



## **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

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

### **TÍTULO DEL PROYECTO**

**ANÁLISIS E IMPLEMENTACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORÍA CONTABLE,  
ADMINISTRATIVA, TRIBUTARIA, FINANCIERA PARA LOS COMERCIANTES  
FORMALES E INFORMALES DEL MERCADO COLÓN DEL CANTÓN MILAGRO.**

**AUTOR (A):**

**DIANA GABRIELA VARGAS ROSADO**

**MERCY JESSENIA ARÉVALO PEÑA**

**Milagro, Noviembre 2013**

**Ecuador**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las Sras. Mercy Arévalo Peña y Diana Gabriela Vargas Rosado, para optar al título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría-CPA y que acepto tutoriar a la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, Noviembre de 2013

Lcdo. Manuel Suasnabas Sánchez

Firma del tutor(a)

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

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

Milagro, Noviembre de 2013

---

Mercy Jessenia Arévalo Peña  
CI: 092715440-1

---

Diana Gabriela Vargas Rosado  
CI: 092715916-0

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

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

MEMORIA CIENTÍFICA	( )
DEFENSA ORAL	( )
TOTAL	( )
EQUIVALENTE	( )

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR SECRETARIO

## **DEDICATORIA**

Esta tesis la dedico principalmente a Dios porque él es el que cada día nos da salud y vida para seguir adelante, sin su voluntad no hubiera llegado hasta este momento.

A mis padres porque gracias a que ellos depositaron su entera confianza en mí y que han sido mi gran apoyo en toda mi carrera he logrado culminarla, a mi familia porque también me alentaron para seguir estudiando y cumplir con mis metas, a todos los maestros que con sus enseñanzas y consejos nos ayudaron a seguir sin mirar atrás y sin sus enseñanzas no hubiéramos cumplido con nuestros objetivos y en especial a mi hija que es la que me da la fuerza necesaria para seguir avanzado y culminar con esta meta que estoy a punto de cumplir y posesionarme como profesional y mejorar con ello nuestras vidas por ti mi pequeña Solange te amo hijita Dios te bendiga siempre.

## DEDICATORIA

Esta dedicatoria va a Dios a mis padres, mi esposo y en especial mi hijo que son todos en mi vida.

A Dios que permite que cada mañana vea otro nuevo amanecer, no se mueve ni una hoja del árbol sino es su voluntad, y si eh llegado hasta aquí es por su gran misericordia y voluntad, a mi madre Iralda Rosado que me ah dado su apoyo incondicional como no recalcar que es una mujer de admirar y esto va por ti madre mía falta poco para que veas a tu hija toda una mujer realizada en el ámbito profesional, y mi esposo Elías Pulla que desde lo conocí no dudo en apoyarme en todo momento y alegrarme mis días gracias por estar en todo momento conmigo mi amor

En especial va esta dedicación a mi hijo Elkin Elías Pulla Vargas que es parte de mi vida, que cada mañana con sus sonrisa, alegra mi vida es que eres el motivo principal hijo mío tú me das fuerza para seguir cuando quiero desmayar TE AMO ELKIN.

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi gratitud a Dios, mis Padres, mi Esposo y especialmente a mi hijo y a quien me asesoro mi trabajo.

A Dios sobre todo, a él que cada día tuvo misericordia de mí y siempre ha estado conmigo agradecida inmensamente con el que me ha dado la capacidad y la inteligencia y la vida para seguir a lo largo de mi carrera y al mandarme junto a ese ángel que es mi madre.

A mi madre Iralda Rosado lo cual junto a la ayuda de Dios supo sacarnos adelante con mucho esfuerzo con lágrimas con regaños a hecho de mí una mujer de bien ella que ha sido el pilar fundamental de mi vida como no agradecerle que ha sido un ejemplo de madre, de amiga y hermana.

A mi hijo Elkin Pulla Vargas que ha sido mi impulso día a día mi motivo para culminar mis estudios por lo consiguiente a mi esposo Elías Pulla que estado conmigo en estos últimos semestre dándome ánimo apoyándome incondicionalmente y económicamente, los amo.

A mi padre Germán Vargas y hermanos que creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades.

Y agradeciendo al director de tesis y amigo Lcdo. Manuel Suasnabas quien me ha orientado en todo momento en la realización de esta tesis.

**DIANA GABRIELA VARGAS ROSADO**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente le agradezco a dios por haberme guiado siempre durante toda mi carrera por darme la inteligencia y la fortaleza necesaria en todas las adversidades que se me presentaron duran toda la carrera.

A mis padres Alejandrina Peña y Nicolás Arévalo que es quienes les debo todo lo q soy porque gracias a ellos y a su apoyo incondicional estoy a punto de culminar mi carrera profesional porque ellos me han enseñado a luchar para cumplir con mis objetivos, se que sin su confianza y consejos que me han dado no hubiera podido llegar hasta estas instancias de mi vida.

A mi esposo que también me apoyo incondicionalmente y siempre estuvo en las buenas y en las malas conmigo siempre animándome para no dejar de luchar por lo que quiero.

A mi preciosa hija Solange que desde que nació ha sido mi impulso para seguir luchando por cumplir con mis metas, por ella que es mi vida y tengo que brindarle un buen futuro y para que se sienta orgullosa de mí y pueda tener un ejemplo a seguir.

Al tutor Ing. Manuel Suasnabas quien con sus conocimientos y consejos nos ayudo a culminar con este proyecto.

**MERCY JESSENIA ARÉVALO PEÑA**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Licenciado.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “ANÁLISIS E IMPLEMENTACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORÍA CONTABLE, ADMINISTRATIVA, TRIBUTARIA Y CREDITICIA PARA LOS COMERCIANTES FORMALES E INFORMALES DEL MERCADO COLÓN DEL CANTÓN MILAGRO” y que corresponde la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro,.....de..... del 2013

---

Mercy Jessenia Arévalo Peña

CI: 092715440-1

---

Diana Gabriela Vargas Rosado

CI: 092715916-0

# ÍNDICE GENERAL

CARATULA .....	i
ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA.....	iv
DEDICATORIA .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE CUADROS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xiv
RESUMEN. ....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
CAPÍTULO I .....	1
PROBLEMA .....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. ....	1
1.1.1    Problematización.....	1
1.1.2    Delimitación del problema.....	3
1.1.3    Formulación del Problema. ....	3
1.1.4    Sistematización del problema. ....	3
1.1.5    Determinación del tema.....	4
1.2. OBJETIVOS. ....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPÍTULO II. ....	6
MARCO REFERENCIAL. ....	6
2.1 MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.1 Antecedentes Históricos. ....	6
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	7

2.1.3 Fundamentación. ....	8
2.2 MARCO LEGAL. ....	14
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES. ....	27
2.4.1 Hipótesis General. ....	27
2.4.2 Hipótesis Particulares. ....	27
2.4.3 Declaración de Variables. ....	28
2.4.4 Operacionalización de las variables. ....	29
CAPÍTULO III. ....	30
MARCO METODOLÓGICO. ....	30
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	30
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA. ....	31
3.2.1 Características de la población. ....	31
3.2.2 Delimitación de la población. ....	33
3.2.3 Tipo de muestra. ....	33
3.2.4 Tamaño de la muestra. ....	33
3.2.5 Proceso de selección. ....	34
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS. ....	34
3.3.1 Métodos de Investigación. ....	34
3.3.2 Técnicas de Investigación. ....	35
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN. ....	35
CAPÍTULO IV. ....	36
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS. ....	36
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL. ....	36
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS. ....	46
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS. ....	48
CAPÍTULO V. ....	49
PROPUESTA. ....	49
5.1 TEMA. ....	49
5.2 FUNDAMENTACIÓN. ....	49
5.3 JUSTIFICACIÓN. ....	52
5.4 OBJETIVOS. ....	53
5.4.1. Objetivo General de la Propuesta. ....	53
5.4.2. Objetivos Específicos de la Propuesta. ....	53
5.5 UBICACIÓN. ....	53

5.6 FACTIBILIDAD .....	55
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA. ....	58
5.7.1 Actividades. ....	63
5.7.3 Impacto. ....	73
5.7.4 Cronograma.....	74
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta. ....	75
CONCLUSIONES .....	76
RECOMENDACIONES.....	77
BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	78
Anexo .....	81

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro #1	
Operacionalización de las Variables .....	29
Cuadro #2	
Descripción del negocio .....	32
Cuadro #3	
Tabulación de Pregunta # 1 .....	36
Cuadro #4	
Tabulación de Pregunta # 2 .....	37
Cuadro #5	
Tabulación de Pregunta # 3 .....	38
Cuadro #6	
Tabulación de Pregunta # 4 .....	39
Cuadro #7	
Tabulación de Pregunta # 5 .....	40
Cuadro #8	
Tabulación de Pregunta # 6 .....	41
Cuadro #9	
Tabulación de Pregunta # 7 .....	42
Cuadro #10	
Tabulación de Pregunta # 8 .....	43
Cuadro #11	
Tabulación de Pregunta # 9 .....	44
Cuadro #12	
Tabulación de Pregunta # 10 .....	45
Cuadro #13	

Verificación de hipótesis .....	48
Cuadro #14	
Análisis FODA.....	60
Cuadro #16	
Barrera de introducción.....	64
Cuadro #17	
Servicios similares .....	64
Cuadro #18	
Perfil de competencia.....	65
Cuadro #19	
Captar clientes .....	65
Cuadro #20	
Inversión inicial en propiedad planta y equipo .....	66
Cuadro #21	
Resumen inversion inicial del proyecto .....	66
Cuadro #22	
Financiamiento del proyecto .....	67
Cuadro #23	
Depreciacion en propiedad planta y equipo .....	67
Cuadro #24	
Detalle de ingreso .....	68
Cuadro #25	
Presupuesto de Gastos.....	69
Cuadro #26	
Estado de resultado .....	70
Cuadro #27	
Flujo de Caja.....	71
Cuadro #28	
Balance general .....	72

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1 .....	37
Tabulación de Pregunta # 1.....	37
Gráfico # 2 .....	38
Tabulación de Pregunta # 2.....	38
Gráfico#3 .....	39
Tabulación de Pregunta # 3.....	39

Gráfico# 4 .....	40
Tabulación de Pregunta # 4.....	40
Gráfico# 5 .....	41
Tabulación de Pregunta #5.....	41
Gráfico# 6 .....	42
Tabulación de Pregunta # 6.....	42
Gráfico# 7 .....	43
Tabulación de Pregunta # 7.....	43
Gráfico# 8 .....	44
Tabulación de Pregunta # 8.....	44
Gráfico# 9 .....	45
Tabulación de Pregunta # 9.....	45
Gráfico# 10 .....	46
Tabulación de Pregunta # 10.....	46

## **ÍNDICE DE IMÁGENES**

Imagen #1.....	54
Imagen #2.....	58
Imagen #3.....	64

## **RESUMEN.**

El problema del desacelerado crecimiento económico de los comerciantes formales e informales, se debe generalmente por el nivel académico, esto conlleva a que desconocen los beneficios que trae consigo la legalización, en primer lugar es una de barreras para que accedan a los créditos bancarios lo que sirve para inyectar a sus pequeños capitales, desaprovechando la oportunidad de mejorar la imagen de sus negocios, esto los dificulta de competir con centros comerciales que ofertan productos en la misma línea.

Este proyecto se lo desarrolla con la finalidad de capacitar y concientizar a los comerciantes informales para que se regularicen y a los comerciantes informales no sólo se busca atraerlos como potenciales clientes y realizarles sus declaraciones, sino también capacitarlos y servirles de guía mediante la capacitación tanto en el área administrativa sino también promover que se recapitalicen a través de las Instituciones financieras evitando que caigan en las garras del chulqueros.

El desarrollo de este trabajo de investigación se centra en el Mercado La Colón, dirigida en primera instancia a 290 comerciantes que existen en dicho sector, mediante un sondeo conocemos que no existen negocios similares en el sector, además la ubicación de la oficina está cerca al mercado de mayoristas quienes en su gran mayoría trabajan sin regularizarse.

Nuestro Proyecto ofrecerá servicios de asesoría en el área de Contabilidad, Administración, emprendimiento, financiero Estableciéndose como un eje principal a nuestra actividad, ya que contamos con profesionales capacitados con años de experiencia en su actividad de enseñanza y tecnología de punta. promoveremos el desarrollo económico de tal manera que nuestros clientes potenciales se transformen en comerciantes competitivos y sus servicios también sean diferenciados, capacitándolos para que no sean desplazados del mercado por inversionistas que trabajan con servicios diferenciados.

## **ABSTRACT**

The problem of economic growth slowed formal and informal traders, should generally academic level, this leads to ignore the benefits that legalization brings in the first place is a barrier to access to bank loans which serves to inject their small capital, wasting the opportunity to improve the image of their business, it's difficult to compete with malls that offer products in the same line.

This project is developed in order to train and raise the awareness of informal traders and regularize informal traders are not only looking to attract as potential customers and carry out them their statements, but also train and guide them through training both administrative area but also promote recapitalize by preventing financial institutions from falling into the clutches of loan sharks.

The development of this research work focuses on the Market The Columbus directed in the first instance to 290 merchants that exist in this sector, through a survey we know that there are similar businesses in the sector, and the office location is close to wholesale market the vast majority who work without regularized.

Our project will provide advisory services in the area of accounting, administration, entrepreneurship, financial settling as a main focus in our business, because we have trained professionals with years of experience in their teaching and technology. Will promote economic development so that our potential customers from becoming competitive traders are also differentiated services, training them from being displaced from the market by investors working with differentiated services.

## INTRODUCCIÓN

El Cantón Milagro tiene 166.634 habitantes de este total 81428 son hombres y 79634 son mujeres (INEC 2010), está ubicada a una altura de 13 metros sobre el nivel del mar. Se extiende hacia el este de la provincia del Guayas, a 35 km de la ciudad de Guayaquil. Posee una extensión aproximadamente de 400km<sup>2</sup>

Este Cantón se ha desarrollado económicamente de manera acelerada, su principal actividad productiva es el comercio y la principal Industria que genera empleo y dinamiza la economía es el Ingenio Azucarero Valdez, las nuevas formas de competencia han desplazado al negocio por Centros comerciales y comisariatos.

La investigación radica en el alto porcentaje de comerciantes informales en el Cantón, el cual alcanza el 43% de la actividad productiva, es decir, esta población subempleada simplemente no cuenta con ningún tipo de seguros, estabilidad laboral, salario mínimo vital.

El comercio informal lo podemos observar en diferentes sectores como en las calles García Moreno, Rocafuerte, Miguel Valverde, Juan Montalvo de acuerdo al CENSO realizado por el Municipio de Milagro en el 2010 se obtuvo que trabajan alrededor de 400 comerciantes informales sin considerar los que fueron reubicados en la Bahía mi Lindo Milagro y en el Malecón. Del Mercado Colón fueron reubicados alrededor de 600 comerciantes informales a un lugar provisional junto al Colegio Técnico Milagro.

Las diversas Instituciones gubernamentales realizan grandes campañas publicitarias, para la difusión de obras y programas sociales como son: I Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas, Ministerio de Salud, Ministerio de Educación entre otras; podemos observar la publicidad directa en diversos lugares de la ciudad; pero no observamos una campaña espontánea y agresiva dirigida a los

comerciantes informales, para legalizarlos y guiarlos a una nueva cultura de competir o de hacer negocios productivos que les permitan desarrollarse económicamente.

El comerciante informal en Milagro se ha convertido lastimosamente en un verdadero problema por el desorden que provocan al trabajar; pero es producto del mismo desconocimiento que implica el trabajar de una manera ordenada.

Nuestro proyecto lo desarrollaremos en el Mercado La Colón, ubicado al Sur de la ciudad de Milagro. Buscamos identificar las falencias y capacitar a los comerciantes informales para crear una nueva generación de emprendedores tratando de identificar las Asociaciones de Comerciantes que pueden aportar con este sector.

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA

#### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

##### 1.1.1 Problematización.

**Las Instituciones Gubernamentales y de las Asociaciones de comerciantes** que fueron fundadas con la finalidad de ordenar, administrar, organizar la vendedor formal e informal y que no cumplieron con los objetivos para las cuales fueron establecidas y que actualmente sabemos que el negocio formal está siendo desplazado por el comercio informal y por lo grandes centros comerciales establecidos en la urbe Milagreña. Sin embargo quienes jamás recibieron capacitación y se resisten al cambio son **aquellos que por temor a tributar** desconocen de los beneficios que trae consigo la formalidad o regularización.

