



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

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

TÍTULO DEL PROYECTO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE
ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE EN EL CANTÓN NARANJITO”**

AUTORES:

HENRY OLIVER FREIRE ROJAS

JOSÉ MÁXIMO DÍAZ SALAZAR

TUTOR:

DR. WALTER LOOR BRIONES

ABRIL 2013

MILAGRO

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de asesoría tributaria y contable en el Cantón Naranjito”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría.

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

Presentado por los Egresados

Henry Oliver Freire Rojas

C.I.0921323663

José Máximo Díaz Salazar

C.I.0923341788

TUTOR

Dr. Walter Loor Briones

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Henry Oliver Freire Rojas y José Máximo Díaz Salazar, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de asesoría tributaria y contable en el Cantón Naranjito”** del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo, y tener la asesoría personal del Dr. Walter Loor Briones.

Milagro, Abril del 2013.

Henry Freire Rojas

C.I 0921323663

José Díaz Salazar

C.I 0923341788

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

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

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Es mi deseo dedicar esta tesis de grado como sencillo gesto de agradecimiento a todos aquellos que creyeron en mí, a toda la gente que me apoyo incondicionalmente, amigos y familiares.

A mi madre María Rojas que es el pilar fundamental en mi educación y formación como persona, a mis hermanos Patricio y Diana por los consejos de perseverancia y constancia que me han infundido siempre.

Pero en especial se la dedico a mi padre fallecido Galo Freire que lamentablemente no está con nosotros pero que vive en nuestras mentes, por dejar en mí el valor mostrado de salir adelante y por su amor.

HENRY FREIRE ROJAS

DEDICATORIA

Quiero dedicar este humilde trabajo al dador de la vida que es DIOS, por permitirme llegar a la meta propuesta durante estos años.

A mi madre Digna Salazar por ser la mujer que me cuidó durante la infancia y me supo inculcar sus principios desde el hogar donde crecí junto a mis hermanos.

De igual manera a mi esposa Marjorie Molina por formar parte del proceso en mi formación profesional, por brindarme su apoyo cuando más lo necesité; y a mi hija Kristel por manifestarme esa ternura incondicional a mi vida y llenar mi corazón de felicidad y alegría.

A mis amigos que de una u otra forma aportaron con su intelecto, consejos, experiencias que sirvieron de mucho para fortalecer esos momentos difíciles de mi vida.

A todos ellos va dedicado este trabajo.

JOSE DÍAZ SALAZAR

AGRADECIMIENTO

A:

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mí, aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A la universidad y a los docentes que me han acompañado durante el largo camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo, ética en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación como estudiante universitario.

De igual manera a mi tutor quien me ha orientado en todo momento, en la realización de este proyecto que enmarca el último escalón hacia un futuro en donde sea participe en el mejoramiento del proceso de enseñanza y aprendizaje.

HENRY FREIRE ROJAS

AGRADECIMIENTO

Por sobre todas las cosas a DIOS porque sin el nada podemos hacer.

A nuestra institución la Universidad Estatal de Milagro por abrirnos sus puertas y brindarnos ese ambiente habitual en el desarrollo de las actividades diarias y aportar con el cumplimiento de nuestros objetivos.

A todos los docentes que formaron parte de nuestra preparación cotidiana e iluminarnos con sus conocimientos y experiencias profesionales para poder ser ahora lo que somos.

A los microempresarios del cantón Naranjito quienes colaboraron con el trabajo realizado mis más sinceros agradecimientos.

JOSE DÍAZ SALAZAR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue el **“Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de asesoría tributaria y contable en el Cantón Naranjito”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Abril 2013

Henry Freire Rojas

C.I 0921323663

José Díaz Salazar

C.I 0923341788

INDICE GENERAL

Carátula.....	i
Certificado de 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
Resumen.....	xviii
Abstract.....	xix
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1. Problematización del Problema.....	2
1.1.2 Delimitación del Problema.....	4
1.1.3 Formulación del Problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del problema.....	5
1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 Justificación.....	5

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

	Pág.
2.1 Marco teórico.....	7
2.1.1 Antecedentes históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	10
2.1.3 Fundamentación.....	13
2.2 Marco legal.....	33
2.3 Marco conceptual.....	40
2.4 Hipótesis y variables.....	42

2.4.1 Hipótesis General.....	42
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	42
2.4.3 Variables Independiente y Dependiente.....	43
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	44

**CAPITULO III
MARCO METODOLÓGICO**

	Pág.
3.1 Tipo y diseño de investigación y perspectivas generales.....	45
3.2 La población y la muestra.....	46
3.2.1 Característica de la población.....	46
3.2.2 Delimitación de la población.....	47
3.2.3 Tipo de muestra.....	47
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	47
3.2.5 Proceso de selección.....	49
3.3 Métodos y técnicas.....	49
3.3.1 Métodos teóricos	49
3.3.2 Métodos empíricos	49
3.3.3 Técnica e instrumento.....	49
3.4 El procesamiento estadístico de la información.....	50

**CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

	Pág.
4.1 Análisis de la situación actual.....	51
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectiva.....	52
4.3 Resultados.....	62
4.4 Verificación de la hipótesis.....	63

**CAPITULO V
LA PROPUESTA**

	Pág.
5.1 Tema.....	65
5.2 Justificación.....	65
5.3 Fundamentación.....	66
5.4 Objetivos.....	68

5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	68
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta.....	68
5.5 Ubicación.....	68
5.6 Factibilidad.....	69
5.7 Descripción de la propuesta.....	91
5.7.1 Actividades.....	97
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	104
5.7.3 Impacto.....	111
5.7.4 Cronograma.....	112
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	113
Conclusiones.....	114
Recomendaciones.....	116

