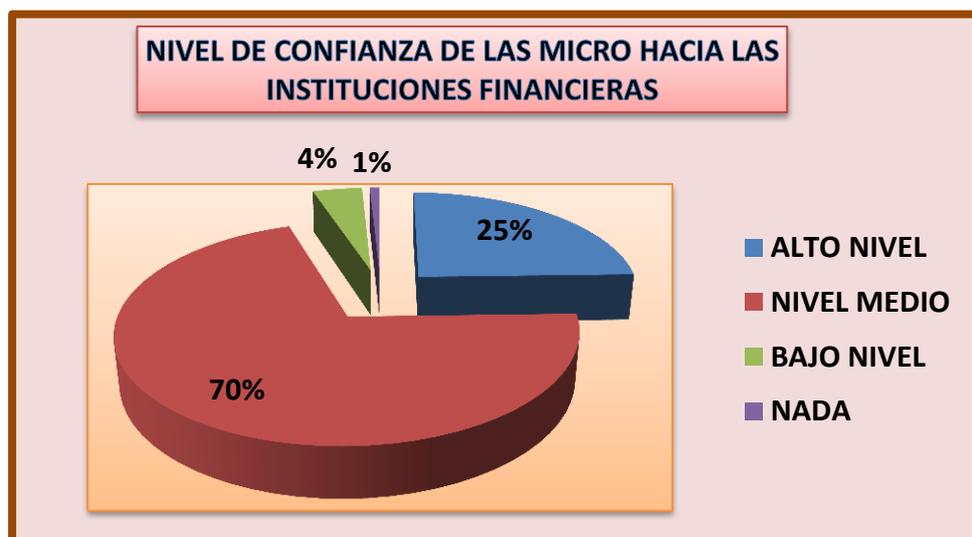


Figura 26. Nivel de confianza de las microempresas hacia las instituciones financieras (véase cuadro 35)

Análisis: En las encuestas realizadas al sector de servicios el 70% de los encuestados nos respondieron que existe un nivel medio de confianza por parte de

las instituciones financieras que para entidades no todas las microempresas no reunían con los requisitos indispensables para otorgarles el crédito, un 25% considero que tienen un alto nivel de confianza entre micro e institución financiero que si han podido obtener financiamiento por parte de estas entidades, el 4% respondió que proyectan un bajo nivel de confianza a estas organizaciones financieras que ha sido muy pocas veces el otorgamiento de créditos, y el 1% dio como respuesta que no existe ninguna confianza ellos consideran que hay muchas trabas al momento de querer obtener un crédito y que se les hace más fácil conseguir el dinero por otros medios .

Pregunta # 10: ¿Considera usted que las políticas de ventas ayudan al mejoramiento económico de su negocio?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 37. Las políticas de ventas que ayudan en su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	28	100%
No	0	0
TOTAL	28	100%

Fuente : Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)



Figura 27. Las políticas de ventas que ayudan en su negocio (véase cuadro 36)

Análisis: En las encuestas realizadas del sector de manufactura el 100% de los encuestados respondieron que las políticas de ventas son esenciales para el mejoramiento económico de su negocio, haciendo que esta herramienta sea

necesaria para controlar su microempresa.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 38. Las políticas de ventas que ayudan en su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	160	76%
No	50	24%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

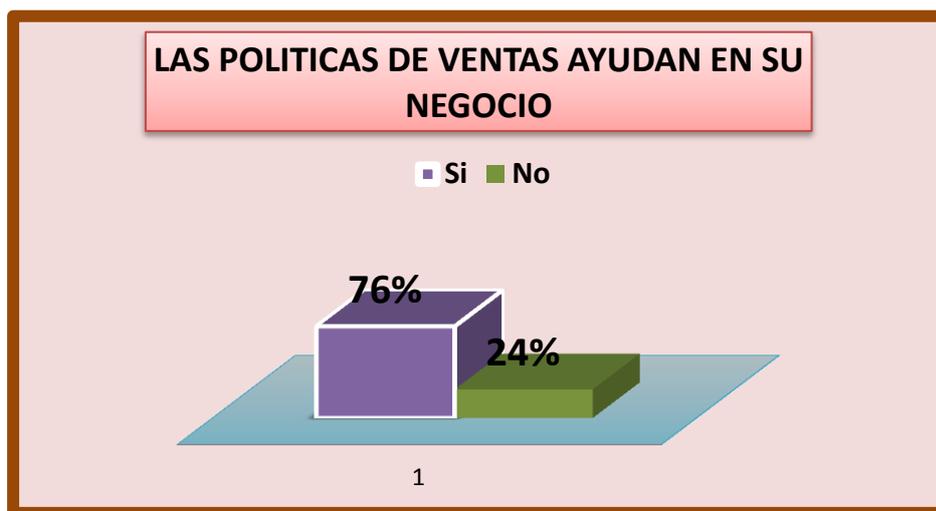


Figura 28. Las políticas de ventas que ayudan en su negocio (véase cuadro 37)

Análisis: El 76 %de los encuestados del sector comercial indicaron que las políticas de ventas si ayudan en el mejoramiento económico en su negocio permitiéndoles llevar un control de lo que hacen fuera y dentro de la microempresa, un 24% dio como respuesta que no son de vital importancia, implementar o establecer políticas de ventas dentro de su microempresa desde su punto de vista como micro empresarios.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 39. Las políticas de ventas que ayudan en su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	115	97%
No	3	3%
TOTAL	118	100%

Fuente: encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)

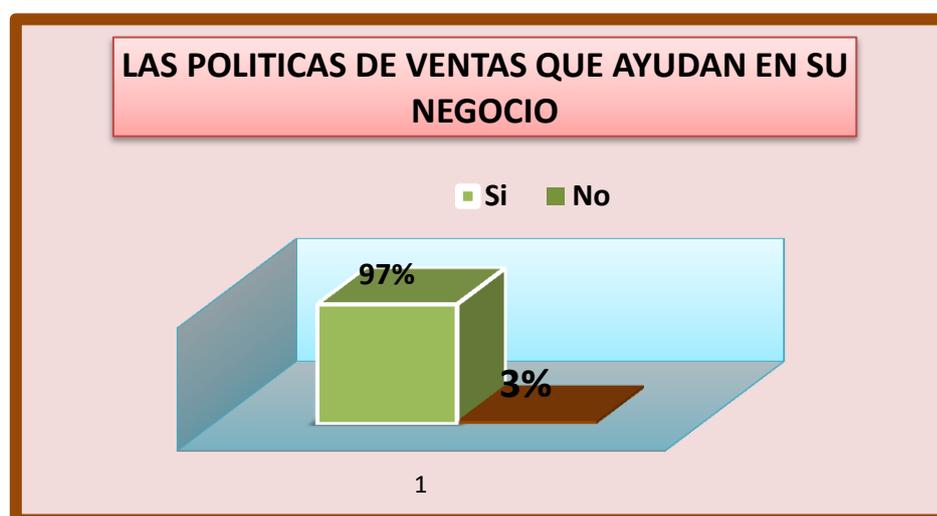


Figura 29. Las políticas de ventas que ayudan en su negocio (véase cuadro 38)

Análisis: Un 97% de las personas encuestadas de la ciudad de Milagro contestaron que las políticas de ventas si ayudan a mejorar el negocio porque así ellos se dan cuenta que el negocio va saliendo adelante, en cambio un 3% no está de acuerdo con que las políticas de ventas no considera que sean tan importantes para su negocio.

Pregunta # 11: ¿Cómo lleva el control de los inventarios de su negocio?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 40. Control de los inventarios en su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Por medio de un Sistema	4	14%
Manualmente	24	86%
No lleva Control	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente : Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)

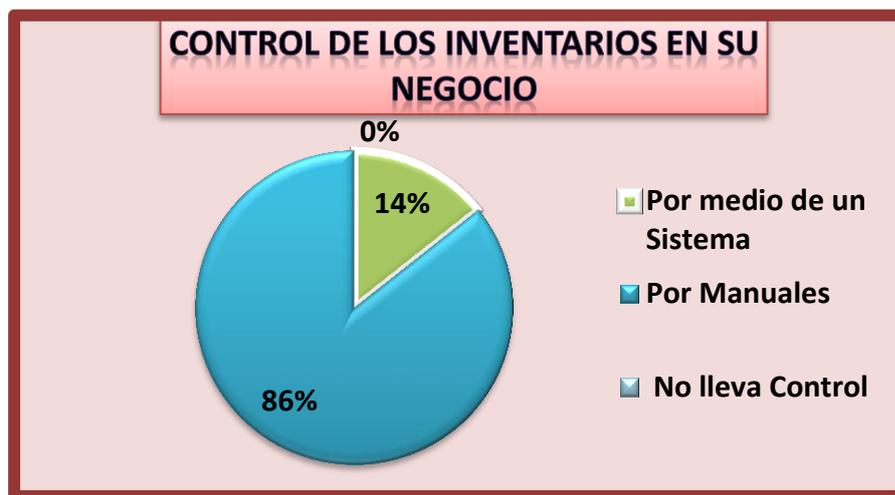


Figura 30. Control de los inventarios en su negocio (véase cuadro 39)

Análisis: Los microempresarios encuestados del sector de manufactura el 86% llevan el control de inventarios de su negocio manualmente porque para ellos es más fácil llevar el control diariamente y no tienen conocimientos informáticos, por lo tanto el 14% de las encuestas obtenidas se optaron que para ellos es mejor llevar el control de los inventarios por medio de un sistema.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 41. Control de los inventarios en su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Por medio de un Sistema	70	33%
Manualmente	120	57%
No lleva Control	20	10%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

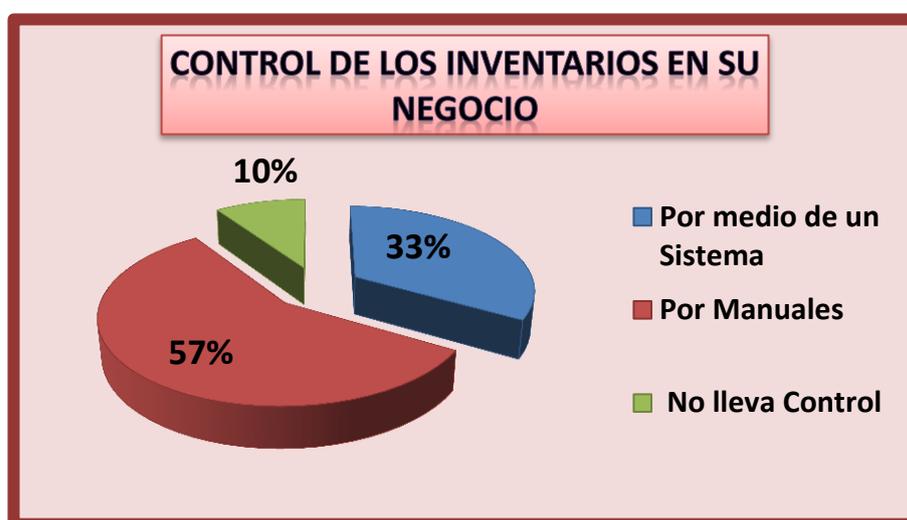


Figura 31. Control de los inventarios en su negocio (véase cuadro 40)

Análisis: En el sector comercial el 57% de los encuestados indicaron que ellos llevan su control de los inventarios manualmente ya que consideran que es fácil este mecanismo unos los hacen por medio de kardex y otros solo anotan sus salidas y entradas de mercaderías, un 33% de los microempresarios optaron llevar el control de los inventarios por medio de un sistema permitiéndoles saber cuánto tienen de mercadería en bodega, si existen o no faltantes de inventarios, y un 10% no lleva control de los inventarios en su negocio porque no consideran importante este tipo de herramienta para la mejora del negocio.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 42. Control de los inventarios en su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Por medio de un Sistema	34	29%
Manualmente	84	71%
No lleva Control	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)

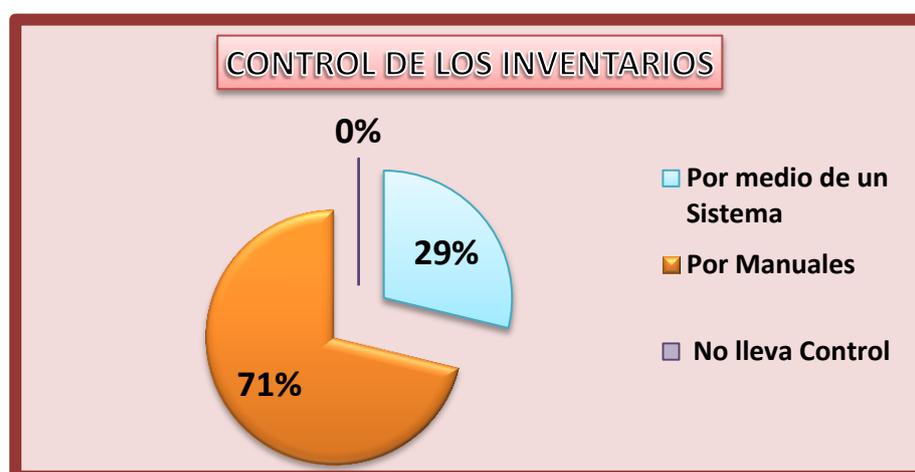


Figura 32. Control de los inventarios en su negocio (véase cuadro 41)

Análisis: los resultados obtenidos de la encuesta realizada en nuestro cantón a los microempresarios del sector de servicios nos mostró el gráfico que un 71% lleva sus controles de inventarios manualmente porque su negocio ellos consideran que sus inventarios no tienen muchos inventarios y por eso lo hacen de esta forma, y el 29 % restantes de los encuestados respondieron que llevan el control de los inventarios por medio de un sistema indicaron que estos les permiten a ellos hacer de una manera rápida y cómoda para los microempresarios y para llenar las expectativas de sus clientes .

Pregunta # 12: ¿Tiene facilidad para negociar la adquisición de nuevos productos en el mercado y así ser más competitivos?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 43. Facilidad de nuevos productos en el mercado

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	26	93%
No	2	7%
A veces	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)

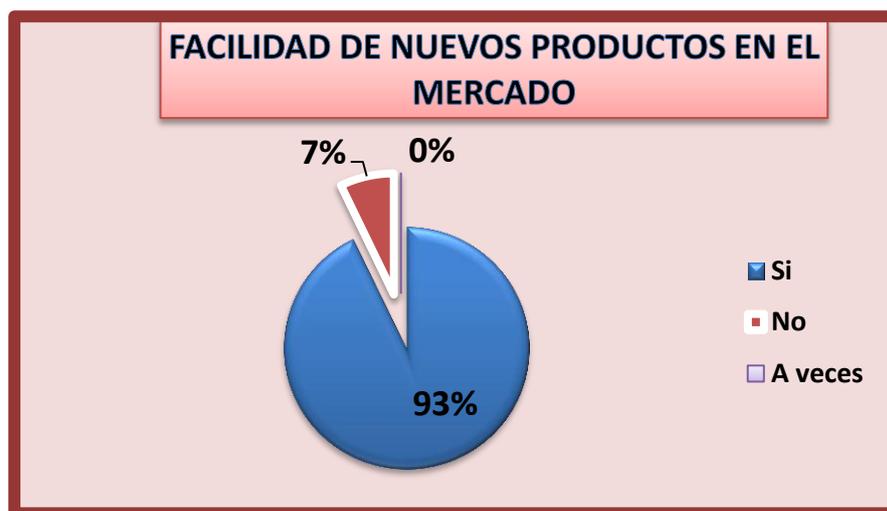


Figura 33. Facilidad de nuevos productos en el mercado (véase cuadro 42)

Análisis: En el sector de manufactura dio como resultado el 93% que si tienen la facilidad para adquirir nuevos productos en el mercado para ser más competentes y así cubrir las necesidades de sus clientes, un 7 % de los encuestados contestaron que para ellos no es tan fácil adquirir nuevos productos ya que no existe confianza por parte de los proveedores hacia los microempresarios.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 44. Facilidad de nuevos productos en el mercado

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	162	77%
No	38	18%
A veces	10	5%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

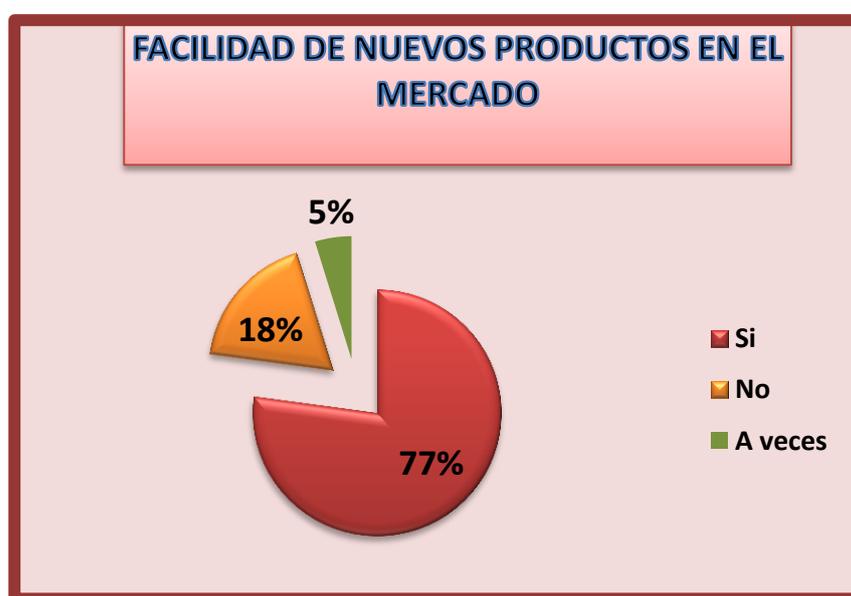


Figura 34. Facilidad de nuevos productos en el mercado (véase cuadro 43)

Análisis: El 77% de los microempresarios del sector comercial respondieron que si tienen la facilidad de obtener nuevos productos en el mercado para llenar las expectativas de los clientes y del negocio propio, un 18% dijo que para ellos no era fácil adquirir nuevos productos para su negocio por falta de liquidez, el 5% indicó que a veces tienen la facilidad de adquirir nuevos productos desconocen de proveedores que ofrezcan el producto que ellos necesitan.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 45. Facilidad de nuevos productos en el mercado

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	99	84%
No	5	4%
A veces	14	12%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)

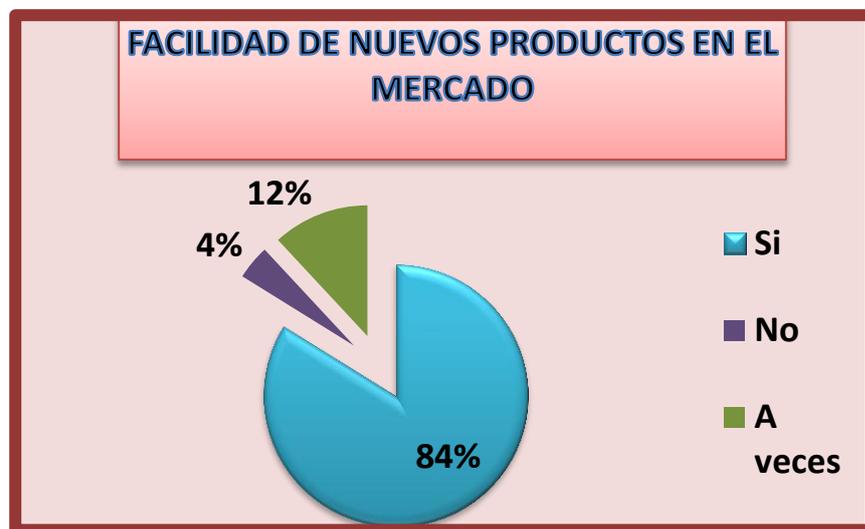


Figura 35. Facilidad de nuevos productos en el mercado (véase cuadro 44)

Análisis: Los resultados obtenidos por parte de los microempresarios el 84% de los encuestados del sector de servicios respondió que sí cuentan con la facilidad de adquirir nuevos productos en el mercado para cubrir la demanda comercial, un 12 % indico que a veces tienen la facilidad de adquirir nuevos productos para sobresalir en el mercado, y el 4% expuso que no tienen proveedores fijos y estas es la razón por la cual no pueden adquirir nuevos productos en el mercado.

Pregunta # 13: ¿Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios acerca de cómo manejar su microempresa?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 46. Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	28	100%
No	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)



Figura 36. Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios (véase cuadro 45)

Análisis: El sector de manufactura el total es decir el 100% de la población microempresarial señaló que si están dispuesto a recibir charlas o seminarios para actualizarse para mejorar su microempresa y así ser más competitivos en el ámbito laboral para obtener mejor rentabilidad.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 47. Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	200	95%
No	10	5%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizada a los microempresarios (sector comercial)



Figura 37. Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios (véase cuadro 46)

Análisis: Un 95 % de los microempresarios del sector comercial está dispuesto a recibir cualquier tipo de actualización para mejorar su nivel de conocimientos ya que considere que es importante aprender cosas nuevas para mejorar su negocio, el 5% respondió que no es de su interés capacitarse porque no cuenta con el tiempo necesario para asistir a estas charlas o seminarios.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 48. Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	118	100%
No	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizada a los microempresarios (sector servicios)

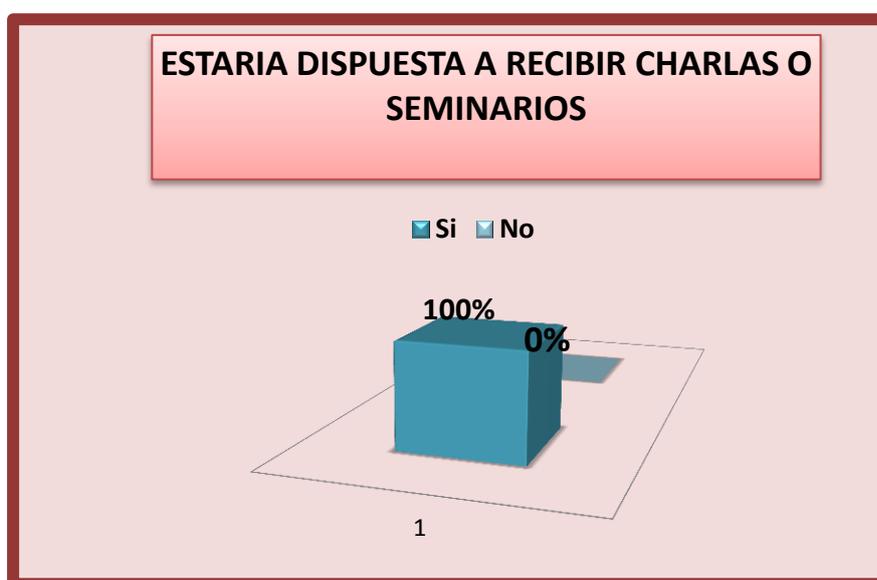


Figura 38. Estaría dispuesto a recibir charlas o seminarios (véase cuadro 47)

Análisis: El 100% del total de los encuestados del sector de servicios indicó que si están de acuerdo en recibir charlas o seminarios para mejorar su microempresa porque siente la necesidad de adquirir nuevos conocimientos para el desarrollo empresarial.

Pregunta # 14: ¿Estaría dispuesto a invertir en mejoras hacia su negocio a través de capacitaciones para su fortalecimiento administrativo?

ACTIVIDAD ECONÓMICA: MANUFACTURA

Cuadro 49. Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	28	100%
No	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector manufactura)



Figura 39. Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio (véase cuadro 48)

Análisis: Las encuestas realizadas al sector de manufactura el 100% dio como respuesta que estaría dispuestos a invertir en capacitaciones para mejorar su microempresa para ser más competitivos dependiendo de las horas y días que den el seminario pagarían el monto que se estableciera.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIAL

Cuadro 50. Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	200	95%
No	10	5%
TOTAL	210	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector comercial)

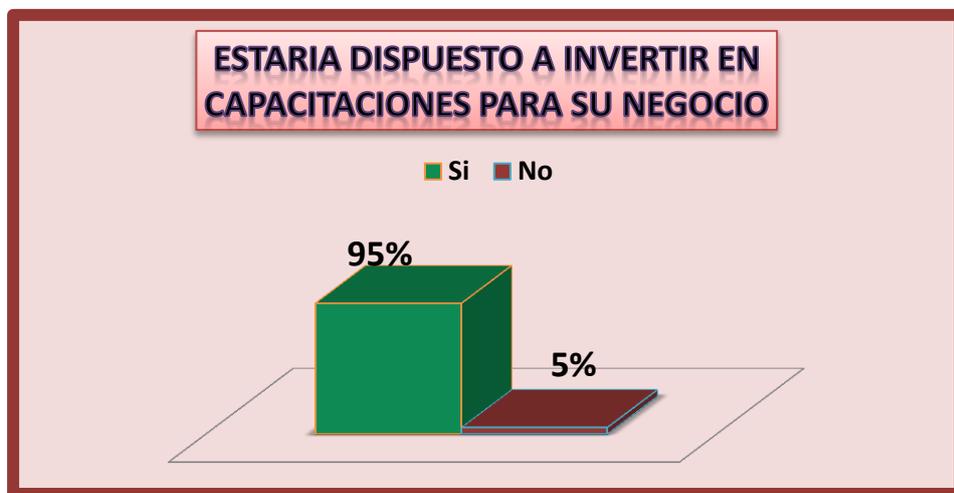


Figura 40. Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio (véase cuadro 49)

Análisis: Los microempresarios de nuestro cantón del sector comercial el 95% indicaron que si estarían dispuesto a invertir para capacitarse para implementar estrategias que les permita sobresalir en el mercado y demostrar que son microempresas competitivas, un 5% no estuvo de acuerdo en invertir ya que consideraron que esto sería un gasto para ellos y no disponen del tiempo que se requiere para una charla o seminario.

ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS

Cuadro 51. Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio

RESPUESTAS	TOTAL ABSOLUTO	TOTAL PORCENTUAL
Si	118	100%
No	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los microempresarios (sector servicios)



Figura 41. Estaría dispuesto a invertir en capacitaciones para su negocio (véase cuadro 50)

Análisis: El 100 % es decir el total de los encuestados del sector de servicio estuvieron de acuerdo en invertir su dinero y su tiempo para actualizarse y adquirir conocimientos para la mejora de su negocio para mejorar su liquidez y el trato a sus empleados y clientes.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA

Evolución

Las actividades empresariales ha causado revuelo en las tres últimas décadas, las microempresas en nuestro cantón han sido sustento de muchos hogares pocos de estos negocios han sobresalido en el mercado dejando de ser micro para ser grandes empresas, pero la mayoría se han quedado como microempresas sin poder darse cuenta si obtienen ganancias o pérdidas y sin innovar en el mercado arriesgándose a invertir en nuevos prospectos de negocios para obtener rentabilidad.

Tendencia

El grado de aceptabilidad de los microempresarios del cantón Milagro nos lleva a la conclusión de que estos negocios son muy aceptables en nuestra población de nuestra ciudad ya mencionada, por lo tanto nos hemos dado cuenta que los microempresarios de este sector aceptarían nuestra propuesta como es de una asesoría profesional, para que así los emprendedores sea más competentes en el ámbito laboral y así puedan sobresalir en el mercado.

Perspectivas

Los microempresarios que se encuentra en nuestro cantón tienen el interés en capacitarse e implementar estrategias para mejorar sus ventas a través de nuevos productos que satisfaga a sus clientes para crecer económicamente como microempresarios aumentando su competitividad en el campo laboral.

4.3 RESULTADOS

La investigación realizada a los microempresarios del cantón Milagro nos dio a conocer y a confirmar las hipótesis planteadas de las problemáticas que enfrentan las microempresas y su nivel de competencia, afectando el desarrollo económico y financiero, habiendo tenido el conocimiento previo de cuantos iban hacer los encuestados de acuerdo a las diferentes actividades comerciales, la mayoría del mercado microempresarial es comercial esto se debe a que es mucho más fácil comprar y vender un producto previamente elaborado por otras personas.

Muchos de las microempresas se han iniciado con préstamos bancarios (38%) como se puede notar en el sector comercial ,mientras que el sector de manufactura un (54%) inicio su negocio con capital propio y préstamo bancario y el sector de servicios el (65%) creo su microempresa con capital propio, esto nos da a entender que cada uno de los microempresarios de las diferentes actividades comerciales eligieron emprender su negocio de maneras diferentes ,ya que el sustento propio y familiar ,de la manera más adecuada según ellos financiándose y hasta utilizando sus propios recursos .

La mayoría de las microempresas coincidieron con la respuesta, es decir las tres actividades comerciales que fueron escogidas para este estudio, tienen más de cinco años en el mercado competitivo aunque no todos las empresas tienen esta cantidad de años muchas se encuentran en el rango de tres y cinco años, esto demuestra que muchas de estas negocios no se pueden mantener en el mercado al no poseer una estructura organizacional bien definida.

A pesar de que gran parte de la población microempresarial es administrado por sus propietarios no tienen el suficiente conocimiento de cómo sobresalir en el mercado no todas los microempresarios tienen preparación académica avanzada esto no les permite llevar un buen control de sus actividades, en todas las actividades comerciales tienen un nivel de conocimiento medio esto no le permite mantener un óptimo funcionamiento de su negocio.

Podemos notar en los resultados de las encuestas que existe un gran interés por parte de los microempresarios en capacitarse especialmente en el sector de manufactura que el total de la población coincidió con su respuesta el (100%), el (61%) de la población manufacturera no ha recibido charlas o seminarios, en el sector comercial el (77%) se ha actualizado mientras que el (30%) del sector de servicios a obtenido conocimientos de cómo pueden sobresalir en el mercado.

El nivel de competencia que enfrentan las microempresas en el mercado competitivo el (89%) en el sector de manufactura manifestó que no existe tanta competitividad es decir un nivel medio de competencia es decir ellos consideran que no hay tanta competitividad en el mercado que se encuentran, el sector comercial y el sector de

servicio coincidieron en su respuesta que existe un alto nivel de competencia con un porcentaje del (56%) de la población microempresarial respectivamente.

Estas entidades cuando necesitan financiamiento acuden a las instituciones financieras pero estas entidades no tienen la suficiente confianza para otorgarles dicho préstamo a pesar que muchos de los microempresarios respondieron que si han podido contar con la ayuda de estas entidades cuando lo han necesitado, el sector de manufactura y el sector de servicios indico que existe un nivel medio de confianza un (82%) en manufactura y un (70%) de servicios ,mientras que en el sector de comercio considero que existe un nivel de confianza del (34%) los microempresarios consideran que es muy importante la posibilidad de acceder a un financiamiento que les permitirá hacer cambios dentro de su microempresa.

También consideraron que deberían implementar políticas de ventas dentro de su organización para atraer más clientes y mejorar sus ingresos , como todos sabemos que cuando una persona inicia un negocio lo que busca es vender para obtener ganancia o lucro ,contando con un debido control de sus inventarios ya que la tecnología es una herramienta importante para toda empresa ,sin embargo la mayoría de estas microempresas no cuentan con sistemas automatizados, lo hacen de una manera manual un (86%) del sector de manufactura es decir solo llevan apuntes de los ingresos y egresos de sus inventarios , un (57%) del sector de comercio aun lo hace manualmente y de igual manera lo hace el sector de servicios es decir (71%).

En una hipótesis planteada anteriormente consideramos que una problemática de las microempresas es no tener facilidad de adquirir nuevos productos en el mercado, pero los resultados de la encuesta fueron otros porque si cuentan con la facilidad para obtener nuevos productos en el mercado en todos los diferentes servicios que brindan.

Como pudimos observar al momento de hacer la encuesta gran parte de la población si estaría dispuesta a recibir charlas y a invertir en las mismas, aunque otra parte de los microempresarios vieron esto no como una inversión si no como un gasto hacia la empresa.

Por lo tanto, es necesario poder incursionar una solución recomendable que se capacite a los microempresarios Milagreños, a través de personas calificadas trasmitiéndoles los contenidos del tema no solo con una exposición sino con ejemplos, y elaborar un plan estratégico para llenar el vacío y dudas atribuidas con la finalidad de que ellos pongan en práctica los conocimientos obtenidos en dichas capacitaciones para mejorar su crecimiento económico y poder mantenerse en el mercado con altos niveles de rentabilidad.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 42. Verificación de hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN		
	MANUFACTURERA	COMERCIAL	SERVICIOS
El nivel de competencia que enfrentan las microempresas del cantón Milagro influye en su desarrollo económico y financiero	En el sector de manufactura el 89% nos respondió que los microempresarios si enfrentan un nivel medio de competencia en el mercado que se encuentran afectando su desarrollo económico y financiero, en la hipótesis mencionada se confirma en la pregunta 8 de la encuesta.	En el Sector Comercial un 56% de los microempresarios se ve afectado por el alto nivel de competencia que enfrentan en nuestro cantón esta hipótesis se confirma en la pregunta 8 de la encuesta.	Un 56% de los encuestados del sector Comercial debido a que si existe un alto nivel de competencia dicha hipótesis se confirma en la respectiva pregunta 8 de la encuesta.
HIPÓTESIS ESPECIFICAS	MANUFACTURERA	COMERCIAL	SERVICIOS
Las políticas de venta existentes inciden en su mejoramiento económico de la empresa.	La hipótesis mencionada se verifica en la pregunta 10 que las políticas de ventas si ayudan al mejoramiento económico de su microempresa ya que a través de estas nos permiten tener nuevos clientes y así aumentar el nivel de ingresos de ventas debido a que el 100% de los encuestados confirmo dicho hipótesis.	En el sector comercial el 76% de los encuestados respondió que las políticas de etas si ayudan al mejoramiento económico de las microempresas dicha hipótesis se verifican en la pregunta 10.	Mientras que en el sector de servicios el 97% de los encuestados respondió que las políticas de ventas si inciden en el mejoramiento económico de la empresa dicha hipótesis se confirma en la pregunta 10.
El tipo de instrucción académico del personal influye en el rendimiento laboral.	En la pregunta 5 se puede notar que el nivel académico de las personas que Administran el negocio influyen en el rendimiento laboral de las microempresas debido que el 68% de los encuestados tiene un nivel medio de estudios.	El 45% de los encuestados confirmo en la pregunta 5 que la instrucción académica si influye en el rendimiento de laboral debida que esta parte de la población tiene un nivel medio de estudios.	Mientras que el 84% de los encuestados dio como respuesta que tienen un nivel medio de instrucción académica esto hace que tenga un bajo rendimiento laboral debido a que no cuenta con los conocimientos necesarios para administrar el negocio.
El manejo y procesamiento de los inventarios incide en el volumen de ventas.	De acuerdo con la pregunta 11 el control de los inventarios del negocio incide en el volumen de ventas porque el 86% de los microempresarios llevan un control manual de los inventarios y desconocen de los nuevos sistemas contables.	El 57% de los encuestados respondió que llevan un control manual de los inventarios de su negocio y esto hace que incide en el volumen de ventas esta hipótesis está confirmada en la pregunta 11.	El 71% del sector de servicios respondió que llevan un control manual del registro de sus inventarios esto incide en el volumen de ventas esta hipótesis está confirmada respectivamente en la pregunta 11.
El nivel de confianza por parte de las entidades financieras del cantón Milagro afectan el desarrollo competitivo	En la pregunta 9 el 82% los encuestados confirmaron que si existe un nivel medio de confianza por parte de las entidades financieras hacia las microempresas afectando al desarrollo competitivo para poder sobresalir en el mercado.	El 34% del sector comercial consideraron que existe un nivel alto de confianza por parte de las entidades financieras hacia ellos esto nos permite interpretar que en esta actividad económica no se confirma la hipótesis planteada debidamente confirmada en la pregunta 9 de la encuesta realizada.	El 70% de los encuestados en este sector respondió que existe un nivel medio de confianza por parte de las entidades financieras considerando que esto es un impedimento para su desarrollo competitivo puede observarse dicha respuesta en la pregunta 9 de la encuesta.
Los niveles de abastecimiento de la mercadería son de gran importancia para tener variedad de productos.	A pesar de que la problematización se sostuvo que el sector microempresarial del cantón tienen dificultad para adquirir nuevos productos en el mercado , se pudo constatar de acuerdo a la pregunta 12 de la encuesta el 63% de los protagonista de este sector si tienen la facilidad de adquirir nuevos productos en el mercado para ser más competitivos.	En este sector también coincidió en la respuesta el 77% de los encuestados respondió que sí tienen facilidad para adquirir nuevos productos en el mercado ya que esta respuesta se la puede observar en la pregunta 12.	El 84% de los encuestados dio como respuesta que si tiene facilidad para adquirir nuevos productos en el mercado coincidiendo con las dos actividades económicas anteriores esta hipótesis se ve reflejada en la pregunta 12 de la encuesta realizada a dicho sector.

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del cantón Milagro

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría profesional dirigido a las microempresas del cantón Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Asesoría profesional: Consiste en analizar el entorno que le rodea al empresario para aplicar técnicas avanzadas para sugerir cambios que les permitan mejorar su nivel económico.

Control Interno: Son las políticas y procedimientos establecidos por la administración de la compañía, para salvaguardar sus activos de la compañía.

Clientes: Son los principales protagonistas de la actividad comercial y tener buena demanda en el mercado.

Desarrollo económico: Son recursos para aumentar la productividad, beneficio o capacidad de ahorro para convertirse en acumulación de capital.

Desarrollo financiero: Mercados financieros con una mayor participación de los mercados de capitales y facilitar el financiamiento.

Estrategia: son estrategias son métodos que son utilizados, acciones a implementar para lograr un fin.

Espíritu Emprendedor: Es el deseo de innovar y plasmar las ideas en una obra viva y de aplicar sus aptitudes al mundo de los negocios, este espíritu empresarial, que constituye el motor de su actividad, al permitirle que vea oportunidades donde otros no ven nada, y que impulse a emprender negocios allí donde otros solo encuentran dificultades insuperables, no está exento de riesgos unas veces por defecto y otras por exceso.

Quien disponga de la suficiente iniciativa, haría mejor en buscar empleo en otra empresa y renunciar a crear una propia empresa propia, en otro extremo del espectro quienes asumen riesgos sin análisis suficiente o trabajan al tanteo se exponen fácilmente a desperdiciar recursos y esfuerzos.

Factibilidad: Se refiere a los recursos que se necesitan para llevar a cabo un proyecto para cumplir los objetivos o metas planteadas.

Financiamiento externo: Los administradores suelen obtener fondo de prestamistas o inversionistas externos.

Inversión: Son colocaciones de dinero en una empresa para tener una rentabilidad en el futuro.

Innovar: Consiste en optar algo nuevo o remodelar algún lugar, o empresa,

Microempresas: las microempresas son consideradas las pequeñas y medianas empresas.

Mercado Competencia: es el mercado donde hay demasiados compradores como vendedores.

Mercados financieros: Los proveedores y demandantes de fondos que pueden hacer transacciones comerciales.

Microempresa artesanal: La microempresa artesanal es aquella donde se desarrollan productos elaborados manualmente y no son utilizadas las maquinas. Por ello tiene un valor agregado porque se esfuerzan al elaborarlo.

Políticas de ventas: Establecen parámetros para quienes toman decisiones dentro de la empresa cuando se trata de conservar el cliente para obtener efectivo y vender el producto.

Proveedores: Es la persona o una empresa que abarca a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos.

Pyme: Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas.

Sistemas de información y comunicación: Identificación y recopilación de información adecuada y oportuna procesamiento de la información a través de reportes que son comunicados tanto internamente como externamente.

Sistemas automatizados: Son sistemas donde se ingresa información de tareas de producción consta de dos partes parte operativa y parte de mando.

- **Parte operativa:** Son los elementos que hacen que la maquina se mueva y realice la operación deseada.
- **Parte de mando:** Suelen ser tecnología programada

5.3 JUSTIFICACIÓN

El trabajo diario que realizan muchas personas en las microempresas es fundamental para el desarrollo de nuestro país, por lo tanto esta propuesta tiene como finalidad de brindar asesoría profesional a los microempresarios del cantón Milagro a través de la creación de un centro de Asesoría Profesional en dicho cantón, con el fin de fortalecer sus rendimientos económicos que les permita posesionarse en el mercado competitivo en el que se encuentra.

Partiendo desde este punto y de los estudios realizados acerca del nivel de conocimiento administrativo, financiero y tributario que presentan los microempresarios del cantón, se ha constatado que para la existencia de un control económico del negocio es necesaria la orientación profesional en lo que se refiere al manejo de los recursos financieros (a través del control de sus operaciones diarias al momento de ser contabilizado, consiguiendo con esto un pleno conocimiento de sus ingresos y egresos, y de la asignación de funciones y gestión del talento humano), y

al cumplimiento de obligaciones tributarias, lo que conlleva a tener claridad en cuanto a la disposición de los recursos existentes en la empresa.

Así mismo, es notorio observar en cada una de las microempresas que no existen objetivos y metas claras para su crecimiento, dando lugar a una desorientación de las funciones, y tareas a cumplir para lograr el crecimiento económico de la empresa.

Debido a estas situaciones consideramos que es necesaria la creación del centro de Asesoría Profesional en nuestro cantón , atendido por profesionales con una amplia experiencia y debidamente formados en el campo contable como lo habíamos mencionado anteriormente, para la mejora de los microempresarios llegando a cumplir sus metas con una debida planificación estratégica logrando crecer económicamente en sus actividades comerciales.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general de la propuesta

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría profesional a través de una investigación de mercado con la finalidad de contribuir al fortalecimiento empresarial de las microempresas del cantón Milagro.

5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta

- Determinar la ubicación para implementar el centro de asesoría profesional que requiere el sector microempresarial dentro del cantón Milagro.
- Desarrollar la división organizacional y funcional del centro de asesoría profesional a fin de cumplir con las necesidades administrativas y financieras que requiere el sector microempresarial.
- Detallar las disposiciones técnicas, legales y financieras pertinentes para la constitución y funcionamiento del Centro, con el fin de evitar futuros inconvenientes en su desarrollo.
- Plantear el presupuesto requerido para la creación del centro de asesoría profesional
- Realizar un análisis interno y externo de la plaza sectorial para determinar las barreras existentes con miras a lograr ventaja competitiva en el mercado.

- Identificar las principales estrategias de mercado con el propósito de lograr el posicionamiento en el mercado.

5.5 UBICACIÓN

Creación de un centro de asesoría profesional estará ubicado en:

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Dirección: Av. Juan Montalvo y Calle 9 de Octubre (Frente del Banco de Guayaquil)



Figura 43. Mapa del Cantón Milagro – Ecuador 2013

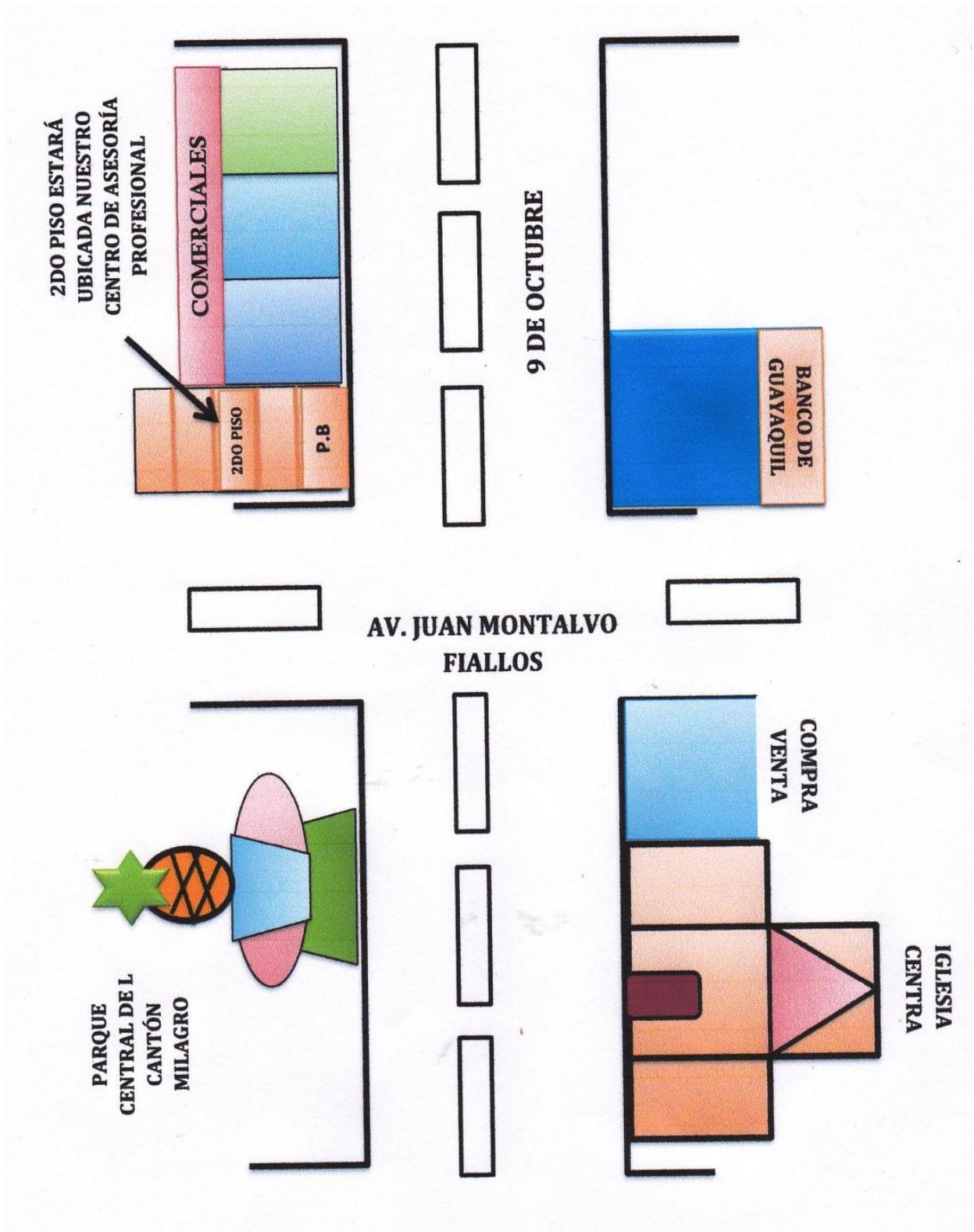


FIGURA 44. Croquis de ubicación del Centro de Asesoría Profesional

Ventajas:

- Existe una gran afluencia de micronegocios que rodean las instalaciones como lo son: Tiendas de barrio, Restaurantes, Peluquerías, Panaderías, etc. Además cerca de este edificio al frente podemos contar con la presencia de Bancos de renombre tales son los casos del Banco de Guayaquil, Pacífico y muchos más.
- De acuerdo a la ubicación en la que nos encontramos disponemos de los servicios básicos con toda disponibilidad requerida para poder brindar atención al cliente.
- Las personas consideraran que está cerca de sus negocios y podrán acudir con facilidad a nuestra empresa sin necesidad de utilizar transporte para acceder a este servicio.

Desventajas:

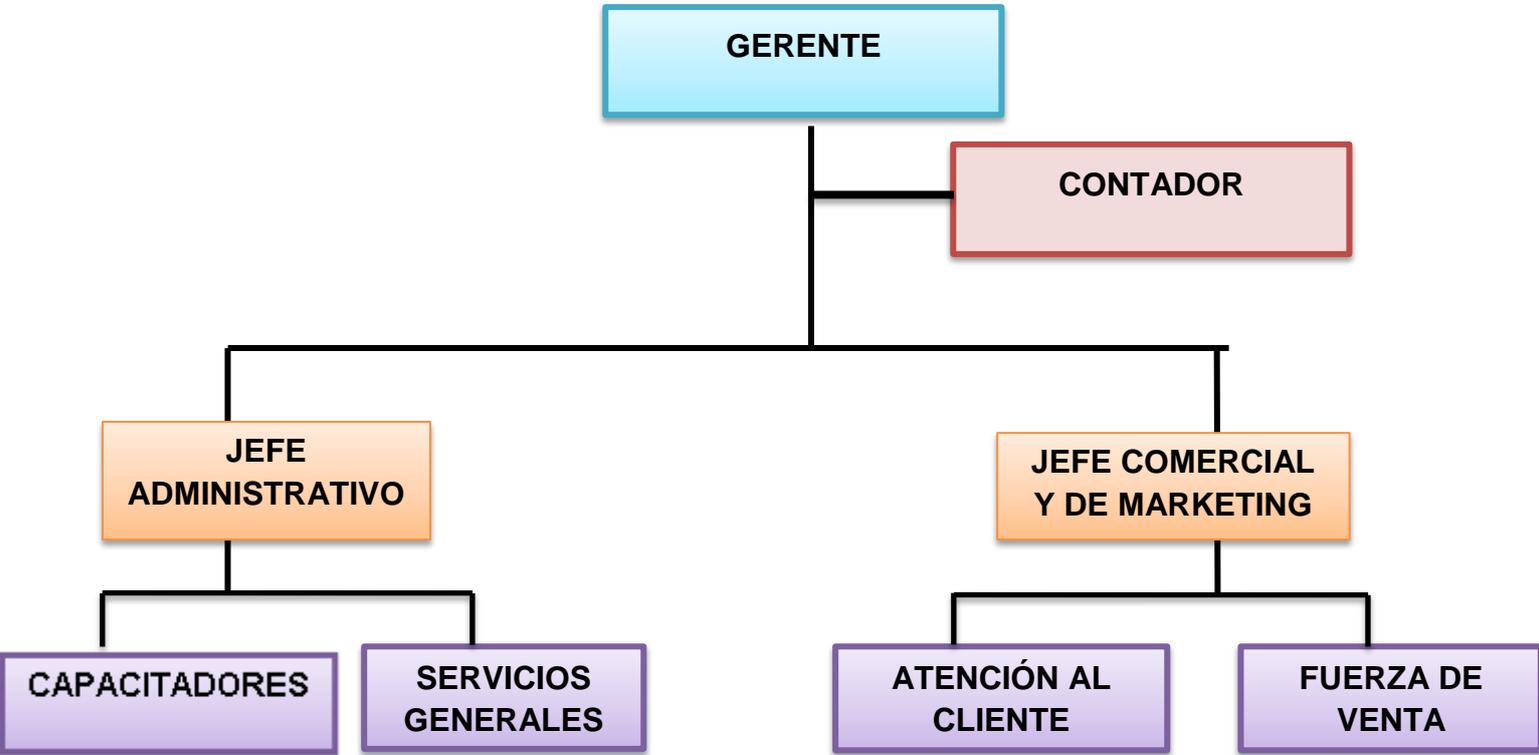
- Nuestra empresa estará ubicada en el segundo piso del edificio esto puede causar que las personas no se den cuenta del centro de asesoría profesional debido a que existen otros negocios o empresas en diferentes en los diferentes pisos del edificio.