Las diferentes Instituciones de Gobierno tales como: Ministerio de Educación, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Salud promueven campañas agresivas de manera directa a las comunidades con la finalidad de ofrecer sus servicios, sin embargo el **Servicio de Rentas Internas no cuenta con campañas de publicidad de manera directa**, no promueve la regularización de los comerciantes informales en el sector donde ellos realizan sus actividades comerciales, para publicitar de manera directa a través de brigadas, como lo realizan las entidades de Gobierno arriba mencionadas, **lo que ha incrementado el desinterés por tributar y regularizarse.**

A nivel Nacional los comerciantes informales se establecen en diversas bahías, de la misma manera se establecieron en Milagro, a quienes para laborar en dichos lugares sólo se les solicita como requisito es el pago de una tasa por utilizar la vía pública, siendo en la ciudad de Milagro de 0,75 centavos, es decir el problema se origina también **por la falta de control por parte de las autoridades locales o**

**Municipales**, puesto que son quienes en primera instancia, debieron exigir la regularización, en otras palabras **promovieron la evasión de impuesto al Estado** cuidando sólo los intereses como autoridades locales es decir limitándose al cobro de la tasa, generando el desorden y el caos en el centro de la ciudad y en las bahías donde se encuentran estos comerciantes informales, para la recopilación y desarrollo de nuestro proyecto se tomará específicamente el Mercado la Colón ubicado en el sector sur de la ciudad de Milagro, Provincia del Guayas.

Dentro de las Instituciones Bancarias como requisito para la apertura de créditos personales se solicita: planilla de Servicios Básicos, Copia de Cédula, Copias de papeleta de votación, Garante, rol de pago (si es dependiente) y si es independiente como por ejemplo, un micro empresario o comerciante se le solicitará facturas de los proveedores y su respectivo RUC O RISE, es necesario mencionar, aunque tenga toda la documentación, **la carencia de un historial financiero**, obligará a que el comerciante acepte créditos muy pequeños que no son suficientes para realizar inversiones que ayuden al comerciante a su desarrollo económico, si el micro empresario o comerciante no demuestra su capacidad de pago, definitivamente se presentará **impedimentos para adquirir créditos** con los cuales pueda realizar inversiones representativas en sus actividades productivas.

### **Pronóstico.**

Por la ausencia de conocimiento y capacitación, los comerciantes informales disminuirán las posibilidades de crecer en sus negocios.

### **Control del pronóstico.**

Para aportar en el crecimiento económico de los comerciantes informales será necesario la capacitación.

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

Este análisis de proceso se lo aplicará en:

<b>País:</b>	Ecuador
<b>Región:</b>	Costa
<b>Provincia:</b>	Guayas
<b>Cantón:</b>	Milagro
<b>Sector:</b>	Mercado La Colón (Sur de Milagro)
<b>Área temática:</b>	Gestión contable, Administrativa, Tributaria y Financiera
<b>Universo:</b>	Comerciantes formales e informales del Mercado la Colón.
<b>Tiempo:</b>	2014.

### **1.1.3 Formulación del Problema.**

¿Cuál es la incidencia que genera la ausencia de Capacitación y Asesoría contable, administrativa, tributaria, y financiera por parte de las Instituciones Gubernamentales, Municipales y de las Asociaciones de comerciantes para su desarrollo económico?

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

¿Qué estrategias se aplica para concientizar al comerciante informal de tal manera que esté en capacidad de crecer económicamente?

¿Qué genera la falta de publicidad agresiva que debió haber asumido el Servicio de Rentas Internas en los comerciantes minorista?

¿Qué provoca la falta de control por parte de las autoridades Municipales en los comerciantes informales del mercado colon del cantón Milagro?

¿En qué se afecta el comerciante ante las Instituciones Bancarias por la carencia de un historial Financiero?

### **1.1.5 Determinación del tema.**

Análisis y creación de una oficina Contable y Tributaria para los comerciantes Minoristas del Mercado Colón de la ciudad de Milagro.

## **1.2. OBJETIVOS.**

### **1.2.1 Objetivo General.**

- Realizar un análisis de los niveles de conocimiento en los comerciantes formales e informales del Mercado Colón para la creación de una asesoría contable, administrativa, tributaria, y financiera, para contribuir con su desarrollo económico.

### **1.2.2 Objetivos Específicos.**

- Analizar como incide la falta de estrategias para los comerciantes informales que les provoca un estancamiento económico.
- Investigar de qué forma afecta la carencia de publicidad a través del Servicio de Rentas Internas que genera un incremento en el desinterés de los comerciantes informales a tributar.
- Analizar los factores por los que la autoridad no lleva un mayor control que disminuya la evasión de impuestos.
- Identificar las falencias del comerciante informal que le impiden tener un historial financiero.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN.**

Las condiciones del comerciante informal en el Mercado Colón de la ciudad de Milagro, la logramos apreciar de manera directa, la falta de seguro social, beneficios de ley, inestabilidad laboral (sin contrato), bajos sueldos entre otras, nos motiva a desarrollar este proyecto, con la finalidad de contribuir a este sector productivo relegado por las autoridades y por las agrupaciones creadas en su momento para defender esta clase trabajadora.

La investigación acerca de los comerciantes informales en el mercado la Colón se argumenta en la importancia de toda entidad o persona que maneje una actividad comercial, por lo tanto deberían aplicar una cultura tributaria de tal manera que ellos puedan comprender que los tributos son aquellos que le pertenece a la población, de tal forma que el estado como administrador de los recursos, nos ofrece los servicios públicos para nuestro beneficio como es la salud, vivienda, educación.

Este proyecto es de vital importancia, porque la legalización del comerciante informal contribuirá, no sólo para la recaudación de impuestos por parte del Estado, sino también, servirá en primer lugar para identificar al comerciante informal, segundo capacitarlo, tercero legalizarlos. Sólo cuando se trabaja de manera regular o legal, estarán en condiciones incluso de adquirir créditos y abrir un historial financiero. El que cree que pagar impuestos sólo es un gasto, definitivamente está equivocado, la legalización abre las puertas ante las entidades financieras permitiendo la posibilidad de crecer económicamente. Es fundamental concientizar al comerciante informal para crear una nueva cultura. Anteriormente habíamos mencionado que las Asociaciones de Comerciantes se han desvinculado de los objetivos para los cuales fueron creadas.

Con la finalidad de implementar una oficina de asesoría contable, administrativa, tributaria, y financiera en el mercado Colón, brindándoles los comerciantes formales e informales capacitaciones para que tenga una nueva visión que les permita crecer en sus actividades productivas.

## **CAPÍTULO II.**

### **MARCO REFERENCIAL.**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO.**

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

A través de los años en el Cantón Milagro se ha ido fortaleciendo el comercio informal, podemos citar como ejemplo en el año 1983 se asentaron varios comerciantes informales como por ejemplo “Familia López” quienes se ubicaron en la calle García Moreno entre Eloy Alfaro y Miguel Valverde, esta familia se inició con la compra venta informal de sacos plásticos y de yute, también podemos mencionar la familia “Orellana” dedicada a la misma actividad, lo que sí es importante recalcar que pese que realizaban una actividad comercial de manera informal, no se resistieron al cambio ni a las nuevas formas de competir permitiéndoles ser actualmente comerciantes reconocidos a nivel Cantonal, tal es el caso del “Comercial López” quienes poseen una despensa y distribuidora de víveres, permitiéndoles incrementar sus actividades comerciales hasta el punto de poseer apiladoras y sembríos en la parroquia Taura perteneciente a Virgen de Fátima. Por consiguiente la familia Orellana hasta la actualidad se dedica a la compra venta de chatarra al por mayor, dejando la informalidad para competir en un mercado diferente; pero este mismo mercado ha ido desplazando a quienes continúan laborando sin regularizarse.

Podemos mencionar también la familia Delgado quienes poseían una pequeña tienda de víveres en la Calle Eloy Alfaro entre Manuel Hidalgo y García Moreno, hoy en día propietarios del Cohervi S.A y Devies S.A dos de las Compañías distribuidoras más fuertes del Cantón Milagro.

Mencionamos como antecedentes históricos, estos tres comerciantes que en su momento pertenecían también a la clase informal; pero son el vivo ejemplo de los beneficios que trae la regularización o legalización, dado un mercado global con técnicas y estrategias de mercado donde los servicios y productos deben poseer la característica fundamental como es la Calidad. Así podemos mencionar varios comerciantes que empezaron en la ciudad de Milagro y que se adaptaron como el agua a las nuevas formas de competir, también debemos mencionar a quienes por trabajar en la informalidad se han quedado relegados en el tiempo como por ejemplo: En el mercado ubicado en la 12 de Febrero entre las calles 24 de Mayo y Calderón se encontraban comerciantes de gallina, laborando en forma antihigiénica y ofertando productos sin respetar las hoy conocidos cadenas de refrigeración, al contrario, sus productos los ofertaban a la intemperie sin ningún tipo de protección para evitar la contaminación que incluso desencadenaban enfermedades tanto a los comerciantes como a quienes acudían a este sector para abastecerse de estos productos. Estos comerciantes por la falta de capacitación fueron relegados e incluso desplazados por las conocidas avícolas y Comisariatos que ofertan pollos pelados refrigerados y embalados bajo normas técnicas.

En la ciudad de Milagro la compraventa informal es la segunda actividad económica a la que se dedican los habitantes, sin embargo es necesario tomar como referencia para el fortalecimiento de los actuales comerciantes informales y promover una nueva visión.

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales.**

Existen proyectos similares en la Universidad de Milagro, realizaremos el correspondiente análisis para mejorarlo y actualizar con información recopilada del presente año 2013.

Como referencia podemos citar el siguiente trabajo:

#### **TEMA.**

**“CAMPAÑA COMUNICACIONAL DE CONCIENCIAR AL COMERCIO INFORMAL PARA EVITAR LA DESORGANIZACIÓN EN LA PRINCIPALES CALLES DE LA CIUDAD DE MILAGRO”**, *Universidad Estatal de Milagro, realizado por las señoritas: Martínez Negrete Clara*

*Elena. Junco Lara Mayra Esther. Año 2010*

## **RESÚMEN.**

En el trabajo desarrollado por las autoras, consideran como fundamental la utilización de los medios de comunicación tales como: Televisión, Radio, Prensa escrita, incluyendo la campaña directa para promover el comercio formal en el Cantón Milagro, sabiendo que este problema se presenta en todos los sectores destinados para mercados y bahías. Es este trabajo se promueve la participación activa de las autoridades para la regularización de los comerciantes informales.

## **TEMA.**

**“IMPLEMENTACIÓN DEL REGIMEN IMPOSITIVO SIMPLICADO ECUATORIANO (RISE) EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES E INFORMALES DEL MERCADO CENTRAL DEL CANTÓN MILAGRO”**, *Universidad*

*Estatad de Milagro, elaborado por los autores: González Ceme Lenin Benito y Valdivieso Alvarado Miguel Enrique*

## **RESUMEN.**

Este trabajo busca identificar a los comerciantes informales, sabiendo que la falta de regularización trae como consecuencias la inestabilidad laboral y trabajar prácticamente al margen de la ley, sin tener un registro comercial. En esta investigación se busca dar información acerca del Régimen Impositivo Simplificado, la finalidad es minimizar los trámites y lo engorroso que significaba realizar las declaraciones.

### **2.1.3 Fundamentación.**

#### **<sup>1</sup>RISE.**

Sus siglas significan Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano, cuya finalidad es la de facilitar el pago de impuestos de determinados grupos productivos del Ecuador,

A lo largo de la historia el pago de impuesto y su complejidad para tributar se ha ido reduciendo, es decir el Estado y el Servicio de Rentas Internas, mediante la planificación y rediseño han proveído de mejores sistemas de recaudación.

---

<sup>1</sup> Asamblea Constituyente, Ley de Régimen Tributario Interno. Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, 2006, <http://www.sri.gob.ec/web/10138/304>.

Actualmente con esta nueva forma de recaudación como es el RISE, se busca

Simplificar los trámites, dejando atrás el llenar documentos y en otros casos llevar contabilidad.

El Servicio de Rentas Internas.

En su página web, establece varios beneficios que se los presentaremos a continuación:

- I. No se necesita realizar declaraciones, se evita llenar formularios y no se necesita contratar personas para realizar las contrataciones.
- II. No se realizan las retenciones de impuestos.
- III. Para llenar las facturas es totalmente simple, porque no es necesario la retención de impuestos.
- IV. No es necesario llevar contabilidad.
- V. Por cada trabajador que integre en su nómina de colaboradores se le descontará un 5% hasta llegar a un 50%.

Este documento establece que las personas que se pueden inscribir en el RISE son aquellas personas naturales que no sobrepasen sus ingresos anuales a \$60000 dólares.

## **<sup>2</sup>Los requisitos o condicionantes que deben tener las personas para adquirir el RISE.**

- I. Persona natural no jurídica.
- II. Los ingresos no deberán exceder a 60000 dólares desde el 1ero de Enero al 1ero de Diciembre, y si está en relación de dependencia no deberá superar sus ingresos anuales a 8910 USD.
- III. No dedicarse a ninguna de las actividades excluidas en la nómina de actividades establecidas por el SRI.
- IV. En los últimos tres años no deberá haber sido agente de retención.

---

<sup>2</sup> Asamblea Constituyente, Ley de Régimen Tributario Interno. Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, 2006, <http://www.sri.gob.ec/web/10138/304>.

## **Requisitos.**

- I. Presentar la cédula original y la copia de Cédula de Ciudadanía.
- II. Presentar original y copia del último certificado de votación.
- III. Presentar original y copia de planilla de servicios básicos, agua, luz, teléfono.

El pago del RISE, se lo deberá dependiendo el noveno dígito del número de cédula en base al calendario establecido por el SRI. Los pagos son mensuales caso contrario se le cobrará los intereses de ley.

Si desea cancelar todas las cuotas por adelantado lo puede realizar, esto le servirá a que quizás por falta de tiempo en las actividades laborales que el contribuyente tuviera, no caiga en mora por valores que pueden ser fácilmente cancelados.

El contribuyente del RISE tiene la obligatoriedad de entregar la nota de venta por valores mayores a 12 dólares. Las personas que pertenecen a las Asociaciones deberán sacar su RISE, individual porque la Asociación como tal tiene sus propias obligaciones.

## **<sup>3</sup>Historia del comercio.**

El comercio se remonta al periodo Neolítico, cuando el hombre empieza las actividades agrícolas, al principio el ser humano realizaba esta actividad, sólo con la finalidad de sobrevivir el, su familia y la comunidad a la que pertenecían.

Sabemos que el tiempo es cambiante y en la medida que el tiempo cambia y de las prácticas de las tareas repetitivas el hombre va adquiriendo mayor experiencia, de igual forma va re adecuando el estilo de vida y re diseñando su sus herramientas.

Cuando la actividad agrícola empezó a crecer de tal forma que no sólo se producía para la comunidad, empezó el denominado trueque, fue la primera forma de comercio, lo cual consistía en el intercambio de algún bien por otro que represente similar valor.

Posteriormente con la diversificación de actividades productivas el hombre creó sus primeras formas de moneda para el intercambio de productos, dando inicio a lo que hoy conocemos como comercialización.

---

<sup>3</sup>Economía General, Historia del Comercio, 2012, <http://economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>

El intercambio de productos dejó de realizárselo sólo entre comunidades locales. Sino también al intercambio o comercio a nivel de regiones, resultado de la navegación y algunas formas de preservación de productos comestibles.

Hoy en día gracias a las diferentes formas de transporte terrestre, aéreo y marítimo el comercio ha traspasado fronteras, esto se debe por supuesto a las nuevas tecnologías de preservación de los alimentos que existe, pudiendo a travesar océanos y semanas sin que los productos alimenticios perezcan, al contrario lleguen frescos como si recién se los hubiera preparado o cosechados.

#### **4Comercio Informal.**

Se considera que el comercio informal ha provocado un sin número de problemas en cuanto a ordenamiento de las ciudades; pero ese es sólo una parte del gran problema económico que representa el comercio informal o la informalidad a nivel económico para los países desarrollados como los que están en vía de desarrollo.

En el año 2009 la Organización Internacional del Trabajo en conjunto con La Organización Mundial de Comercio realizó una investigación acerca de los niveles que existe de las personas que trabajan en el comercio informal.

El trabajo investigativo es necesario, porque de acuerdo a la OIT y OMC, estos niveles de informalidad incide en el crecimiento económico de los países en vía de Desarrollo como los desarrollados. Estas Organizaciones Internacionales mantienen que las actividades económicas informales de los países son las que crean barreras para poder seguir creciendo económicamente, incluso, limita las posibilidades de competir en un mercado globalizado, porque existen tantas personas en el comercio informal con muchas potencialidades que se limitan, por el temor a algo que desconocen, no permitiéndose ver más allá y las posibilidades que existen en otros mercados.

Lastimosamente la OMC emitió una información acerca de los niveles de informalidad en nuestro país, atribuyéndonos el 74%, es decir, más de la mitad del empleo total. El INEC, no se hizo esperar, elevando su voz de protesta y emitió datos recogidos, en donde nos corresponde el 30% al sector informal del total del sector productivo.