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	
Operacionalización de las variables.....	44
Cuadro 2.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	52
Cuadro 3.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	53
Cuadro 4.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	54
Cuadro 5.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	55
Cuadro 6.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	56
Cuadro 7.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	57
Cuadro 8.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	58
Cuadro 9.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	59
Cuadro 10.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	60
Cuadro 11.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	61
Cuadro 12.	
Verificación de Hipótesis.....	63
Cuadro 13.	
Barreras de entradas.....	92
Cuadro 14.	
Productos Sustitutos.....	92
Cuadro 15.	
Determinantes de la rivalidad.....	93
Cuadro 16.	
Poder de los compradores.....	93

Cuadro 17.	
Negociación con los proveedores.....	94
Cuadro 18.	
Resumen del sector comercial.....	94
Cuadro 19.	
Análisis FODA.....	95
Cuadro 20.	
Matriz FO-FA-DO-DA.....	96
Cuadro 21.	
Activo Fijo.....	104
Cuadro 22.	
Depreciación de Activo Fijo.....	104
Cuadro 23.	
Nomina año 1.....	105
Cuadro 24.	
Nomina año 2.....	105
Cuadro 25.	
Nomina año 3.....	105
Cuadro 26.	
Nomina año 4.....	105
Cuadro 27.	
Nomina año 5.....	105
Cuadro 28.	
Detalle de Gastos.....	106
Cuadro 29.	
Costos de Venta.....	106
Cuadro 30.	
Presupuesto de Ingreso.....	107
Cuadro 31.	
Inversión del Proyecto.....	107
Cuadro 32.	
Financiación del Proyecto.....	108
Cuadro 33.	
Tasa.....	108

Cuadro 34.	
Tabla de Amortización.....	108
Cuadro 35.	
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	109
Cuadro 36.	
Flujo de Caja Proyectado.....	109
Cuadro 37	
Balance General.....	110
Cuadro 38	
Índices Financieros.....	110

ÍNDICE DE GRÁFICO

Grafico 1.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	52
Grafico 2.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	53
Grafico 3.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	54
Grafico 4.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	55
Grafico 5.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	56
Grafico 6.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	57
Grafico 7.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	58
Grafico 8.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	59
Grafico 9.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	60
Grafico 10.	
Encuesta realizada a los micro empresarios del cantón Naranjito.....	61

INDICE DE FIGURA

Figura 1.

Logotipo de la empresa..... 69

Figura 2.

Organigrama estructural..... 72

Figura 3.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter..... 91

Figura 4.

Distribución Interna de la Asesoría..... 100

RESUMEN

Con el pasar del tiempo nos hemos percatado de las innumerables microempresas emprendidas en el mercado, que fácilmente han tenido un decaimiento total al empezar sus actividades. De la investigación emprendida nos dimos cuenta que la caída de este tipo de microempresa se debe porque no emplean sus recursos al 100% con las estrategias adecuadas para obtener los resultados esperados. Por esa razón debemos emplear esta herramienta segura para ser más competitivos en el mercado de los microempresarios, implementando un estudio que detalle las necesidades de los microempresarios en el aspecto tributario y contable que desconocen de estas armas que sirven para fortalecer aquella deficiencia. De esta manera nos facilita la propuesta que aportará en el desempeño de las actividades microempresariales en el cantón Naranjito.

Al aprovechar el respectivo análisis de mercado nos dimos cuenta de la importancia en la formación de un centro de asesoramiento que brinde confianza a los microempresarios, que al emprender sus negocios se sientan seguros de contar con la mejor dirección tributaria y contable acorde a sus necesidades, consiguiendo que las microempresas puedan ser más eficaces al brindar sus servicios a la ciudadanía Naranjiteña.

El objetivo de esta empresa es de vigilar el mejoramiento contable y tributario de microempresarios, estableciéndose como un eje principal a nuestra actividad, ya que contamos con profesionales capacitados con años de experiencia en sus actividades de enseñanza y tecnología de punta en la infraestructura y sala de capacitación.

ABSTRACT

With the passage of time we noticed the countless micro undertaken in the market, which easily have had a total decay to their activities. From the research undertaken we realized that the fall of this type of micro is because it does not use its resources to 100% with appropriate strategies to achieve the expected results. For that reason we use this tool safe to be more competitive in the market for entrepreneurs, implementing a study detailing the needs of micro entrepreneurs in the tax and accounting aspect unaware of these weapons that serve to strengthen this deficiency. In this way we bring the proposal facilitates the performance of microenterprise activities in the canton Naranjito.

By leveraging the respective market analysis we realized the importance in the formation of a counseling center that provides confidence to micro entrepreneurs that take their business to feel confident about having the best tax and accounting management according to their needs, getting that microenterprises can be more effective to provide services to citizens Naranjiteña.

The goal of this company is to monitor the improvement of micro accounting and tax, establishing as a main to our business, as we have trained professionals with years of experience in their teaching activities and technology in the infrastructure and living training

INTRODUCCION

El presente trabajo esta direccionado a la importancia de los aspectos contables y tributarios en el desarrollo organizacional de las empresas. El éxito de toda entidad comercial es innovar constantemente sus procesos y enfocar parte importante de ese cambio al talento humano, quien es el responsable de ejecutar tales avances, para lograr una máxima operatividad. La parte investigativa de este proyecto se enfocó al sector microempresarial del cantón Naranjito, con el fin de identificar las causas que generan su débil participación en el mercado, motivo por el cual se direccionó este trabajo a potencializar las actividades comerciales de los pequeños mercantes a través de una cultura contable y tributaria. La información está segmentada en cinco capítulos, donde se explica claramente el contenido de toda la tesis, que centró una propuesta ante la problemática que se planteó.

El primer capítulo, se expresa la información investigativa, que ayudo a plasmar la problematización, aspecto en el cual se detalló las múltiples falencias encontradas en la forma de operar de los gestores. También están los objetivos y su justificación.

El segundo capítulo, se expresa toda la información referente al tema planteado, trabajos de tesis relacionados con el proyecto, a fin de identificar los correctivos aplicados para solucionar esta problemática. Dentro de este proyecto se representaron las hipótesis de estudios, las mismas que fueron operacionalizadas con sus respectivos indicadores.