5.6 FACTIBILIDAD

La parte administrativa de una empresa, es uno de los temas más importantes dentro de la misma, puesto que es la encargada de coordinar en forma correcta las actividades a desarrollarse en los distintos departamentos, cumpliendo de esta manera su función que es la de la utilización de los recursos indispensables y disponibles, tanto materiales, humanos y financieros para lograr sus objetivos propuestos

En cuanto al talento humano, nuestra empresa se desarrollará en un ambiente armónico y estará conformado por 6 profesionales distribuidos estratégicamente como se muestra en el presente organigrama.

ORGANIGRAMA



CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL
MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCION DEL CARGO

<i>Denominación del Cargo:</i>	GERENTE
<i>Jefe Inmediato:</i>	-----
<i>Número de Personas a su Cargo:</i>	UNO (1)

FUNCIONES:

- Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los empleados de la Empresa, coordinando y orientando los procesos, velando por el cumplimiento de los mismos.
- Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización del tiempo y los recursos de cada área de la Empresa.
- Coordinar la ejecución de los Programas a tiempo real “Empresa-Estudio”, para brindar una asesoría y capacitación didáctica y fácil de entender para los clientes.
- Velar para que los miembros de la Organización actúen de acuerdo al logro de los objetivos trazados.
- Tomar decisiones con respecto a la evaluación del desempeño de sus subordinados, y con base en estas establecer ascensos, bonificaciones, incentivos y todo lo referente al bienestar de los empleados.
- Velar porque se cumplan las metas y estrategias establecidas por la Empresa.
- Debe verificar y establecer junto con el Jefe Financiero, los presupuestos a asignar en los diferentes Áreas que componen la Empresa, al igual que su ejecución.

Requisitos de Educación:	Título Profesional Ingeniería en Administración de Empresas, Economía, o Contaduría Pública
---------------------------------	---

Requisitos de Experiencia:	Cinco (5) años de experiencia profesional y tres (3) años en cargos directivos de áreas Administrativas y Financieras.
-----------------------------------	--

Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Capacidad para promover y gerenciar proyectos orientados al logro de resultados proactivos. <input type="checkbox"/> Capacidad de interrelacionarse y comunicarse con todos los niveles de la organización
---------------------	--

Edad	30 - 50 años
-------------	--------------

Sexo:	Indistinto
--------------	------------

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ing. Karina Criollo	Ing. Deisy Palma	Ing. Deisy Palma

CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL
MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

<i>Denominación del Cargo:</i>	CONTADOR
<i>Jefe Inmediato:</i>	JEFE DEL DEPARTAMENTO FINANCIERO
<i>Número de Personas a su Cargo:</i>	NINGUNO

FUNCIONES:

- ❖ Debe elaborar, analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la entidad.
- ❖ Debe organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la Empresa y del personal de su área.
- ❖ Verificar el trabajo del Asistente.
- ❖ Elaboración de nóminas, liquidación de prestaciones sociales y aportes parafiscales.
- ❖ Debe colaborar con el auxiliar contable en el manejo de los soportes de contabilidad y en la precisión de la presentación de los documentos contables en general.
- ❖ Orientar a la dirección en los servicios financieros.
- ❖ Controlar todos los documentos contables que se originan de las transacciones diarias de la Empresa.
- ❖ Debe elaborar las declaraciones de Renta y Complementarios para presentar los respectivos informes tributarios.
- ❖ Debe especificar las normas contables a seguir en la Organización.
- ❖ Generar informes sobre la situación financiera y económica de la entidad.
- ❖ Apoyar y asesorar en la solución de problemas y necesidades en el área contable y todas las dependencias de la Empresa.
- ❖ Las demás inherentes al cargo que le sean asignadas

Requisitos de Educación:	Título profesional de Ingeniería en CPA	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo tres (3) años de experiencia en Áreas contables	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Excelentes relaciones personales. ❖ Disposición de tiempo completo. ❖ Buena presencia. . ❖ Conocimientos administrativos 	
Edad	25 a 50 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ing. Karina Criollo	Ing. Deisy Palma	Ing. Deisy Palma

**CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL
MANUAL DE FUNCIONES**

DESCRIPCION DEL CARGO

<i>Denominación del Cargo:</i>	ATENCIÓN AL CLIENTE
<i>Jefe Inmediato:</i>	JEFE DEL DEPARTAMENTO DE ASESORIA
<i>Número de Personas a su Cargo:</i>	NINGUNO

FUNCIONES:

- ❖ Conocer la importancia de la Atención y el Servicio al CLIENTE, y las herramientas básicas para el desarrollo de un excelente Servicio.
- ❖ Identificar todos los tipos de clientes y definir la calidad del Servicio.
- ❖ Dar a conocer a los interesados en la prestación del servicio, elementos teóricos que quíen y ayuden a mejorar la calidad en el desarrollo de sus funciones.
- ❖ Prestar este servicio hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de todos nuestros clientes ya que son la razón de ser de nuestra entidad.
- ❖ Brindar un excelente servicio a nuestros clientes como ejes principales generando confianza y apoyo relacionados con la satisfacción de sus necesidades.
- ❖ Tener una información constante sobre las necesidades y expectativas de nuestros clientes.
- ❖ Reunir información, buscar soluciones, sugerir alternativas y asumir las diferentes situaciones con propiedad son pautas fundamentales para Fidelizar nuevos clientes.
- ❖ Cobro atención al cliente (caja) .

Requisitos de Educación:	Título profesional de Ingeniería en Marketing o ingeniería comercial o carreras a fines	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en Áreas financieras	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Excelentes relaciones personales. ❖ Disposición de tiempo completo. ❖ Buena presencia. . ❖ Conocimientos administrativos 	
Edad	25 a 50 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ing. Karina Criollo	Ing. Deisy Palma	Ing. Deisy Palma

CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL
MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCION DEL CARGO

<i>Denominación del Cargo:</i>	CAPACITADORES
<i>Jefe Inmediato:</i>	JEFE DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO
<i>Número de Personas a su Cargo:</i>	NINGUNO

FUNCIONES:

- ❖ Generar las condiciones óptimas para un aprendizaje satisfactorio y profundo.
- ❖ Adoptar todas las previsiones necesarias para asegurar que el conocimiento fue consolidado en todos los casos.
- ❖ Garantizar la coherencia entre los objetivos de aprendizaje, las estrategias de enseñanza aprendizaje, los contenidos, el proceso de evaluación, su relación con el grupo y el contexto.
- ❖ Tener claras y siempre presentes las necesidades de aprendizaje de sus educandos.
- ❖ Ocupar un rol de facilitador del aprendizaje.
- ❖ Establecer relaciones interpersonales con su grupo para lograr identificar positivamente sus características.
- ❖ Aceptar al grupo como un conjunto de fuentes para el aprendizaje, promoviendo el descubrimiento y reconocimiento del bagaje de los participantes.
- ❖ Ser abierto y flexible para hacer adecuaciones al programa.
- ❖ Aceptar que el educando adulto es capaz de manifestar la autoevaluación.
- ❖ Formar parte activa del grupo y como un agente de cambios.
- ❖ Facilitar situaciones de aceptación, reconocimiento y participación entre los participantes del grupo.
- ❖ Considerar y respetar las diferencias individuales de cada participante.
- ❖ Promover la transferencia de los aprendizajes hacia la vida cotidiana de cada uno de sus participantes.

Requisitos de Educación:	Título profesional de Ingeniería en CPA o carreras afines.	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo un (1) años de experiencia	
Habilidades:	Supervisar el personal. Impartir órdenes. Buena presencia. Tiempo completo.	
Edad	25 a 50 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ing. Karina Criollo	Ing. Deisy Palma	Ing. Deisy Palma

CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL
MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCION DEL CARGO

<i>Denominación del Cargo:</i>	SERVICIOS GENERALES
<i>Jefe Inmediato:</i>	JEFE DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO
<i>Número de Personas a su Cargo:</i>	NINGUNO

FUNCIONES:

- ❖ Coordina y supervisa las actividades del personal a su cargo.
- ❖ Controla y evalúa el personal a su cargo.
- ❖ Instruye al personal en el trabajo a realizar.
- ❖ Solicita cotizaciones para compras de materiales específicos.
- ❖ Realiza pedidos de material de limpieza, equipos de oficina y bienes de consumos que se requieran.
- ❖ Compra materiales de limpieza y equipos de oficina que se requieran en la dependencia.
- ❖ Controla los servicios de proveeduría de materiales y equipos de trabajo.
- ❖ Planifica y coordina las actividades de suministro de materiales y equipos de trabajo.
- ❖ Distribuye para cada unidad el material de limpieza, equipos de trabajo y demás bienes de consumo que las mismas requieren.
- ❖ Supervisa el mantenimiento de equipos y mobiliario de la dependencia.
- ❖ Ordena y supervisa la reparación de equipos y mobiliarios.

Requisitos de Educación:	Título de Bachiller	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo un (1) años de experiencia	
Habilidades:	Supervisar el personal. Impartir órdenes. Buena presencia. Tiempo completo.	
Edad	25 a 50 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ing. Karina Criollo	Ing. Deisy Palma	Ing. Deisy Palma

CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL
MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCION DEL CARGO

<i>Denominación del Cargo:</i>	JEFE COMERCIAL Y DE MARKETING
<i>Jefe Inmediato:</i>	GERENTE
<i>Número de Personas a su Cargo:</i>	UNO (1)

FUNCIONES:

- ❖ Analizar y desarrollar la metodología de trabajo incluida en el «manual de ventas».
- ❖ Determinar el potencial de compra de las diferentes categorías de clientes.
- ❖ Elaborar las previsiones de venta de común acuerdo con el departamento de marketing.
- ❖ Planificar los objetivos y estrategias de su equipo.
- ❖ Desarrollar una estructura organizativa de venta capaz de alcanzar los objetivos.
- ❖ Reclutar y seleccionar al personal de ventas, o contribuir a ello.
- ❖ Formar a estos equipos comerciales con arreglo a los conocimientos y otras técnicas necesarias para el desarrollo de sus funciones.
- ❖ Motivarlos y dinamizarlos para que desempeñen su trabajo lo mejor posible.
- ❖ Valorar y controlar su labor para asegurarse de que alcancen los objetivos previstos.

Requisitos de Educación:	Título de profesional de Ingeniería Comercial o carreras afines.	
Requisitos de Experiencia:	Mínimo un (1) años de experiencia	
Habilidades:	Excelentes relaciones personales. Disposición de tiempo completo. Buena presencia. . Conocimientos administrativos	
Edad	25 a 50 años	
Sexo:	Indistinto	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ing. Karina Criollo	Ing. Deisy Palma	Ing. Deisy Palma

CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL
MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCION DEL CARGO

<i>Denominación del Cargo:</i>	FUERZA DE VENTA
<i>Jefe Inmediato:</i>	JEFE COMERCIAL Y DE MARKETING
<i>Número de Personas a su Cargo:</i>	NINGUNO

FUNCIONES:

- ❖ Antes de la venta. Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas.
- ❖ Durante la venta, la visita. Presentación, oferta, tratamiento de objeciones, cierre de la venta.
- ❖ Después de la venta, el seguimiento. Análisis de cumplimiento de objetivos, informe de gestión diario o *reporte*, atender reclamaciones e incidencias.
- ❖ Ofrecer una imagen positiva como empresa organizada.
- ❖ Aumentar la efectividad de la fuerza de ventas.
- ❖ Facilitar el establecimiento de cuotas de ventas.
- ❖ Asegurar una mejor cobertura del mercado.
- ❖ Eliminar la duplicidad de gestiones.
- ❖ Establecer una mejor definición de las obligaciones del vendedor.
- ❖ Un adecuado control y seguimiento.
- ❖ Realizar planes de expansión.

Requisitos de Educación:	Título de Ingeniería en Marketing
Requisitos de Experiencia:	Mínimo un (1) años de experiencia
Habilidades:	Buena presencia. Carisma para atraer al cliente Tiempo completo. Tener conocimiento del papel a desempeñar
Edad	20 a 30 años
Sexo:	Indistinto

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ing. Karina Criollo	Ing. Deisy Palma	Ing. Deisy Palma

FACTIBILIDAD LEGAL

De acuerdo a las leyes actuales de nuestro país y nuestro cantón para tener un negocio debemos cumplir con los siguientes requisitos y leyes:

Permiso y patente municipal

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

- Comprar solicitud de patente
- Copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante de la empresa
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C) completo
- Copia del acta o resolución de constitución de la compañía
- Balance inicial con el cual comienza actividades en el cantón (señalando activos, pasivos y patrimonios) notariado con firma del representante legal y contador
- Certificado de uso de suelo (original)
- Certificado de cuerpo de bomberos (copia)

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

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

Requisitos para la otorgación del certificado de uso de suelo

- Comprar una tasa administrativa
- Solicitud de consulta de uso de suelo

- Copia de cedula y certificado de votación
- Copia del certificado del cuerpo de bomberos 2013

Requisitos para Permiso por parte Empresa Pública Cuerpo de Bomberos del Cantón Milagro

Requisitos para la obtención por Primera vez del certificado de Seguridad Anual.

1. Solicitud dirigida al Gerente General de la Empresa Pública Cuerpo de Bomberos de Milagro.
2. Copia de cédula de ciudadanía del propietario(a) del negocio.
3. Copia del Ruc.
4. Copia de calificación artesanal actualizada (en caso de artesanos).
5. Cancelar la Especie valorada, Solicitud de inspección (dar Dirección exacta y con puntos de referencia).
6. Copia de Especie valorada.

NOTA: Adjuntar los documentos 1, 2, 3, 4, 6 y entregarlos en Secretaría de Gerencia.

Requisitos para la Renovación del certificado de Seguridad Anual.

1. Cancelar la Especie valorada, Solicitud de inspección (dar Dirección exacta y con puntos de referencia).
2. Luego de la Inspección y haber cumplido recomendaciones acercarse con el informe, último recibo de pago de tasas y copia de cédula de ciudadanía al Dpto. de Prevención.

LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES H. CONGRESO NACIONAL LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACIÓN DE LA LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Capítulo I

DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

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

Art. 2.- Del Registro.- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Todas las instituciones del Estado, empresas particulares y personas naturales están obligadas a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha institución.

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

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

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

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

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

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

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollan actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, serán considerados únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, el Servicio de Rentas Internas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

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

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

Art. 5.- Del número de registro.- El Servicio de Rentas Internas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

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

Art. 6.- De las sucursales y agencias.- Dichas empresas o sociedades que tuvieren sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes en el país, al

inscribir la matriz tienen también la obligación de registrarlas, utilizando el formulario correspondiente. Debido a que constituyeren nuevos establecimientos de esta índole, deberá procederse a su registro en las condiciones estipuladas en los artículos anteriores.

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

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

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

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

En el caso de los responsables por representación se estará a lo dispuesto en el artículo 26 (27) del Código Tributario.

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

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

- j) Registros de importadores y exportadores;
- k) Documentos que contengan la matrícula de vehículos (no placas);
- l) Catastro de la Propiedad;
- m) Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos, cuya recaudación se realice por cualquier tipo de institución;
- n) Certificado de no adeudar a las instituciones del Estado;
- o) Facturas, notas de ventas, recibos y más documentos contables que otorgan los contribuyentes por actos de comercio o servicios
- p) Planillas de sueldos de todas las instituciones de derecho público o privado;
- q) Permisos de importación, pólizas de exportación y pedimentos de aduana;

En todos los documentos que el Estado y las instituciones oficiales y privadas confieran en favor de terceros y siempre que se relacionen con aspectos tributarios; y, en todas las etiquetas y envases de productos que físicamente así lo permitieren.

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

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

Art. 13.- De la exigencia del documento de inscripción.- Los funcionarios y empleados de las entidades públicas y privadas están obligados a exigir la

presentación del documento que acredite el número de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes a que se refiere el artículo 7 de la presente Ley, en los siguientes casos:

- a) Concesión de permisos de importación y pólizas de exportación, así como para el trámite de pedimentos de aduana y para el retiro de equipajes y paquetes postales;
- b) Constitución, reforma o liquidación de sociedades de cualquier clase;
- c) Actuaciones ante notarios y registradores de la propiedad según se especifica en el Reglamento y sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley Notarial y de Registro;
- d) Concesión de matrículas de comercio, de industrias y de agricultura;
- e) Tramitación de solicitudes para acogerse a los beneficios que establecen las Leyes de Fomento y otras por las que se concedan liberaciones y exoneraciones tributarias;
- f) Apertura de cuentas corrientes;
- g) Tramitaciones de préstamos en Corporaciones Financieras, Bancos de Fomento y demás instituciones del sistema financiero;
- h) Tramitación de solicitudes de las concesiones estatales que se señalan en el Reglamento;
- i) Cancelación de fianzas o garantías, de préstamos o inversiones;
- j) Concesión de visas de salida del país;
- k) Afiliación a las diferentes agrupaciones profesionales, asociaciones, federaciones y cámaras;
- l) Recepción de declaraciones y pagos de tributos en general; y,
- m) En solicitudes, peticiones de certificaciones de no adeudar a las instituciones del Estado, según el caso.

Art. 14.- De la actualización de la información.- Los obligados a obtener el Registro Único de Contribuyentes deben comunicar al Servicio de Rentas Internas, dentro del plazo de treinta días de ocurridos los siguientes hechos:

- a) Cambio de denominación o razón social;
- b) Cambio de actividad económica;
- c) Cambio de domicilio;

- d) Transferencia de bienes o derechos a cualquier título;
- e) Cese de actividades;
- f) Aumento o disminución de capitales;
- g) Establecimiento o supresión de sucursales, agencias, depósitos u otro tipo de negocios;
- h) Cambio de representante legal;
- i) Cambio de tipo de empresa;
- j) La obtención, extinción o cancelación de beneficios derivados de las leyes de fomento; y,

Cualesquiera otras modificaciones que se produjeren respecto de los datos consignados en la solicitud de inscripción.

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

Art. 16.- De la conservación del certificado.- En los casos de destrucción, sustracción, pérdida o desaparición del certificado se otorgará un duplicado, previa la presentación de una solicitud y la demostración de haber publicado por la prensa por dos veces la pérdida de dicho documento.²³

Proceso para constituir una empresa

1. **Reservar el nombre para la sociedad:** éste trámite te ayudará a revisar si todavía no existe una compañía con el mismo nombre. El trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías en el balcón de servicios o vía web desde la página Este proceso, desde el balcón de servicios, toma un tiempo aproximado de 30 minutos. Si se utiliza el servicio web se obtiene respuesta en un tiempo estimado de 24 horas.

²³ Servicio de Rentas Internas, <http://www.sri.gov.ec/web/guest/131>, ley del Registro Único del Contribuyente

- 2. Apertura de cuenta de integración de capital:** este trámite se lo realiza en cualquier banco del país, los requisitos básicos (que pueden variar dependiendo de la institución) son:
- Capital mínimo es USD 800 para constituir una compañía anónima y USD 400 para una compañía limitada;
 - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno (para constituir una compañía se requiere un mínimo de dos socios); y,
 - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.
 - El tiempo estimado para la obtención del certificado de cuentas de integración de capital es de 24 horas.
- 3. Elaboración de los estatutos o contrato social** que regirá a la sociedad, este documento se lo realiza mediante una minuta firmada por un abogado, tiempo estimado para la elaboración de este documento es de 3 horas.
- 4.** Una vez que se cuente con la reserva del nombre, el certificado de apertura de cuenta de integración de capital y la minuta firmada por un abogado, se debe, con todos estos documentos acudir ante notario público a fin de que eleve a escritura pública dichos documentos.
- 5.** Posterior a que el notario entregue los estatutos elevados a escritura pública se debe ingresar a la Superintendencia de Compañías para su revisión y aprobación mediante resolución. Este trámite, si no existe ninguna observación, toma un tiempo estimado de cuatro días.
- 6.** Después de que se ha obtenido la aprobación de la Superintendencia, dicha institución entrega cuatro copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
- 7.** Previo a la inscripción en el Registro mercantil, se debe realizar la publicación del extracto mencionado en el numeral anterior en un diario de circulación nacional; y, realizar el pago de la patente municipal y del “1.5×1000” (uno punto cinco por mil) y obtener el certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por el Municipio.
- 8.** Cuando ya se cuente con todos los documentos antes descritos, se debe ir al Registro Mercantil del cantón correspondiente (es decir si la compañía se

constituyó en Quito, se debe inscribir en el Registro Mercantil del cantón Quito) a fin de inscribir la sociedad.

9. Una vez inscrita la sociedad, se debe elaborar un acta de junta general de accionistas a fin de nombrar a los representantes (Presidente, Gerente, dependiendo del estatuto).
10. Con los documentos inscritos en el Registro Mercantil, se debe regresar a la Superintendencia de Compañías a fin que le entreguen varios documentos que son habilitantes para obtener el RUC de la compañía.
11. Y como penúltimo paso, con los mencionados documentos se debe ir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI) para sacar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), con original y copia de la escritura de constitución, original y copia de los nombramientos, el formulario correspondiente debidamente lleno, copias de cédula y papeleta de votación de los socios y de ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite. Para mayor información sobre el RUC
12. Para finalizar el proceso, con el RUC, se debe acudir a la Superintendencia de Compañías para que les entreguen una carta dirigida al Banco en el que se abrió la cuenta de integración de capital; desde ese momento se dispondrá del valor depositado en el banco.²⁴

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta de implementar un Centro de Asesoría Profesional en el Cantón Milagro, ha sido elaborada con la finalidad de mejorar el Desarrollo Económico y Financiero en las áreas especificadas de los microempresarios de nuestro Cantón, mejorando sus condiciones de vida y medio ambiente de trabajo en el nivel que se desempeña. Para lo cual, se utilizarán diferentes estrategias mencionadas a lo largo del presente proyecto.

²⁴ Cuida tu futuro, <http://cuidatufuturo.com/2012/09/cuales-son-los-pasos-necesarios-para-constituir-una-empresa/>, ¿Cuáles son los pasos para construir una empresa?

LA EMPRESA

Misión:

El centro de Asesoría Profesional de Milagro (CAPMI) es una empresa que Ofrecen a los microempresarios del Cantón Milagro de dar soluciones de Asesoría Profesional en el campo contable y tributario, con la finalidad de mejorar su desarrollo económico y financiero de orientarlos hacia el desarrollo comercial de sus negocios y futura permanencia en el campo competitivo.

Visión:

Ser una empresa reconocida a corto plazo, siendo la mejor firma de profesionales a nivel local y de dar soluciones innovadoras en los aspectos contables-tributarios, involucrando el talento humano, la tecnología y los procesos bajo un concepto de calidad que satisfaga las necesidades del sector microempresarial del Cantón Milagro.

Valores Corporativos:

El trabajo desempeñado por los integrantes de CAPMI se rige en general por principios éticos y morales los cuales tienen como finalidad brindar el mejor servicio a cada uno de nuestros clientes.

Respeto: Es el valor que debe existir en toda empresa para que exista un ambiente de tranquilidad con las personas que se encuentra dentro de la organización y a las que se les ofrece el servicio para que exista una confianza mutua entre clientes y empleados.

Honestidad: Este valor es indispensable para nuestra empresa ya que debemos ser honestos con uno mismo y con las demás personas trabajando de una manera honrada y de una manera justa y razonable los recursos asignados y actuando con rectitud en todo momento y circunstancia.

Profesionalismo: Este valor abarca, constancia, involucramiento, responsabilidad, seriedad entrega, dedicación y esmero que cada integrante de nuestro Centro de Asesoría Profesional debe imprimir a sus funciones y tareas diarias.

Trabajo en equipo: es mejor trabajar en equipo siempre porque dan mejores resultados de las individualidades.

Adaptación al cambio: estaremos dispuestos a adoptar cualquier cambio siempre y cuando sea para el mejoramiento de la empresa y propia

Objetivos:

- Planificar programas para mantener el contacto permanente entre el microempresario y el caso a estudiar, a fin de poder conocer la situación real del micro en materia contable y tributaria.
- Ofrecer a los microempresarios de las organizaciones microempresariales los conocimientos necesarios para resolver sus inquietudes y ampliar su visión frente a lo que representa sus negocios y las oportunidades que tienen para mejorar su situación.
- diseñar estrategias innovadoras con el fin de brindar un valor agregado de nuestros servicios a los microempresarios.
- Analizar las oportunidades o alternativas de ahorro que permitan optimizar la situación financiera de los futuros clientes.
- Crear un lazo de confianza con nuestros clientes.

ANÁLISIS FODA

El análisis FODA lo utilizaremos para identificar y estudiar las fortalezas y debilidades del Centro de Asesoría Profesional, así como las oportunidades y amenazas que existen de acuerdo a la información obtenida de las encuestas realizadas, para determinar los elementos internos y externos que afectan positiva y negativamente al cumplimiento de los objetivos de nuestra empresa.