---

4 Organización Internacional del Trabajo, Comercio y el Empleo Informal, 2009, [http://www.ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/WCMS\\_145339/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/WCMS_145339/lang--es/index.htm)

En esta información emitida por el Diario EL UNIVERSO, también revela acerca de una reunión del G20 o grupo de los países más poderosos, los mismos que combinan a aplicar planes de recuperación, con la finalidad de estimular el trabajo decente o formal, llámese así, al trabajo con seguridad social, salario, seguro, legal. La OIT y OMC por último declaran que la informalidad limita las posibilidades de crecimiento económico del país, además dichos países, son más vulnerables a las catástrofes.

### **<sup>5</sup> Importancia de la Capacitación.**

Se conoce como capacitación al adiestramiento en un determinado tema, o actividad en las empresas la capacitación es una herramienta continua hacia el trabajador, con la finalidad de mejorar la rentabilidad del negocio, mejorar conocimiento, imagen corporativa, reduce tensiones, mejora las relaciones interpersonales, incrementa la autoformación, alimenta la confianza, sube la, agiliza la toma de decisiones, mejora comunicación en todas las áreas.

Si es importante para las organizaciones es necesario también entonces identificar la importancia de la capacitación en la persona. Recordemos que este proyecto buscamos la aplicación de la capacitación hacia el comerciante informal, por lo que detallamos a continuación los beneficios que obtiene el ser humano a través de la capacitación: Forma líderes, soluciona problemas, maneja mejor las situaciones problemáticas, incrementa la autoconfianza, mejora las estrategias para alcanzar metas personales, mejora la visión personal e incrementa su desarrollo, mejora la competitividad, y elimina los temores por la ignorancia.

Basándonos en estos beneficios que establece esta Lincografía, como investigadores priorizamos esta estrategias para aplicarla en los comerciantes informales.

---

<sup>5</sup>Hugo Musterberg, Psicología organizacional, 1911, <http://psicologiayempresa.com/tecnicas-de-capacitacion-y-entrenamiento.html>

## <sup>6</sup>La colectividad.

**Makárenko**, dice en su obra que la colectividad es un grupo indeterminado de trabajadores libres; pero unidos por objetivos y acciones comunes, debidamente organizados y que dicha organización tiene un sola dirección manteniendo una disciplina y responsabilidad, según este Autor el sujeto debe coordinar sus aspiraciones personales con la de su grupo o con los objetivos de la colectividad a la que pertenece.

Por lo que resumen a que la colectividad debería poseer una misma cultura, es decir, cada uno de los integrantes de ese grupo deberían tener las mismas creencias, valores, códigos de comportamiento, ideologías en general o creencias, estas normas o características que tienen estas organizaciones deberán ser enseñadas a los nuevos integrantes o miembros que se integren en la organización. Los nuevos miembros de la organización serán capacitados para percibir, pensar, sentir y accionar de manera similar a la del grupo debido a que se organizan por las mismas necesidades.

Par este proyecto es importante analizar lo que dice este estudioso de la sicología "Makárenko". Este estudio está dirigido a un grupo específico que tiene un mismo fin o actividad que es la de la comercialización; pero es un grupo que trabaja de manera independiente y cada uno posee una idea o una visión de lo que es el trabajo, no todos poseen afinidad ni el respeto o normas a seguir para la actividad comercial, no ha recibido capacitación alguna, lo que ha incrementado el temor a laborar de una manera organizada.

Lo único común, es que cada de ellos posee un gran deseo por trabajar y llevar el sustento para sus hogares, por esta razón es importante realizar el análisis psicológico de lo que es y en qué consiste trabajar en un grupo organizado.

Este trabajo busca mejorar las condiciones y la visión de este grupo productivo, no sólo se desea el mejoramiento personal de cada uno de ellos, sino también mejorar el desarrollo económico del Cantón, este trabajo pretende motivar a que los

---

<sup>6</sup>A. S. Makárenko, La colectividad, 1985,  
<http://manuelgross.bligoo.com/content/view/479296/Cultura-Organizacional-Definiciones-y-Tipologias-actualizado.html#content-top>.

comerciantes informales adopten una posición diferente acerca de lo que es el comercio formal.

## **2.2 MARCO LEGAL.**

### **Código de Comercio**<sup>7</sup>

**Artículo 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.

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

Se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno.

### **De las personas capaces para ejercer el comercio**

**Artículo 6.-** Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

**Artículo 7.-** Sin embargo de lo dispuesto en el artículo anterior, no pueden comerciar:

- 1.- Las corporaciones eclesiásticas, los religiosos y los clérigos;
- 2.- Los funcionarios públicos a quienes está prohibido ejercer el comercio por el Art. 242 del Código Penal, salvo las excepciones establecidas en el mismo artículo; y,
- 3.- Los quebrados que no hayan obtenido rehabilitación.

**Artículo 8.-** Las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes.

---

<sup>7</sup><http://es.scribd.com/doc/37142455/CODIGO-DE-COMERCIO>

## **De la matrícula de comercio**

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

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

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

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

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

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

## **REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY ORGANICA DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO<sup>8</sup>**

### **REGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO**

#### **De la Inscripción e Incorporación**

**Art. 197.-** Inscripción en el Régimen Simplificado.- Las personas naturales ecuatorianas o extranjeras residentes, cuyos ingresos y número de personas empleadas en el desarrollo de una o más actividades, cumplan con las condiciones previstas en la Ley de Régimen Tributario Interno, podrán inscribirse en el Régimen Simplificado.

Para la incorporación en el Régimen Simplificado, no se considerará el límite de 10 trabajadores en los contratos por obra cierta, que no sean habituales respecto de la actividad de la empresa o empleador; los contratos eventuales, ocasionales y de temporada; los de servicio doméstico; los de aprendizaje; los contratos a prueba; ni los que se pacten por horas; siempre y cuando el resultado de multiplicar al número de trabajadores temporales por el número de meses de trabajo, no sea mayor a 30, dentro de un mismo año calendario.

Las personas naturales que hayan sido agentes de retención, exclusivamente por pagos al exterior, podrán incorporarse al Régimen Simplificado.

**Art. 198.-** De las Inscripciones de nuevos contribuyentes.- Las inscripciones en el Régimen Simplificado se efectuarán a través del Registro Único de Contribuyentes (RUC), que administra el Servicio de Rentas Internas, conforme establece el Reglamento de aplicación de la Ley del RUC. El Director General del Servicio de Rentas Internas, mediante resolución administrativa, establecerá las fechas y mecanismos para el proceso de inscripción.

**Art. 199.-** Requisitos para la inscripción de nuevos contribuyentes.- Para la inscripción por primera vez en el RUC, bajo el Régimen Simplificado, las personas naturales que cumplan con los parámetros establecidos en la Ley de Régimen Tributario, deberán presentar los requisitos que mediante resolución administrativa establezca el Director General del Servicio de Rentas Internas.

---

<sup>8</sup><http://www.auditingtax.com/info/Reglamento%20Regimen%20Impositivo%20Simplificado.pdf>

La información proporcionada por el sujeto pasivo en el RUC y su actualización correspondiente, se someterá a los lineamientos establecidos en la Ley del RUC.

Una vez inscritos en el RUC e incorporados al nuevo régimen, los sujetos pasivos deberán solicitar la autorización para emitir comprobantes de venta en el Régimen Simplificado.

**Art. 200.-** Incorporación de contribuyentes en el Régimen Simplificado.- Los contribuyentes que se encuentren inscritos en el RUC podrán incorporarse voluntariamente en el Régimen Simplificado, siempre y cuando reúnan las condiciones previstas en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Una vez incorporados al nuevo régimen, los sujetos pasivos deberán dar de baja los comprobantes de venta, retención y demás documentos complementarios autorizados vigentes; y, solicitar la autorización para emitir comprobantes de venta en el Régimen Simplificado.

**Art. 201.-** De la verificación previa a la inclusión.- En el caso de que una persona natural desee incluirse al Régimen Simplificado, el Servicio de Rentas Internas verificará, a través de cualquier medio que posea, que no existan causales de exclusión, conforme lo ordenado por los artículos 97.2 y 97.3 de la Ley de Régimen Tributario Interno.

### **De la Actividad Económica**

**Art.- 202.-** De la Actividad Económica.- Las personas al momento de su inscripción en el RUC, bajo el Régimen Simplificado, deberán informar todas las actividades económicas que desarrollan.

Para la determinación del sector de la actividad económica del contribuyente, el Director General del SRI mediante resolución establecerá la correspondencia entre los sectores económicos conforme señala la Ley de Régimen Tributario Interno y las

actividades declaradas por el contribuyente de conformidad con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU).

Se entenderá dentro del corretaje de bienes raíces a la comercialización o arrendamiento de bienes inmuebles que no sean de propiedad del sujeto pasivo.

No podrán incorporarse al Régimen Simplificado las personas naturales que exclusivamente tengan transferencias con sociedades o personas naturales que desarrollen actividades empresariales.

### **Del Pago de Obligaciones en el Régimen Simplificado**

**Art. 211.-** Del pago.- El pago se lo realizará de acuerdo con las tablas previstas en la Ley. El Director General, mediante resolución administrativa, establecerá las fechas y mecanismos para el proceso de recaudación en el Régimen Simplificado.

El pago de las cuotas se lo efectuará a través de las Instituciones que hayan suscrito un convenio de recaudación con el Servicio de Rentas Internas. El contribuyente o un tercero en su nombre, al momento de cancelar las cuotas, tendrá dos opciones:

- 1.- Cuota a la fecha: En esta modalidad de pago, el contribuyente cancelará el valor del período actual, más las cuotas vencidas de meses anteriores, más títulos de crédito de ser el caso, con sus respectivos intereses por mora.
- 2.- Cuota Global: En esta modalidad de pago, el contribuyente cancelará la cuota a la fecha descrita en el numeral anterior, más las cuotas correspondientes al resto de meses del año en curso.

Cuando se hubiere verificado el incumplimiento del pago de una o más cuotas o de cualquier otra obligación tributaria firme por parte del sujeto pasivo, el Servicio de Rentas Internas autorizará, por una sola vez, la impresión de los comprobantes de venta y documentos complementarios autorizados para este régimen, con un plazo de vigencia de tres meses, tiempo dentro del cual, el contribuyente deberá cumplir con sus obligaciones tributarias a fin de que pueda ser autorizado para la impresión de los documentos por el término anual.

En el caso de que un contribuyente, cancele la cuota global y renuncie o sea excluido del Régimen Simplificado, podrá reclamar ante la Administración Tributaria los valores pagados indebidamente.

Los valores pagados por concepto de las cuotas en el Régimen Simplificado constituyen el pago del IVA generado por el contribuyente en las transferencias gravadas con este impuesto y el pago del Impuesto a la Renta generado por sus ingresos gravados y deducciones, correspondientes a sus actividades empresariales, trabajos autónomos, arrendamiento de bienes inmuebles u otros activos, explotación de predios agrícolas y relación de dependencia que no supere la fracción básica desgravada.

**Art. 212.- Intereses por mora.-** Si por cualquier circunstancia el contribuyente no hubiere podido efectuar el pago correspondiente dentro del mes en curso, deberá cancelar el monto adeudado más los intereses generados hasta la fecha de pago, conforme a lo dispuesto en el Código Tributario.

## **SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS<sup>9</sup>**

### **Compañías anónimas**

#### **Requisitos:**

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

Se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría, por lo que los numerales antes indicados le son aplicables, con las salvedades antes señaladas.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en

---

<sup>9</sup><http://es.scribd.com/doc/55546703/COMPANIAS-ANONIMAS>

al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía. Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas, según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R.O. 379 de 8 de agosto de 1998.

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

## **Código Civil**

### **DE LA SOCIEDAD**

**Art. 1957.-** Sociedad o compañía es un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan.

La sociedad forma una persona jurídica, distinta de los socios individualmente considerados.

**Art. 1958.-** En las deliberaciones de los socios que tengan derecho a votar, decidirá la mayoría de votos, computadas según el contrato; y si en éste nada se hubiere estatuido sobre ello, decidirá la mayoría numérica de los socios.

Exceptúense los casos en que la ley o el contrato exigen unanimidad, o conceden a cualquiera de los socios el derecho de oponerse a los otros.

La unanimidad es necesaria para toda modificación sustancial del contrato, salvo en cuanto el mismo contrato estatuya otra cosa.

## **PERMISOS**

### **1) RUC (Registro Único del contribuyente) <sup>10</sup>**

#### **RUC para sociedades**

El término sociedad comprende a todas las instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de las Superintendencias de Compañías y de Bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

La inscripción debe efectuarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de sus actividades. Recuerde que en el caso de sociedades la fecha de inicio de actividades está definida por el acto que genera su existencia jurídica.

#### **Requisitos de Inscripción para Sociedades bajo control de la Superintendencia de Compañías**

Para la inscripción del Representante Legal y Gerente General de una empresa deberán presentar los siguientes requisitos:

- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía o del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente (extranjeros residentes Visa 10 y No residentes Visa 12).
- ✓ Los ecuatorianos, presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Tribunal Supremo Electoral (TSE).

Para la inscripción de la organización, deberán presentar los siguientes requisitos:

- ✓ Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal
- ✓ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- ✓ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías

---

<sup>10</sup><http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/REQRUCMAY2006.pdf>

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- ✓ Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción; o,
- ✓ Contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción, legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato; o,
- ✓ Pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción.

Si la inscripción es posterior a los 30 días de iniciada la actividad económica, deberá presentar:

- ✓ Copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa respectiva, con el código 8075 correspondiente a Multas RUC.

#### ❖ **Actualización en el RUC**

Las sociedades que deseen actualizar la información de identificación, ubicación, actividad económica o de cualquier tipo que conste en el RUC, deberán presentar los siguientes requisitos:

- ✓ Original de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte del Representante Legal.
- ✓ Original del certificado de votación hasta un año posterior a los comicios electorales.
- ✓ Original y entregar una copia del documento que respalde el cambio de información que va a realizar el contribuyente, guardando relación con los requisitos de inscripción.

Si la actualización es posterior a los 30 días de producido el cambio, deberá presentar:

Copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa respectiva, con el código 8075 correspondiente a Multas RUC.

Patente de comercio.

Tasa de habilitación

## **2) Permisos municipales<sup>11</sup>**

### **Patentes municipales**

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial.

### **¿Cómo obtener?**

A partir del 2 de enero de cada año en la Administración Zonal respectiva:

Existen tres clases de personería:

- Patente personas naturales
- Patente Jurídica nueva (empresa en constitución)
- Patente jurídica antigua.( 1.5x1000 a los activos totales Administración Sur)

## **3) Patentes personas naturales**

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas, y Formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- Copia de carta de pago de impuesto predial.

### **Patente jurídica nueva**

Es el requisito a constituir una empresa en cuyo caso se necesita:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

---

<sup>11</sup>[http://www.captur.com/codigo2002/fornularios/images/legal/Patentes\\_Municipales.pdf](http://www.captur.com/codigo2002/fornularios/images/legal/Patentes_Municipales.pdf)

#### **4) Permisos Cuerpo de Bomberos<sup>12</sup>**

##### **Requisitos para obtener permisos de funcionamiento de locales comerciales**

- Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

---

<sup>12</sup>[http://www.bomberos.gob.ec/page-95-\\_r\\_e\\_q\\_u\\_i\\_s\\_i\\_t\\_o\\_s\\_%20\\_p\\_a\\_r\\_a\\_%20\\_p\\_e\\_r\\_m\\_i\\_s\\_o\\_s\\_.htm](http://www.bomberos.gob.ec/page-95-_r_e_q_u_i_s_i_t_o_s_%20_p_a_r_a_%20_p_e_r_m_i_s_o_s_.htm)

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL.**

**CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.-** Se denomina así a la enseñanza que se le da a un sujeto con la finalidad de especializar en uno o varios temas, técnicas para alcanzar objetivos.

**COMPETENCIA.-** Son los sujetos e empresas que ofrecen servicios y productos similares o iguales a los de otros.

**COMERCIALIZACIÓN.-** Se denomina así al conjunto de actividades tales como; publicidad, marketing, distribución o cualquier actividad que sea utilizado para la compra – venta de un producto.

**COMPETITIVIDAD.-** Son las condiciones, habilidades y destrezas que debe tener el sujeto o la empresa para competir en el mercado.

**CULTURA TRIBUTARIA.-** Es la característica propia del individuo al compromiso de tributar.

**COMERCIO FORMAL.-** Se define a la actividad de compra – venta que se encuentra debidamente legalizada.

**COMERCIO INFORMAL.-** Se denomina así a la actividad económica que trabaja al margen de la ley sin ningún tipo de normas ni se encuentra inscrito en el Servicio de Rentas Internas.

**COMPRA.-** Es la transacción que se utiliza para la adquisición de un bien o servicio, esta actividad puede realizarse con dinero de contado, crédito, cheque o tarjeta de crédito.

**DESEMPLEO.-** Es el sector de la población que a pesar de que tiene condiciones de trabajar, no se encuentra ocupada

**DISTRIBUCIÓN.-** Se denomina así a los medios o forma que se utiliza para hacer llegar el bien o servicio al consumidor.

**DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO.-** Se refiere al valor agregado, al extra, de otros productos o servicios de la misma línea.