El tercer capítulo, se detalla la metodología de trabajo, las técnicas investigativas y métodos, así como la determinación del universo objeto de estudio, en este caso a los microempresarios establecidos en el sector comercial del cantón Naranjito.

El cuarto capítulo, se detallan los resultados obtenidos del proceso de encuesta realizada a los microempresarios.

El quinto capítulo, Se establece la propuesta, con todos sus componentes, la cual consistió en la creación de una asesoría contable y tributaria, a fin de orientar a profesionales y organizaciones al cumplimiento de sus objetivos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización: origen y descripción del problema

El Cantón Naranjito en los últimos años ha crecido significativamente en el ámbito microempresarial; El crecimiento del mercado se hace más atractivo por las nuevas oportunidades y la apertura de nuevos comerciantes formales que aporten al desarrollo socioeconómico de este sector, convirtiéndose en una ciudad eminentemente comercial en el ámbito macro y micro-económico.

Actualmente en el cantón Naranjito existe una amplia franja de microempresarios, comerciantes formales e informales, que cuentan con escasos conocimientos contables y tributarios, que disminuyen su participación en el mercado, por los bajos rendimientos financieros que perciben.

La falta de una asesoría para Microempresarios, se origina por la poca presencia de contadores en este sector, lo que genera el incremento del sector informal, comerciantes que carecen de la capacitación apropiada para mantener sus micronegocios bajo una mejora continua.

Otro de los problemas que afecta al crecimiento de las microempresas es por la escasa preparación que tienen los administradores, que en mucho de los casos son

los propietarios, esto se da por la falta de capacitación sobre el entorno, contable y tributario, generando de esta manera una baja operatividad de la microempresa.

A esta problemática se adjuntan el bajo capital que poseen, debido a los altos costos de creación de este tipo de asesorías, lo cual ha provocado la presencia de dos o tres profesionales que orienten a las mercantes minoristas en este sector, sin embargo, no abastecen la demanda.

La poca información por parte de las entidades de control ha originado que los comerciantes no paguen al fisco, induciendo a que los demás comerciantes no lo hagan.

La mayoría de estos negocios son constituidos de forma familiar, que por lo general desconocen sobre los procesos de selección y reclutamiento de personal, motivo por el cual cuentan con talento humano poco calificado, que en vez de aportar significativamente a la microempresa disminuyen su productividad.

Pronóstico.

El poco conocimiento de los microempresarios en operar adecuadamente, bajo aspectos, contables y tributarios han hecho que mantengan un débil posicionamiento en este mercado, por la poca rentabilidad que perciben de sus gestiones tanto internas y externas.

Control del pronóstico.

Para evitar el pronóstico es necesario que este sector microempresarial del cantón Naranjito cuente con una oportuna información en los aspectos antes mencionados, con el fin de ayudar al microempresario en su desesperación por incrementar su capital, a adquirir conocimientos sobre contabilidad, logrando de una u otra manera el desarrollo de sus actividades económicas que garantice la permanencia de sus negocios en el mercado.

1.1.2 Delimitación del problema

Espacio:

País: Ecuador

Región: Costa

Cantón: Naranjito

Sector: Microempresarial.

Tiempo:

Nuestra investigación será bibliográfica, linkográfica y documental, y tendrá una antigüedad que no supere los 5 últimos años.

Universo

Está orientado a los microempresarios del sector urbano del Cantón Naranjito.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera incide el conocimiento de aspectos, contables y tributarios en el desarrollo comercial de los microempresarios del Cantón Naranjito?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo incide la asesoría profesional, en el cumplimiento tributario de los microempresarios del cantón Naranjito?

¿Cómo afecta la presencia de profesionales del área contable en el desarrollo microempresarial del Cantón Naranjito?

¿De qué manera incide el conocimiento de los microempresarios en el crecimiento de sus negocios?

¿Cómo influye la difusión empleada por los entes de control en que los microempresarios evadan sus deberes y obligaciones del pago al fisco?

1.1.5 Determinación del problema

“Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de asesoría tributaria y contable en el Cantón Naranjito”

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar los factores que inciden en el conocimiento de aspectos, contables y tributarios de los microempresarios situados en el Cantón Naranjito, a través de la aplicación de herramientas investigativas, con la finalidad de determinar los efectos en el desempeño de sus actividades comerciales.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar porque los microempresarios establecidos en este sector comercial no cuentan con información idónea acerca de las nuevas leyes tributarias establecidas por el ejecutivo.
- ✓ Determinar cómo afecta la falta de conocimiento que tienen los microempresarios en el cumplimiento de los deberes y obligaciones tributarias que establece la ley.
- ✓ Analizar cómo influye la preparación que tienen los administradores en la máxima operatividad de las microempresas.
- ✓ Determinar cómo influye la difusión empleada por los entes de control en el cumplimiento de las obligaciones de los microempresarios con el pago al fisco.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Es importante mencionar que la cultura tributaria forma parte de las actividades de los comerciantes, el sector comercial está compuesto por mercantes formales e informales, sin embargo, el estudio de la problemática planteada está dirigido al sector microempresarial de la franja comercial del Cantón Naranjito.

El estudio tiene como finalidad levantar información relevante que permita a los microempresarios guiarlos en su accionar en las organizaciones que presiden, para posicionarlos como empresarios reconocidos en este mercado.

Se verificará la viabilidad de la investigación a través de la utilización de una herramienta investigativa, la misma que sea dirigida a los gestores de las microempresas, para conocer cuál es su criterio sobre las obligaciones tributarias que tienen, es decir sus necesidades y expectativas referente a su actividad comercial.

Por tal razón nace la idea de proponer un estudio exhaustivo para impulsar a través de una adecuada cultura tributaria, que beneficie a los microempresarios situados en esta franja comercial del cantón Naranjito, realizando así sus respectivos pagos al fisco.

Esta investigación busca identificar las causas que generan la problemática planteada en el sector urbano del cantón Naranjito, destacando la importancia que tiene el conocimiento, comprensión y correcta aplicación de leyes normas y reglamentos tributarios, a los microempresarios, con el claro objetivo para que estas personas normen con legalidad sus negocios, repercutiendo favorablemente en el desarrollo económico y financiero de las empresas dedicadas al comercio en la ciudad de Naranjito.