Cuadro 45. Análisis FODA del centro de Asesoría Profesional

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar servicio único y exclusivo en el mercado con un enfoque especial para los microempresarios de la localidad y sus zonas aledañas. • Instalaciones adecuadas para la debida atención al cliente. • Interacción continua entre asesor(a) y cliente de acuerdo al programa que se planifica. • Uso de herramientas tecnológicas de acuerdo a las necesidades del cliente. • Talento humano altamente capacitado de acuerdo a las necesidades de los microempresariales de nuestro cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del mercado microempresarial hacia el cual se dirige. • Alto interés de los microempresarios que no cuentan con un asesoramiento profesional • Disponibilidad de software para cubrir las necesidades de los sectores económicos. • Inexistencia de Centros de Asesorías y Capacitación que cubra las exigencias y requerimientos del sector microempresarial. • Manejo empírico de las actividades microempresariales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos en el mercado de prestación de servicios. • Ausencia de estrategias publicitarias para llegar a los usuarios. • Poca disponibilidad de recursos financieros. • Nuestra empresa estará ubicada en el segundo piso del edificio Villavicencio, esto puede causar que las personas no se den cuenta del Centro de Asesoría Profesional 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica del País. • Adaptación de este nuevo concepto de asesorías por parte de la competencia. • Creación de filiales, enfocadas en este sector, con servicios a menor costo por parte de las grandes empresas públicas y privadas. • Incapacidad de pago de los microempresarios. • Cercanía a las ciudades con un alto grado de empresas capacitadoras.

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 46. Estrategia competitiva FO-FA-DO-DA Del Centro de Asesoría Profesional

ESTRATEGIA COMPETITIVA			
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	
ESTRATEGIA FO-FA-DO-DA	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del mercado microempresarial hacia el cual se dirige. • Alto interés de los microempresarios que no cuentan con un asesoramiento profesional • Disponibilidad de software para cubrir las necesidades de los sectores económicos. • Inexistencia de Centros de Asesorías y Capacitación que cubra las exigencias y requerimientos del sector microempresarial. • Manejo empírico de las actividades microempresariales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica del País. • Adaptación de este nuevo concepto de asesorías por parte de la competencia. • Creación de filiales, enfocadas en este sector, con servicios a menor costo por parte de las grandes empresas públicas y privadas. • Incapacidad de pago de los microempresarios. • Cercanía a las ciudades con un alto grado de empresas capacitadoras. 	
	FORTALEZAS		
	Brindar servicio único y exclusivo en el mercado con un enfoque especial para los microempresarios de la localidad y sus zonas aledañas.	1. Visitar a los negocios de los microempresarios para dar conocer los beneficios del Centro de Asesoría Profesional	1. Aprovechar la capacidad profesional del talento humano para responder a las dificultades presentadas por la competencia.
	Instalaciones adecuadas para la debida atención al cliente.	2. Desarrollar las asesorías y capacitaciones utilizando toda la tecnología instalada.	2. Elaborar planes agresivos de marketing y publicidad dirigidos al sector microempresarial del Cantón Milagro y sus zonas aledañas.
	Interacción continua entre asesor(a) y cliente de acuerdo al programa que se planifica.	3. Implementar programas innovadores con información eficiente que faciliten el entendimiento de los microempresarios	3. Evaluar periódicamente la capacidad de pago de los futuros clientes.
Uso de herramientas tecnológicas de acuerdo a las necesidades del cliente.	4. Utilizar de manera eficiente y efectiva el talento humano existente.	4. Utilizar los recursos tecnológicos disponibles asignándoles un "valor agregado" para enfrentar las ofertas de la competencia.	
Talento humano altamente capacitado de acuerdo a las necesidades de los microempresarios de nuestro cantón.	5. Realizar un estudio periódico de las asesorías y capacitaciones brindadas.		
DEBILIDADES			
Nuevos en el mercado de prestación de servicios.	1. Realizar publicidad del negocio, utilizando todos los medios de comunicación locales para dar a conocer los logros y beneficios de las asesorías brindadas.	1. Brindar una excelente imagen a los clientes potenciales, con el fin de motivarlos y generar sentido de lealtad desde su inicio en el Centro.	
Ausencia de estrategias publicitarias para llegar a los usuarios.	2. Elaborar y analizar un plan financiero que represente costo-beneficio en el incremento del patrimonio del Centro.	2. Evaluar los rangos de confiabilidad de las Instituciones Financieras antes de solicitar un préstamo.	
Poca disponibilidad de recursos financieros.	3. Fortalecer la capacidad profesional del talento humano mediante el uso de diversas herramientas de apoyo.	3. Evaluar el desarrollo de las asesorías brindadas por la competencia con la finalidad de mejorar nuestro servicio.	
		4. Lograr identidad propia a través de la difusión de las asesorías y capacitaciones que se ejecuten.	

FUERZAS DE PORTER

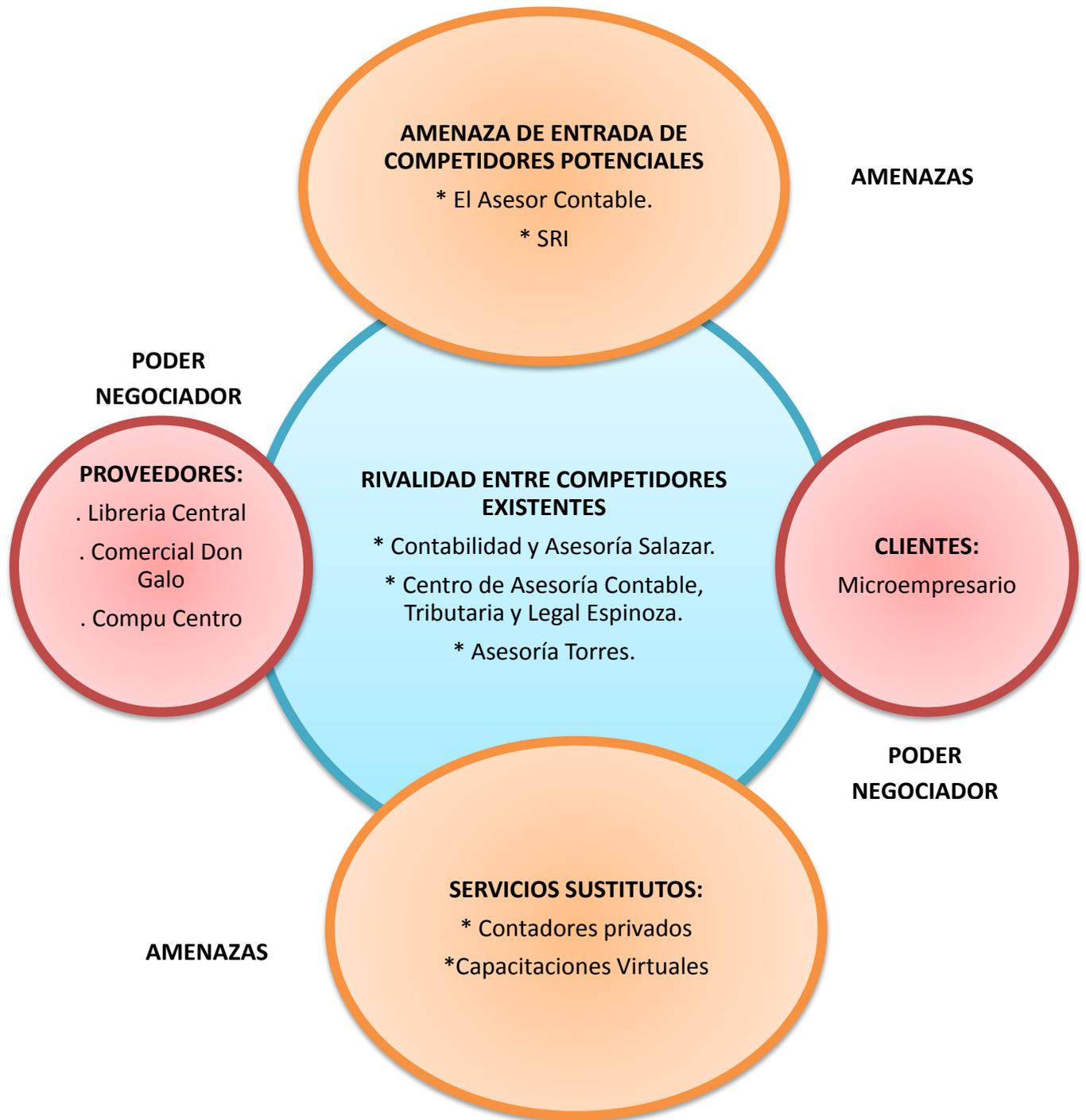


Figura 47.Modelo de las Fuerzas de Porter del Centro de Asesoría Profesional

Para realizar el análisis externo referente a la creación de un Centro de Asesoría profesional dirigido a los microempresarios del Cantón Milagro, se ha aplicado el modelo de las cinco fuerzas competitivas de PORTER, el cual expresa que existen cinco factores que determinan las consecuencias de la rentabilidad a largo plazo de un negocio, para de esta manera planificar las acciones estratégicas y decidir si ingresar o mantenerse en este segmento.

Para la planificación del poder de negociación se han considerado características de cada una de las fuerzas que independientemente han sido colocadas en el siguiente cuadro de resumen, de donde se desprende el resultado para dar a conocer las expectativas de la empresa de nuestro interés.

Las herramientas a utilizar en nuestro proyecto son las siguientes:

- Amenaza de entrada de potenciales competidores.
- Rivalidad entre competidores existentes.
- Amenaza de ingresos de servicios sustitutos.
- Poder de negociación de los compradores/clientes.
- Poder de negociación de los proveedores.

En tesis nombradas anteriormente se han utilizado estas herramientas para la creación de su negocio hemos tomado algunas referencias de la misma ya que ellos han realizado estudios de la microempresas.

F1: Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Son empresas que ofrecen en mismo producto. Al intentar entrar una nueva empresa a una industria, ésta podría tener barreras de entradas tales como la falta de experiencia, lealtad del cliente, cuantioso capital requerido, falta de acceso a insumos, falta de canales de distribución, saturación del mercado, etc. Pero también podrían fácilmente ingresar si es que cuenta con productos de calidad superior a los existentes, o precios más bajos.

El análisis de la amenaza de la entrada de nuevos competidores nos permite establecer barreras de entrada que impidan el ingreso de estos competidores, tales como la búsqueda de economías de escala o la obtención de tecnologías y

conocimientos especializados; o, en todo caso, nos permite diseñar estrategias que hagan frente a la competencia. A pesar que podrían superar esas barreras, por contar con los recursos y capacidades suficientes para competir en el mercado en el que se encuentran.

Interpretación: En esta área se ha identificado competidores de gran trayectoria y reconocidos a nivel nacional como: El Colegio de Contadores del Guayas, El Asesor Contable que cuentan con una posición estable en el mercado, el Servicio de Rentas Internas (SRI) y la Cámara de Comercio del Cantón Milagro que aunque no esté funcionando es sus operaciones diarias en cualquier momento entra con potencialidad en el mercado. Estos pueden llegar a ofrecer sus servicios en nuevas plazas e integrarse en la localidad, debido a que existen escasas de formación empresarial, aprovechándose de la situación latente y haciendo uso de estrategias de precios, calidad y productos.

Tomando en cuenta, las barreras de entrada identificadas al sector serían una amenaza para el Centro, razón por la cual debe haber un monitoreo y trabajo constante para obtener y mantener posicionamiento en el mercado local.

Debido a las conclusiones podemos decir de las barreras de entrada para disuadir a las empresas entrantes depende de los recursos con los que esta cuenta.

F2: Rivalidad entre los competidores existentes.

Las empresas que se encuentran compitiendo en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto con diferentes precios y marcas.

Para una empresa será más difícil competir en un mercado donde los competidores estén posesionados, pues constantemente estarán enfrentándose mutuamente a conflictos tanto en promociones, nuevos productos, precios y campañas publicitarias.

El análisis de la rivalidad entre competidores nos permite comparar nuestras estrategias o ventajas competitivas con las de otras empresas rivales y, de ese modo, saber, por ejemplo, si debemos mejorar o rediseñar nuestras estrategias.

Interpretación:

F3: Amenaza de ingresos de productos sustitutos.

Se refiere a la entrada potencial de empresas que vendan productos sustitutos o alternativos a los de la industria.

El análisis de la amenaza del ingreso de productos sustitutos nos permite diseñar estrategias destinadas a impedir el ingreso de las empresas que vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

Interpretación: Los productos sustitutos de este mercado son los servicios ofrecidos por Capacitaciones virtuales brindadas por instituciones afines a la materia en mención además por contadores privados que trabajan por horas en diferentes áreas a tratar, lo cual nos permite analizar la necesidad de adoptar distintas formas de destrezas para competir como: Precios, cantidades, introducción de nuevos servicios, entre otros, a fin de situarnos en una categoría superior en el mercado.

F4: Poder de negociación de los compradores - clientes

Esto se refiere a la capacidad de negociación con que cuentan los compradores o clientes, por ejemplo, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos.

Cualquier que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores.

El análisis del poder de negociación de los compradores o clientes, nos permite diseñar estrategias destinadas a captar un mayor número de clientes u obtener una mayor fidelidad o lealtad de éstos, por ejemplo, estrategias tales como aumentar la publicidad u ofrecer mayores servicios o garantías.

Interpretación: Tomando en consideración el sector microempresarial del Cantón podemos darnos cuenta que existe una cantidad importante de clientes que estarían prestos a solicitar el servicio, ya que lo comprobamos en las encuestas realizadas donde más del 90% de los micronegocios estratificados en tres áreas (Manufactura,

comercio, servicios) estarían dispuestos a invertir para mejoras de su negocio a través de capacitaciones o asesorías profesionales ya que contribuirían de manera positiva para el desarrollo de sus actividades y a la cual estarían dispuestos de pagar por lo recibido.

En conclusión por el tamaño de estas empresas, su poder de negociación es alto, puesto que no existe una amplia competencia local que defina las condiciones del mercado, lo cual nos permite ingresar con mayor confiabilidad a este nicho poco explotado mediante la aplicación de estrategias que permitan ofrecer un servicio integral y de calidad a un precio razonable.

F5: Poder de negociación de los proveedores.

Los proveedores pueden ofrecer su negociación mediante las subidas de precios o reduciendo la calidad o el nivel de servicio ofrecido, por ejemplo, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta oferta de insumos, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios.

El análisis del poder de negociación de los proveedores, nos permite diseñar estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos con nuestros proveedores o, en todo caso, estrategias que nos permitan adquirirlos o tener un mayor control sobre ellos.

Interpretación: Debido a que es una empresa de servicios, no existe mucha dependencia de proveedores directos que influyen en el movimiento del Centro. Sin embargo, para la adquisición de bienes (como suministros de oficina y tecnología) y servicios (públicos y privados), el Centro tendrá un poder de negociación prácticamente nulo.

Entre los proveedores directos, se mencionan los siguientes:

- Librería Central
- Centro Compu
- Comercial Don Galo

MARKETING MIX

Cuando ofrecemos o vendemos servicios debemos tener conocimientos que tienen características particulares que los hacen diferentes de los productos tangibles, la principal es justamente que son intangibles, es decir no los podemos evaluar con alguno de nuestros cinco sentidos como la vista, el oído, el olfato, el tacto o el gusto y por tanto deben mercadearse de manera diferente.

El servicio que se prestará será el de Asesorías Profesional para los microempresarios del Cantón Milagro.

En el mercado que nos encontramos nos obliga hoy a desplegar complejas estrategias para poder diferenciarlos de la competencia, crecer y lograr nuestros objetivos. Hoy no basta con ser bueno debemos ser los mejores, con el mejor servicio, el mejor producto y la mejor atención al cliente y al público en general.

Debido a esto hemos considerado que serán utilizadas una serie de herramientas para alcanzar las metas que nos hemos planteado, a través de una combinación de variables que permitan la consecución de nuestros objetivos planteados.

Estas herramientas son:

- Producto
- Precio
- Plaza o Distribución
- Promoción

PRODUCTO: Entendiendo el producto como bienes, servicios e ideas, pero considerando no sólo sus atributos tangibles (forma, color tamaño), ya que con frecuencia los consumidores adquieren los productos por sus características intangibles (imagen, status social, moda).

El servicio que se va a ofrecer estará basado principalmente en la calidad, seriedad y efectividad del mismo.

Por lo tanto, hemos preparado un portafolio de servicios acorde a las necesidades más comunes del empresario actual, ajustándose a los cambios económicos y estructurales de nuestro Centro.

Sin embargo, vale la pena destacar que cada caso es especial y por lo tanto para lograr los resultados esperados se requiere de la elaboración de estrategias acordes a la situación que afronte cada uno de nuestros clientes. Nuestra atención será de lunes a sábados de 09:00 am hasta 18:00 pm.

Entre los servicios a brindarse, se destacan los siguientes:

- Asesorías Contables.
- Capacitaciones Contables.
- Orientación Tributaria
- Capacitaciones de emprendimiento laboral
- Capacitaciones de motivación empresarial
- Formas de promoción de su empresa por medio de: publicidad, relaciones públicas, fuerza de ventas, Internet, etc.

Asesorías contables: Ofrecemos una asesoría contable que cumpla con las normativas existente en el País y una evaluación crítica e independiente para determinar el estado actual de la microempresa y así generar recomendaciones objetivas y oportunas orientadas al mejoramiento continuo de manera que se logre formar un ambiente de negocios competitivo con un valor agregado de las operaciones fijadas.

Los servicios que se obtienen en esta área son:

- Registro y presentación de sus balances (Control de ingresos y egresos).
- Análisis y evaluación de créditos financieros que han sido otorgados.
- Desarrollo e implementación de las operaciones bajo un software de sistema contable que nos permita optimizar tiempo para llevar un control más oportuno.
- Otros. (De acuerdo a las necesidades de nuestros cliente).

Capacitaciones Contables: Ofrecemos capacitaciones de estudio financiero que permiten al microempresario conocer a fondo el manejo del proceso contable de operaciones especiales, su aplicación y registro en Estados Financieros básicos, cuya orientación se da por medio del componente de formación profesional.

El paquete de servicios que integra el módulo de capacitación contable, está formado por:

- Contabilidad básica
- Elaboración de arqueos de caja
- Métodos de inventarios (kardex)
- Elaboración de Libros de Control de Ingresos y Egresos.
- Elaboración de Estados Financieros básicos bajo las Normas Internacionales de Información Financiera.
- Análisis de Estados Financieros básico.
- Actualización contable.
- Actualización de las NIIF
- Otros (De acuerdo a las necesidades de nuestro cliente).

Nota: Los temas a tratarse en las capacitaciones estarán sustentado bajo la Normativa Legal vigente.

Orientación Tributaria: esta orientación será de ayuda |en obtener un equilibrio financiero para el manejo de las obligaciones impositivas, que lleve a la optimización de su carga fiscal y no sobrepase el marco legal vigente.

PRECIO: Las políticas de precios tienen un papel estratégico con el fin de lograr los objetivos organizacionales, la decisión acerca de precios para un servicio particular debe ajustarse a nuestros objetivos estratégicos. La estrategia de precios debe ajustarse a la forma en que se manejen los demás elementos de la mezcla de marketing para alcanzar dichos objetivos planteados. El precio se relacionará de acuerdo a las dificultades que tengan los microempresarios de nuestro cantón, en la administración de su negocio. Se va a considerar un precio moderado ni tan caro ni muy barato, para minimizar los costos.

Se deben considerar los siguientes costos para la fijación del precio.

- Inversión inicial
- Pago a empleados
- Servicios básicos

Los valores estipulados para asesorías y capacitación son los siguientes:

- \$. 150,00 por Asesorías.
- \$. 150,00 por Capacitaciones
- \$. 150,00 por Llevar contabilidad y finanzas (mínimo)*

La forma de pago será:

- Efectivo (dinero efectivo)

PROMOCIÓN - PUBLICIDAD: Para dar a conocer nuestro Centro de Asesoría Profesional en nuestro cantón y recintos aledaños se realizará actividades de marketing - publicidad, el mismo que nos permitirá obtener reconocimiento y posicionamiento en la localidad, captando la atención de los futuros clientes. Para ello, se utilizará algunos medios como son:

- Radio
- Prensa Escrita
- Hojas Volantes

Radio: Es un medio de comunicación que nos ofrece la oportunidad de una exposición masiva de los mensajes publicitarios. Además puede ser dirigido a un mercado particular, en un poblado o ciudad específica mediante la selección adecuada del mensaje y de la emisora.

Por lo tanto, la publicidad se la realizará por medio de las radios más conocidas de dicho Cantón como es la radio “La Voz de Milagro” y “Atalaya”.

Prensa Escrita: De acuerdo al territorio geográfico seleccionado se realizara la publicidad. Además, los anuncios en los periódicos y revistas llegan a personas de casi todos los estratos económicos. Es necesario, al seleccionar este medio,

identificar cuál periódico o revista es más leído por un estrato determinado y cuál sección del mismo.

Por lo tanto, el periódico que vamos utilizar es “La Verdad” que es de circulación semanal solo los días “sábados”

Además, optaremos por un espacio en la revista “ Que pasa Ecuador”, “Dulce Milagro” el cual circula semana a semana por los diferentes sectores del Cantón y sus zonas aledañas.

Volantes: Estos serán distribuidos por los dueños o empleados de la empresa, de puerta en puerta, en puntos de reunión del segmento de mercado seleccionado. Creando una expectativa hacia las personas que reciben este tipo de publicidad la distribución de volantes se realizará tres semanas antes de la apertura de nuestra empresa, los fines de semana y en los días festivos del Cantón.

Las hojas volantes serán impresas a full color ya sean trípticos dípticos, resaltando siempre lo más importante de nuestro Centro Asesoría Profesional.

Descuentos:

El día de la inauguración del local, las primeras 15 personas que nos visiten, tendrán un descuento del 50% en cualquiera de nuestros servicios.

Por la presentación de un nuevo cliente, la próxima asesoría o capacitación es totalmente gratuita.

Logo del Centro:

El Centro llevará por Razón Social:

CAPMI: Centro de Asesoría Profesional de Milagro

El Slogan estará formado por:

Soluciones Avanzadas Adaptadas a su Negocio:

- Un slogan innovador, creativo y difícil de olvidar. Diferenciándonos de la competencia siendo responsables al momento de enfrentarse con los problemas presentados por nuestros clientes de manera que se brinda una serie de alternativas trabajadas con profesionalismo para que se quede grabada en la mente de los protagonistas y se conviertan en la mayor fuente de promoción del servicio ofrecido.

Nuestro slogan y sus colores son importantes porque están directamente ligados a la publicidad y el marketing para una mayor interpretación. Para el slogan de la empresa hemos utilizados algunos colores entre ellos está el color rojo para reflejar el poder, la confianza y la actitud optimista ante los negocios, el mismo que se encuentra directamente contrastado con el color rosado claro para dar el aspecto de claridad de ideas, creatividad, serenidad, sabiduría, fe, confianza y estabilidad para tener un buen desempeño y crecimiento económico de las actividades comerciales desempeñadas por este sector tan importante en la economía de nuestro País.



Figura 44. Logo del Centro

Tarjeta de presentación:



Figura 45. Tarjeta de Presentación del Centro

CAPMI

CAPMI

**ES UNA EMPRESA ENCAMINADA A OFRECER
SERVICIOS DE ASESORÍAS PROFESIONAL
A TODOS LOS MICROEMPRESARIOS**

NUESTROS SERVICIOS SON:

- ASESORÍAS CONTABLES.
- CAPACITACIONES CONTABLES.
- ORIENTACIÓN TRIBUTARIA



CAPMI

CAPMI

Figura 46. Volantes del Centro

Afiches:



CAZMI

SERVICIOS INTEGRALES DE ASESORÍA PROFESIONAL

TE PREOCUPA EL FUTURO DE TU NEGOCIO

**QUIERES SER LÍDER?
NO SABES CÓMO HACERLO!
NOSOTROS TE ENSEÑAMOS
DE LA MANERA MÁS
SENCILLA Y CORRECTA**

CONTAMOS CON SERVICIOS DE:

- ASESORIAS CONTABLES
- CAPACITACIONES CONTABLES
- ORIENTACION TRIBUTARIA

**¡VISTANOS Y NO
SE
ARREPENTIRAS**

Teléfono: 042710710
Celular: 0985019478 - 094466161

Av. Juan Montalvo y 9 de Octubre
(Frente al Banco de Guayaquil)
Milagro - Ecuador

Figura 47. Afiches del Centro

PLAZA – DISTRIBUCIÓN: Es el lugar donde vamos a comercializar el servicio o producto que va a ser ofertado.

El Centro de Asesorías Profesional estará ubicado en la Av. Juan Montalvo y Calle 9 de Octubre (Frente al Banco de Guayaquil). La ubicación del Centro es de gran importancia ya que se encuentra establecido en un sector de mucha afluencia comercial, siendo un lugar apropiado dirigido y orientado a la población microempresarial.

Al ser un servicio puro, el canal que se utilizará es el directo ya que se tiene contacto permanente con el cliente microempresarial.