**ECONOMÍA INFORMAL.-** Se refiere en economía a un grupo de personas que forman parte del sector productivo pero que trabajan sin ningún reglamento legal y trabajan al margen de la ley.

**ECONOMÍA FORMAL.-** Es el grupo de personas que forman parte del sector productivo que están plenamente registrados y legalizados.

**ESTRATEGIA.-** Es la forma, los métodos que se diseñan para realizar una actividad, mediante la cual podamos alcanzar lo que deseamos.

**MERCADO.-** Se denomina así al sector donde se realizan las operaciones o transacciones comerciales de compra – venta, no indica necesariamente ubicación geográfica.

**PRECIO.-** Se refiere a la cantidad de dinero que se entrega para adquirir un bien o servicio. Es la medida de valor que representa un bien o servicio.

**SUBEMPLEO.-** son aquellas personas que no trabajan el número de horas normalizadas, quienes trabajan de manera esporádica.

**TRIBUTACIÓN.-**Se denomina así al pago de impuestos, permite al Estado a recaudar los fondos.

**VENTA.-** Es la transacción que se utiliza cuando cedemos un bien o servicio, esta actividad puede realizarse con dinero de contado, crédito, cheque o tarjeta de crédito

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.**

### **2.4.1 Hipótesis General.**

- La ausencia de capacitación y asesoría contable, administrativa, tributaria y financiera de los microempresarios en el cantón milagro se ve afectado en la correcta administración en el crecimiento económico.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares.**

- La falta de implementación de estrategias para los comerciantes informales provocará el estancamiento económico.
- Por la carente publicidad directa a través de brigadas a los comerciantes informales por parte del Servicio de Rentas Internas generará un incremento en el desinterés de los comerciantes informales a tributar.
- La ausencia de control en las actividades de regulación en el comercio informal por parte de las autoridades locales o Municipales incrementará la evasión de impuestos de los diferentes mercados del Cantón Milagro.
- Por la falta de legalización el comerciante formal e informal no podrá crear sus propios historiales financieros lo que se convertirá en un impedimento para la adquisición de créditos y el desarrollo económico.

### **2.4.3 Declaración de Variables.**

#### **Variable dependiente**

- Temor a Tributar.
- Legalizarse.
- Interés por tributar.
- Crecimiento económico.
- Pago de impuestos
- Créditos.

#### **Variable Independiente.**

- Conocimiento de los beneficios tributarios.
- Capacitación del comerciante.
- Campañas Publicitarias.
- Auto preparación.
- Regularización
- Historial Financiero

#### 2.4.4 Operacionalización de las variables.

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Temor a Tributar.	Rechazo o aversión a pagar impuesto al Estado	Nivel de aceptación del comerciante.	ENCUESTA
Legalizarse	Trabajar de manera formal, bajo un registro legal	Porcentaje de comerciantes legalizados	ENTREVISTA
Interés por tributar.	Nivel de aceptación del comerciante por tributar	Nivel de aceptación a la tributación	ENCUESTA
Crecimiento económico	Es el incremento de las rentas o ingresos	Incremento de las ventas	CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS
Pago de impuestos.	Cumplir con los pagos al Estado de acuerdo a las actividades económicas.	Niveles de recaudación de impuestos	ENCUESTA
Crédito.	Es un pago con dinero en efectivo, cheque, tarjeta en cuotas	Niveles de endeudamiento.	Entrevista
VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Conocimiento de los beneficios tributarios	Nivel de información sobre los impuestos que se debe pagar al Estado	Grado de conocimiento	ENCUESTA
Capacitación del comerciante	Auto preparación del comerciante	Grado de Capacitación	CURSOS
Campañas publicitarias	Estrategias para la venta de un producto o servicio	Niveles de percepción	ENCUESTA
Auto preparación	Consiste en la investigación por sí mismo.	Nivel de Conocimiento	ENCUESTA
Regularización	Consiste en la legalización de una actividad	Número de Registrados	ENCUESTA
Historial financiero	Son los diversos créditos realizados por la Banca.	Número de créditos aprobados	ENTREVISTA

Elaborado por: Diana Vargas, Mercy Arévalo.

**Cuadro #1 Operacionalización de las Variable**

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

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

Nuestro proyecto por tratarse no sólo de dar asesoría contable, legalizar sino también de capacitar a los comerciantes informales del Mercado la Colón con la finalidad de cambiar la visión de este grupo productivo, sabiendo que el proyecto es pionero en nuestra ciudad por el abandono en el que vienen trabajando.

Por lo que para el desarrollo y recolección de información acerca de la predisposición que tienen los comerciantes a cambiar de mentalidad se considera los diversos tipos de investigación siguientes:

**De campo.-** Nuestra investigación es de campo porque la información que se recogerá acerca del número de personas que trabajan sin legalizarse se la recopilará de manera directa en el Mercado a través de los comerciantes.

**Cualitativa.-** Nos referimos porque obtendremos a través de las encuestas, factores o características de cómo percibe el comerciante formal e informal la legalización.

**Cuantitativa.-** Se refiere a que en nuestra investigación de campo y por las encuestas realizadas determinaremos porcentajes y podremos ponderar mediante las tabulaciones para ofrecer un resultado numérico de la situación actual del comerciante.

**Estadístico.-** Este proyecto busca también determinar la variación histórica y actual de los comerciantes que fueron informales y que dejaron de serlo, además

determinar estadísticamente el comportamiento del comerciante informal si tuviera la capacitación necesaria.

**Bibliográfica.-** Esta investigación es bibliográfica porque recopilaremos información de libros publicados por diferentes científicos y Editoriales, con la finalidad de adquirir referencias que aporten a nuestra investigación.

## **3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.**

### **3.2.1 Características de la población.**

En el Cantón Milagro una de las actividades más comunes es el comercio formal e informal, en los antecedentes históricos pusimos ejemplo de cómo algunos comerciantes que laboraban de manera informal hoy se convirtieron en destacados micro empresarios y empresarios.

En esta ciudad existen alrededor de 5 mercados en diversos sectores de la ciudad; pero también es cierto que no todos trabajan de manera regular o legal, por tal razón quienes han quedado relegados en el tiempo son varios sectores como: mercado de las piñas, de las gallinas, carniceros entre otros que fueron desplazados por locales comerciales más modernos.

Los comerciantes informales se caracterizan fundamentalmente porque han crecido en número, pero no económicamente.

Para nuestro proyecto determinaremos la población con un segmento de los comerciantes informales del Mercado la Colón, que servirá como programa piloto y ejemplo a comerciantes ubicados en otros sectores.

El Mercado la Colón está ubicado en el Cantón Milagro Provincia del guayas, en la Avda. Colón diagonal a la Cdla. La FAE, en este mercado anteriormente se permitía trabajar en los exteriores y en el interior o sea en la infraestructura construida con diferentes áreas entre ellas sección de víveres, embutidos, cangrejos, mariscos, cárnicos y un sector destinado para la bahía del Mercado la Colón.

El Mercado la Colón cuenta con 100 locales al interior, 30 al contorno y 15 pertenecen a la Bahía del Mercado la Colón.

De los cuales trabajan regularmente y están distribuidos de la siguiente manera:

DESCRIPCIÓN DE NEGOCIOS	# DE NEGOCIOS	PROMEDIO DE PERONAS X CADA NEGOCIO	TOTAL PERONAS POR NEGOCIO
Tiendas	30	2	60
Viveres	L-60	2	120
Cangrejos	L – 14	2	28
Mariscos	L – 6	2	12
Pollos	L _ 8	2	16
Cárnicos	L – 8	2	16
Embutidos	L – 4	2	8
Bahía	15	2	30
<b>TOTAL</b>	<b>145</b>	<b>16</b>	<b>290</b>

**ELABORADO POR:** Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Cuadro #2 Descripción del negocio**

### 3.2.2 Delimitación de la población.

El universo de estudio de este proyecto es de 145 comerciantes del Mercado Colón que se la realizara sin diferencias sociales, es decir sin cuestionar la edad, la raza, ni la situación económica de esta población y se aplicará la fórmula no probabilística para saber de esta manera cual es el nivel de aceptación de los comerciantes al manejar el pago de los impuestos que forman parte de la economía del país.

### 3.2.3 Tipo de muestra.

**Muestra no probabilística.-** es aquella en que el investigador difiere a los individuos u objetos no por probabilidad, si no por causas relacionadas con las características del investigador, este toma la decisión en cuanto al tipo de muestra que va adoptar.

Nuestra muestra es finita de tipo no probabilística porque la encuesta será dirigida a un determinado sector, identificando a la población para nuestro estudio como “Comerciantes informales del Mercado Colón”, estratificada por actividad económica.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra.

Como habíamos establecido en el ítem anterior, al ser la población finita, se deberá usar la fórmula (2 no probabilística) establecida en el reglamento para la elaboración del diseño del proyecto.

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

**Donde**

**n** = tamaño de la muestra

**N** = tamaño de la población

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

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

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

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

$$n = \frac{(145)(0,5)(0,5)}{\frac{(145-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{36.25}{\frac{0.36}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{36.25}{0.3437109538}$$

$$n = 105 \text{Encuestas}$$

El tamaño de muestra que hemos adquirido aplicando la formula finita y considerando el margen de error del 5% es de 105 personas a encuestar del total de comerciantes que forman parte del Mercado Colon del Cantón Milagro.

### **3.2.5 Proceso de selección.**

La selección del sector donde está ubicada la población fue seleccionada, considerando que es uno de los mercados aparentemente más organizado, sin embargo el estudio a realizar nos revelará los resultados de falencias y errores que presenta este grupo de contribuyentes.

## **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.**

En el desarrollo de nuestro proyecto utilizaremos para la recopilación y tabulación de datos los métodos y técnicas siguientes:

### **3.3.1 Métodos de Investigación.**

Se utilizará el Método empírico complementario debido:

La información que obtendremos para la medición estadística sobre la percepción de lo que es el RISE por parte de los comerciantes informales la obtendremos de manera directa mediante un cuestionario de preguntas.

**Observación.-** Este método consiste en la recopilación de información para medir los niveles de conocimiento o percepción de los comerciantes en el Mercado la Colón. Para determinar las tendencias a regularizarse por decisión propia, se realizará en base a la toma de datos de los comerciantes formales que trabajan en el lugar a través de la observación directa.

### **3.3.2 Técnicas de Investigación.**

**Encuesta.** - La técnica que se utilizará para la recopilación de información será a través de un cuestionario de preguntas, las cuales nos ayudará a valorar la información que tienen los comerciantes informales acerca del RISE, es decir, la técnica será a través de la encuesta.

En el desarrollo del tema también elaboraremos entrevistas a expertos en el tema del RISE, con la finalidad de fortalecer nuestro trabajo con el aporte de especialistas en el tema.

### **3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.**

El desarrollo de nuestro proyecto y su recopilación de información se la realizará utilizando la técnica de la encuesta, con la finalidad de representar de manera porcentual, cuantitativamente, de manera que podamos valorar o determinar niveles de conocimiento, interés y las tendencias a cambiar la mentalidad tradicional de laborar al margen de la ley.

Esta información será tabulada de manera estadística, con la finalidad de que dichos niveles o tendencia se puedan representar a través de gráficos de barra o de pastel, de tal manera que sea fácil la comprensión o identificación de las falencias para proponer soluciones a esta población ubicada en el sector sur del Cantón Milagro conocido como “Mercado la Colón”.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

La información que se presenta a continuación se adquirió de los datos que se obtuvo de las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado Colon, la cual consistió de diez preguntas elaboradas según la necesidad de nuestro proyecto las mismas que serán presentadas y tabuladas en cuadros y gráficos estadísticos.

#### 1. Pertenece usted alguna Asociación de comerciante del Cantón Milagro.

**Cuadro #3**

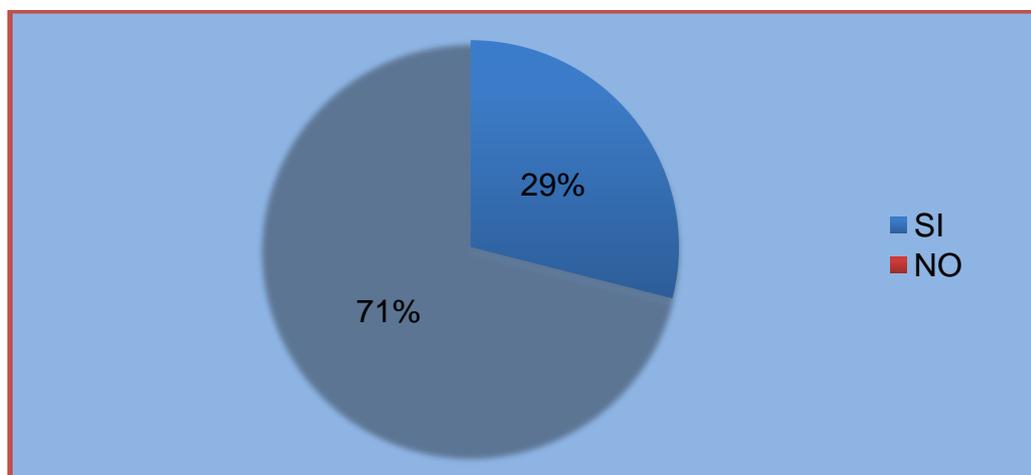
**Tabulación de Pregunta # 1**

Pertenece usted alguna Asociación de comerciante del Cantón Milagro	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SI	30	29%
NO	75	71%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Gráfico # 1**

**Tabulación de Pregunta # 1**



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Análisis e Interpretación:**

Con los resultados obtenidos de la encuesta ejecutada a los comerciantes formales e informales del mercado Colon, nos revela que actualmente el 29% de los encuestados pertenecen alguna asociación de comerciantes del Cantón Milagro y el 71% no pertenecen a ninguna asociación, pero aquellos están muy consiente que al pertenecer a una asociación les ayudaría a mejorar en su crecimiento económico.

**2. Cuánto le beneficiaría a usted la creación de un centro de información tributaria en el mercado "COLON"**

**Cuadro #4**

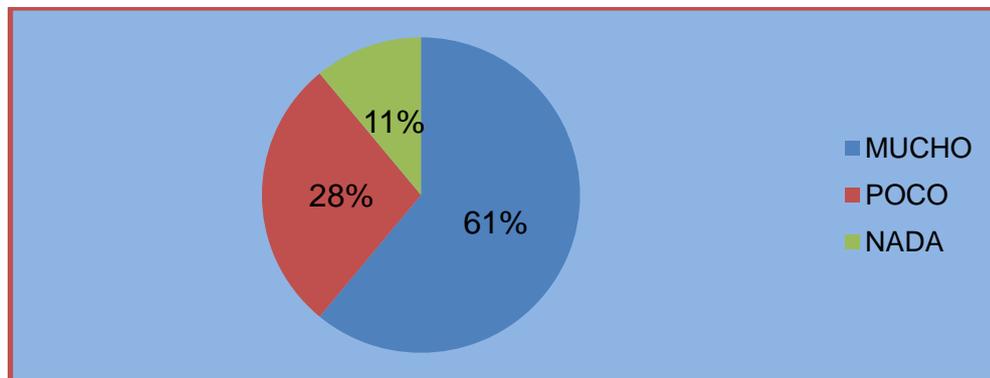
**Tabulación de Pregunta # 2**

Cuanto le beneficiaría a usted la creación de un centro de información tributaria en el mercado "COLON"	Frecuencia Relativa	Porcentaje
MUCHO	64	61%
POCO	29	28%
NADA	12	11%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Gráfico # 2**

**Tabulación de Pregunta # 2**



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Análisis e Interpretación:**

Con los resultados expuestos podemos deducir que del 100% de los encuestados, el 61% de los comerciantes indica que le beneficiaría mucho la creación de un centro de información tributaria en el mercado Colón, el 28% dice que le beneficiaría poco y el 11% dice que no le beneficiaría en nada, pero podemos decir que tiene una buena aceptación ya tenemos un % positivo muy alto y de esta manera se les dará a conocer las bases confiables y específicas para que puedan planificar, controlar y tomar buenas decisiones en sus actividades económicas.