El logro de los resultados servirá de aporte para quienes sientan interés por seguir participando en este mercado y expandiendo sus horizontes. Esta investigación cuenta con una amplia información sobre los beneficios que tienen los microempresarios al estar al día con sus obligaciones tributarias.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El desarrollo de las empresas ecuatorianas se potencio en el transcurso de los siglos, de acuerdo a las necesidades del mercado interno y externo.

Los cambios se dieron de manera muy lenta. En los primeros siglos, las naciones sobre la importancia del tiempo eran diferentes a las actuales. La tasa de obsolescencia de bienes y servicios no se media por años, sino por siglos.

Debido al aumento de la población en Europa y a la revolución industrial, iniciada a mediados del siglo XVIII en Inglaterra, nacieron nuevas industrias en los países prósperos y las existentes se mejoraron. La incorporación de millones de personas al sector industrial en Europa y Estados Unidos incremento la capacidad de compra de los trabajadores, así como el consumo de bienes y la demanda de materias primas producidas en Ecuador. La industrialización masiva del chocolate en Inglaterra, Francia, Alemania y Estados Unidos fue esencial para el auge del cacao Ecuatoriano.

Además de las haciendas, los negocios en la Audiencia de Quito no fueron grandes.

Básicamente eran pequeñas tiendas y fabricas artesanales. Durante el periodo colonial y republicano, los comercios tuvieron alzas y bajas, dependiendo de la demanda internacional de los productos lideres exportables. Hubo periodos de gran auge y otros de severa crisis económica.

En las últimas décadas de la Colonia, las principales fuentes de riqueza de la sierra cayeron en decadencia. Esto, debido a la pérdida de mercados internacionales, a la erupción de volcanes q provoco graves daños en varia ciudades, a la competencia por ingreso de bienes extranjeros y finalmente, a las guerras por lograr la independencia. El periodo comprendió entre 1809 y 1830 estuvo marcado por la inestabilidad política y económica, que afecto también, a la región costa.

En las primeras décadas de la vida republicana se mantuvo la inestabilidad política y la recuperación económica de los negocios fue lenta. En estos años formativos se intentó crear asociaciones gremiales de empresarios, así como beneficiarse de la tecnología surgida en la revolución industrial. Si se mide el éxito empresarial por el monto de las exportaciones, estas recién logrando sobrepasar la Audiencia de Quito en su época de auge a partir de 1853.

Desde la segunda mitad del siglo XIX empezó el desarrollo económico de Ecuador, a una escala no vista anteriormente.

Banca comercial e hipotecaria, desde 1860; seguros, desde finales del siglo XIX. Así también, manufactura normal y servicio de cable- en 1882- por central & south American Cable Company, lo cual permitió la comunicación internacional.

Los grandes grupos económicos entraron en auge a partir de la década de los 70. Anteriormente existían muy pocos, pero en los últimos 40 años han crecido vertiginosamente debido al incremento de la economía. A pesar de ello, las grandes empresas Ecuatorianas son pequeñas, comparada con la de los otros países de la región.

Durante la colonia el mundo empresarial de ecuador era muy diferente al actual. En aquella época no existía el consumidor como se lo conoce en 2010. La gente adquiría lo esencial para cubrir sus necesidades básicas de alimentación y vestuario.

Las entidades eran microempresas, salvo las de un limitado número de empresarios ricos- para el nivel Ecuatoriano- pero muy pequeños, comparados con sus pares limeños y mexicanos.

Con el nacimiento de la república del Ecuador se esperaba que el entorno empresarial mejorara esto, tomando en cuenta que el objetivo de la Independencia había sido crear la institucionalidad en el nuevo país, a través de leyes modernas, incluyendo un código de comercio a tono con las grandes transformaciones económicas que se daban en el mundo.

Actualmente el sector micro empresarial está manteniendo una participación aceptable en el mercado, se ha realizado por muchos años investigaciones sobre la microempresa, concluyendo que un gran porcentaje de ellas son negocios familiares y normalmente unipersonales. De alguna manera, todos deseamos tener nuestro propio negocio y que el fruto de nuestro trabajo sea para nuestra familia.

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

Es así como hoy en día podemos decir que la microempresa es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende más del 50% de la población económicamente activa. Los Ecuatorianos somos grandes emprendedores. Decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en empresarios de microempresas.

Pero, una gran mayoría de estos emprendedores se lanzan al vacío sin paracaídas es decir, sin los suficientes conocimientos y análisis sobre la viabilidad de su proyecto micro empresarial y terminan en el cementerio empresarial. En este caso también un buen número de profesionales universitarios, que solo fueron educados para empleados. Como consecuencia de esta falta de preparación se estima que un 60% de microempresas recién creadas, quiebran en el transcurso del primer año de su nacimiento. Hay un permanente suicidio colectivo empresarial.

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

Al no existir una ley sobre la creación y funcionamiento de la microempresa, nuestra investigación tiene como propósito la formalización De la microempresa, mediante el cumplimiento de ciertos requisitos básicos para el funcionamiento, que le evite multas y sanciones.

Esta forma de crear la microempresa facilitara y consolidara a los próximos empresarios de la microempresa, para iniciar un camino seguro en su primera etapa, y tener la suficiente experiencia para cuando se convierta en un empresario de una mediana o gran empresa. La creación de la microempresa es por lo tanto solo un medio y no un fin.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

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

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

Fecha: Julio 2012

Resumen: Existe una infinidad de microempresas que han fracasado desde su inicio, en su etapa de operación, crecimiento o madurez. De la Investigación realizada se puede apreciar que existe una serie de causas que podría provocar el cierre de este tipo de empresas, debido a que se enfrentan a una realidad donde cada vez tienen que ser más competitivos para lo cual existen muchas herramientas que algunas veces por desconocimiento o falta de tiempo no las utilizan o aplican de manera efectiva; el resultado de la investigación realizada nos proporcionó un minucioso estudio de las expectativas y necesidades de los microempresarios, los mismos que careen de conocimientos contables y tributarias lo que nos permite presentar una propuesta para aportar a la competitividad de estos emprendedores

en la ciudad de Naranjito con la utilización de una importante herramienta para poder estructurar y dirigir adecuadamente sus negocios.