SOFTWARE A UTILIZARSE EN EL CENTRO DE ASESORÍA PROFESIONAL “SIACONT”

Nombre: Sistema de Control Administrativo Financiero



Figura 48. Capturar la pantalla del software de Sistema de Control Administrativo Financiero

CUENTA CON LOS SIGUIENTES MÓDULOS, LOS MISMOS QUE PROCESAN LA INFORMACIÓN DE MANERA INTEGRADA:

- Contabilidad General
- Bancos
- Facturación
- Cuentas por Cobrar
- Control de Inventarios
- Recursos Humanos y Rol de Pagos
- Anexos S.R.I.
- NIIF²⁵

5.7.1 Actividades

Como podemos notar una organización para que sea productiva existen muchos elementos que debemos tomar en cuenta, siendo de gran importancia ya que estos forman parte del mismo.

Para la implementación del Centro de Asesorías Profesional se analizó puntos importantes los cuales son:

Aspectos Geográficos.- Nuestra empresa tendrá lugar en este País: Ecuador, en la provincia del Guayas, Cantón Milagro; el mismo que estará ubicado estratégicamente en la Av. Juan Montalvo y Calle 9 de Octubre (Al frente del Banco de Guayaquil) debido al fácil acceso para los microempresarios y donde se encuentra la zona comercial del Cantón. Deseamos que nuestra empresa en el futuro crezca a nivel local y a nivel nacional.

Aspecto Social.- Hemos considerado a los microempresarios formales tanto hombres como mujeres, acorde a las diferentes actividades económicas que se desempeñan dentro nuestro Cantón como es el caso de manufactura, comercio, servicios. Previo al estudio de mercado realizado aceptaron la ejecución de la propuesta planteada.

²⁵ DTCOMPU.COM, Sistema Administrativo Contable, <http://www.youtube.com/watch?v=n5ALd5DFAA8>, <http://www.dtcompu.com/>.

Aspecto Económico.- Nuestro estudio está dirigido a los microempresarios del Cantón Milagro como hemos mencionado anteriormente, observando sus, necesidades, situaciones, capacidad de pago y actividades que realizan para aportar en el crecimiento y mejoramiento económico de sus negocios de tal manera que contribuya positivamente en el rendimiento de la población comercial.

Aspecto Financiero: Este es una de los aspectos más importante en todo negocio ya que se invierte para lograr el objetivo planteado, haciéndolo de una forma estratégica con el fin de evitar futuros riesgos que atenten a las finanzas de nuestra empresa.

Aspecto Estratégico: En este aspecto, es uno de los más importantes ya que dependiendo de las estrategias planteadas podremos posesionar en el mercado de acuerdo a la prestación de nuestros servicios, la misma que será ejecutada de una forma reservada para así atraer la atención del cliente y ser reconocida fácilmente por la población.

Aspecto Legal: Es un aspecto esencial ya que todo negocio debe contar con su respectiva documentación cumpliendo con los requisitos necesarios para llevar a cabo la realización del negocio y además poder ofrecer al público y dar a conocer su actividad; debido a esto nuestra empresa tomará un tiempo considerable para la realización de todos sus permisos habilitantes y para evitar ser sancionada a futuro.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Según los objetivos establecidos en el desarrollo de la propuesta, es necesario detallar a continuación el talento humano requerido en nuestro centro:

Cuadro 55. Personal del Centro de Asesoría Profesional de Milagro “CAPMI”

DESIGNACIÓN DEL CARGO	N° DE PERSONAS EN EL CARGO
Gerente	1
Contador	1
Jefe Administrativo	1
Jefe Comercial y de Marketing	1
Servicio al Cliente	3
Servicio Generales	1
Capacitadores	3
Fuerza de Venta	3

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 56. Inversión de activos fijos de la propuesta

PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
UNIDADES	DESCRIPCION	C. UNITARIO	TOTAL
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO NIC 16			
MOBILIARIOS Y ENSERES			
10	Sillas giratorias para escritorio de oficina	\$ 80,00	\$ 800,00
5	Escritorios en "L" - Estación de trabajo	\$ 200,00	\$ 1.000,00
1	Escritorio - Estación de Gerencia	\$ 150,00	\$ 150,00
2	Sillas de Gerencia magistral	\$ 60,00	\$ 120,00
3	Butacas de espera	\$ 65,00	\$ 195,00
6	Sillas para clientes	\$ 22,00	\$ 132,00
1	Mesa de centro de vidrio	\$ 150,00	\$ 150,00
4	Mesas grandes para capacitación	\$ 125,00	\$ 500,00
12	Sillas tapizadas para capacitaciones	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL DE MOBILIARIOS Y ENSERES			\$ 3.347,00
EQUIPO DE OFICINA			
1	Acondicionador de Aire Samsung	\$ 834,02	\$ 834,02
2	Dispensador de Agua	\$ 80,00	\$ 160,00
2	Teléfonos de mesa para oficina	\$ 56,48	\$ 112,96
1	TV Pantalla Plana LED	\$ 1.450,44	\$ 1.450,44
3	Archivadores Metálicos de 4 gavetas para oficina	\$ 80,00	\$ 240,00
2	Archivadores Vitrina metálica para oficina	\$ 140,00	\$ 280,00
10	Calculadoras	\$ 22,00	\$ 220,00
10	Grapadoras	\$ 5,00	\$ 50,00
2	Paquete de Resmas de hojas para imprimir	\$ 33,50	\$ 67,00
10	Perforadoras	\$ 5,00	\$ 50,00
1	Extintor de incendios de 10 libras	\$ 31,00	\$ 31,00
1	Pizarra de tiza liquida 120x80 cm	\$ 30,00	\$ 30,00
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			\$ 3.525,42
EQUIPO DE COMPUTACION COMUNICACIÓN			
10	Computadoras de escritorio LG 19	\$ 950,00	\$ 9.500,00
2	Laptop HP 5 GB	\$ 1.401,35	\$ 2.802,70
4	Impresora canon con tinta continua	\$ 120,00	\$ 480,00
1	Software Integral Contable para (6pc)	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
1	Proyector	\$ 552,00	\$ 552,00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION			\$ 14.734,70
TOTAL INVERSION EN ACTIVO FIJOS			\$ 21.607,12

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

NUESTRO DINERO EN EFECTIVO SERÁ DE 5.000 \$ DIVIDIDO RESPECTIVAMENTE ENTRE LAS DOS SOCIAS ES DECIR

Cuadro 57. Aporte de las Socias

SOCIAS	\$
Karina Criollo	\$ 2.500
Deisy Palma	\$ 2.500
TOTAL	\$5.000

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 58. Inversión Total de la Propuesta

INVERSION TOTAL DE LA PROPUESTA	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	
Mobiliarios y Enseres	\$ 3.347,00
Equipo de Oficina	\$ 3.525,42
Equipo de Computo	\$ 14.734,70
Caja - Banco	\$ 5.000,00
TOTAL DE INVERSION	\$ 26.607,12

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 59. Financiamiento de la propuesta

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		\$ 26.607,12
Financiado	65%	\$ 17.294,63
Capital Propio	35%	\$ 9.312,49
		\$ 26.607,12

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 60. Tasa de Préstamo Bancario

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	11,83%	0,12 0,12

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 61. Préstamo Bancario de la Propuesta

PRESTAMO BANCARIO		
PRESTAMO BANCARIO	\$ 17.294,63	\$ 2.045,95

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 62. Tabla de Amortización del Financiamiento Anual de la Propuesta

FINANCIAMIENTO ANUAL				
TABLA DE AMORTIZACION				
PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
-				\$ 17.294,63
1	\$ 5.504,88	\$ 2.045,95	\$ 3.458,93	\$ 13.835,70
2	\$ 5.095,69	\$ 1.636,76	\$ 3.458,93	\$ 10.376,78
3	\$ 4.686,50	\$ 1.227,57	\$ 3.458,93	\$ 6.917,85
4	\$ 4.277,31	\$ 818,38	\$ 3.458,93	\$ 3.458,93
5	\$ 3.868,12	\$ 409,19	\$ 3.458,93	\$ -
	\$ 23.432,49	\$ 6.137,86	\$ 17.294,63	

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 63. Tabla de Amortización del Financiamiento de los cinco años
respectivamente de la Propuesta

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRIMER AÑO				
PERIDO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
-			\$ 288,24	\$ 17.294,63
1	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 17.006,38
2	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 16.718,14
3	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 16.429,90
4	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 16.141,65
5	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 15.853,41
6	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 15.565,17
7	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 15.276,92
8	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 14.988,68
9	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 14.700,43
10	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 14.412,19
11	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 14.123,95
12	\$ 458,74	\$ 170,50	\$ 288,24	\$ 13.835,70
TOTAL	\$ 5.504,88	\$ 2.045,95	\$ 3.458,93	
TABLA DE AMORTIZACION DEL SEGUNDO AÑO				
PERIDO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
-			\$ 288,24	\$ 13.835,70
1	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 13.547,46
2	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 13.259,21
3	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 12.970,97
4	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 12.682,73
5	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 12.394,48
6	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 12.106,24
7	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 11.818,00
8	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 11.529,75
9	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 11.241,51
10	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 10.953,26
11	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 10.665,02
12	\$ 424,64	\$ 136,40	\$ 288,24	\$ 10.376,78
TOTAL	\$ 5.095,69	\$ 1.636,76	\$ 3.458,93	
TABLA DE AMORTIZACION DEL TERCER AÑO				
PERIDO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
-			\$ 288,24	\$ 10.376,78
1	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 10.088,53
2	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 9.800,29
3	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 9.512,05
4	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 9.223,80
5	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 8.935,56
6	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 8.647,31

7	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 8.359,07
8	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 8.070,83
9	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 7.782,58
10	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 7.494,34
11	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 7.206,10
12	\$ 390,54	\$ 102,30	\$ 288,24	\$ 6.917,85
TOTAL	\$ 4.686,50	\$ 1.227,57	\$ 3.458,93	

TABLA DE AMORTIZACION DEL CUARTO AÑO

PERIDO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
-			\$ 288,24	\$ 6.917,85
1	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 6.629,61
2	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 6.341,36
3	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 6.053,12
4	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 5.764,88
5	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 5.476,63
6	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 5.188,39
7	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 4.900,14
8	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 4.611,90
9	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 4.323,66
10	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 4.035,41
11	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 3.747,17
12	\$ 356,44	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 3.458,93
TOTAL	\$ 4.277,31	\$ 409,19	\$ 3.458,93	

TABLA DE AMORTIZACION DEL QUINTO AÑO

PERIDO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
-			\$ 288,24	\$ 3.458,93
1	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 3.170,68
2	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 2.882,44
3	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 2.594,19
4	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 2.305,95
5	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 2.017,71
6	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 1.729,46
7	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 1.441,22
8	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 1.152,98
9	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 864,73
10	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 576,49
11	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ 288,24
12	\$ 322,34	\$ 34,10	\$ 288,24	\$ (0,00)
TOTAL	\$ 3.868,12	\$ 409,19	\$ 3.458,93	

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 64. Estado de Resultados de la Propuesta

CAPMI						
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	\$ 117.000,00	\$ 122.850,00	\$ 128.992,50	\$ 135.442,13	\$ 142.214,23	\$ 646.498,86
COSTO DE VENTA	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43	\$ 26.523,03
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	\$ 112.200,00	\$ 117.810,00	\$ 123.700,50	\$ 129.885,53	\$ 136.379,80	\$ 619.975,83
COSTOS INDIRECTOS	\$ 106.417,99	\$ 111.738,89	\$ 117.325,84	\$ 123.192,13	\$ 129.351,74	\$ 588.026,59
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 5.782,01	\$ 6.071,11	\$ 6.374,66	\$ 6.693,40	\$ 7.028,07	\$ 31.949,24
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.045,95	\$ 1.636,76	\$ 1.227,57	\$ 818,38	\$ 409,19	\$ 6.137,86
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION A TRABAJADORES	\$ 3.736,05	\$ 4.434,34	\$ 5.147,09	\$ 5.875,01	\$ 6.618,87	\$ 25.811,38
PARTICIPACION A EMPLEADOS 15%	\$ 560,41	\$ 665,15	\$ 772,06	\$ 881,25	\$ 992,83	\$ 3.871,71
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	\$ 3.175,64	\$ 3.769,19	\$ 4.375,03	\$ 4.993,76	\$ 5.626,04	\$ 21.939,67
IMPUESTO A LA RENTA 22%	\$ 698,64	\$ 829,22	\$ 962,51	\$ 1.098,63	\$ 1.237,73	\$ 4.826,73
UTILIDAD NETA	\$ 2.477,00	\$ 2.939,97	\$ 3.412,52	\$ 3.895,13	\$ 4.388,31	\$ 17.112,94

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 65. Flujo de Efectivo Proyectado de la Propuesta

CAPMI -FLUJO DE CAJA (PROYECTADO)							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS		\$ 117.000,00	\$ 122.850,00	\$ 128.992,50	\$ 135.442,13	\$ 142.214,23	\$ 646.498,86
TOTAL DE INGRESOS OPERATIVOS	\$ -	\$ 117.000,00	\$ 122.850,00	\$ 128.992,50	\$ 135.442,13	\$ 142.214,23	\$ 646.498,86
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	\$ 26.607,12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ -	\$ 87.908,30	\$ 92.303,72	\$ 96.918,90	\$ 101.764,85	\$ 106.853,09	\$ 485.748,85
GASTOS DE VENTAS		\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43	\$ 26.523,03
GASTOS GENERALES		\$ 8.160,00	\$ 8.568,00	\$ 8.996,40	\$ 9.446,22	\$ 9.918,53	\$ 45.089,15
GATOS DE ESTABLECIMIENTOS		\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43	\$ 26.523,03
PAGO A PARTCIPCACION DE EMPLEADOS			\$ 560,41	\$ 665,15	\$ 772,06	\$ 881,25	\$ 2.878,88
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA			\$ 698,64	\$ 829,22	\$ 962,51	\$ 1.098,63	\$ 3.589,00
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	\$ 26.607,12	\$ 105.668,30	\$ 112.210,76	\$ 117.993,67	\$ 124.058,84	\$ 130.420,36	\$ 590.351,93
FLUJO OPERATIVO	\$ (26.607,12)	\$ 11.331,70	\$ 10.639,24	\$ 10.998,83	\$ 11.383,29	\$ 11.793,87	\$ 56.146,92
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	\$ 17.294,63	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 17.294,63	\$ -					
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONISTAS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PAGO DE CAPITAL		\$ 3.458,93	\$ 3.458,93	\$ 3.458,93	\$ 3.458,93	\$ 3.458,93	\$ 17.294,63
PAGO DE INTERESES		\$ 2.045,95	\$ 1.636,76	\$ 1.227,57	\$ 818,38	\$ 409,19	\$ 6.137,86
TOTAL DE EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ -	\$ 5.504,88	\$ 5.095,69	\$ 4.686,50	\$ 4.277,31	\$ 3.868,12	\$ 23.432,49
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 17.294,63	\$ (5.504,88)	\$ (5.095,69)	\$ (4.686,50)	\$ (4.277,31)	\$ (3.868,12)	\$ (23.432,49)
FLUJO NETO	\$ (9.312,49)	\$ 5.826,82	\$ 5.543,55	\$ 6.312,33	\$ 7.105,98	\$ 7.925,76	\$ 32.714,43
SALDO INICIAL	\$ -	\$ 5.000,00	\$ 10.826,82	\$ 16.370,37	\$ 22.682,69	\$ 29.788,68	
FLUJO ACUMULADO	\$ -	\$ 10.826,82	\$ 16.370,37	\$ 22.682,69	\$ 29.788,68	\$ 37.714,43	

TIR DEL NEGOCIO

31%

TIR DEL INVERSIONISTA

59%

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 66. Balance General Proyectado de la Propuesta

BALANCE GENERAL (PROYECTADO)						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
EFFECTIVO Y SUS EQUIVALENTE	\$ 5.000,00	\$ 10.826,82	\$ 16.370,37	\$ 22.682,69	\$ 29.788,68	\$ 37.714,43
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 5.000,00	\$ 10.826,82	\$ 16.370,37	\$ 22.682,69	\$ 29.788,68	\$ 37.714,43
ACTIVOS FIJOS	\$ 21.607,12	\$ 21.607,12				
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		\$ 5.549,69	\$ 11.376,87	\$ 17.495,41	\$ 23.919,87	\$ 30.665,56
TOTAL ACTIVO FIJOS	\$ 21.607,12	\$ 16.057,43	\$ 10.230,25	\$ 4.111,71	\$ (2.312,75)	\$ (9.058,44)
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 26.607,12	\$ 26.884,25	\$ 26.600,62	\$ 26.794,41	\$ 27.475,93	\$ 28.655,99
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
PRESTAMO	\$ 17.294,63	\$ 13.835,70	\$ 10.376,78	\$ 6.917,85	\$ 3.458,93	\$ -
PARTICIPACION DE EMPLEADOS	\$ -	\$ 560,41	\$ 665,15	\$ 772,06	\$ 881,25	\$ 992,83
IMPUESTO A LA RENTA A PAGAR	\$ -	\$ 698,64	\$ 829,22	\$ 962,51	\$ 1.098,63	\$ 1.237,73
TOTAL DE PASIVOS	\$ 17.294,63	\$ 15.094,75	\$ 11.871,15	\$ 8.652,42	\$ 5.438,81	\$ 2.230,56
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	\$ 9.312,49	\$ 9.312,49	\$ 9.312,49	\$ 9.312,49	\$ 9.312,49	\$ 9.312,49
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ -	\$ 2.477,00	\$ 2.939,97	\$ 3.412,52	\$ 3.895,13	\$ 4.388,31
UTILIDAD DEL EJERCICIO AÑOS ANTERIOR	\$ -	\$ -	\$ 2.477,00	\$ 5.416,97	\$ 8.829,49	\$ 12.724,63
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 9.312,49	\$ 11.789,49	\$ 14.729,46	\$ 18.141,99	\$ 22.037,12	\$ 26.425,43
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 26.607,12	\$ 26.884,25	\$ 26.600,62	\$ 26.794,41	\$ 27.475,93	\$ 28.655,99

0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

Cuadro 67. Razones Financieras de la Propuesta

CAPMI
INDICES FINANCIEROS

FLUJOS NETOS	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESCRIPCION	\$					142
FLUJOS NETOS	(26.607,12)	\$ 5.826,82	\$ 5.543,55	\$ 6.312,33	\$ 7.105,98	142

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	11,83%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO		MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS		\$ 56.146,92
AÑOS		5
INVERSION INICIAL		\$ 26.607,12
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO		42,20%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		\$ 41.383,64
VAN	POSITIVO	\$ 14.776,52
INDICE DE RENTABILIDAD I.R	MAYOR A1	2,80
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	180,06
TASA INTERNA DE RETORNO		31%
TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA		59%

	AÑO 1
RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	\$ 117.000,00
COSTO DIRECTO	\$ 4.800,00
COSTO INDIRECTO	\$ 106.417,99
FUJO NETO	\$ 5.826,82
PAGO DE DIVIDENDOS	\$ 3.458,93
GASTOS FINANCIERO	\$ 2.045,95
GASTOS PERSONAL (ADMINISTRATIVO)	\$ 87.908,30
ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 16.057,43

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	\$ 110.970,63
EN PORCENTAJES	95%

Fuente: Estudio de Mercado

ELABORADO: Karina Criollo y Deisy Palma

5.7.3 Impacto

- Impulsar a los comerciantes una adecuada cultura contable que les permitan fortalecer las actividades comerciales para un mayor crecimiento económico de sus negocios.
- Crear ideas competitivas que impulsen el desarrollo de los negocios de los microempresarios.
- Orientar con conocimientos fiscales de tal manera que se logre disminuir los riesgos de sanciones a los propietarios de los negocios.
- Motivar a los microempresarios promoviendo el trabajo en equipo para que puedan tomar decisiones y estimulen su imaginación.
- Incentivar a los microempresarios que dispongan de tiempo para su actividad laboral, logrando una mayor productividad con calidad y competitividad.
- Desarrollar estrategias para incrementar el volumen de ventas de los microempresarios para que estos obtengan mayor ganancia y crezcan como empresa.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 68. Diagrama de Gantt

N°	ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACION DEL PROYECTO (SEMANAS)															
		MES 1 NOVIEMBRE				MES 2 DICIEMBRE				MES 3 ENERO				MES 4 FEBRERO			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Búsqueda del local	■	■														
2	Búsqueda de financiamiento		■	■													
3	Remodelación del local				■	■	■										
4	Obtención de permisos para el local						■	■									
5	Cotizaciones de materiales, mobiliarios y equipos							■	■								
6	Compra de materiales, mobiliarios y equipos									■	■						
7	Instalación de mobiliarios y equipos											■	■				
8	Selección del personal												■	■			
9	Contratación del personal														■		
10	Promoción y publicidad del servicio														■	■	
11	Ejecución de servicio															■	

Elaborado: Karina Criollo y Deisy Palma

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

- Diseñar estrategias que permita fortalecer la capacidad de gestión del Centro mediante el entrenamiento profesional periódico de los colaboradores, logrando llenar sus expectativas.
- Dar soluciones de una manera agilizada a los problemas que se presenten a nivel empresa y a nivel clientes.
- Desarrollar estándares de desempeño institucional enfocados en los objetivos planteados, el talento humano requerido y el servicio brindado, constituyéndose en el referente principal que determine la viabilidad de la existencia del Centro de Asesoría Profesional.
- Realizar el respectivo marco presupuestal, para programar anualmente los recursos necesarios para que se puedan planificar los programas de asesorías y capacitaciones de manera organizada, con el fin de garantizar una correcta operación en la prestación de los servicios.
- Mantener constantemente contacto con el sector microempresarial y a su vez evaluar y crear propuestas de asesorías y capacitación en base a sus necesidades y exigencias, de manera que visualicen al Centro como una herramienta de apoyo para la productividad de sus negocios.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- Se obtuvo una visión clara del alto grado de escasez de conocimientos contables y tributarios en los microempresarios del Cantón Milagro mediante las encuestas realizadas a dicho sector, lo cual se torna un factor preocupante porque afecta al desarrollo empresarial y competitivo de sus negocios y por ende a la economía de este Cantón.
- La investigación de mercado realizada reveló que la preparación académica del personal, afectando al crecimiento empresarial debido a que la mayoría del

personal tiene un nivel medio de estudio, dando como resultado un bajo rendimiento laboral y a su vez provoca que no exista potencialidad de clientes.

- Existe un mercado potencial explotable, el mismo que se encuentra en un constante crecimiento y el cual se puede ingresar fácilmente pues las barreras de entrada son bajas y la inversión inicial es mínima (hecho que se profundiza en el estudio económico-financiero).
- En los diferentes sectores de las actividades económicas de nuestro cantón están sintiendo la presencia de este fenómeno llamado globalización, que implica apertura de mercados, alta tecnología, eficiencia y competitividad. Lo que nos obliga a tener nuevos conceptos de calidad y servicio, los rápidos avances tecnológicos nos ayudan a ofrecer servicios de calidad para poder competir con grandes empresas contables y tributarias.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 31% la cual es mayor que el interés del 11.83% otorgado por el Banco, dando la pauta necesaria para que el inversionista ponga en marcha la presente propuesta ya que el rendimiento permanece atado al mismo. Mientras que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$. 14.776,52 lo que significa que el proyecto será rentable al obtener ganancias luego de descontar la inversión inicial.

RECOMENDACIONES:

- Para la realización de nuestro proyecto se debe seguir ordenadamente todos los parámetros establecidos en la presente investigación, lo que permitirá alcanzar niveles óptimos de servicio y los beneficios esperados por el inversionista.
- El capital de trabajo debe respaldar el funcionamiento del negocio durante los cuatro primeros meses de labores, por esta razón es primordial contar con todo este monto para evitar desfinanciamiento o incurrir en deudas no programadas que encarecerán los costos del servicio.
- De las utilidades anuales resultantes construir, un Fondo de Reserva para restitución de los activos fijos, con la finalidad de ir acumulando valores que permitan enfrentar cualquier imprevisto dentro del Centro.

- El talento humano del Centro es la parte fundamental para el desarrollo económico y financiero del mismo, por ello es preciso realizar un proceso para contratación del personal con el fin de recolectar recurso humano calificado y competitivo de manera que se logrará brindar un servicio de calidad.
- Adherir los parámetros establecidos en la propuesta, con los objetivos y estrategias planteadas en el Plan Nacional para el Buen Vivir (2009-2013) que busca consolidar el desarrollo de los ecuatorianos para una mejor forma de vida.
- Implementar el Centro de Asesoría Profesional con los espacios físicos adecuados y los equipos y materiales recomendados para brindar un servicio adecuado y único, de tal manera que garantice los resultados que se esperan con la finalidad de reducir los índices de desconocimiento contable y tributario en los microempresarios.