**3. Ha recibido capacitación de leyes tributarias por parte del servicio de rentas internas.**

**Cuadro #5**

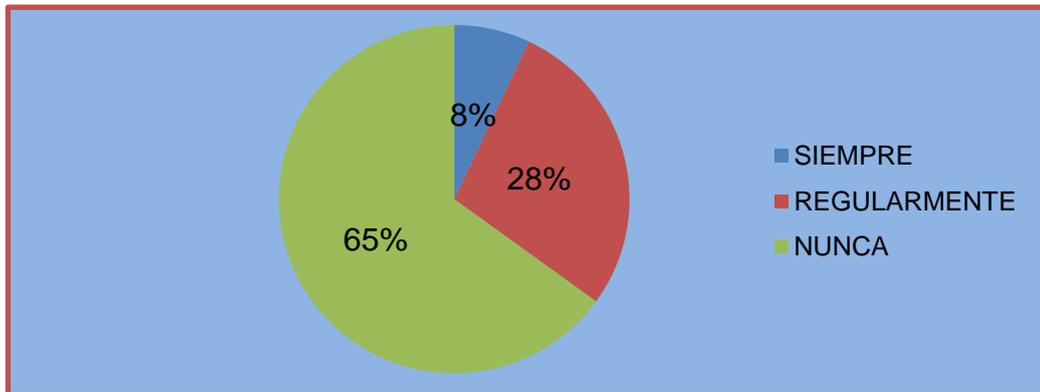
**Tabulación de Pregunta # 3**

Ha recibido capacitación de leyes tributarias por parte del servicio de rentas internas.	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SIEMPRE	8	8%
REGULARMENTE	29	28%
NUNCA	68	65%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Gráfico#3**

**Tabulación de Pregunta # 3**



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Análisis e Interpretación:**

En las encuestas efectuadas a los comerciantes del mercado Colon, nos podemos dar cuenta que del 100% de los resultados, solo el 8% nos indica que han recibido capacitación tributaria por parte del Servicio de Rentas Internas, un 28% dice que regularmente los capacitan, y el 65% que es un porcentaje muy elevado dice que nunca los capacitan, con estos resultados nos podemos dar cuenta que estas entidades no les ofrecen la adecuada asesoría tributaria a los comerciantes.

**4. Cree usted que existe temor a tributar.**

**Cuadro #6**

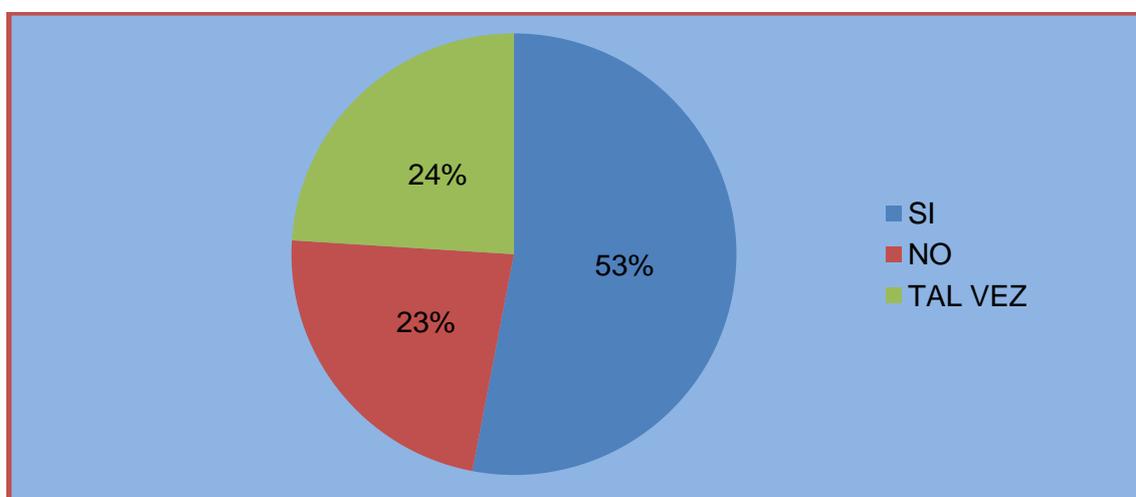
**Tabulación de Pregunta # 4**

Cree usted que existe temor a tributar	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SI	56	53%
NO	24	23%
TAL VEZ	25	24%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

#### Gráfico# 4

#### Tabulación de Pregunta # 4



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

#### Análisis e Interpretación:

Según la encuesta realizada se puede observar por parte de los comerciantes que el 53% tiene temor a tributar, el 23% nos indica que no y el 24% dicen que tal vez exista temor a tributar, estos resultados nos da a conocer que este grupo de personas tienen muy poco conocimiento sobre los beneficios que podrían obtener si comenzaran a tributar y a dejar ese temor que sienten por el pago de los impuestos.

- 5. Le gustaría pertenecer a una asociación de comerciantes para conocer de sus beneficios y obligaciones tributarias.**

#### Cuadro #7

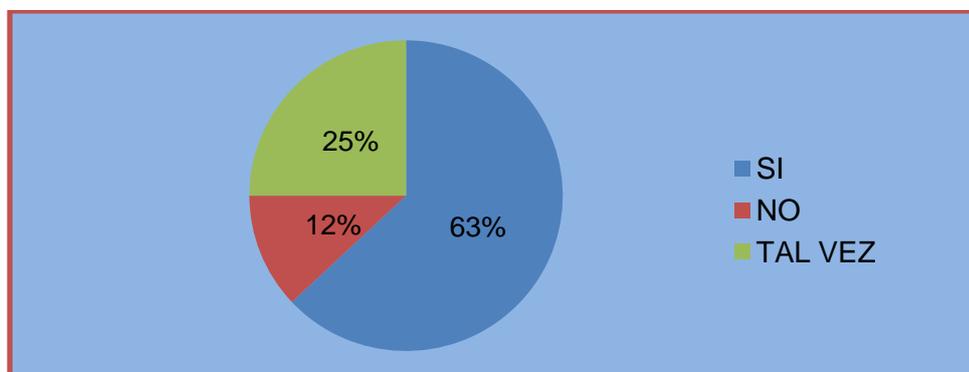
#### Tabulación de Pregunta # 5

Le gustaría pertenecer a una asociación de comerciantes para conocer de sus beneficios y obligaciones tributarias.	Porcentaje
SI	63%
NO	12%
TAL VEZ	25%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

### Gráfico# 5

#### Tabulación de Pregunta #5



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

#### Análisis e Interpretación:

Según las encuestas realizadas la mayoría de los encuestados es decir el 63% les gustaría pertenecer a una asociación de comerciantes, el 12% dice que no y el 25% nos indica que tal vez les gustaría integrarse a una asociación, estos resultados muestran que los comerciantes quieren y tienen la necesidad de agruparse para conocer de sus beneficios y obligaciones tributarias que deben realizar para de esta manera mejorar y crecer económicamente.

#### 6. Está usted de acuerdo con la creación de una oficina de Asesoría Contable en el mercado COLON.

#### Cuadro #8

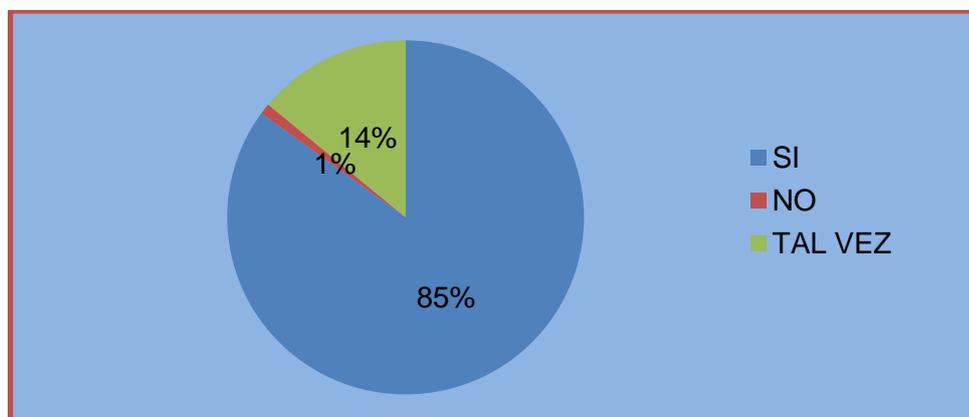
#### Tabulación de Pregunta # 6

Está usted de acuerdo con la creación de una oficina de Asesoría Contable en el mercado COLON	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SI	89	85%
NO	1	1%
TAL VEZ	15	14%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

### Gráfico# 6

#### Tabulación de Pregunta # 6



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

#### Análisis e Interpretación:

Los resultados de esta encuesta son bastante notorios ya que el 85% de los encuestados están de acuerdo con la creación de una oficina de asesoría contable y tributaria en el Mercado Colón, el 1% indica que no y el 14% dice que tal vez, en consecuencia estos resultados dan a entender que la creación de esta oficina podría tener bastante acogida por parte de los comerciantes ya que les beneficiaría mucho en su desarrollo Micro empresarial.

#### 7. El Municipio de Milagro ha capacitado a los comerciantes del mercado Colón para legalizarlos y cumplir con sus obligaciones tributarias.

#### Cuadro #9

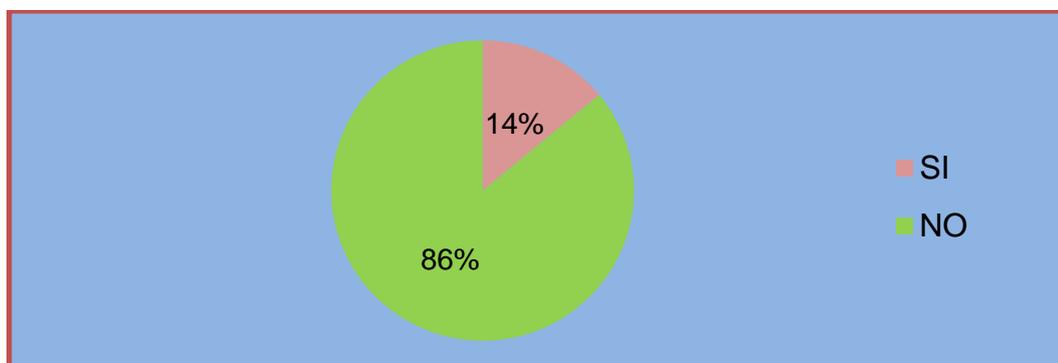
#### Tabulación de Pregunta # 7

El Municipio de Milagro ha capacitado a los comerciantes del mercado Colón para legalizarlos y cumplir con sus obligaciones tributarias	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SI	15	14%
NO	85	86%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

### Gráfico# 7

#### Tabulación de Pregunta # 7



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

#### Análisis e Interpretación:

En el mercado Colón del 100% de las encuestas realizadas a los comerciantes obtuvimos como resultado que solo el 14% de los encuestados dicen que el municipio si los ha capacitado, para darles a conocer sobre la legalización y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, el 86% dice que, aquí nos podemos dar cuenta que ni esta entidad se hace presente para brindarles el adecuado conocimiento a los comerciantes para poder tener debidamente sus negocios legalizados y así no infringir con la ley.

#### 8. Usted cumple con todos los requisitos de ley para su funcionamiento.

#### Cuadro #10

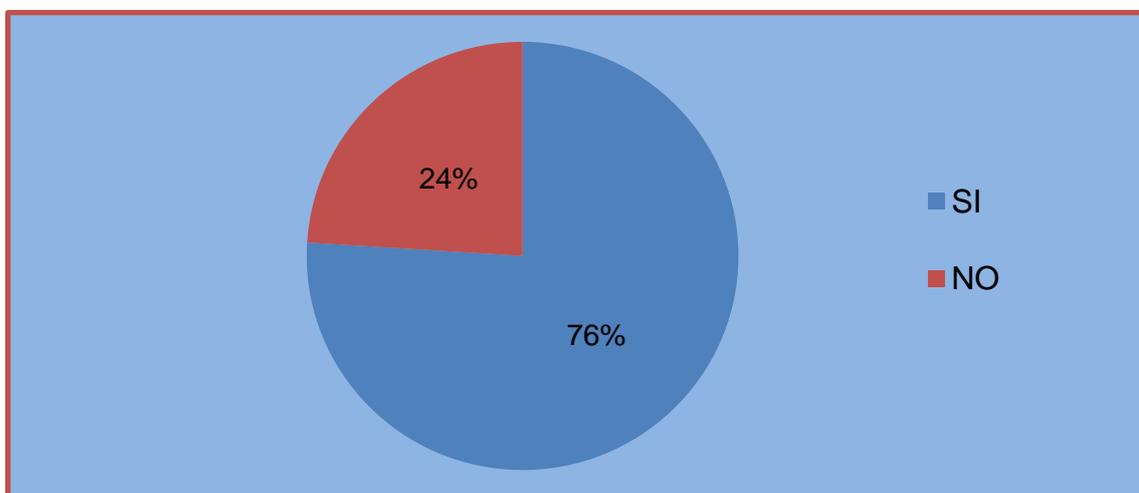
#### Tabulación de Pregunta # 8

Usted cumple con todos los requisitos de ley para su funcionamiento.	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SI	80	76%
NO	25	24%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

### Gráfico# 8

#### Tabulación de Pregunta # 8



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

#### Análisis e Interpretación:

Mediante los resultados expuestos tenemos un porcentaje muy alto que es el 76% que nos indica que los comerciantes cumplen con todos los requisitos de ley para su funcionamiento, pero a pesar de que es obligatorio cumplir con los requerimientos de ley aún existe un 24% que todavía se niegan o no cumplen con lo establecido por las autoridades para que puedan funcionar correctamente y así evitar ser sancionados con multas y clausuras a sus comerciales.

#### 9. Estaría usted dispuesto a participar en capacitación de asesoría contable.

#### Cuadro #11

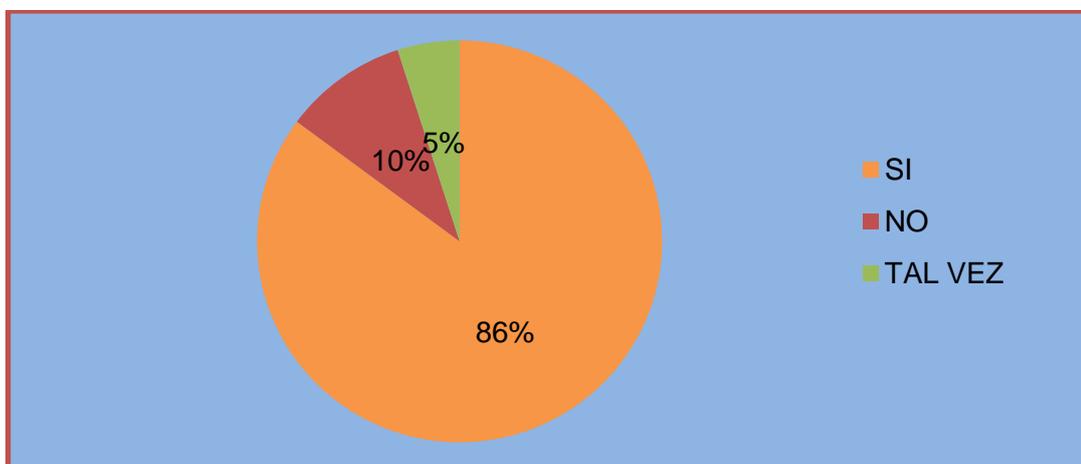
#### Tabulación de Pregunta # 9

Estaría usted dispuesto a participar en capacitación de asesoría contable.	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SI	90	86%
NO	10	10%
TAL VEZ	5	5%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Gráfico# 9**

**Tabulación de Pregunta # 9**



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

**Análisis e Interpretación:**

Según los resultados de las encuestas realizadas el 86% de los comerciantes está completamente dispuesto a participar en capacitaciones de asesoría contable y tributaria, el 10% dice que no y el 5% piensa que tal vez podrían participar de estas asesorías para tener conocimiento acerca de los impuestos que hay que pagar y de las ventajas, desventajas y los beneficios que estos ofrecen para el mejor funcionamiento de los negocios.

**10. Cree usted que la falta de información tributaria está afectando en la economía al país.**

**Cuadro #12**

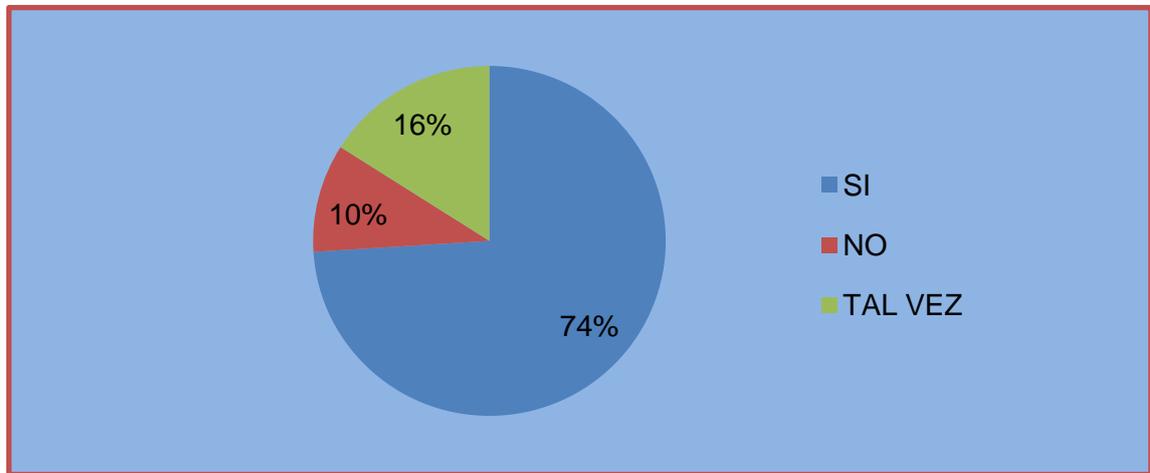
**Tabulación de Pregunta # 10**

Cree usted que la falta de información tributaria está afectando en la economía al país.	Frecuencia Relativa	Porcentaje
SI	78	74%
NO	10	10%
TAL VEZ	17	16%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

## Gráfico# 10

### Tabulación de Pregunta # 10



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

#### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a las encuestas realizadas en este sector el 74% de los comerciantes milagreños (Mercado Colón) consideran que la falta de información tributaria está afectando en la economía al país, el 10% nos indica que no y el 16% dicen que tal vez, ya que no cuentan con la información adecuada, necesaria y la mala interpretación de la misma no deja que estos comerciantes ayuden con el desarrollo y el crecimiento de la economía del país.