A través de este análisis de mercado llegamos a la conclusión de la importancia de la creación de una empresa que ofrezca a la ciudadanía este tipo de servicios proporcionando soluciones que puedan aportar positivamente al desarrollo microeconómico del sector a través de la experiencia aprobada del personal que se cuenta para el efecto, logrando así, una gestión eficiente en las microempresas de Naranjito producto de la aplicación acertada de los conocimientos Contables y Tributarios.

Nuestra empresa estará dedicada a la acción de información, apoyo, servicio y asesoramiento tributario y contable, constituyéndose estos factores en el centro de nuestra actividad contando para ello con profesionales altamente capacitados, con tecnología acorde a las exigencias y tendencias del medio y adoptando constante innovación de conocimientos y autorización en nuestras áreas de aplicación.

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

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

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

Fecha: 2012

Resumen: La mayoría de microempresarios desea obviamente que sus empresas crezcan de tal manera que su nivel de ingresos y rentabilidad también se incrementen pero, para lograr ese objetivo, este crecimiento debe ser bien planificado y organizado. Basado en un previo análisis del mercado realizado he observado muchas empresas que han crecido de manera desorganizada y sin planificación en todas sus áreas ocasionando una serie de problemas que hace que los microempresarios se echen atrás en lugar de percibir a estos como una oportunidad de nuevos negocios. La actitud positiva que se pueda tener es uno de los factores más importantes de éxito de cualquier actividad. Muchas empresas se han iniciado porque a alguien le fue bien y parece fácil hacer lo mismo. El problema radica en que si no existe una característica que diferencie a la empresa propia de las presentes en el mercado, el cliente no se sentirá atraído para adquirir el producto

o servicio de su empresa por lo tanto no se cumplirá las expectativas iniciales. Es importante tener presente que existen muchas herramientas para mejorar la gestión administrativa como son el adecuado conocimiento y la correcta aplicación y cumplimiento de leyes, normas y reglamentos tributarios, financieros y contables, con la finalidad de mejorar sus procesos. El propósito de este trabajo es ayudar a la gestión administrativa de la microempresa de una manera práctica para que sea más efectiva y permita reaccionar de manera oportuna ante un mundo tan cambiante.

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

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

Autores: Alvarado Reyes Betsy & Chicaiza Balcazar Ibelia

Fecha: Milagro, junio 2010

Resumen: existe una infinidad de microempresas que han fracasado desde su inicio, en su etapa de operación, crecimiento o madurez. De la Investigación realizada se puede apreciar que existe una serie de causas que podría provocar el cierre de este tipo de empresas, debido a que se enfrentan a una realidad donde cada vez tienen que ser más competitivos para lo cual existen muchas herramientas que alguna veces por desconocimiento o falta de tiempo no las utilizan o aplican de manera efectiva; el resultado de la investigación realizada nos proporcionó un minucioso estudio de las expectativas y necesidades de los comerciantes informales, microempresarios y demás personas dedicadas a una actividad comercial, las mismas que carecen de conocimientos administrativos que implican nociones contables, financieras y tributarias lo que nos permite presentar una propuesta para aportar a la competitividad de la gestión administrativa de las pymes en la ciudad de Milagro con la utilización de una importante herramienta como lo es la administración para poder estructurar y dirigir adecuadamente sus negocios. A través de este análisis de mercado llegamos a la conclusión de la importancia de la creación de una empresa que ofrezca a la ciudadanía este tipo de servicios proporcionando soluciones que puedan aportar positivamente al desarrollo microeconómico del sector a través de la experiencia probada del personal que se encuentra para el efecto, logrando así, una gestión eficiente en las PYMES de Milagro producto de la

aplicación acertada de los conocimientos administrativos. Nuestra empresa está dedicada a la acción de información, apoyo, servicio, y asesoramiento tributario, Financiero y contable, constituyéndose estos factores en el centro de nuestra actividad contando para ello con profesionales altamente capacitados, con tecnología acorde a las exigencias y tendencias del medio y adoptando constante innovación de conocimientos y autorización en nuestras áreas de aplicación. Nuestro compromiso para con los clientes será proporcionar soluciones y servicios integrados de calidad con profesionalismo, seriedad y responsabilidad.

2.1.3 Fundamentación

La microempresa

La microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aproximadamente. Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

Características de la microempresa:

- ✓ La microempresa es una unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales, que se dedican a la producción, servicios y comercio.
- ✓ Puede formarse con un número ilimitado de socios.
- ✓ Genera autoempleo o tiene hasta diez trabajadores.
- ✓ Su capital de operación va desde \$200.00 hasta \$20.000,00 dólares, libre de inmuebles y vehículos.
- ✓ Se encuentra registrada en la cámara de microempresas de su jurisdicción

Ventajas de la microempresa:

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

Desventaja de la microempresa:

- ✓ Utilizan tecnología ya superada
- ✓ Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- ✓ Dificultad de acceso a crédito.
- ✓ La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.” (BIGLOO, 2011)

Las microempresas en el contexto de la globalización

“A partir de la caracterización recién presentada, podemos decir que la mayoría de las microempresas existentes constituye un vasto sector de subsistencia¹, en el que encontramos unidades que se dedican a actividades de comercio, producción o servicios relativamente pequeñas y usualmente con menos de tres trabajadores, incluyendo al dueño. Normalmente se dedican al sector comercial, mantienen bajas cuentas de resultados que se aplican al sostenimiento de la unidad familiar, casi nunca llevan un registro de sus actividades, operan con bajísimos niveles de tecnología y activos fijos, se concentran en los centros urbanos, y presentan un nivel de escolaridad media que no supera el nivel primario. La presencia de mujeres es especialmente importante en las empresas de subsistencia. Estas empresas suelen presentar escasísimos eslabonamientos hacia atrás y virtualmente ninguno hacia adelante, sirviendo sus productos y servicios preponderadamente a los vecindarios donde se radican.