4.5 BIBLIOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN

- ❖ BEJARANO BOLAÑOS, MENDIETA SOLÍS, Daniel, Julio: *Análisis de las causas que impiden a las Microempresas de la ciudad de Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo*, UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL, Universidad Estatal De Milagro, Febrero 2012.
- ❖ BERNAL TORRES, César Augusto: *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*, Editorial Pearson, Naucalpan, 2006.
- ❖ BUSTOS, Javier: “Los impuestos medioambientales”, *Revista Judicial*, N° 124, Quito, 2011, p. 3.
- ❖ BLACIO AGUIRRE, Robert: “El Tributo en el Ecuador”, *Revista Judicial*, N° 31, Quito, 2009, pp. 5-6.
- ❖ DONOSO ANES, Rafael: *Una contribución a la historia de la contabilidad*, Universidad de Sevilla, Salamanca España, 1996
- ❖ FORO ECUATORIANO DE LA MICROEMPRESA: *Identidad, Importancia y Potencialidad de la microempresa*, Quito, Autor, 2009.
- ❖ GISPERT, Carles, CENTRUM OCEANO y OCEANO GROUP: *Enciclopedia Práctica de la pequeña y mediana empresa*, Editorial Océano Group, Barcelona, 2005.
- ❖ GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN EL TRIUNFO: *Base de datos de catastro de contribuyentes de patentes y activos totales del sector empresarial*, El Triunfo, Departamento de Rentas, 2011.
- ❖ GODOY, Cecibel, *Microempresas*, p. 10.
- ❖ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS: *Base de datos de los resultados del Censo Nacional Económico 2010*, Quito, Autor, 2011.
- ❖ Jara Avilés, Tigre Sánchez, Ana, Diana: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA Y CAPACITACIÓN CONTABLE-TRIBUTARIO PARA LOS MICROEMPRESARIOS DEL CANTÓN EL TRIUNFO, Universidad Estatal De Milagro, Julio 2012.

- ❖ LÓPEZ-CALERA, Nicolás: *Naturaleza dialéctica de los derechos humanos*, Editor Werner Maihofer, Edinbrough, 1989.
- ❖ MARTINEZ, Rafael D.: *Manual de contabilidad para PYMES*, Editorial Club Universitario, San Vicente (Alicante) España, 2009.
- ❖ MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD: *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*, Quito, Autor, 2011.
- ❖ MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD: *Sistema de Indicadores del Ministerio de Industrias y Productividad-Censo Económico 2010*, Quito, Autor, 2011.
- ❖ MORÁN POVEDA, Leonardo Francisco: *Proyecto de creación de una empresa de asesoría contable, tributaria y financiera para las PYMES*, Tesis de grado para optar el título de Economista con mención en Gestión Empresarial Especialidad Finanzas, Escuela de Ciencias Humanísticas y Económicas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador, 2006.
- ❖ MORENO, Luis: *La Microempresa en Ecuador: perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo*, Publicompra, Quito, 2006.
- ❖ OCEANO GRUPO EDITORIAL: *Diccionario de lengua Española*, México, 1990.
- ❖ SACO, Raquel y MAZZA, Maga: *Aprender a crear una microempresa*, Paidós, Barcelona, 2004.
- ❖ SELDON, Arthur: *Diccionario de economía una expansión alfabética de conceptos económicos y su expansión*, Larousse, Barcelona, 1986.
- ❖ TORRES RODRIGUEZ, Luis: *Creación y Formalización de la Microempresa Civil*, Fundación Avanzar, Quito, 2005.
- ❖ VERA, Daniel: “El mapa económico del país está casi listo, según el INEC”, *Buró de Análisis Informativo*, N° 20, Ecuador, 2011.
- ❖ VERA, Daniel: “El mapa económico del país está casi listo, según el INEC”, *Buró de Análisis Informativo*, N° 20, Ecuador, 2011.

LINKOGRAFÍA

- ❖ ALARCÓN COSTTA, César Augusto: Al futuro con la microempresa, <http://www.cesaralarcon.com/libros/AL%20FUTURO%20CON%20LA%20%20MICROEMPRESA%20.pdf>, extraído el 10 de agosto del 2013.
- ❖ COOPERATIVA SAN FRANCISCO DE ASIS, *Créditos Para Microempresas*, http://www.csfasis.fin.ec/credito_microempresa.php.
- ❖ DEGERENCIA.COM: *Contabilidad*, <http://www.degerencia.com/tema/contabilidad>, extraído el 15 de julio del 2013.
- ❖ Diario el comercio, Ecuador reajusta a la baja crecimiento del PIB en 2012 (de 5,4% a 4,8%), http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Ecuador-reajusta-baja-crecimiento-PIB-economia_0_739126089.html, extraído el 07 de noviembre del 2013.
- ❖ DIEGUEZ SOTO, Julio: *La Contabilidad Como Instrumento De Desarrollo, pela, Universidad de Málaga ,2003.*
- ❖ Economía.com, Producto Club Planeta, Interno Bruto, http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm, extraído el 07 de noviembre del 2013.
- ❖ GABISOL: Servicios de contabilidad para pequeñas empresas, núcleo de la organización, <http://www.the-reconnection.es/tag/asesorias-en-madrid/>, extraído el 15 de julio del 2013.
- ❖ GERENCIE.COM: Origen de los impuestos, <http://www.gerencie.com/origen-de-los-impuestos.html>, extraído el 26 de agosto 2013.
- ❖ GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN: Historia de la contabilidad mundial, <http://www.gestionyadministracion.com/contabilidad/historia-de-la-contabilidad.html>, extraído el 15 de junio del 2013.
- ❖ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS: Base de datos de los resultados del Censo Nacional Económico 2010, Quito, Autor, 2011.
- ❖ MICROEMPRENDEDOR.COM: Ventajas y Desventajas de las microempresas, <http://www.microempendedor.com/creacion-de-empresas/microempresas/ventajas-y-desventajas-de-las-microempresas/>, extraído el 28 de agosto del 2013.
- ❖ MIISTERIO DE RELACIONES LABORALES, : *Fundaciones ,Corporaciones y Microempresas Asociativas*,

<http://www.relacioneslaborales.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas/>

- ❖ MOSTAFA, Mariela , : *Proyecto y Gestión de Microemprendimientos*, <http://www.slideshare.net/marielamostafa/microempresas-12019421>
- ❖ PEÑA, Alberto: Código de Comercio Ecuador, <http://www.buenastareas.com/ensayos/Codigo-De-Comercio-Ecuador/1167407.html>, extraído el 25 de julio del 2013.
- ❖ PRENDES, Lissette: Paso a paso para montar una 'micro', <http://es.scribd.com/doc/54203165/Paso-a-paso-para-montar-una>, extraído el 2 de Septiembre del 2013.
- ❖ SUPEERINTENDIA DE COMPAÑÍAS,: *Clasificación De Las Pymes* , <http://www.nectilus.com/colin/?p=710>

ANEXOS



ANEXO 1. Encuesta Realizada a los Microempresarios del Cantón Milagro

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

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

OBJETIVO: Realizar una investigación en el sector de las micro y pequeñas empresas del cantón Milagro, a través del uso de encuestas, con la finalidad de determinar el nivel de competitividad de los mismos.

COOPERACIÓN: Le agradecemos muy encarecidamente por la contestación de cada una de las preguntas de manera precisa y sincera, ya que las respuestas de las preguntas son de gran importancia para el presente proyecto por lo que toda información recopilada se mantendrá en absoluta reserva.

Datos informativos:

Sexo: M F

1.- ¿Cuál es la actividad comercial de su microempresa?

Manufacturera	
Comercial	
Servicio	

2.- ¿Cuándo inicio el negocio, se dio con:

Capital propio	
Capital propio y préstamo bancario	
Solo préstamo bancario	
Préstamo informal	

3.- ¿Cuánto tiempo tiene el negocio en el mercado?

Menos de 1 año	
Entre 1 a 3 años	
Entre 3 a 5 años	
Más de 5 años	

4.- El negocio es administrado por:

Propietario	
Familiar	
Terceras personas	

5.- La persona que administra el negocio tiene preparación académica:

Básico	
Medio	
Avanzado	

6.- ¿Existe interés por capacitarse para ser más competitivos?

Constantemente	
Pocas veces	
Nunca	

7.- ¿A recibido charlas o seminarios de cómo pueden ser competitivo o mantenerse en el mercado empresarial?

si	
no	

8.- ¿Qué nivel de competencia tiene su empresa?

Alta	
Medio	
Bajo	

9.- ¿Qué nivel de confianza considera usted que las microempresas proyectan a las instituciones financieras?

Alto nivel	
Nivel medio	
Bajo nivel	
Nada	

10.- ¿Considera usted que las políticas de ventas ayudan al mejoramiento económico de su negocio?

si	
no	

11.- ¿Cómo lleva el control de los inventarios de su negocio?

Por medio de un sistema	
Manualmente	
No lleva control	

12.- ¿Tiene facilidad para negociar la adquisición de nuevos productos en el mercado y así ser más competitivo?

Si	
No	
A veces	

13.- ¿Estaría dispuesta a recibir charlas o seminarios acerca de cómo manejar su microempresa?

si	
no	

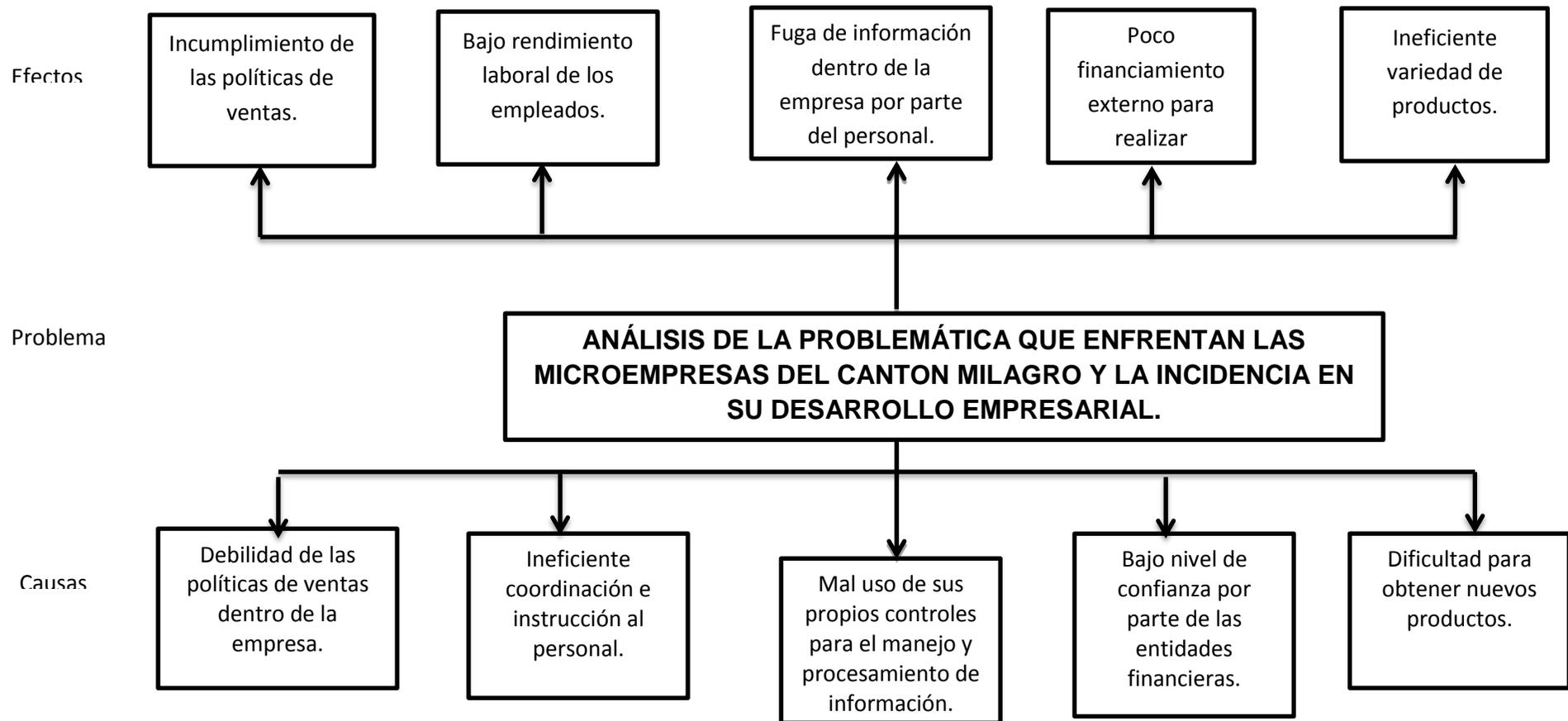
14.- ¿Estaría dispuesto a invertir en mejoras hacia su negocio a través de capacitaciones para su fortalecimiento administrativo?

si	
no	
Valor dispuesto a pagar	

Anexo 2. Matriz del Proyecto

ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA QUE ENFRENTAN LAS MICROEMPRESAS DEL CANTON MILAGRO Y LA INCIDENCIA EN SU DESARROLLO EMPRESARIAL.										
X1	X2	PROBLEMA	FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	CAUSAS	EFFECTOS	SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPOTISIS GENERAL	HIPOTISIS ESPECIFICA
Problemática PYMES	Desarrollo económico y financiero	Alto nivel de competencia que enfrentan las Microempresas del sector Céntrico del Cantón Milagro que afecta su desarrollo económico y financiero año	¿De qué manera el alto nivel de competencia que enfrentan las Microempresas del sector céntrico del cantón Milagro afecta en su desarrollo económico y	Analizar las causas del alto nivel de competencias que enfrentan las Microempresas mediante encuestas dirigidas a los comerciantes del sector céntrico del cantón Milagro para mejorar su desarrollo	Debilidad de las políticas de ventas dentro de la empresa.	Incumplimiento de las políticas de ventas.	¿En que incide la debilidad de las políticas de ventas dentro de la empresa?	Analizar los factores que influyen el incumplimiento de las políticas de ventas mediante una investigación de campo para mejorar el nivel económico de la empresa.	El alto nivel de competencia que enfrentan las Microempresas del sector céntrico del cantón Milagro impiden el desarrollo económico y financiero.	La debilidad de las políticas de venta inciden negativamente en el mejoramiento económico de la empresa.
					Ineficiente coordinación e instrucción al personal.	Bajo rendimiento laboral de los empleados.	¿Cómo la ineficiente coordinación e instrucción al personal incide en el bajo rendimiento laboral?	Establecer programas de instrucción al personal mediante capacitaciones a los empleados para mejorar el desempeño laboral.		La ineficiente coordinación e instrucción al personal provoca un bajo rendimiento laboral en los empleados
					Mal uso de sus propios controles para el manejo y procesamiento de información.	Fuga de información dentro de la empresa por parte del personal.	¿A qué se debe el mal uso de controles y procesamiento de información?	Identificar los factores que influyen en el procesamiento de información mediante un sistema de control para mejorar la fuga de información dentro de la organización.		El mal uso de sus propios controles para el manejo y procesamiento de información se debe a la fuga de información dentro de la empresa por parte del personal.
					Bajo nivel de confianza por parte de las entidades financieras.	Poco financiamiento externo para realizar inversiones.	¿Qué confianza le da el sistema de crédito para contar con recursos suficientes a los pequeños negocios del cantón Milagro por parte de las entidades financieras para su	Analizar el nivel de confianza que tienen las entidades financieras a los diferentes negocios del cantón milagro mediante encuestas realizadas a dichos comerciantes para mejorar los niveles de utilidad y productividad		El bajo nivel de confianza por parte de las entidades financieras del cantón Milagro afectan negativamente el desarrollo competitivo
					Dificultad para obtener nuevos productos.	Ineficiente variedad de productos.	¿A qué se debe la dificultad de obtener nuevos productos en el mercado?	Analizar las causas de la ineficiente variedad de productos realizando una muestra estadística para ampliar la gama de productos en el mercado.		La dificultad para obtener nuevos productos se debe a la falta de investigación de mercado

Anexo 3. Árbol del Problema de la Propuesta



Anexo 4. Programas Contable Para la Creación de la Asesoría Contable

Contabilidad General

- Registro de tipos de cuentas.
- Registro de centros de costo.
- Registro del catálogo de cuentas contables.
- Registro de centros de costos por cuenta contable.
- Registro de comprobantes de diario normal.
- Registro de asientos contables tanto para Ajustes, Activo, Roles y Gastos NO deducible.
- Registro de periodos contables.
- Control de períodos contables abiertos y cerrados en todos los módulos del sistema.
- Asiento de cierre del ejercicio contable para la liquidación de las cuentas de resultados.
- Balance comprobación de sumas y saldos.
- Balance de situación clasificado x nivel hasta 5 niveles según las NIIF.
- Estado de resultados P y G x nivel hasta 5 niveles según las NIIF.
- Movimientos por cuentas contables detallado y resumido, por mes y año.
- Balance general con saldos acumulados, del mes o cuadro comparativo del año.
- Estado de pérdidas y ganancias con saldos acumulados o del mes.
- Balance general y estado de pérdidas y ganancias por centros de costos.
- Meses Cerrados
- Registro de transacciones y asientos contables de meses anteriores ya cerrados.
- Autorización de asientos contables de meses cerrados con clave de contador.
- Memorización de todas las transacciones y/o asientos contables de meses ya cerrados para afectación de los balances.

- Opción para el ingreso o reversión de transacciones de meses anteriores dentro de un mismo periodo contable, solo con clave de autorización del contador.

Bancos

- Definición de tipos de movimientos bancarios.
- Registro de cuentas bancarias y tarjetas de crédito.
- Registro de depósitos, notas de crédito y débito.
- Registro de movimientos de tarjetas de crédito.
- Registro de notas de créditos.
- Registro de notas de débitos con opción a aplicarlos a cuentas por pagar.
- Registro de cheques con opción a aplicarlos a cuentas por pagar.
- Registro de cheques para pagos de varios o múltiples proveedores al mismo tiempo (caja chica)
- Opción rápida de pagos a múltiples proveedores, ya sea con cheque, transferencia, nota de débito o efectivo.
- Ingreso de comprobantes vales de caja.
- Autorización de cheques para la impresión.
- Impresión de cheques y comprobantes de egresos.
- Anulación de cheques.
- Anulación de cheques no ingresados o contabilizados en el sistema.
- Traslado de fondos entre cuentas bancarias.
- Conciliación bancaria.
- Informe comparativo de saldos bancarios vs conciliados.
- Informe de saldos al día de las cuentas bancarias.
- Libro banco ordenado por fecha o clasificado por tipos de movimientos.
- Informe de cheques girados por beneficiarios.
- Diario de transacciones por depósitos, notas de créditos, débitos y cheques.
- Informe de cheques anulados.
- Informe de cheques emitidos.

Cuentas por Pagar

- Registro tipo de documentos con Formularios, definición de formularios autorizados de retenciones.
- Registro de tipo y clases de proveedores.
- Registro del Catálogo de Proveedores.
- Registro de los porcentajes de retención con los códigos asignados por el S.R.I.
- Registro de provisiones de facturas, notas de ventas, liquidaciones de compras.
- Registro y emisión de comprobantes de retención.
- Registro de notas de créditos y débitos.
- Registro de pagos para abonos y cancelaciones de facturas de compras.
- Diario de transacciones por facturas, notas de ventas, liquidaciones de compras y pagos.
- Cruce de valores anticipados a proveedores.
- Bloqueo de documentos x pagar por proveedores.
- Saldos de proveedores detallados y resumidos.
- Estados de cuentas de proveedores.
- Listado de retenciones agrupadas por código del S.R.I. o tipos de retenciones.
- Resumen de Impuestos y Retenciones para la declaración de formularios 103 y 104.
- Resumen de documentos ingresados por sustento tributario.
- Análisis de saldos vencidos y por vencer de cartera por pagar.
- Información de compras integrada al generador de anexos transaccionales del S.R.I.

Facturación

- Varios centros o cajas de facturación.
- Varios tipos de listas de precios.
- Precios de Productos/Servicios por listas de precios.
- Permisos de usuarios para facturación.

- Registro del Catálogo de Servicios
- Cotizaciones con opción a convertirlas en facturas de ventas.
- Cotizaciones con opción a convertirlas en pedidos.
- Pedidos con opción a convertirlos en facturas de ventas.
- Facturación de Pedidos
- Facturación Normal o para Puntos de Ventas
- Facturación Ventas de Productos y/o Servicios. (con opción para registrar series)
- Ventas POS con funcionalidades para: supermercados, restaurantes y almacenes.
- Anulación de ventas.
- Devolución por ventas.
- Guías de remisión.
- Control de precios y descuentos por clientes.
- Consulta de facturas emitidas con opción a imprimirlas.
- Consulta de facturas por Cliente con opción a imprimirlas.
- Consulta de facturas anuladas con opción a imprimirlas.
- Consulta de movimientos de artículos (Kardex de las Compras y Ventas)
- Varios resúmenes de ventas.
- Analítico por mes de Unidades vs Ventas Netas por Cliente y Vendedor, con opción a imprimir.
- Analítico por mes de Costo vs Ventas Netas por Cliente y Vendedor con opción a imprimir.
- Consulta de artículos vendidos x cliente o vendedor (costo – ventas netas = utilidad)

Cuentas por Cobrar

- Registro de tipos y clases de clientes
- Registro de Vendedores, Jefes de Vendedores, Cobradores y Jefes de Cobranzas.
- Registro del catálogo de clientes con toda la información requerida por el S.R.I.
- Permiso por tipo de transacciones por cada usuario.

- Registro de Notas de crédito y débito por varios conceptos.
- Registro de Recibos de Cobro, con opción para depósitos a Bancos y aplicación de cheques a cancelar factura.
- Registro de Retenciones entregadas por clientes para ser aplicadas a facturas de ventas.
- Aplicación de Anticipos o Saldos a favor del cliente.
- Anulación de Transacciones.
- Registro de cheques protestados.
- Registro de cheques posfechados.
- Postergación de cheques posfechados.
- Diario de transacciones realizadas por pagos, notas de crédito y débito.
- Saldos de clientes detallados y resumidos.
- Estados de cuentas de clientes.
- Listado de retenciones receiptadas por los clientes.
- Análisis de saldos vencidos y por vencer de cartera por cobrar.
- Información de ventas integrada al generador de anexos transaccionales del S.R.I.
- Comisiones
 - Porcentaje de Comisiones por días vencidos de las ventas
 - Porcentaje de Comisiones por Montos de Ventas Cumplidos
 - Porcentaje de Comisiones por Producto/Servicio y Vendedor
 - Porcentaje de Comisiones solo por cada vendedor
 - Cálculo y liquidación de comisiones dependiendo de los parámetros definidos por el usuario.

Control de Inventarios

- Registro de bodegas físicas y lógicas.
- Registro de clases y Subclases.
- Registro de Marcas.
- Registro de Ubicaciones por Bodega y Artículo.
- Grupo contable para genera asiento contable automático.
- Registro del Catálogo de Productos.

- Recetas o Componentes para Producción por cada Artículo.
- Restricción de usuarios a bodegas y tipos de movimientos.
- Generación de Órdenes de Compras automáticas en base a mínimos y máximos.
- Registro de órdenes de compras manuales.
- Anulación de órdenes de compra.
- Registro de ingresos a bodegas por compras locales.
- Registro de notas de pedidos para importaciones.
- Registro de gastos, impuestos y recargos en las importaciones.
- Registro de Egresos de bodegas.
- Registro de Transferencias entre bodegas.
- Registro de Despachos por Ventas.
- Registro de la toma física de productos.
- Método de costeo promedio.
- Kardex de productos valorizado por bodegas.
- Listado de egresos detallado y resumidos.
- Existencias y costos de productos agrupado por bodega, clases y subclases.
- Cuadro analítico de existencias y costos por bodegas.
- Consulta de Diario de transacciones por ingresos, egresos y transferencias de bodegas.
- Resumen de movimientos con entradas, salidas de productos valorizado...

Recursos Humanos y Rol de Pagos

- Registro de estructura departamental
- Registro de tipo de empleados
- Registro de profesiones o títulos
- Registro de cargos o puestos
- Registro de grupos de trabajo
- Registro de horarios de trabajo
- Días Feriados

- Maestros de Empleados
- Configuración de atrasos y horas extras
- Cargas por Empleados
- Conceptos Permisos y Justificaciones
- Aumento automático de Sueldos
- Reportes departamentales x empleados
- Reportes de empleados en general
- Kardex de productos valorizado por bodegas.

Anexos S.R.I.