#### **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.**

Mediante el estudio de mercado realizado a los comerciantes formales e informales del mercado Colón en la ciudad de Milagro por medio de encuestas, se determinará la demanda que tiene la creación de una oficina de asesoría contable y tributaria, también se establecerá la mejor ubicación de la oficina de manera que podamos satisfacer las necesidades de los comerciantes.

A través de este estudio que ha sido de gran ayuda se busca determinar muchos aspectos necesarios que tengan que ver con el desenvolvimiento de las actividades económicas, brindando una gran variedad de servicios los cuales les va a servir para que sus negocios se desarrollen y mejoren económicamente, de acuerdo a las encuestas realizadas nos pudimos dar cuenta que es muy necesario establecer una oficina de asesoría contable y tributaria donde los comerciantes y emprendedores de negocios puedan asistir para despejar sus inquietudes e informarse sobre las leyes y

reglamentos establecidos por el estado Ecuatoriano, los mismos que deberán ser cumplidos tal como lo establece la ley para así evitar las sanciones puestas por el desconocimientos que tienen mucho de los comerciantes.

En la ciudad de Milagro existen centros de asesoría contables y tributarias, pero que lamentablemente no cuentan con Profesionales de alta calidad, experiencia y conocimiento en la rama de la Tributación, podemos decir también que no hay un centro que se dedique en su mayor parte a los comerciantes formales e informales ya que como resultado de las encuestas existe un sector de gran importancia en las actividades económicas que necesitan la ayuda para desarrollar y progresar en sus negocios.

## **RESULTADOS.**

Es importante ver como los resultados obtenidos por las encuestas realizadas a los comerciantes nos muestra, la falta de información que tienen acerca de muchos temas importantes para su mejor funcionamiento y su desarrollo económico, por ende este grupo de encuestados están consciente de que es necesario y útil estar informados de las leyes establecidas por la autoridades competentes, las cuales deben ser cumplidas con mucha responsabilidad, a continuación detallamos algunos resultados de los ítem obtenidos en las encuestas:

Existen Asociaciones de comerciantes en la ciudad de Milagro y son pocos los afiliados que conocen de leyes tributarias, pero la gran cantidad de este sector no pertenece a ninguna asociación, desconociendo la realidad contable y sus obligaciones establecida por la ley, además no han recibido capacitaciones, escaso conocimiento de las obligaciones sobre los impuestos, incumplimiento de los requisitos necesarios para su funcionamiento.

Frente a esta realidad de los comerciantes del Mercado Colón, de la ciudad de Milagro, es imprescindible la creación de una Oficina Contable y Tributaria que este cerca de ellos para darle las asesorías necesarias para su desarrollo en sus negocios y el bienestar de sus familias.

Nuestro proyecto tiene la aceptación de este sector comercial de Milagro y estamos empeñados que se haga una realidad

### 4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
La desatención por parte de las autoridades promueve a que el comerciante informal tema a tributar.	De acuerdo a los resultados de la pregunta N°4, los encuestados consideran que la desatención por parte de las autoridades inciden mucho en los comerciantes por la falta de conocimientos tributarios es que existe el temor a tributar.
La no determinación de los beneficios que trae la legalización incide en el incremento para el trabajo informal.	Mediante la capacitación a los comerciantes promoveremos una cultura tributaria
Por la carente publicidad directa a través de brigadas a los comerciantes informales por parte del Servicio de Rentas Internas generará un incremento en el desinterés de los comerciantes informales a tributar.	Mediante una campaña de difusión acerca de los beneficios a los comerciantes, mejoraremos la percepción del comerciante en lo referente a la tributación
La falta de implementación de estrategias para los comerciantes informales provocará el estancamiento económico.	Sólo a través de la capacitación en el área administrativa mejoraremos el crecimiento económico.
La ausencia de control en las actividades de regulación en el comercio informal por parte de las autoridades locales o Municipales incrementará la evasión de impuestos de los diferentes mercados del Cantón Milagro.	El cobro de tarifas a los comerciantes informales consolida el querer trabajar sin legalizarse.
Por la falta de legalización el comerciante formal e informal no podrá crear sus propios historiales financieros lo que se convertirá en un impedimento para la adquisición de créditos y el desarrollo económico.	El desconocimiento de los requisitos para acceder a créditos disminuye la posibilidad que el comerciante acceda a créditos.

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña

### Cuadro #13 Verificación de hipótesis

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA.**

Implementación de una oficina de asesoría contable, administrativa, tributaria y crediticia para los comerciantes formales e informales del mercado colón del cantón Milagro.

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN.**

##### **<sup>13</sup>RISE.**

Sus siglas significan Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano, cuya finalidad es la de facilitar el pago de impuestos de determinados grupos productivos del Ecuador,

A lo largo de la historia el pago de impuesto y su complejidad para tributar se ha ido reduciendo, es decir el Estado y el Servicio de Rentas Internas, mediante la planificación y rediseño han proveído de mejores sistemas de recaudación.

#### **Los requisitos o condicionantes que deben tener las personas para adquirir el RISE.**

- V. Persona natural no jurídica.
- VI. Los ingresos no deberán exceder a 60000 dólares desde el 1ero de Enero al 1ero de Diciembre, y si está en relación de dependencia no deberá superar sus ingresos anuales a 8910 USD.
- VII. No dedicarse a ninguna de las actividades excluidas en la nómina de actividades establecidas por el SRI.
- VIII. En los últimos tres años no deberá haber sido agente de retención.

---

<sup>13</sup> Asamblea Constituyente, Ley de Régimen Tributario Interno. Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, 2006, <http://www.sri.gob.ec/web/10138/304>.

### **Requisitos.**

IV. Presentar la cédula original y la copia de Cédula de Ciudadanía.

V. Presentar original y copia del último certificado de votación.

VI. Presentar original y copia de planilla de servicios básicos, agua, luz, teléfono.

El pago del RISE, se lo deberá dependiendo el noveno dígito del número de cédula en base al calendario establecido por el SRI. Los pagos son mensuales caso contrario se le cobrará los intereses de ley.

Si desea cancelar todas las cuotas por adelantado lo puede realizar, esto le servirá a que quizás por falta de tiempo en las actividades laborales que el contribuyente tuviera, no caiga en mora por valores que pueden ser fácilmente cancelados.

El contribuyente del RISE tiene la obligatoriedad de entregar la nota de venta por valores mayores a 12 dólares. Las personas que pertenecen a las Asociaciones deberán sacar su RISE, individual porque la Asociación como tal tiene sus propias obligaciones.

### **<sup>10</sup>Comercio Informal.**

Se considera que el comercio informal ha provocado un sin número de problemas en cuanto a ordenamiento de las ciudades; pero ese es sólo una parte del gran problema económico que representa el comercio informal o la informalidad a nivel económico para los países desarrollados como los que están en vía de desarrollo.

En el año 2009 la Organización Internacional del Trabajo en conjunto con La Organización Mundial de Comercio realizó una investigación acerca de los niveles que existe de las personas que trabajan en el comercio informal.

El trabajo investigativo es necesario, porque de acuerdo a la OIT y OMC, estos niveles de informalidad incide en el crecimiento económico de los países en vía de Desarrollo como los desarrollados. Estas Organizaciones Internacionales mantienen que las actividades económicas informales de los países son las que crean barreras para poder seguir creciendo económicamente, incluso, limita las posibilidades de competir en un mercado globalizado, porque existen tantas personas en el comercio informal con muchas potencialidades que se limitan, por el temor a algo que desconocen, no permitiéndose ver más allá y las posibilidades que existen en otros mercados.

#### **<sup>14</sup> Importancia de la Capacitación.**

Se conoce como capacitación al adiestramiento en un determinado tema, o actividad en las empresas la capacitación es una herramienta continua hacia el trabajador, con la finalidad de mejorar la rentabilidad del negocio, mejorar conocimiento, imagen corporativa, reduce tensiones, mejora las relaciones interpersonales, incrementa la autoformación, alimenta la confianza, sube la, agiliza la toma de decisiones, mejora comunicación en todas las áreas.

#### **La colectividad.**

**Makárenko**, dice en su obra que la colectividad es un grupo indeterminado de trabajadores libres; pero unidos por objetivos y acciones comunes, debidamente organizados y que dicha organización tiene un sola dirección manteniendo una disciplina y responsabilidad, según este Autor el sujeto debe coordinar sus aspiraciones personales con la de su grupo o con los objetivos de la colectividad a la que pertenece.

Por lo que resumen a que la colectividad debería poseer una misma cultura, es decir, cada uno de los integrantes de ese grupo deberían tener las mismas creencias, valores, códigos de comportamiento, ideologías en general o creencias, estas normas o características que tienen estas organizaciones deberán ser enseñadas a los nuevos integrantes o miembros que se integren en la organización. Los nuevos miembros de la organización serán capacitados para percibir, pensar, sentir y accionar de manera similar a la del grupo debido a que se organizan por las mismas necesidades.

---

<sup>14</sup>Hugo Musterberg, Psicología organizacional, 1911, <http://psicologiayempresa.com/tecnicas-de-capacitacion-y-entrenamiento.html>

### **5.3 JUSTIFICACIÓN.**

La creación de una oficina de asesoría contable y tributaria, se lo realizara porque nos hemos basado al estudio realizado por medio de encuestas a los comerciantes formales e informales del mercado colon, lo cual por medio de los resultados obtenidos nos han demostrado que tienen mucho desconocimiento acerca de temas tributarios que son de mucha ayuda para este sector comercial, por ende nos han dado una gran aceptación para llevar a cabo este proyecto estos comerciantes se encuentran muy insatisfecho por la poca atención que les han brindado las autoridades competentes es por esto que .

El objetivo de este proyecto es contribuir con los conocimientos necesarios hacia los comerciantes es decir dar a conocer todo lo concerniente con los temas tributarios las ventajas y desventajas que pueden tener al manejar adecuadamente el pago de los impuestos establecidos por la ley este proyecto se orienta a cubrir las necesidad que tienen los comerciantes formales e informales de organizarse, legalizarse y desarrollarse económicamente lo cual les servirá no solo para ampliar su negocio sino también para llegar a convertirse en fuente generadoras de empleo.

A pesar de que en el Cantón Milagro existen muchas oficinas de asesoría contable y tributaria, no hay alguna que se dedique a capacitar exclusivamente a este sector de comerciantes que están relegados por las autoridades y que realmente necesitan conocer más acerca de estos temas al comenzar a informarse los comerciantes comenzarán a cumplir con las exigencias de carácter legal establecidas por las autoridades y de esta manera ellos se sentirán seguros y sentirán la confianza necesaria para cumplir con sus declaraciones adecuadas y de tal manera mejorar sus niveles de rentabilidad.

## **5.4 OBJETIVOS.**

### **5.4.1. Objetivo General de la Propuesta.**

- Implementar una oficina de asesoría contable, tributaria, administrativa, y financiera construyendo los lineamientos que establezcan el accionar de las microempresas para aportar con capacitación al desarrollo económico de los comerciantes minoristas del Mercado Colón de la ciudad de Milagro.

### **5.4.2. Objetivos Específicos de la Propuesta.**

- Promover al comerciante mediante información acerca de los beneficios que trae consigo la legalización.
- Diseñar estrategias para integrar al comerciante minorista en base a las debilidades que inciden en el crecimiento económico.
- Promover en el comerciante minorista la apertura al crédito legal ante las Instituciones Financieras para evitar caer en las garras de los chulqueros.
- Realizar una proyección financiera en la cual mediante los índices de rentabilidad podamos observar la liquidez y la factibilidad que tendrá nuestra propuesta.
- Solicitar a las autoridades locales mayor capacitación dirigida al comerciante minorista acerca de los temas de tributación en general.
- Eliminar cualquier tipo de factor por el cual el comerciante minorista no adopta una cultura de tributación.

## **5.5 UBICACIÓN**

El desarrollo de este proyecto se realizará en el Cantón Milagro, Provincia del Guayas, República de Ecuador.

La Oficina y sus instalaciones se las establecerán de acuerdo a los siguientes factores. En la Avda. Colón entre Páez F y Veintimilla Ignacio. (Marca roja en el mapa)

- Tamaño y espacio para la oficina.
- Facilidad de acceso.
- Acondicionamiento para los clientes.
- Servicios Básicos.

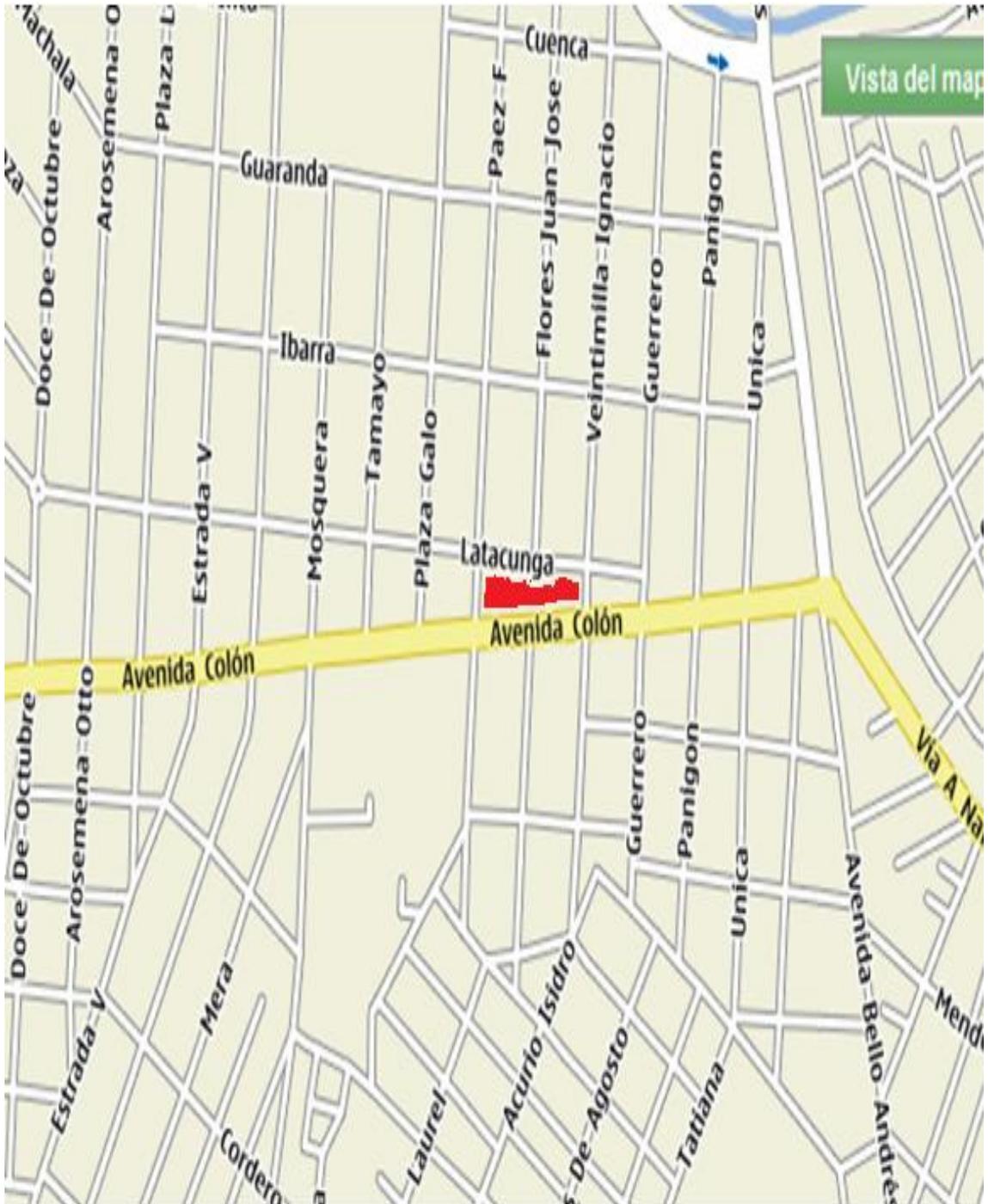


Imagen #1- Ubicación

## **5.6 FACTIBILIDAD.**

En base al estudio realizado y después de haber obtenido un 86% de querer participar en capacitación relacionada a los beneficios que se obtiene de la legalización, de acuerdo a la pregunta nueve, y de los encuestados en la pregunta diez, consideran un 74% que la economía del país se ve afectada de manera directa por la evasión tributaria.