La importancia de las empresas de subsistencia, a pesar de que no son grandes generadoras de empleo remunerado, es que mejoran los niveles de vida de la población y representan una alternativa a la pobreza extrema.

Incluso las microempresas que van as allá del nivel de supervivencia, las que suelen ser identificadas como “microempresas consolidadas”, constituyen también una importante fuente de ocupación para amplios sectores de población, joven y veterana, que no cuentan con los niveles de calificación exigidos por los mercados laborales más modernos.

¹ Nuestra opinión parece coincidir con el CENAP de Costa Rica quien identifica a las **Microempresas de**

Hasta aquí, todo lo que hemos podido identificar de las microempresas, nos muestra un panorama muy diferente de lo que constituye la globalización y sus principales actores, las EMNS, que constituye una brecha que se antoja imposible de superar. El caso es que, por las características que hemos identificado, las microempresas no tienen la capacidad financiera como para moverse en mercados que exigen el uso intensivo de la tecnología o las telecomunicaciones; por supuesto, no realizan L&D y, por lo tanto, son incapaces de generar una ventaja competitiva basada en la innovación. La gran mayoría no cuenta con conocimientos de gestión, así que tampoco pueden competir con formas organizacionales o de comercialización novedosas. En pocas palabras, las microempresas no son competitivas, lo que significa que no cubren uno de los requisitos básicos para participar en mercados globalizados.

Eso por el lado de las propias microempresas, pero es que tanto la globalización como sus aliados, los acuerdos comerciales, constituyen un proceso que ha sido creado por y para las empresas multinacionales. Como hemos podido constatar, la búsqueda de acuerdos comerciales ha llevado a todos los gobiernos de América Latina a impulsar programas para incentivar que ciertas grandes empresas se incorporen exitosamente al proceso de globalización. Pero, ¿Cuál de esas políticas ha involucrado a las microempresas?, en realidad ninguna.

Los acuerdos comerciales que los países firman responden a las necesidades y exigencias de las EMNS, pero esto no significa que este cancelado el camino a unidades económicas que no sean multinacionales; en todo caso, lo que sí está claro es que, dado que las microempresas son incapaces de ser competitivas, automáticamente quedan excluidas de los circuitos empresariales que se mueven en el entorno de la globalización.

Al respecto, estaríamos de acuerdo con Ubernel cuando asegura que “las microempresas ejercen la función de ocupar espacios sociales y económicos que deja la gran empresa, reemplazan los objetivos empresariales que el sector moderno es incapaz de cumplir y sirven como puente del flujo migratorio de un gran torrente de mano de obra compuesta por jóvenes desocupados que se capacitan empíricamente con potencial de vincularse a la gran industria y por mano de obra veterana que es expulsada o retirada de la gran industria.”

En este sentido podemos decir que la globalización contiene un modelo de acumulación específico que establece claramente una jerarquización para el acceso a sus beneficios; en la parte central estarán las multinacionales, un poco hacia el exterior otras empresas de tipo nacional, que pueden ser grandes, medianas y eventualmente hasta pequeñas, que solo logran beneficios secundarios de la globalización; finalmente, en la periferia, estarían los excluidos, allí es donde localizamos a la inmensa mayoría de las microempresas, sean estas formales o informales.

Con lo dicho hasta ahora podemos ver que no tiene mucho sentido preguntarnos ¿Cuáles son las oportunidades que plantea la globalización a las microempresas?, porque más que una oportunidad, la globalización parece constituir la mayor amenaza que han enfrentado jamás las microempresas.

La razón es que no podía ser más antagónica la naturaleza de ambos fenómenos. Por eso, parece que nuestra primera pregunta más bien debería plantear si es que las microempresas pueden seguir existiendo en un entorno globalizado.

Después de lo que hemos venido diciendo en este documento, parecería que una respuesta rápida nos llevaría a decir que no; sin embargo, esto sería un grave error, porque decir que las microempresas no tienen cabida en los círculos de la globalización no significa que no puedan construir y operar en su propio espacio. No olvidemos que, por más que los promotores de la globalización se afanen en querernos convencer de que eventualmente todos quedaremos atrapados en ella y estaremos obligados a movernos bajo sus reglas, en realidad siempre quedan los espacios que no necesariamente se rigen por las mismas normas.

Como ejemplo baste decir que, dado que una de las características fundamentales de la globalización implica el uso intensivo de las telecomunicaciones y la informática, es claro que, aquellas personas y empresas que no cuenten con esta tecnología, sencillamente están fuera de la globalización; pero eso no significa que dejen de existir. Solo significa, que quedan excluidos de la globalización. Pero el fenómeno de la exclusión no es nuevo ni exclusivo de la globalización, como bien saben buena parte de los pobladores de América latina, en todo caso, lo que la globalización hace es ahondar las asimetrías propias de la sociedad capitalista,

profundizando la brecha entre pobres y ricos, así como entre países desarrollados y no desarrollados y, por supuesto, entre empresas competitivas y empresas no competitivas.

El espacio de las microempresas. Una propuesta alternativa

Una vez aclarado que la globalización no es un espacio para las microempresas, nos preguntamos ¿Cuál será entonces su espacio?

La respuesta viene de la mano de las propias características de las microempresas, que las excluyen del proceso globalizador. Es decir, el espacio natural de las microempresas se sitúa en aquellos mercados y población que no son absorbidos por la globalización o que, aun cuando puedan desarrollar algunas de sus actividades bajo los patrones globalizados, todavía queda una parte de su vida y dinámica económica exenta de la globalización. Ese es el espacio de las microempresas.