- Registro de códigos de retención (AIR) asignados por el S.R.I.
- Procesamiento de la información para el S.R.I.
- Generador de los anexos transaccionales ATS o REOC en formato XML.
- Utilitario dinámico (reportes) para detectar errores en los anexos.
- Generación de archivos XML de ATS o REOC para subir al Formulario DIMM del SRI.²⁶

Toda la información que se requiere para llenar los formularios 103 y 104²⁷

NIIF

- Introducción De NIIF Para Las PYMES
- ¿Por Qué Contar Con Normas Diferenciadas?
- La NIIF Para Las PYMES
- Cómo Define A Las PYME El IASB
- El Grupo De Implementación Para PYMES
- Mantenimiento De La NIIF Para Las PYMES
- ¿Qué Herramientas Existen Para Facilitar La Difusión De La NIIF Para Las PYMES?
- Las Secciones De La NIIF Para Las PYMES⁷
- Pequeñas Y Medianas Entidades
- Conceptos Y Principios Generales

²⁶ Ídem

²⁷ D.T.COMPU S.A.; Sistema Contable Anexos del S.R.I, <http://www.dtcompu.com/index.php/fruit-encyclopedia>

- Presentación De Estados Financieros
- Estado De Situación Financiera
- Estado De Resultados Integrales
- Estado De Cambios En El Patrimonio Y Estado De Resultados Y Ganancias Acumuladas
- Estado De Flujos De Efectivo
- Notas A Los Estados Financieros
- Estados Financieros Consolidados Y Separados
- Políticas Contables, Estimaciones Y Errores
- Instrumentos Financieros Básicos
- Otros Temas Relacionados Con Los Instrumentos Financieros
- Inventarios
- Inversiones En Asociadas
- Inversiones En Negocios Conjuntos
- Propiedades De Inversión
- Propiedades, Planta Y Equipo
- Activos Intangibles Distintos De La Plusvalía
- Combinaciones De Negocios Y Plusvalía
- Arrendamientos
- Provisiones Y Contingencias
- Pasivos Y Patrimonio
- Ingresos De Actividades Ordinarias
- Subvenciones Del Gobierno
- Costos Por Préstamos
- Pagos Basados En Acciones
- Deterioro Del Valor De Los Activos
- Beneficios A Los Empleados
- Impuesto A Las Ganancias
- Conversión De La Moneda Extranjera
- Hiperinflación
- Hechos Ocurridos Después Del Periodo Sobre El Que Se Informa
- Información A Revelar Sobre Partes

- Relacionadas
- Actividades Especiales
- Transición A La NIIF Para Las PYMES

M Anexo 5. Leyes para la creación y control de empresas en el Ecuador

LEY DE CREACIÓN, PROMOCIÓN Y FOMENTO DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Art. 2.- Definiciones.- Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por personas naturales o jurídicas, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, mineras, turísticas, comerciales o de servicios, rurales o urbanas, que responda a los siguientes parámetros:

III. Microempresa:

- a. Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores; y,
- b. Activos totales por valor inferior a doscientos (200) salarios básicos unificados mensuales.

Art. 22.- De la creación.- La constitución de las micro, pequeñas y medianas empresas se las realizará en las formas unipersonal o societaria permitidas por la Ley.

Art. 24.- Las micro, pequeñas y medianas empresas que se constituyan a partir de la vigencia de esta Ley se acogerán a los beneficios establecidos en la Ley de beneficios tributarios para nuevas inversiones productivas, generación de empleo y prestación de servicios.

Art. 26.- Líneas de crédito para creadores de empresa.- El Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional establecerán, durante el primer trimestre de cada año, el monto y las condiciones especiales para las líneas de crédito y para las garantías dirigidas a los creadores de micro, pequeñas y medianas empresas.

Art. 28.- De las cámaras de la microempresa.- Los empresarios de las microempresas podrán constituir Cámaras de Microempresarios cantorales o provinciales. Las cámaras provinciales constituirán la Federación Nacional de Microempresas.

Art. 30.- Salario básico diferenciado.- A fin de posibilitar el pleno empleo, las micro, pequeñas y medianas empresas tendrán un salario básico diferenciado equivalente al 80% del sueldo o salario básico mensual del sector privado.

CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN

DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Art. 56.- Registro Único de las MIPYMES.- Se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente. Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código. De igual

manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen de programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES. Únicamente, para efectos de monitoreo de las políticas públicas que se implementen en este sector, el Ministerio administrador del Registro, podrá solicitar a las MIPYMES que consten en la base de datos, información relacionada con su categorización, en los términos que se determinará en el reglamento.

CÓDIGO DE COMERCIO

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. 6.- Toda persona que según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el 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 enumerados según la fecha en que ocurran, y suscritos por el Registrador Mercantil.

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

Art. 44.- Los comerciantes por menor pueden llevar operaciones de su giro en un solo 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.

CÓDIGO TRIBUTARIO

Art. 1.- Ámbito de aplicación.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos. Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.

Art. 2.- Supremacía de las normas tributarias.- Las disposiciones de este Código y de las demás leyes tributarias, prevalecerán sobre toda otra norma de leyes generales.

En consecuencia, no serán aplicables por la administración ni por los órganos jurisdiccionales las leyes y decretos que de cualquier manera contravengan este precepto.

Art. 3.- Poder tributario.- Sólo por acto legislativo de órgano competente se podrán establecer, modificar o extinguir tributos. No se dictarán leyes tributarias con efecto retroactivo en perjuicio de los contribuyentes.

Las tasas y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley.

El Presidente de la República podrá fijar o modificar las tarifas arancelarias de aduana.

Art. 4.- Reserva de ley.- Las leyes tributarias determinarán el objeto imponible, los sujetos activo y pasivo, la cuantía del tributo o la forma de establecerla, las exenciones y deducciones; los reclamos, recursos y demás materias reservadas a la ley que deban concederse conforme a este Código.

Art. 5.- Principios tributarios.- El régimen tributario se regirá por los principios de legalidad, generalidad, igualdad, proporcionalidad e irretroactividad.

Art. 6.- Fines de los tributos.- Los tributos, además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; atenderán a las exigencias de estabilidad y progreso sociales y procurarán una mejor distribución de la renta nacional.

Art. 7.- Facultad reglamentaria.- Sólo al Presidente de la República, corresponde dictar los reglamentos para la aplicación de las leyes tributarias. El Director General del Servicio de Rentas Internas y el Gerente General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, en sus respectivos ámbitos, dictarán circulares o disposiciones generales necesarias para la aplicación de las leyes tributarias y para la armonía y eficiencia de su administración.

Ningún reglamento podrá modificar o alterar el sentido de la ley ni crear obligaciones impositivas o establecer exenciones no previstas en ella.

En ejercicio de esta facultad no podrá suspenderse la aplicación de leyes, adicionarlas, reformarlas, o no cumplirlas, a pretexto de interpretarlas, siendo responsable por todo abuso de autoridad que se ejerza contra los administrados, el funcionario o autoridad que dicte la orden ilegal.

Art. 8.- Facultad reglamentaria de las municipalidades y consejos provinciales.- Lo dispuesto en el artículo anterior se aplicará igualmente a las municipalidades y consejos provinciales, cuando la ley conceda a estas instituciones la facultad reglamentaria.

Art. 9.- Gestión tributaria.- La gestión tributaria corresponde al organismo que la ley establezca y comprende las funciones de determinación y recaudación de los tributos, así como la resolución de las reclamaciones y absolución de las consultas tributarias.

Art. 11.- Vigencia de la ley.- Las leyes tributarias, sus reglamentos y las circulares de carácter general, regirán en todo el territorio nacional, en sus

aguas y espacio aéreo jurisdiccional o en una parte de ellos, desde el día siguiente al de su publicación en el Registro Oficial, salvo que establezcan fechas especiales de vigencia posteriores a esa publicación.

Sin embargo, las normas que se refieran a tributos cuya determinación o liquidación deban realizarse por períodos anuales, como acto meramente declarativo, se aplicarán desde el primer día del siguiente año calendario, y, desde el primer día del mes siguiente, cuando se trate de períodos menores.

Art. 12.- Plazos.- Los plazos o términos a que se refieran las normas tributarias se computarán en la siguiente forma:

3 Los plazos o términos en años y meses serán continuos y fenecerán el día equivalente al año o mes respectivo; y,

4 Los plazos o términos establecidos por días se entenderán siempre referidos a días hábiles.

En todos los casos en que los plazos o términos vencieren en día inhábil, se entenderán prorrogados hasta el primer día hábil siguiente.

Art. 13.- Interpretación de la ley.- Las normas tributarias se interpretarán con arreglo a los métodos admitidos en Derecho, teniendo en cuenta los fines de las mismas y su significación económica.

Las palabras empleadas en la ley tributaria se entenderán conforme a su sentido jurídico, técnico o usual, según proceda, a menos que se las haya definido expresamente.

Cuando una misma ley tributaria contenga disposiciones contradictorias, primará la que más se conforme con los principios básicos de la tributación.

TÍTULO II DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

Capítulo I Disposiciones generales

Art. 15.- Concepto.- Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los

contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

Art. 16.- Hecho generador.- Se entiende por hecho generador al presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo.

Art. 17.- Calificación del hecho generador.- Cuando el hecho generador consista en un acto jurídico, se calificará conforme a su verdadera esencia y naturaleza jurídica, cualquiera que sea la forma elegida o la denominación utilizada por los interesados.

Cuando el hecho generador se delimite atendiendo a conceptos económicos, el criterio para calificarlos tendrá en cuenta las situaciones o relaciones económicas que efectivamente existan o se establezcan por los interesados, con independencia de las formas jurídicas que se utilicen.

Capítulo II Del nacimiento y exigibilidad de la obligación tributaria

Art. 18.- Nacimiento.- La obligación tributaria nace cuando se realiza el presupuesto establecido por la ley para configurar el tributo.

Art. 19.- Exigibilidad.- La obligación tributaria es exigible a partir de la fecha que la ley señale para el efecto.

A falta de disposición expresa respecto a esa fecha, regirán las siguientes normas:

1a.- Cuando la liquidación deba efectuarla el contribuyente o el responsable, desde el vencimiento del plazo fijado para la presentación de la declaración respectiva; y, 2a.- Cuando por mandato legal corresponda a la administración tributaria efectuar la liquidación y determinar la obligación, desde el día siguiente al de su notificación.

REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

Art. 2.- De los sujetos de inscripción.- Se encuentran obligados a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes, todas las personas naturales y las sociedades que realicen actividades económicas en el Ecuador o que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos, conforme lo dispuesto en el Art. 3 y en los casos detallados en el Art. 10 de la Ley del Registro Único de Contribuyentes codificada.

De conformidad con lo previsto en los artículos 26, 28 y 32 de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social, en concordancia con lo previsto en el Art. 34 de la Ley de Modernización del Estado y las normas técnicas dictadas para el efecto por la Contraloría General del Estado, los entes administrativos públicos desconcentrados, que constituyan entes contables independientes, podrán inscribirse por separado. Una vez inscritos deberán cumplir con todas las obligaciones tributarias respectivas.

Art. 6.- De la fecha de inicio de actividades.- Se entiende como fecha de inicio de actividad(es) para personas naturales, la fecha del primer acto de comercio vinculado con la realización de cualquier actividad económica o de la primera transacción relativa a dicha actividad.

Art. 7.- De la inscripción en el RUC.- La inscripción de los contribuyentes podrá ser realizada en cualquiera oficina del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional, con la presentación de la documentación establecida para cada caso en este reglamento.

El contribuyente está obligado a inscribir la matriz y todos los establecimientos en los cuales realice actividad económica, inclusive oficinas administrativas, almacenes de depósito de materias primas o mercancías y, en general, cualquier lugar en el que realice una parte o la totalidad de las acciones relacionadas con las actividades económicas declaradas. Como matriz se inscribirá al establecimiento que conste como tal en el documento de constitución para el caso de sociedades o el declarado por el sujeto pasivo.

Art. 8.- De los requisitos para la inscripción.- Los obligados a inscribirse de acuerdo al artículo 3 de la Ley del Registro Único de Contribuyentes y al

artículo 2 de este Reglamento, presentarán al momento de su inscripción, los siguientes documentos:

a) Personas naturales:

1. Ecuatorianos y extranjeros residentes, presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.

2. Extranjeros no residentes, presentarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.

3. Los ecuatorianos, presentarán además, el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en la Ley de Elecciones.

4. Todas las personas naturales que soliciten su inscripción en el RUC, presentarán también copia de uno de los siguientes documentos, que acrediten la dirección de la matriz y de cada uno de los establecimientos donde desarrolla su actividad económica:

4.1 Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, a nombre del sujeto pasivo, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.

4.2 Estados de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito de al menos uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del sujeto pasivo.

4.3 Comprobante del pago del impuesto predial, a nombre del sujeto pasivo, donde ejercerá su actividad económica, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediato anterior.

4.4 Copia del contrato de arrendamiento, en el que deberá obligatoriamente constar el RUC del arrendador, inscrito ante la respectiva oficina de Inquilinato o notariado, según corresponda.

4.5 Siempre que no haya sido posible la entrega de uno de los documentos señalados en los subnumerales anteriores, en el caso de cesión de uso del

local donde se va a realizar la actividad económica por parte de un familiar, el sujeto pasivo deberá presentar una comunicación al Servicio de Rentas Internas, en la que el propietario declare que ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble, a la que adjuntará copia del documento de identificación del cedente, así como copia de cualquiera de los documentos señalados en los subnumerales anteriores, que reflejen la dirección del local objeto de la cesión.

5. Las personas naturales que se encuentren en las siguientes condiciones, adicionalmente presentarán los documentos que en cada caso se indica:

5.1 Refugiado: Original o copia certificada de la credencial otorgada por el Ministerio de Relaciones Exteriores y entregarán copia simple.

5.2 Artesanos: Original o copia certificada de la calificación artesanal emitida por el Junta Nacional de Defensa del Artesano o por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad - MICIP y entregarán copia simple.

5.3 Contadores: Original o copia certificada del título profesional o carné del colegio profesional respectivo y entregarán copia simple; y, aquellos que trabajen en relación de dependencia deberán presentar adicionalmente un documento que lo certifique.

5.4 Diplomáticos: Original o copia certificada de la credencial de agente diplomático y entregarán una copia simple.

5.5 Transportistas: Una copia del certificado de afiliación a su (s) respectiva (S) cooperativa (s).

5.6 Profesionales: Original o copia certificada del título profesional o del carné del colegio profesional respectivo y entregarán copia simple; solo en el caso de que en su cédula de identidad o ciudadanía no conste especificada su profesión.

5.7 El sujeto pasivo que realice actividades educativas: Original y copia certificada del acuerdo ministerial para el funcionamiento del establecimiento educativo.

5.8 Agentes de aduanas: Original y copia certificada del documento expedido por la Corporación Aduanera Ecuatoriana, CAE y entregarán una copia simple, en el cual se autoriza dicha actividad.

5.9 Menores de edad emancipados: Una carta firmada por los padres o tutores en la cual se autoriza la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes, a la que se adjuntará copia de la cédula de identidad o ciudadanía del padre o tutor.

5.10 En los casos de inscripción tardía, se presentará el original y se entregará una copia del comprobante de pago de la multa.

5.11 Notarios y registradores mercantiles y de la Propiedad: Original de su nombramiento y entregarán copia simple.

CÓDIFICACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Art. 20.- Principios generales.- La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de

situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

Art. 21.- Estados financieros.- Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

Art. 35.- Contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos.- Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital, obtengan ingresos y efectúen gastos inferiores a los previstos en el artículo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

La cuenta de ingresos y egresos deberá contener la fecha de la transacción, el concepto o detalle, el número de comprobante de venta, el valor de la misma y las observaciones que sean del caso y deberá estar debidamente respaldada por los correspondientes comprobantes de venta y demás documentos pertinentes.

Los documentos sustentatorios de los registros de ingresos y egresos deberán conservarse por siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales.

Art. 36.- Principios generales.- La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, con sujeción a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC) y a

las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), en los aspectos no contemplados por las primeras.

LEY DE COMPAÑÍAS

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

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

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

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

DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, de esta Ley y, además, la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía. De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos.

Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;

6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;

7. El domicilio de la compañía;

8. La forma de administración y las facultades de los administradores;

9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;

10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;

11. Las normas de reparto de utilidades;

12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

Anexo 6. Formato de un estatuto de constitución de microempresas en el Ecuador

FORMATO DE UN ESTATUTO DE CONSTITUCION DE UNA MICROEMPRESA CIVIL

PRIMERA: COMPARECIENTES.-

En la ciudad de _____ a los ___ días del mes de _____ del año dos mil___, comparecen _____ los _____ señores _____, todos mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de _____, legalmente capaces para contratar y obligarse. Los comparecientes manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen a través de este acto, una microempresa civil de RESPONSABILIDAD LIMITADA, que se registrará de conformidad a los presentes estatutos:

SEGUNDA: DENOMINACION Y OBJETO.-

La _____ microempresa _____ que _____ constituimos _____ se denominará _____ y tendrá como objetivo principal _____

TERCERA: DOMICILIO.-

La Microempresa " _____ " tendrá el domicilio principal en la ciudad de _____, sin perjuicio de que pueda abrir sucursales en otras ciudades del país o del exterior.

CUARTA: PLAZO.-

El plazo por el cual se constituye la microempresa es de _____, tiempo que puede ser ampliado o restringido, de conformidad a estos estatutos.

QUINTA: CAPITAL.-

El capital de la microempresa es de _____ y que (el o los socios) han aportado de la siguiente manera:

NOMBRE DEL SOCIO	CAPITAL O BIEN QUE APORTA	PORCENTAJE QUE REPRESENTA DEL CAPITAL TOTAL

QUINTA: SEGURIDAD DEL APORTE.-

Si alguno de los socios decidiera separarse de la microempresa antes de los dos años de actividades y retirar el dinero o bienes, será sancionado con la reducción del _____% del aporte, y tendrá derecho a recibir exclusivamente el _____% de lo que entregó como capital.

SEXTA: RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS.-

Los socios serán responsables ante terceros hasta el monto de sus aportes.

SEPTIMA: ADMINISTRACION.-

Todos los socios tendrán derecho a participar en el gobierno (políticas) de la microempresa y la administración (ejecución) corresponde al Gerente y/o Responsable, nombrado por los socios.

En calidad de Responsable y Representante de la Microempresa, nombramos al Sr(a):

En calidad de Técnico encargado de la producción y/o servicio, estará el Sr(a):

En calidad de Contador nombramos al Sr(a):

En calidad de Vendedor nombramos al Sr. (a):

OCTAVA: DERECHO A VOTO

Los socios tendrán derecho a un solo voto, independientemente del capital que haya aportado, y las decisiones serán aprobadas por mayoría simple de votos. (Mitad más uno).

NOVENA: REMUNERACIONES.-

Los socios que participen en calidad de técnicos y/o administrativos de la microempresa se fijarán una remuneración (simbólica o mínima) _____ durante los seis primeros meses, luego de lo cual podrán elevarse las remuneraciones, teniendo en cuenta la capitalización y rentabilidad de la microempresa.

DECIMA: GANANCIAS Y/O PÉRDIDAS.-

Las utilidades de la microempresa se repartirán de acuerdo a los porcentajes de los capitales aportados, después de dos años de funcionamiento y solamente en el _____%, luego de realizar las deducciones para el fondo de reserva, obligaciones fiscales y derechos sociales. El otro _____% será repartible en los _____ años posteriores.

DECIMA PRIMERA: RESERVA LEGAL.-

La microempresa formará un Fondo de Reserva de por lo menos el 20% del capital social, que provendrá de las utilidades liquidas, en un 5% cada año.

DECIMA SEGUNDA: FISCALIZACION.-

Ordinariamente se realizará una fiscalización cada año, y extraordinariamente la mayoría de socios podrán solicitar la designación de un fiscalizador, que podrá ser socio o no, para inspeccionar todas las operaciones de la Microempresa.

DECIMA TERCERA: TERMINACION DE ACTIVIDADES.-

Por decisión unánime de los socios podrán concluir las actividades de la microempresa.

En este caso se devolverán los bienes y recursos tal como estén a esa fecha.

Para constancia y fe de la aceptación a todas y cada una de las cláusulas, las partes suscriben en un original y tres copias, en la ciudad y fecha señalados.

Sra. _____ Sra. _____

Sr. _____ Sr. _____

NOTA: Es imprescindible hacer reconocimiento de firma y rúbrica ante uno de los Jueces de lo Civil o hacerlo notarizar, para que este documento privado se convierta en documento público y tenga la fuerza legal para demandar, en caso necesario.

Anexo 7. Formato de Solicitud Para Registro de Patente Personas Jurídicas



GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO
DIRECCIÓN FINANCIERA

PRIMERA VEZ RENOVACIÓN



Nº 2006

Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No. _____

DÍA	MES	AÑO
-----	-----	-----

DATOS DEL CONTRIBUYENTE

RAZÓN SOCIAL			
REPRESENTANTE LEGAL			
APELLIDOS		NOMBRES	
PATERNO	MATERNO	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE
R.U.C.	DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO		TELÉFONOS
FAX	CASILLA	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO	
		MES	DÍA AÑO
			CAPITAL PROPIO (TOTAL PATRIMONIO NETO) \$.

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

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

ACTIVIDAD

PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA

COMERCIAL	<input type="checkbox"/>	INDUSTRIAL	<input type="checkbox"/>	PERSONA JURIDICA SIN FINES DE LUCRO	<input type="checkbox"/>
FINANCIERA	<input type="checkbox"/>	EMPRESA MULTINACIONAL	<input type="checkbox"/>	EMPRESA DE ECONOMÍA MIXTA	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>	ESPECIFIQUE	_____		
ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL					

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

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

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA EstrictAMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.		LIQUIDADO POR:	RELIQUIDADO POR:
SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR (EN CASO DE ESTAR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD)		

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:

1. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVACIÓN.
2. CUANDO SE HA EFECTUADO EL PAGO DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL (EN ESTA MUNICIPALIDAD O EN EL LUGAR DEL DOMICILIO PRINCIPAL), PREVIO REGISTRO DE LA PATENTE MUNICIPAL AL CORRESPONDIENTE.

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

Anexo 8. Formato de Solicitud y Certificación de Tasa por Servicios Técnicos y Administrativos



GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO



Nº 00122502

**DEPARTAMENTO FINANCIERO
SECCIÓN RENTAS
Tasa por Servicios Técnicos y Administrativos
SOLICITUD Y CERTIFICACIÓN**

Emitido jefe de Rentas

Tesorero Municipal

Nombre del solicitante: _____

Nacionalidad: _____ Céd. Única: _____

Dirección: _____

Motivo de la Solicitud: _____

ACTIVO TOTAL: _____

Milagro, a _____ del 201__

Solicitante

INFORME DE INSPECCIÓN: _____

Milagro, a _____ del 201__

Fiscalizador

IMP. KGM. GYE

Anexo 9. Formato de Registro Único de Contribuyentes Para Sociedades



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 0992726431001

RAZÓN SOCIAL: ESNOGER S.A.

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS

REPRESENTANTE LEGAL: ANDRADE MOSQUERA YRMA ELIZABETH

CONTADOR: ALVARADO TUMBACO ANGELA LORENA

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 22/08/2011	FEC. CONSTITUCION: 22/08/2011
FEC. INSCRIPCIÓN: 15/09/2011	FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 31/07/2012

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION AL POR MAYOR Y MENOR DE BANANO

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYACILLO Parroquia: TAPOLA Ciudadela: LA GARZOTA Calle: AV. AMBRIEL LILION Número: SOLAR 15 Intersección: TERCER PASAJE DOS - A Manzana: 78 Referencia Urbana: DIAGONAL AL LOCAL DE FIESTAS INFANTILES AQUATIC ZONE Email: cabrerandradecosociados@hotmail.com Teléfono Trabajo: 042640366

DOMICILIO ESPECIAL:

DECLARACIONES TRIBUTARIAS:

- ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- DECLARACION MENSUAL DE IVA

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001	ABIERTOS: 1
JURISDICCION: REGIONAL LITORAL SUR GUAYAS	CERRADOS: 0



[Firma]
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Sanchez Villancenco Viro...
DELEGADO DEL R.U.C.
Servicio de Rentas Internas

[Firma]
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Ubicador: VE2VH0710 Lugar de emisión: GUAYACILLO AV. FRANCISCO Fecha y hora: 31/07/2012 15:15:13

Página 1 de 2

SRI.gov.ec

Anexo 10. Formato de Certificación de Funcionamiento Tasa por Servicio de Prevención Contra Incendio

**Empresa Pública
Cuerpo de Bomberos de Milagro**

**COMPROBANTE
DE INGRESO A CAJA**

MES JUN 25 AÑO 2013 CAJA No. No. 2328

CONTRIBUYENTE ENMITABANANA S.A. ... 0992264327001 GO CATASTRAL CÓDIGO TRANSACC.