Hemos considerado basándonos en la investigación realizada y por la necesidad reflejada en las encuestas establecer una oficina bajo los siguientes parámetros:

### **Área administrativa.**

La comercializadora estará formada del siguiente personal:

- Asesoras (CPA).

### **Área legal.**

La Oficina de Asesoría deberá contar con lo siguiente.

- Registro Único del Contribuyente sea persona natural o jurídica.
- Permiso Municipal.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Aseguramiento Social.

### **Factibilidad Administrativa.**

Desde el punto de vista administrativo existe factibilidad, puesto que nosotras estaremos cargo de la oficina y poseemos conocimientos tributarios y de administración gracias a la Universidad Estatal de Milagro.

### **Factibilidad legal.**

Desde el punto de vista legal podremos ejecutar este tipo de actividad basándonos en nuestros conocimientos y la acreditación que nos da la Universidad como Profesionales.

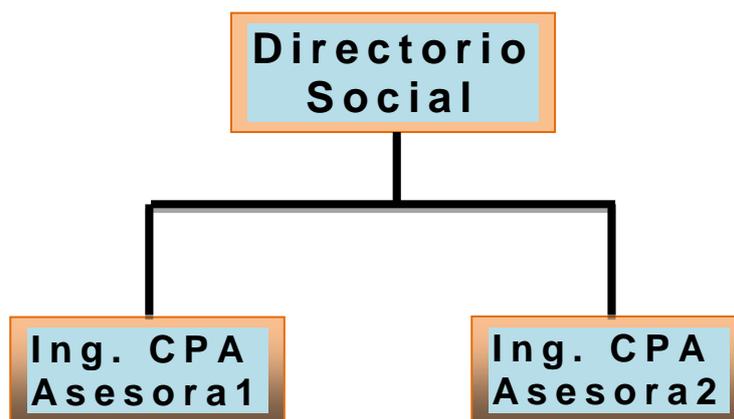
### **Factibilidad Presupuestaria.**

Nuestro estudio es factible debido a que somos los pineros en el tipo de asesoría que brindaremos, a pesar de que existen negocios similares, estableceremos la diferenciación, no sólo el servicio en el área de contaduría pública, sino, también en el área administrativa, crediticia y emprendimiento, la inversión total es de 6080 dólares del cual nuestro aporte es del 40% y el 60% un crédito bancario.

### **Factibilidad Técnico.**

Este proyecto es técnico ya que nosotras como profesionales en el área de Contaduría Pública, hemos recibido la capacitación necesaria por parte de la Universidad Estatal de Milagro.

### **Presentación del Organigrama estructural**



ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

### **Funciones.**

**Directorio.-** La inversionista mayor tendrá la última palabra a la hora de tomar decisiones extremas. Si se diera el caso en que la cantidad invertida sea de manera igualitaria es decir 50% y 50%, se abrirá una cuenta doble para que las socias tengan la misma accesibilidad al dinero que ingrese por lo trabajos realizados.

**Asesora 1 y 2.-** Las funciones de las asesoras será la de guiar y legalizar a quienes no posean RUC o RISE, registraran operaciones según correspondan, asesoran y capacitaran a los clientes en el área administrativa, además mantendrán informados a los clientes en todo lo concerniente de cómo acceder a los créditos y el funcionamiento de la aplicabilidad. Las asesoras deberán visitar frecuentemente a los clientes para que exista un lapso de unión y el cliente sienta la preocupación del asesor por las actividades del comerciante. El asesor organizará por lo menos 1 capacitación por cada dos meses, en temas administrativos, contables y crediticios.

### **Perfil de las Asesoras.**

DIANA GABRIELA VARGAS ROSADO de 24 años de edad, de estado civil soltera, graduada en la Universidad Estatal de Milagro en el Área de ciencias Administrativas, con la mención en Contaduría Pública Autorizados.

MERCY JESSENIA ARÉVALO PEÑA de 25 años de edad, de Estado Civil Soltera, graduada en la Universidad Estatal de Milagro en el Área de ciencias Administrativas, con la mención en Contaduría Pública Autorizados.

**Análisis del mercado externo.-**En base a un recorrido no existe o por lo menos a 400 mts a la redonda del Mercado la Colón, en primera instancia nuestra labor será integrar a los comerciantes del mercado la Local con invitaciones a capacitaciones totalmente gratuitas, aprovecharemos la inexistencia de oficinas en el Área de Asesoría Contable, tenemos una potencial competencia que está aproximadamente a 600 mts, ubicada frente a la Policía de propiedad de la CPR Zulema Zamora, quienes ofrecen el servicio de asesoría contable y servicios de computación.

### **Análisis de nuestros potenciales clientes.**

La oficina se ubicará en el Mercado la Colón y nuestros potenciales clientes son los comerciantes de dicho mercado, debemos considera que de acuerdo a un sondeo realizado el nivel de educación de nuestros clientes es básico e intermedio.

### **Descripción del servicio.**

- Asesoría y control contable.
- Asesoría y Capacitación en el área Administrativa.
- Asesoría y Capacitación en el área de emprendimiento.
- Asesoría y Capacitación en el área de créditos.
- Asesoría y Capacitación en el área Calidad.

### **5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.**

Después de haber analizado y estudiado a los comerciantes del Mercado Colon, hemos captado la falta de conocimientos que tienen acerca de los impuestos tributarios que deben manejar lo cual les permitirá legalizarse y crecer económicamente.

### **LA Empresa**

La oficina de Asesoría Contable, tributaria, administrativa, de emprendimiento y créditos Arévalo & Vargas tiene el compromiso de brindar un excelente servicio a los comerciantes del mercado Colon, de manera que ellos puedan tener la confianza necesaria para acceder a capacitarse y legalizarse confiablemente.

### **Logotipo.**



**Imagen #2Logotipo**

### **Eslogan**

Creciendo con éxito.....

## **Misión**

Brindar un Servicio Profesional con responsabilidad, ofreciendo asesoramiento para contribuir con los conocimientos necesarios dirigidos a los comerciantes con el único objetivo de aportar en el crecimiento económico y así incrementar la competitividad y productividad de sus negocios.

## **Visión**

Ser líderes en el Servicio de Asesoría Contable, Tributaria, Administrativa y Financiera en la ciudad de Milagro y de esta manera ser la primera opción que decidan escoger los comerciantes del Mercado La Colón por dar una atención profesional, honesta y socialmente responsable.

## **Valores Corporativos.**

- **Respeto.-** Dentro del marco administrativo nos caracterizaremos por el respeto al cliente y a las fechas de entrega de nuestros trabajos.
- **Honestidad.-** Nuestro compromiso y asesoría alcanzará de tal manera que nuestro alcance laboral llegará hasta nuestra capacidad de servicio demostrando Honestidad y lealtad para nuestros cliente.
- **Responsabilidad.-** Nuestros servicios y se proveerán de tal manera que cumplamos con todas las expectativas de nuestros clientes.
- **Compromiso.-** el compromiso para nuestros clientes se diferenciaron y siempre respetaremos incluso los compromisos verbales si fuera necesario.
- **Profesionalismo.-** Nuestra trabajo se caracterizará porque estaremos siempre dispuestos a la capacitación e innovación de nuevas tecnologías.

## Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Personal calificad.</li><li>➤ Únicos en la Ubicación</li><li>➤ Elaboración de publicidad.</li><li>➤ Precios competitivos</li><li>➤ Excelente Presentación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Capital propio y crédito</li><li>➤ Programas contables</li><li>➤ Expansión al mercado de mayoristas</li><li>➤ Servicios diferenciados</li></ul>

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Crédito</li><li>➤ Infraestructura</li><li>➤ Arriendo</li><li>➤ Oficina nueva en el mercado</li><li>➤ Ser nuevos en el mercado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Nuevos Profesionales</li><li>➤ Oficinas con Imagen Corporativa.</li><li>➤ Temor al cambio</li><li>➤ Alto índice de la delincuencia.</li><li>➤ Cambio en políticas del estado.</li></ul>

ELABORADO POR: Diana Vargas Rosado, Mercy Arévalo Peña.

### Cuadro #14 análisis FODA

## **Estrategias del Servicio.**

- ❖ Serviremos de guía en el ámbito tributario y Financiero, para el fortalecimiento de su capital operativo.
- ❖ Analizar otros servicios similares y generar un valor extra en la asesoría tributaria, administrativa y financiero.
- ❖ Establecer valores equitativos a los de la competencia, por nuestros servicios, ofreciendo otro tipo de programas de incentivos para atraer mayor clientes.
- ❖ Ofertar nuestros servicios de manera directa, en el local del comerciante, ofreciéndole mayores facilidades, sin que exista la necesidad de que el tributante se acerque a nuestras oficinas.
- ❖ Capacitar al comerciante local a local y de manera grupal, no sólo en el área tributaria sino también en el área administrativa.
- ❖ Promover en el comerciante minorista, una visión de emprendimiento y crecimiento en el negocio mediante herramientas de Ingeniería, como es la Calidad en el Servicio.
- ❖ Uso de las TI, utilizando programas contables para registros automatizados para cada uno de los clientes.
- ❖ Optimizar los recursos disponibles y las capacidades en nuestra oficina de Asesoramiento.
- ❖ Equilibrar los recursos y las capacidades de manera que exista una interdependencia entre estos dos ítems que los consideraremos como nuestros activos.
- ❖ Publicitar de manera continua nuestros servicios.
- ❖ Mejorar de manera continua los niveles de servicios personalizados.
- ❖ Aplicación de las 4P dentro de las estrategias como son:

## **MARKETING MIX**

### **Producto De Servicio**

La empresa ofrecerá servicio de asesorías contable, administrativa, tributaria y financiera, a los comerciantes formales e informales del mercado colon, se les brindara información veraz sobre las obligaciones tributarias que deben cumplir, El servicio de asesoría que brindaremos será netamente personalizado para crear confianza y lealtad por parte de los clientes independientemente a lo que se dediquen.

### **Precio**

El precio que se ofrecerá será acuerdo al tipo negocio y las necesidades de los comerciantes haciendo referencia el costo beneficio por el servicio brindado.

### **Plaza**

La empresa brindara su servicio en el Mercado Colon del Cantón Milagro en la avenida Colon entre Páez F y Veintimilla Ignacio diagonal a la ciudadela la FAE donde brindaremos asesoría y capacitación a los comerciantes formales e informales

### **Publicidad**

Mediante la publicidad que realizaremos en la oficina, buscaremos ofrecerá los comerciantes formales e informales una mayor aceptación por parte de la ciudadanía es decir, se dará a conocer nuestros servicios por medio de volantes y ofreceremos servicios personalizados despertando el interés en los comerciantes sobre los temas tributarios en general.

### 5.7.1 Actividades.

- ❖ Adecuar las instalaciones para el buen funcionamiento de la oficina de asesoría contable, tributaria y de negocios.
- ❖ Instalación de un software para el buen funcionamiento de manera automatizada de nuestros potenciales clientes.
- ❖ Registro de cada uno de los comerciantes formales e informales del Mercado La Colón.
- ❖ Auto capacitación de manera periódica de quienes damos la Asesoría.
- ❖ Capacitación de manera continua a nuestros clientes.
- ❖ Seguimiento y cortesías acerca de información tributaria, financiera y de administración a los comerciantes del Mercado la Colón que son nuestros clientes
- ❖ Seguimiento y cortesías acerca de información tributaria, financiera y de administración a los comerciantes del Mercado la Colón que son nuestros clientes.
- ❖ Invitaciones periódicas a charlas y capacitación acerca de tributación, créditos y administración a nuestros clientes y a quienes no son nuestros clientes.

### TARJETA DE PRESENTACIÓN.



### Imagen #3 Tarjeta de Presentación

**Cuadro #16**

BARRERA DE INTRODUCCIÓN	BAJO	MEDIO	ALTO
POLÍTICAS GUBERNAMENTALES	X		0
COSTOS	X		0
PRECIO DEL SERVICIO		X	0
PRECIO	X		
<b>TOTAL</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>

De acuerdo al peso que le hemos dado obtenemos que en un 75% es ventajosa la introducción, por restricciones, bajos costos y precio de los servicios competitivos.

**Cuadro#17**

SERVICIOS SIMILARES	BAJO	MEDIO	ALTO
OFICINA CON PRESTIGIO		X	
PRECIOS POR SERVICIOS	X		0
UBICACIÓN	X		0
COMPETENCIA	X		
<b>TOTAL</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>

De acuerdo al sondeo de la zona, podemos mencionar que sólo existe una oficina en asesoría, la cual tiene alrededor de 7 años, por esta razón podemos competir en ubicación, competencia poseemos un 75% de oportunidad de posicionarnos de un segmento del mercado.

**Cuadro#18**

<b>PERFIL DE COMPETENCIA</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
PRESTIGIO			X
COSTOS		X	0
CALIDAD DEL SERVICIO		X	
<b>TOTAL</b>	<b>0%</b>	<b>66%</b>	<b>34%</b>

Si comparamos nuestro perfil con el de la competencia observaremos que en un 66% podemos competir prácticamente de igual a igual.

**Cuadro#19**

<b>CAPTAR CLIENTES</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
CALIDAD DEL SERVICIO			X
IMAGEN CORPORATIVA		X	
SERVICIOS DIFERENCIADOS			X
VENTAJA COMPETITIVA			X
<b>TOTAL</b>	<b>0%</b>	<b>25%</b>	<b>75%</b>

En el peso que hemos obtenido tenemos el 75% de posibilidades de captar clientes.

## 5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.

Cuadro #20

### INVERSIÓN INICIAL EN PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
2	Escritorios	150.00	300.00
20	Sillas	20.00	400.00
2	Sillas Ejecutivas	57.00	114.00
2	Archivador	76.00	152.00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>966.00</b>
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		
2	Calculadora	25.00	50.00
1	Telefono	100.00	100.00
1	Aspiradora	100.00	100.00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>250.00</b>
	<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		
2	COMPUTADORAS	600.00	1,200.00
2	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	150.00	300.00
	<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		<b>1,500.00</b>
	<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>		
1	Aire Acondicionado	600.00	600.00
1	Dispensador de Agua	80.00	80.00
1	Extintor	40.00	40.00
			-
	<b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>		<b>720.00</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 3,436.00</b>

Cuadro #21

### RESUMEN INVERSION INICIAL DEL PROYECTO

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	869.40
EQUIPO DE COMPUTACION	1,350.00
EQUIPO DE OFICINA	346.50
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	648.00
CAJA - BANCO	3,000.00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>6,213.90</b>

**Cuadro #22**

**FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

FINANCIACION DEL PROYECTO		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>6,213.90</b>
Aporte Propio	<b>100%</b>	6,213.90
		<b>\$ 6,213.90</b>

**Cuadro #23**

**DEPRECIACION EN PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO**

**DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS  
VALOR RESIDUAL 10%**

DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	VALOR RESIDUAL	VALOR DE ACTIVO
MUEBLES Y ENSERES	966.00	96.60	869.40
EQUIPO DE COMPUTACION	1,500.00	150.00	1,350.00
EQUIPO DE OFICINA	385.00	38.50	346.50
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	720.00	72.00	648.00
<b>TOTAL</b>	<b>3,571.00</b>	<b>357.10</b>	<b>3,213.90</b>

DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	869.40	10%	7.25	86.94
EQUIPO DE COMPUTACION	1,350.00	33%	37.13	445.50
EQUIPO DE OFICINA	346.50	10%	2.89	34.65
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	648.00	10%	5.40	64.80
<b>TOTAL</b>	<b>3,213.90</b>		<b>52.66</b>	<b>631.89</b>

Cuadro #24

## DETALLE DE INGRESO

SERVICIOS	PARTICIPANTE AL MES	P. UNIT.	TOTAL
<b>ASESORIA CONTABLE</b>			
ELABORACION DE BALANCES Y ESTADOS	10	40.00	400.00
ANALIS DE TRANSACCIONES	10	25.00	250.00
CONTROL DE INVENTARIOS	5	40.00	200.00
<b>TOTAL ASESORIA CONTABLE</b>	<b>25</b>		<b>850.00</b>
<b>ASESORIA TRIBUTARIA</b>			
DAR SOLUCION A PROBLEMAS INTERNOS	5	50.00	250.00
PAGO DE IMPUESTO DE ACUERDO A LA LEY	10	25.00	250.00
LIQUIDACION DEL IVA E IMPUESTO A LA RENTA	20	50.00	1,000.00
ACTUALIZACION DEL RUC	25	30.00	750.00
FACTURAS O NOTA DE VENTAS	30	25.00	750.00
<b>TOTAL ASESORIA TRIBUTARIA</b>	<b>90</b>		<b>3,000.00</b>
<b>ASESORIA FINANCIERA</b>			
BUSQUEDA DE FINANCIAMIENTO	10	50.00	500.00
ANALISIS DE RATIOS FINANCIEROS	10	30.00	300.00
ANALISIS DE GASTOS	15	35.00	525.00
<b>TOTAL ASESORIA FINANCIERA</b>	<b>35</b>		<b>1,325.00</b>
<b>CAPACITACION</b>			
EXPLICACION DE LEYES TRIBUTARIAS	10	25.00	250.00
EXPLICACION DE NORMAS CONTABLES	10	25.00	250.00
ELABORACION DE FORMULARIOS	25	25.00	625.00
USOS DE PROGRAMAS CONTABLES	5	20.00	100.00
<b>TOTAL CAPACITACION</b>	<b>50</b>		<b>1,225.00</b>