Nos situamos entonces en los mercados locales, incluso de barrio o vecinales; aunque eso significa que se trata de mercados reducidos, muchas veces con limitada capacidad adquisitiva, pero con la virtud de que, por más que la globalización siga avanzando por todo el mundo, nunca dejarán de existir. La cuestión entonces es si pueden o no existir las microempresas en un entorno globalizado, sino ¿Cómo mejorar sus condiciones de desempeño y aminorar los continuos embates que reciben por parte de los mercados globalizados?

El capitalismo global se basa en el individualismo, otorgando la supremacía del interés individual sobre el colectivo. Pero no tenemos por qué aceptar esto simplemente como inevitable. Podemos y debemos buscar un enfoque alternativo, que predique una relación más sana del hombre con su entorno, orientado más hacia el desarrollo integral. El camino, desde nuestro punto de vista, es la organización, para trabajar, producir y comercializar de manera asociativa. Estamos hablando, específicamente, de la conformación de asociaciones o redes socio-empresariales que en principio pueden ser de supervivencia, pero que perfectamente se pueden constituir en redes de colaboración para lograr el éxito económico.

En el sector de las microempresas las redes son vitales y su afán no es solo económico, sino que intervienen valores como la solidaridad, la conformación de capital social. Las redes sirven para las transferencias de tecnología, el acceso a materias primas, traspaso de información, acciones productivas conjuntas, contratación de fuerza de trabajo y comercialización. Por estos vasos comunicantes transita información respecto a maquinarias, herramientas, equipos, formas de producción y diseño de modelos.

También comunica sobre instituciones que dan crédito, programas de asistencia del estado, comercios donde colocar sus productos y otros intereses. Comparten datos acerca de calidad de materia prima, lugares para obtenerlas cuando hay escasez, precios y facilidades. En algunos casos se prestan insumos, para que sus colegas puedan hacer frente a un pedido cuando no tienen dinero.

El ámbito más notorio del papel de las redes es el de la comercialización, la clave de la comercialización, en todos los casos, es la red de clientes que va constituyéndose (Beluche 1998)

Frente a la competencia perversa y el individualismo de la globalización, parece que fomentar la solidaridad, la ayuda mutua y la acción colectiva puede resultar una excelente alternativa de defensa de las microempresas. Como aseguran Dávalos y Espinel (s/a), la agremiación en cooperativas, cámaras y círculo de gestión, producción o comercialización conjunta han sido las respuestas más efectivas para compensar las deficiencias de escala de estas empresas. La asociatividad que ha jugado un importante papel de apoyo es aquella que va dirigida no al intercambio social o a constituirse en un grupo de reclamo de subsidios o atenciones especiales, sino la que utiliza como un vehículo para alcanzar económicamente los servicios empresariales requeridos por las empresas.

En concreto, nuestra propuesta es que las microempresas busquen asociarse en redes de colaboración empresarial, que pueden variar desde las cooperativas, agrupaciones autogestionarias, cámaras, etc. con el fin de sacar fortalezas de sus propias debilidades. Parece difícil que la globalización pueda llevarlas a la extinción; pero si se mantienen aisladas y con un afán puramente mercantil y de competencia,

sus posibilidades de supervivencia, individual, son francamente limitadas.” (TRUJANO, 2005)

Características de los microempresarios

Un estereotipo común del microempresario destaca características como una gran necesidad de realizaciones, la disposición de tomar riesgos moderados, una fuerte confianza en sí mismo y una pasión por el negocio. Al analizar al microempresario encontramos individuos que, en gran parte, se ajustan a esta imagen. Sin embargo, debemos hacer dos advertencias. Primero, todavía carecemos de pruebas de la importancia de estas características. Segundo, hay excepciones a toda regla, e individuos que no se ajustan al molde de todas maneras pueden ser empresarios de éxito.

Recompensas y desventajas de ser microempresarios.

Los individuos se ven atraídos hacia la actividad empresarial por diversos incentivos poderosos. Algunos se ven especialmente atraídos por una clase de incentivo, en tanto que otros se ven atraídos por alguna mezcla de posibles satisfacciones. Estas recompensas pueden agruparse en tres categorías básicas:

- ✓ La recompensa de las ganancias
- ✓ La recompensa de la independencia
- ✓ La recompensa de una forma de vida satisfactoria

La recompensa de las ganancias

Los resultados financieros de cualquier negocio deben compensar a su propietario por invertir su tiempo personal (equivalente a un salario) y ahorros personales (intereses, dividendos o equivalentes) antes de que se obtengan ganancias reales. Los empresarios esperan un rendimiento que no solo les compense por el tiempo y dinero que invierten, sino también que les premie bien, por los riesgos e iniciativa que toman al operar sus propios negocios.

La recompensa de la independencia

La libertad de operar independientemente es otra recompensa de ser empresario. Muchos de nosotros tenemos un gran deseo de tomar nuestras propias decisiones, asumir riesgos y cosechar las recompensas. Ser el propio patrón de uno mismo parece ser un ideal atractivo.

Algunos empresarios usan su independencia para lograr flexibilidad en su vida personal y hábitos de trabajo.

Es evidente que la mayoría de los empresarios no llevan su búsqueda de flexibilidad hasta estos extremos. Pero los empresarios en general aprecian la independencia inherente a una carrera empresarial. Pueden hacer las cosas en su propio estilo, cosechar sus propias ganancias y establecer sus propios horarios y formas de trabajo.

Desde luego, la independencia no garantiza una vida fácil. La mayoría de los empresarios trabajan muy duro durante largas horas. Pero si tienen la satisfacción de tomar sus propias decisiones dentro de las restricciones impuestas por los factores económicos y otros factores ambientales.

La recompensa de una forma de vida satisfactoria

Los empresarios hablan frecuentemente de la satisfacción que experimentan en sus propios negocios; algunos incluso se refieren al trabajo que hacen como “diversión” parte de su disfrute puede derivarse de su independencia, pero algo de ello refleja la satisfacción personal del propietario al trabajar con los productos y servicios de la compañía. Un empresario también puede disfrutar de ser jefe, asistir al Club Rotario y servir como líder cívico en la comunidad. Muchas compañías empresariales se vuelven grandes, pero aquellas que permanecen relativamente pequeñas suelen recibir el nombre de negocios de estilo de vida.