Dirección RCTO. BARCELONA

**CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS** AÑO 2013

TÍTULO DE CREDITO No. 2473 P

Actividad AGRICOLA
Razón Social BANANERA ENMA VIOLETA
Inicio Act 15 DIC 2012

Rubros	Valor	Tipo de Riesgo
PERMISO	365.88	
COSTO DE EMISION	1.40	

Valor	Tipo de Riesgo
Nominal 367,28	Descuentos 0.00 Interés 0.00
Coactiva 0.00	Abono 0.00 Mora 0.00 Liquidación 2328

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	0.00
CHEQUES	367.28
N/C y/o TRANSFER	0.00
TOTAL RECIBIDO	367.28

Titulo Válido Hasta, el 31 de Diciembre del 2013

Director Financiero	Tesorero	Jefe de Rentas

000014818
EMPRESA PÚBLICA CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
RECAUDACION
25 JUN 2013
25-JUN-13 11:23 AM
CANCELADO
SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

CONTRIBUYENTE

Anexo 11. Formato de Pago de Patente Anual Municipal

MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: DIC DIA: 27 AÑO: 2012 CAJANO: No. 17624638

CONTRIBUYENTE: BANANTONIO S.A CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 0992254319001 CODIGO TRANSACC.: PAT

PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL

CONCEPTO: CONCEPTO

AÑO: 2012 No. 117462

ACTIVIDAD: COMERCIAL

EXENTO: No
 CAPITAL PROPIO: 190.548.58
 Patente Anual: 463.95

VALOR TASA TRAMITE: 2.00
 DESCUENTO: 0.00
 INTERES: 34.42
 MULTA: 8.23

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$ *****0.00
CHEQUES	\$ *****508.50
NC y/o TRANSFER.	\$ *****0.00
TOTAL RECIBIDO	\$ *****508.50

VALIDO: De ENERO a DICIEMBRE 2012 (12 meses)

CH. MBO: 589 58109605 \$ 508.50

17624638

[Firma]
 DIRECTOR FINANCIERO

[Firma]
 TESORERO MUNICIPAL

[Firma]
 JEFE DE RENTAS

TESORERIA MUNICIPAL
 27 DICIEMBRE 2012
 P.A. 17624638
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

CONTRIBUYENTE

Anexo 12. Detectores de plagio por capítulo

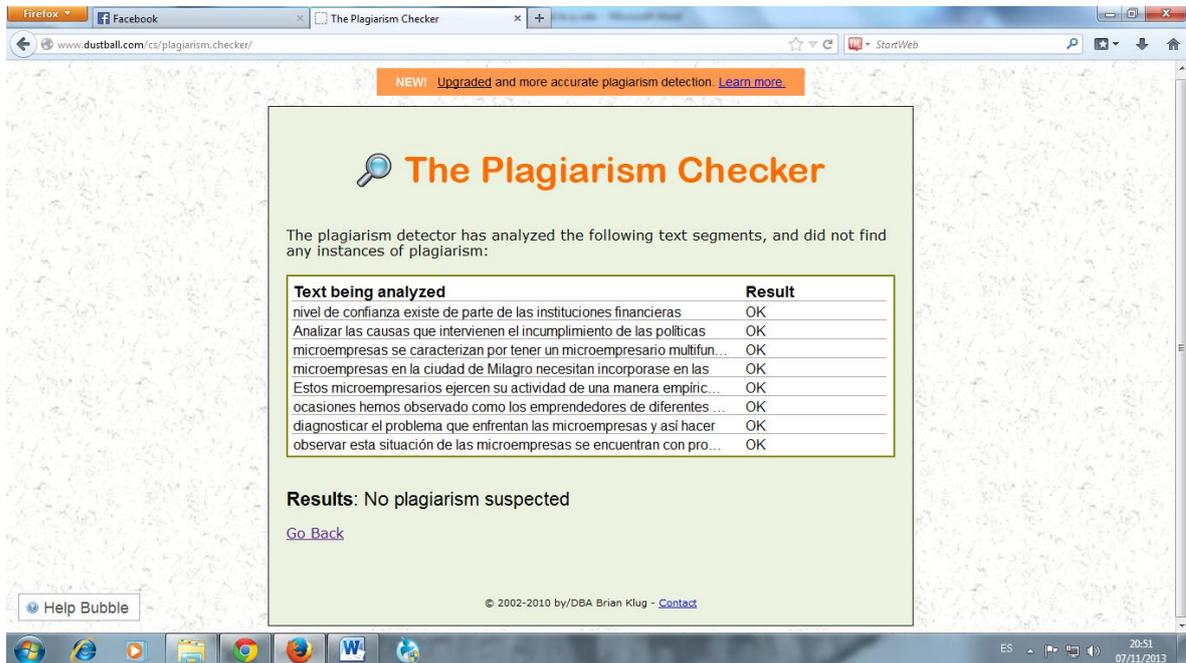


Figura 49. Resultado de plagio de nuestro capítulo I

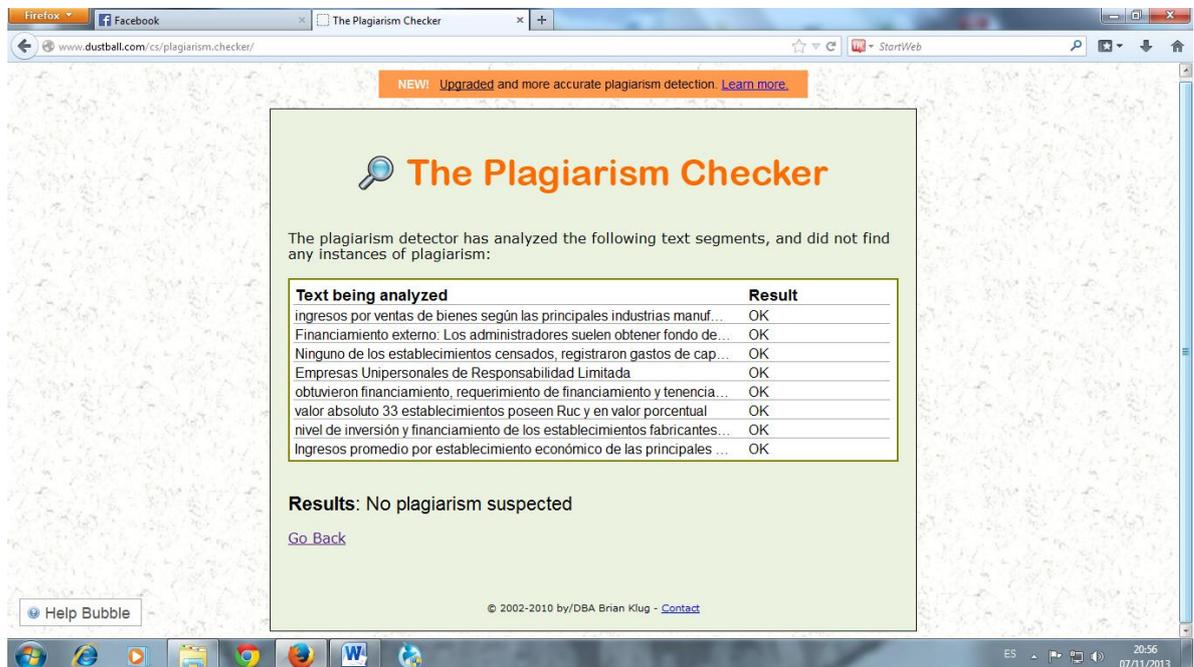


Figura 50. Resultado de plagio de nuestro capítulo II

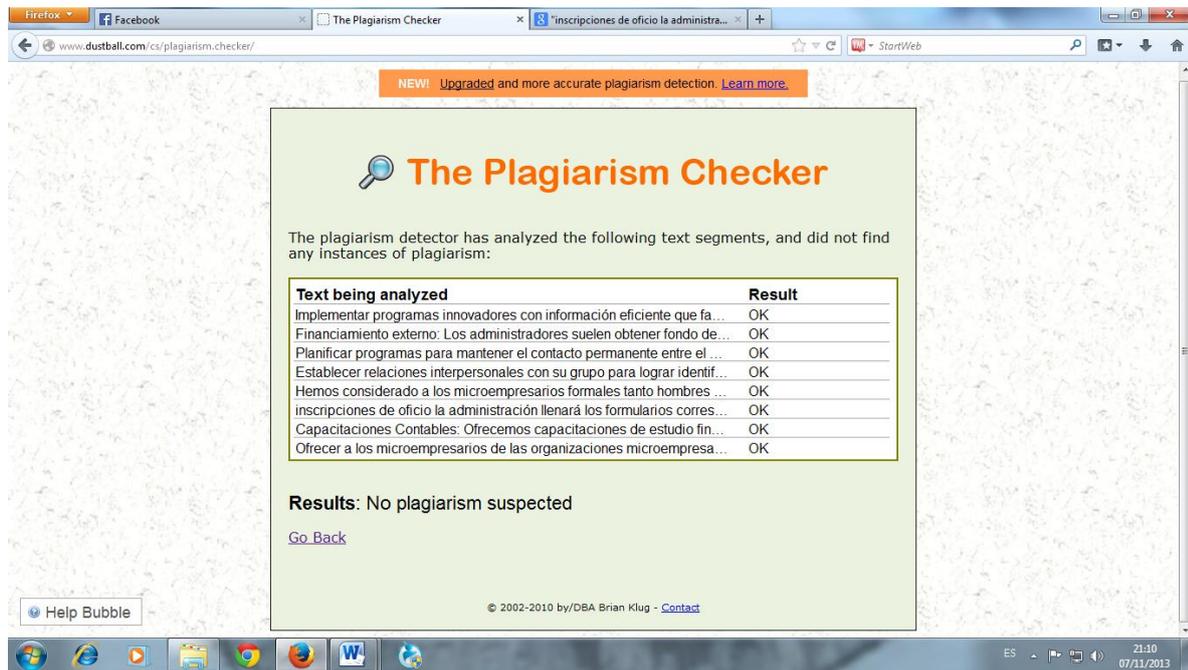
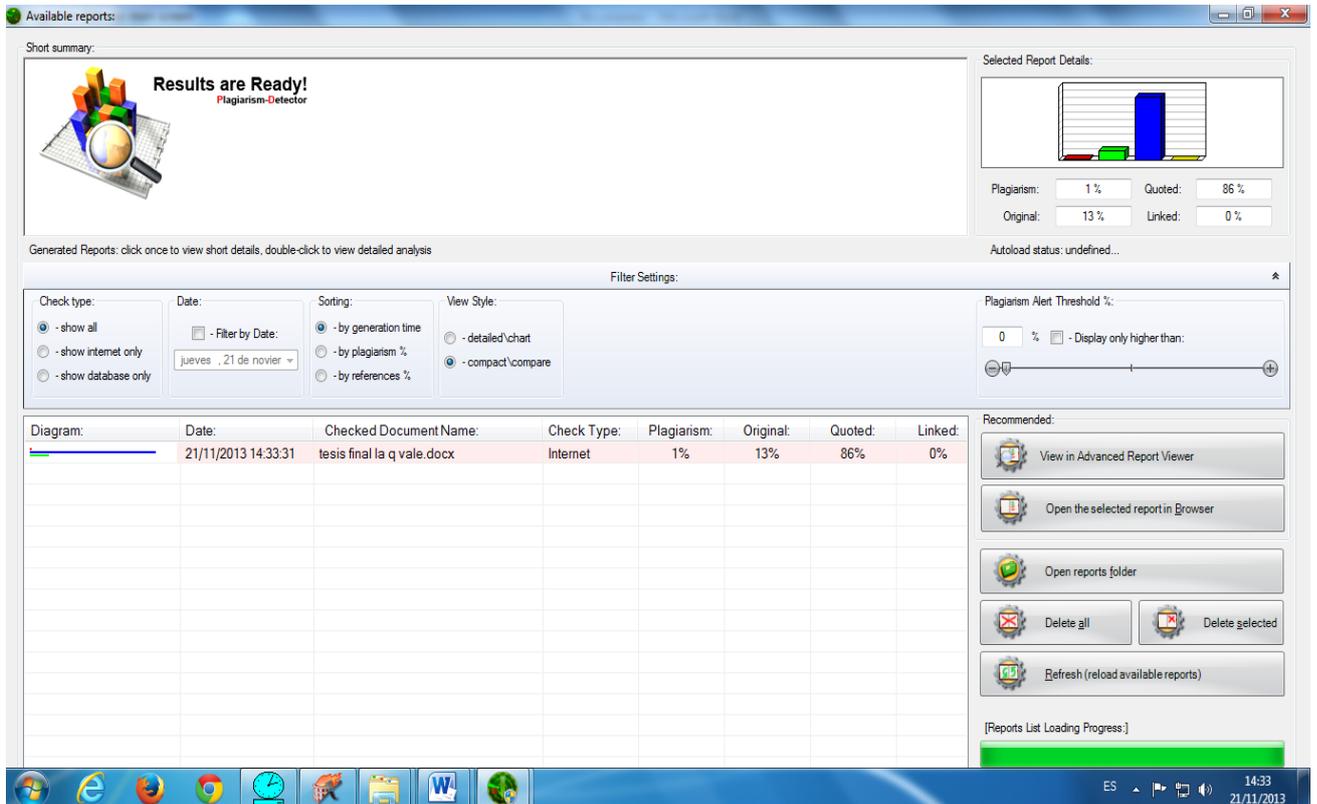
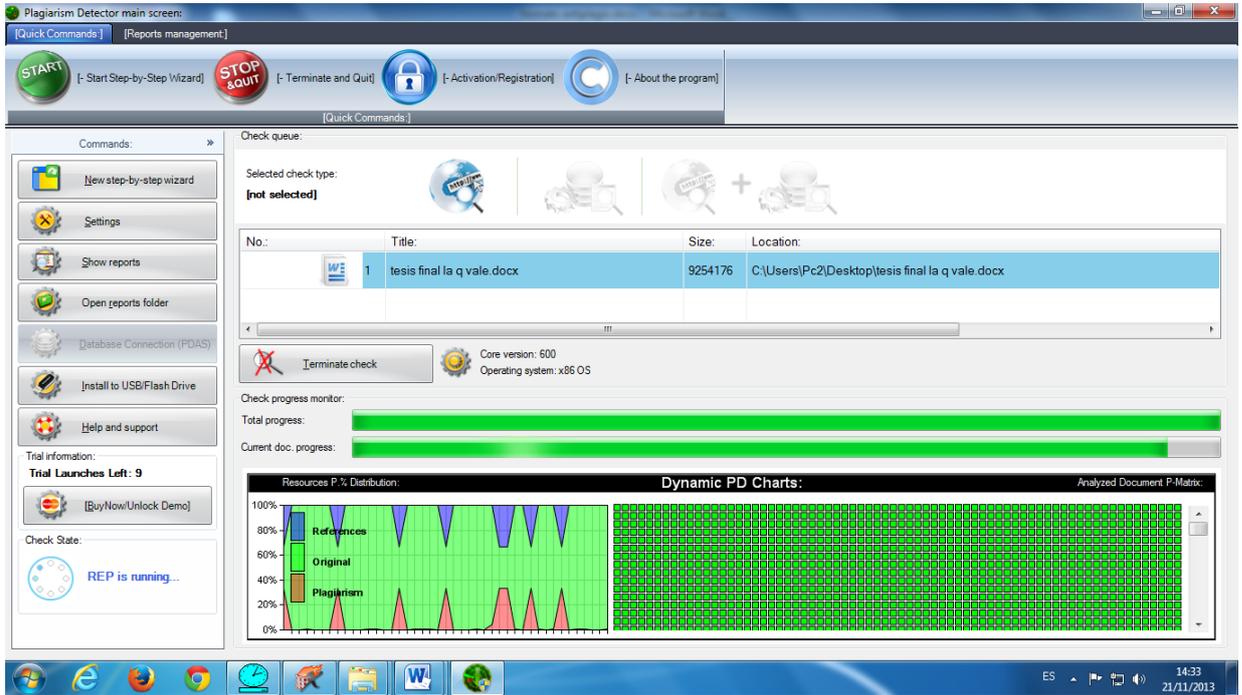


Figura 53. Resultado de plagio de nuestro capítulo V

PLAGIARISM DETECTOR





[Report file name:]
[Report location:] C:\Users\Pc2\Documents\Plagiarism Detector reports\originality report - tesis final la q vale.docx.html

- no external file processing

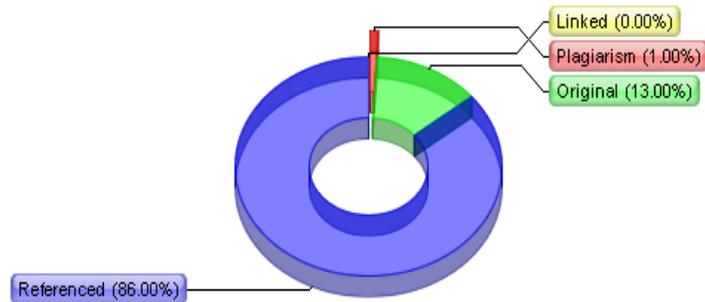
[Register the software](#) - get the complete functionality!

Originality report details:

- ? Generation Time and Date: 21/11/2013 14:33:32
- ? Document Name: tesis final la q vale.docx
- ? Document Location: C:\Users\Pc2\Desktop\tesis final la q vale.docx
- Document Words Count: 44170

Important Hint: to understand what exactly is meant by any report value - you can click "Help Image" ?. It will navigate you to the most detailed explanation at our web site.

? Plagiarism Detection Chart:



Anexo13. Variables Económicas (base inflacionaria) de la Propuesta

"CAPMI"	
VARIACIONES	
VARIACION INGRESOS	5%
VARIACION GASTOS	5%

Inflación al Productor
Inflación al Consumidor

Anexo14. Depreciación de activos fijos de la propuesta

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	VALOR	TIEMPO DE VIDA UTIL	% DE DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ANUAL
Mobiliarios y Enseres	\$ 3.347,00	10 AÑOS	10%	\$ 334,70
Equipo de Oficina	\$ 3.525,42	10 AÑOS	10%	\$ 352,54
Equipo de Computo	\$ 14.734,70	3 AÑOS	33%	\$ 4.862,45
TOTAL	\$ 21.607,12			\$ 5.549,69

Anexo 15. Costos de ventas proyectadas de la propuesta

**CAPMI
COSTO DE VENTA**

GASTO DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD ESCRITA	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
PUBLICIDAD RADIAL	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
TOTAL GASTOS DE VENTAS	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43											

Anexo 16. Presupuesto de ingresos de la propuesta

CAPMY																					
PRESUPUESTO DE INGRESOS																					
SERVICIOS OFRECIDOS	N° DE PERSONAS CAPACITADAS	VALOR POR CADA PARTICIPACION	MESES												AÑOS						
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
ACTUALIZACION DE LAS NIIF	30	\$ 150,00	\$ 4.500,00		\$ 4.500,00		\$ 4.500,00		\$ 4.500,00		\$ 4.500,00		\$ 4.500,00		\$ 4.500,00		\$ 27.000,00	\$ 28.350,00	\$ 29.767,50	\$ 31.255,88	\$ 32.818,67
ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	30	\$ 120,00	\$ 3.600,00		\$ 3.600,00		\$ 3.600,00		\$ 3.600,00		\$ 3.600,00		\$ 3.600,00		\$ 3.600,00		\$ 21.600,00	\$ 22.680,00	\$ 23.814,00	\$ 25.004,70	\$ 26.254,94
ANALISIS FINANCIEROS	40	\$ 80,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 38.400,00	\$ 40.320,00	\$ 42.336,00	\$ 44.452,80	\$ 46.675,44
Asesoría Tributaria para Sociedades y Personas Naturales Obligadas a llevar Contabilidad	50	\$ 50,00	\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 15.000,00	\$ 15.750,00	\$ 16.537,50	\$ 17.364,38	\$ 18.232,59
Asesoría Laboral	50	\$ 50,00	\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 2.500,00		\$ 15.000,00	\$ 15.750,00	\$ 16.537,50	\$ 17.364,38	\$ 18.232,59
TOTAL	200	\$ 450,00	\$ 16.300,00	\$ 117.000,00	\$ 122.850,00	\$ 128.992,50	\$ 135.442,13	\$ 142.214,23													

Anexo 17. Detalle de los gastos de la propuesta

"CAPMI"

DETALLE DE LOS GASTOS

5%

GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
Contador	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56
Jefe Administrativo	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56
Jefe Comercial y de Marketing	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56
Servicio al Cliente	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
Servicio Generales	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Capacitadores	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Fuerza de Venta	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
APORTE PATRONAL	596,53	596,53	596,53	596,53	596,53	596,53	596,53	596,53	596,53	596,53	596,53	596,53	7.158,30	7.516,22	7.892,03	8.286,63	8.700,96
DÉCIMO CUARTO				11.200,00									11.200,00	11.760,00	12.348,00	12.965,40	13.613,67
DÉCIMO TERCERO												5.350,00	5.350,00	5.617,50	5.898,38	6.193,29	6.502,96
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	5.946,53	5.946,53	5.946,53	17.146,53	5.946,53	11.296,53	87.908,30	92.303,72	96.918,90	101.764,85	106.853,09						
GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
ENERGÍA ELECTRICA	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
TELÉFONO	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
SERVICIOS DE INTERNET	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
ALQUILER	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
ÚTILES DE OFICINA (PAPELERIA)	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
DEPRECIACIÓN MUEBLES y ENSERES	27,89	27,89	27,89	27,89	27,89	27,89	27,89	27,89	27,89	27,89	27,89	27,89	334,70	351,44	369,01	387,46	406,83
Depreciacion Equipo de Oficina	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38	352,54	370,17	388,68	408,11	428,52
Depreciacion deEquipo de Computo	405,20	405,20	405,20	405,20	405,20	405,20	405,20	405,20	405,20	405,20	405,20	405,20	4.862,45	5.105,57	5.360,85	5.628,89	5.910,34
TOTAL GASTOS GENERALES	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	1.142,47	13.709,69	14.395,18	15.114,94	15.870,68	16.664,22

Anexo 18. Detalle de gastos de ventas y administrativo

GASTO DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD ESCRITA	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
PUBLICIDAD RADIAL	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
TOTAL GASTOS DE VENTAS	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.566,60	5.834,43											

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	7.489,00	7.489,00	7.489,00	18.689,00	7.489,00	12.839,00	106.417,99	111.738,89	117.325,84	123.192,13	129.351,74						
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	7.026,53	7.026,53	7.026,53	18.226,53	7.026,53	7.026,53	7.026,53	7.026,53	7.026,53	7.026,53	7.026,53	12.376,53	100.868,30	105.911,72	111.207,30	116.767,67	122.606,05
GASTOS GENERALES	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	8.160,00	8.568,00	8.996,40	9.446,22	9.918,53
DEPRECIACIÓN	462,47	462,47	462,47	462,47	462,47	462,47	462,47	462,47	462,47	462,47	462,47	462,47	5.549,69	5.827,18	6.118,54	6.424,46	6.745,69
													5.549,69	11.376,87	17.495,41	23.919,87	30.665,56

CALCULO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

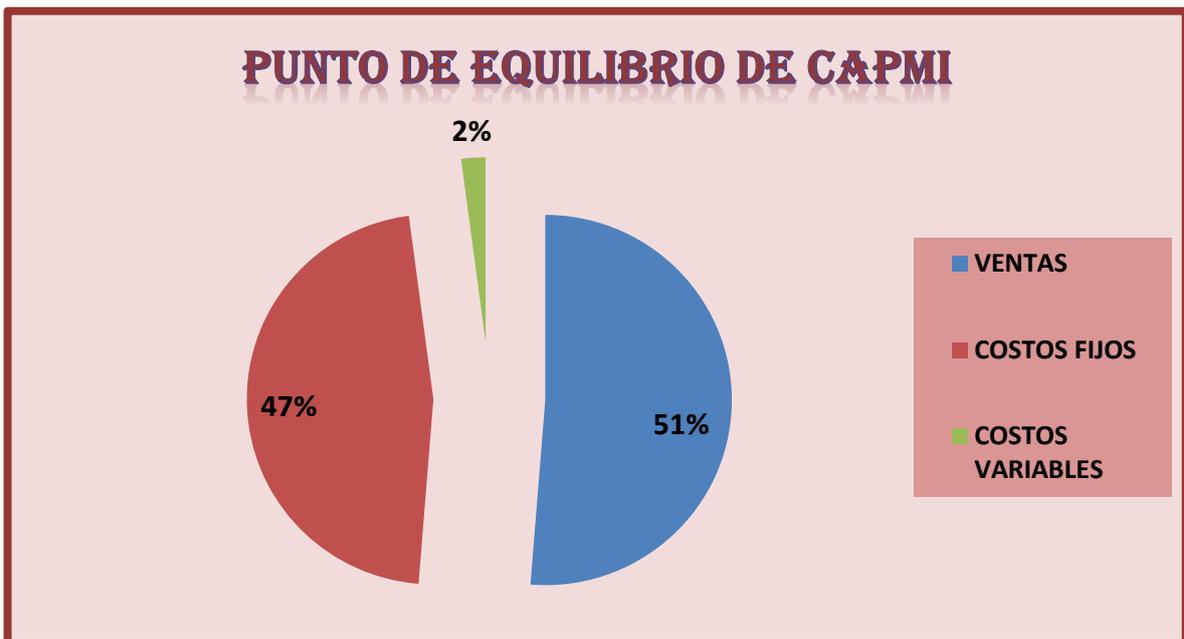
Empleado	Sueldo	Aporte Personal	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	TOTAL
		9,35%	8,33%	11,15%	
Gerente	800,00	74,80	66,64	89,20	1030,64
Contador	750,00	70,13	62,48	83,63	966,23
Jefe Administrativo	750,00	70,13	62,48	83,63	966,23
Jefe Comercial y de Marketing	750,00	70,13	62,48	83,63	966,23
Servicio al Cliente	500,00	46,75	41,65	55,75	644,15
Servicio Generales	600,00	56,10	49,98	66,90	772,98
Capacitadores	600,00	56,10	49,98	66,90	772,98
Fuerza de Venta	600,00	56,10	49,98	66,90	772,98
TOTAL	5.350,00	500,23	445,66	596,53	6.892,41

Anexo 19. Punto de equilibrio de la propuesta

"CAPMI"

PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DATOS	
VENTAS	\$ 117.000,00
COSTOS FIJOS	\$ 106.417,99
COSTOS VARIABLES	\$ 4.800,00



$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (PE)} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{COSTOS VARIABLES} / \text{VENTAS})}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (PE)} = \frac{106.417,99}{1 - (4.800 / 117.000)}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (PE)} = \frac{106.417,99}{1 - (0.041025641025641)}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (PE)} = \frac{106.417,99}{0.958974358974359}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (PE)} = 110.970,63$$