## Cuadro #25

## PRESUPUESTO DE GASTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ASESORIA 1	4,800.00	4,848.00	4,896.48	4,945.44	4,994.90
ASESORIA 2	4,800.00	4,848.00	4,896.48	4,945.44	4,994.90
APORTE PATRONAL	1,166.40	1,178.06	1,189.84	1,201.74	1,213.76
DECIMO CUARTO	1,168.00	1,179.68	1,191.48	1,203.39	1,215.43
DECIMO TERCERO	1,168.00	1,179.68	1,191.48	1,203.39	1,215.43
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>13,102.40</b>	<b>13,233.42</b>	<b>13,365.76</b>	<b>13,499.42</b>	<b>13,634.41</b>

GASTOS GENERALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	240.00	242.40	244.82	247.27	249.74
ENERGIA ELECTRICA	360.00	363.60	367.24	370.91	374.62
TELEFONO	720.00	727.20	734.47	741.82	749.23
SERVICIOS DE INTERNET	360.00	363.60	367.24	370.91	374.62
UTILES DE OFICINA	600.00	606.00	612.06	618.18	624.36
MATERIALES DE LIMPIEZA	360.00	363.60	367.24	370.91	374.62
ARRIENDO DEL LOCAL	2,400.00	2,424.00	2,448.24	2,472.72	2,497.45
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	86.94	86.94	86.94	86.94	86.94
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	445.50	445.50	445.50	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	34.65	34.65	34.65	34.65	34.65
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	64.80	64.80	64.80	64.80	64.80
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>5,671.89</b>	<b>5,722.29</b>	<b>5,773.19</b>	<b>5,379.11</b>	<b>5,431.03</b>

GASTOS DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>1,200.00</b>	<b>1,200.00</b>	<b>1,200.00</b>	<b>1,200.00</b>	<b>1,200.00</b>

<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>19,974.29</b>	<b>20,155.71</b>	<b>20,338.95</b>	<b>20,078.52</b>	<b>20,265.44</b>
--------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	19,342.40	19,523.82	19,707.06	19,892.13	20,079.05
GASTOS GENERALES	5,040.00	2,302.80	2,325.83	2,349.09	2,372.58
DEPRECIACION	631.89	631.89	631.89	186.39	186.39
	631.89	1,263.78	1,895.67	2,082.06	2,268.45

**Cuadro #26****ESTADO DE RESULTADO**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE SERVICIOS	76,800.00	77,568.00	78,343.68	79,127.12	79,918.39
GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	13,102.40	13,233.42	13,365.76	13,499.42	13,634.41
GASTOS GENERALES	5,040.00	2,302.80	2,325.83	2,349.09	2,372.58
GASTOS DE VENTAS	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
TOTAL GASTOS	19,342.40	16,736.22	16,891.59	17,048.50	17,206.99
UTILIDAD BRUTA	57,457.60	60,831.78	61,452.09	62,078.61	62,711.40
COSTOS INDIRECTOS	19,974.29	20,155.71	20,338.95	20,078.52	20,265.44
UTILIDAD OPERACIONAL	37,483.31	40,676.06	41,113.14	42,000.09	42,445.96
UTILIDAD ANTES PART. IMP	37,483.31	40,676.06	41,113.14	42,000.09	42,445.96
PARTICIPACION EMPLEADOS	5,622.50	6,101.41	6,166.97	6,300.01	6,366.89
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	31,860.81	34,574.65	34,946.17	35,700.08	36,079.06
IMPUESTO RENTA	7,009.38	7,606.42	7,688.16	7,854.02	7,937.39
UTILIDAD NETA	24,851.43	26,968.23	27,258.01	27,846.06	28,141.67

Cuadro #27

## FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS	-	76,800.00	77,568.00	78,343.68	79,127.12	79,918.39
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>76,800.00</b>	<b>77,568.00</b>	<b>78,343.68</b>	<b>79,127.12</b>	<b>79,918.39</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
INVERSION INICIAL	<b>6,213.90</b>	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	-	-	-	-	-
GASTO DE VENTAS	-	-	-	-	-	-
PAGO A PROVEEDORES		19,342.40	16,736.22	16,891.59	17,048.50	17,206.99
GASTO GENERALES	-	19,342.40	19,523.82	19,707.06	19,892.13	20,079.05
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	5,622.50	6,101.41	6,166.97	6,300.01
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	7,009.38	7,606.42	7,688.16	7,854.02
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>6,213.90</b>	<b>38,684.80</b>	<b>48,891.92</b>	<b>50,306.48</b>	<b>50,795.76</b>	<b>51,440.07</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-6,213.90</b>	<b>38,115.20</b>	<b>28,676.08</b>	<b>28,037.20</b>	<b>28,331.35</b>	<b>28,478.32</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	-		-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO		-	-	-	-	-
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
<b>INVERSIONES</b>						
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-6,213.90</b>	<b>38,115.20</b>	<b>28,676.08</b>	<b>28,037.20</b>	<b>28,331.35</b>	<b>28,478.32</b>
SALDO INICIAL	-	3,000.00	41,115.20	69,791.28	97,828.48	126,159.83
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>-</b>	<b>41,115.20</b>	<b>69,791.28</b>	<b>97,828.48</b>	<b>126,159.83</b>	<b>154,638.14</b>

Cuadro #28

**BALANCE GENERAL**

CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	3,000.00	28,990.64	49,205.22	68,974.01	88,950.12	109,030.56
INVERSIONES		12,424.56	21,087.95	29,560.29	38,121.48	46,727.38
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>3,000.00</b>	<b>41,415.20</b>	<b>70,293.18</b>	<b>98,534.29</b>	<b>127,071.61</b>	<b>155,757.94</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>3,213.90</b>	3,213.90	3,213.90	3,213.90	3,213.90	3,213.90
DEPRECIAC. ACUMULADA		631.89	1,263.78	1,895.67	2,082.06	2,268.45
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>3,213.90</b>	<b>2,582.01</b>	<b>1,950.12</b>	<b>1,318.23</b>	<b>1,131.84</b>	<b>945.45</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 6,213.90</b>	<b>\$ 43,997.21</b>	<b>\$ 72,243.30</b>	<b>\$ 99,852.52</b>	<b>\$ 128,203.45</b>	<b>\$ 156,703.39</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	5,667.50	6,146.86	6,212.88	6,346.38	6,413.72
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	7,065.48	7,663.08	7,745.39	7,911.82	7,995.77
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>-</b>	<b>12,732.98</b>	<b>13,809.94</b>	<b>13,958.26</b>	<b>14,258.19</b>	<b>14,409.49</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APOORTE CAPITAL	6,213.90	6,213.90	6,213.90	6,213.90	6,213.90	6,213.90
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	25,050.33	27,169.12	27,460.91	28,050.99	28,348.65
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	25,050.33	52,219.45	79,680.36	107,731.35
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>6,213.90</b>	<b>31,264.23</b>	<b>58,433.35</b>	<b>85,894.26</b>	<b>113,945.25</b>	<b>142,293.90</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 6,213.90</b>	<b>\$ 43,997.21</b>	<b>\$ 72,243.30</b>	<b>\$ 99,852.52</b>	<b>\$ 128,203.45</b>	<b>\$ 156,703.39</b>

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>17.50%</b>
<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>\$ 152,757.94</b>
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>\$ 146,544.04</b>
<b>TIR</b>	<b>\$ 34.05</b>

### **5.7.3 Impacto.**

Mediante la implementación de nuestro proyecto se obtiene los siguientes beneficios:

- a. Posicionamiento en el Servicio de Asesoría Contable, Administrativa, tributaria, y financiera dirigida a los comerciantes del Mercado Colón.
- b. Integración de los comerciantes mediante una nueva forma de hacer negocios en los comerciantes formales del Mercado la Colón.
- c. Mayor desarrollo económico de nuestros clientes ya que serviremos de guía en al ámbito tributaria para el fortalecimiento de su capital operativo.
- d. Fidelidad de nuestros clientes debido a los servicios personalizados que ofrecemos.
- e. Comerciantes con una visión de crecimiento y expansión de sus negocios.
- f. Mayor captación de clientes dentro del mercado y en sus alrededores.
- g. El impacto socioeconómico busca ofrecer confianza y satisfacción a cada uno de los comerciantes del mercado colon y sus alrededores que requieran los servicios de la Asesoría Contable, administrativa, tributaria y financiera ya que cuentan con un lugar donde podrán informarse para poder mejorar su nivel de conocimiento.

**5.7.4 Cronograma.**

ACTIVIDADES	MESES																			
	1				2				3				4				5			
	SEMANAS																			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio del Proyecto	■	■	■	■																
Diseñar estrategias de Servicio					■	■														
Capacitación técnica a los Comerciantes							■	■												
Evaluación de su capacitación									■											
Adecuaciones de la oficina.										■	■	■	■	■	■					
Implementación del proyecto																■	■	■	■	
Control de la implementación del proyecto.																■	■	■	■	

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

- ❖ Nuestro proyecto se lo desarrollará, con una nueva visión de servicio, por lo que será necesario realizar auditorías en el servicio.
- ❖ Seguimiento sobre la administración de nuestros clientes, mediante la información periódica de herramientas que puedan utilizar.
- ❖ Monitoreo frecuente de la percepción de nuestros clientes en relación a nuestros servicios.
- ❖ Capacitación tanto del cliente interno como al externo.
- ❖ Visitas periódicas a nuestros clientes ofertando las novedades en el área administrativa, contable, tributaria y financiera

## **CONCLUSIONES.**

1. Fomentar una nueva visión mediante la capacitación, mejorando los niveles de preparación y percepción del mundo competitivo y de lo importante que es legalizarse.
2. Analizar a los comerciantes formales e informales sobre el nivel de desconocimiento que tienen acerca de la tributación, para establecer estrategias que nos permitan satisfacer sus necesidades a tal punto de que tengamos su total aceptación.
3. Mantener informado a nuestros clientes sobre las oportunidades que tiene al incrementar su negocio mediante la recapitalización, a través de los créditos bancarios de tal forma que puedan crecer económicamente.
4. Establecer una proyección financiera, donde podamos visualizar los rubros de ingresos, egresos de costos y gastos para determinar la solvencia económica que tendrá la oficina de asesoría contable, tributaria, administrativa y financiera.
5. Proporcionar a los comerciantes minoristas herramientas apropiadas como folletos, duplico, triplico, para de esta manera facilitarles la información necesaria para que tengan un mejor conocimiento sobre la importancia de la tributación.
6. Para el éxito de la implementación de este proyecto es necesario eliminar todos los factores por los cuales el comerciante se niega a adoptar una cultura tributaria, para ello hay que informarlos, capacitarlos y legalizarlos para que este sector comercial tengan una mejor perspectiva de lo que es la competitividad y de la necesidad de adoptar nuevas formas de negociar.

## RECOMENDACIONES.

- ✓ Implementar esta empresa de capacitación y servicio en asesoría contable, administrativa, tributaria, y financiera a fin de contribuir con el desarrollo de los comerciantes en el mercado colon del cantón milagro.
- ✓ Mantener informado a nuestros clientes potenciales sobre las oportunidades que se tiene a incrementar su negocio mediante la recapitalización a través de los créditos bancarios.
- ✓ Fomentar una nueva visión mediante la capacitación, mejorando los niveles de preparación y percepción del mundo competitivo y de lo que es el servicio al cliente.
- ✓ Aplicar las 4P que se encuentra detallado en nuestra estrategia como son, producto de servicio, precio, plaza, y publicidad, para que la empresa no disminuya su participación en el mercado.
- ✓ Ofrecer un excelente servicio de manera directa en el local de los comerciantes y de esta forma puedan notar la diferencia con la competencia y generar su lealtad.
- ✓ Tomar decisiones correctas según a los resultados que se reflejen en los estados financieros, y de esta manera que no reflejen problemas a futuro.

## BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Asamblea Constituyente, Ley de Régimen Tributario Interno. Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, 2006, <http://www.sri.gob.ec/web/10138/304>.

Economía General, Historia del Comercio, 2012, <http://economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>

Organización Internacional del Trabajo, Comercio y el Empleo Informal, 2009, [http://www.ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/WCMS\\_145339/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/WCMS_145339/lang--es/index.htm)

Hugo Musterberg, Psicología organizacional, 1911, <http://psicologiayempresa.com/tecnicas-de-capacitacion-y-entrenamiento.html>

A. S. Makárenko, La colectividad, 1985, <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/479296/Cultura-Organizacional-Definiciones-y-Tipologias-actualizado.html#content-top>

Administración de pequeñas empresas, Ediciones OVA 14<sup>a</sup> de, Justing G. Longenecker, México 2008

Organización y Administración de empresas, García Moreno Susana, Nájera Sanchez Juan José, ESIC Editorial, 200, España.

La calidad en el Servicio al Cliente, Editorial vértice, 2008, España

Tschohl John, Franzmeier Steve, Alcanzando la Excelencia mediante el Servicio al Cliente, Ediciones Díaz de Santos. 1994, España.

Brown Andrew, Gestion de la atención al Cliente, Ediciones Díaz de Santos, España, 1992

Regalado H. Rafael. Las MIPYMES, México,

## LINCOGRAFÍAS

1. asamblea constituyente, ley de régimen tributario interno. ley de creación del servicio de rentas internas, 2006, <http://www.sri.gob.ec/web/10138/304>
2. economía general, historia del comercio, 2012, <http://economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>
3. organización internacional del trabajo, comercio y el empleo informal, 2009, [http://www.ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/wcms\\_145339/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/wcms_145339/lang--es/index.htm)
4. hugo musterberg, sicología organizacional, 1911, <http://psicologiayempresa.com/tecnicas-de-capacitacion-y-entrenamiento.html>
5. <http://es.scribd.com/doc/37142455/codigo-de-comercio>
6. <http://www.auditingtax.com/info/reglamento%20regimen%20impositivo%20simplificado.pdf>
7. <http://es.scribd.com/doc/55546703/companias-anonimas>
8. <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/requcrucmay2006.pdf>
9. [http://www.captur.com/codigo2002/fornularios/images/legal/patentes\\_municipales.pdf](http://www.captur.com/codigo2002/fornularios/images/legal/patentes_municipales.pdf)

<sup>1</sup>[http://www.bomberos.gob.ec/page-95-\\_r\\_e\\_q\\_u\\_i\\_s\\_i\\_t\\_o\\_s\\_%20\\_p\\_a\\_r\\_a\\_%20\\_p\\_e\\_r\\_m\\_i\\_s\\_o\\_s\\_.htm](http://www.bomberos.gob.ec/page-95-_r_e_q_u_i_s_i_t_o_s_%20_p_a_r_a_%20_p_e_r_m_i_s_o_s_.htm)

# AMENOS

**Anexo 1 Formato de Encuesta**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO “COLON”**



<p>1.- ¿Usted pertenece alguna Asociación de comerciante del Cantón Milagro?</p> <p>Si ( ) No( )</p>	<p>6.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de una oficina de Asesoría Contable en el Mercado Colón?</p> <p>Si ( ) No ( ) Tal vez ( )</p>
<p>2.- ¿Cuánto le beneficiaría a usted la creación de un centro de información tributaria en el mercado “COLON”?</p> <p>Mucho ( ) Poco ( ) Nada ( )</p>	<p>7.- ¿El Municipio de Milagro ha capacitado a los comerciantes del mercado Colon para legalizarlos y cumplir con sus obligaciones tributarias?</p> <p>Siempre ( ) Regularmente ( ) Nunca ( )</p>
<p>3.- ¿Ha recibido capacitación de leyes tributarias por parte del Servicio de Renta Interna (SRI)?</p> <p>Siempre ( ) Regularmente ( ) Nunca ( )</p>	<p>8.- ¿Usted cumple con todos los requisitos de ley para su funcionamiento?</p> <p>Si ( ) No ( )</p>
<p>4.- ¿Cree usted que existe temor a tributar?</p> <p>Si ( ) No ( ) Tal vez ( )</p>	<p>9.- ¿Estaría usted dispuesto a participar en capacitación de asesoría contable?</p> <p>Si ( ) No ( ) Tal vez ( )</p>
<p>5.- ¿Le gustaría pertenecer a una Asociación de comerciantes para conocer de sus beneficios y obligaciones tributarias?</p> <p>Si ( ) No ( ) Tal vez ( )</p>	<p>10.- ¿Cree usted que la falta de información tributaria está afectando en la economía al país?</p> <p>Si ( ) No( ) Probablemente ( )</p>

Anexo 2