Las desventajas de ser microempresario

Aunque las recompensas de ser microempresario son atractivas, también hay costos asociados con la propiedad de un negocio. Comenzar y operar un negocio propio suele exigir un trabajo duro, largas horas y mucha energía emocional. Los microempresarios tienen la amarga experiencia de sufrir tensiones personales, así

como la necesidad de invertir mucho de su propio tiempo y trabajo. Muchos de ellos describen sus carreras como emocionantes, pero muy exigentes.

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

En consecuencia, cuando se decide sobre una carrera empresarial uno debe sondear los aspectos positivos y negativos. Las desventajas del trabajo arduo, la tensión emocional y el riesgo requieren cierto grado de compromiso y algún sacrificio de parte de usted, si es que espera cosechar las recompensas.” (CASTRO LALA & BERMEO FUENTES, 2012)

El plan de la microempresa

Cada negocio empieza con una idea y un plan de la empresa es necesario para guiar la investigación y el desarrollo de esta idea. Si usted estuviera planeando unas vacaciones con su familia en un área que nunca ha visitado, haría preguntas acerca de los lugares para quedarse, cosas para hacer, lugares para comer, clima, etc. Si el área suena atractiva, entonces usted planea como llegar allá. Si decide manejar, ahora es el tiempo para estudiar el mapa de carreteras y planear su viaje. Un plan del negocio es el mapa de carreteras para el éxito de su empresa. Al escribir un plan de negocio, usted considerara todas las partes de su empresa en detalle. Usted observara cuidadosamente su empresa, la industria, su competencia, sus clientes, y su habilidad para triunfar.” (LONGENECKER G., 2007)

Plan de negocios

Un plan de negocios es un documento que contiene puntos tales como propuestas de un nuevo negocio o mejoramiento de uno ya existente, pronóstico de ventas y análisis financiero, evaluación de riesgos a la nueva inversión. Se tiene por objetivo conseguir la financiación de nuevas iniciativas empresariales y suministrar a la dirección una perspectiva futuro.

Es un instrumento de planificación estratégica orientando a los negocios. Debe ser escrito y contener, de forma amplia y detallada, la visión y misión de lo que un empresario quiere realizar.

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

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

Al escribir un plan de negocios, usted someterá a prueba su idea de negocios. Usted puede analizar un grupo de ideas de negocios y reflexionar sobre como las pondría en práctica. Más tarde, cuando pueda ser evaluada la factibilidad de esas ideas y cuando tenga la información necesaria disponible, entonces el plan de negocios puede ser usado para obtener financiamiento.

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

¿Dónde estamos ahora?

¿Hacia dónde vamos?

¿Cómo lo alcanzaremos?

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

Administración en una microempresa

Si una compañía es muy pequeña, es posible que su fundador sea el administrador clave y tal vez el único. Sin embargo, en la mayoría de las compañías, otras personas comparten papeles de liderazgo con el propietario o propietarios. En consecuencia, el concepto de una empresa de administración es relevante para los pequeños negocios. Por lo general, el equipo de administración, como lo vemos aquí, incluye tanto a los administradores como a otros profesionales o personas claves que ayudan a darle a una nueva empresa su rumbo general.

Los fundadores de nuevas empresas no siempre son buenos miembros de la organización. Como se describió anteriormente, son creativos, innovadores, son individuos que asumen riesgos y que tienen el valor de luchar por sí mismos. Ciertamente, con frecuencia se ven impulsados a ser empresarios por diversos hechos que les han sucedido, hechos que algunas veces significan que para ellos es difícil ajustarse a los papeles convencionales de una organización. En consecuencia, los fundadores pueden no ser capaces de apreciar el valor de las buenas prácticas de administradores profesionales.

Algunos empresarios tienen un enfoque profesional hacia la administración, y algunos administradores corporativos son empresarios en el sentido de ser innovadores y estar dispuestos a asumir riesgos. Sin embargo, el estilo menos que profesional de un fundador a menudo actúa como obstáculo en el crecimiento del negocio. Desde el punto de vista ideal, el fundador puede agregar básicos que le dieron al negocio un inicio exitoso.” (MADRIGAL, 2007)

Aspectos administrativos

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

Recursos humanos

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

Presupuesto

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

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

Cronograma

Es un plan de trabajo o un plan de actividades, que muestra la duración del proceso investigativo. El tipo de cronograma recomendado para presentar el plan de actividades que orienten un trabajo de investigación es el de GANTT. Las

actividades aquí indicadas no son definitivas. La especificación de las actividades depende del tipo de estudio que se desea realizar.

Ventajas

- ✓ Fácil de organizar y flexible
- ✓ El propietario tiene control y responsabilidad
- ✓ Restricciones legales mínimas
- ✓ Ingreso gravado como ingreso personal
- ✓ Mínimos costos de organización

Desventajas

- ✓ El propietario es personalmente responsable por las deudas y reclamos
- ✓ El negocio termina con el propietario
- ✓ Habilidad limitada para aumentar el capital

Organización de una microempresa

“Aunque un empresario puede darle dirección a la empresa mediante su liderazgo personal, también debe definir las relaciones entre actividades de la empresa y entre los individuos en la nómina de la empresa. Sin alguna clase de estructura organizacional, al final las operaciones se volverán caóticas y sufrirá el estado de ánimo del personal.

En las pequeñas compañías, la estructura organizacional tiende a evolucionar con poca planeación consciente. Ciertos empleados comienzan a realizar funciones específicas cuando la compañía es nueva, y las conservan conforme crece. Otras funciones se distribuyen entre diferentes puestos, aun cuando puedan haberse vuelto críticas como resultado del crecimiento de la compañía.

Esta evolución natural no es mala. En general, hay un fuerte elemento de realismo característico en estos arreglos organizacionales. La estructura se forja en la experiencia de trabajar y crecer, más que derivarse de un libro de texto u otra carta de organización de la empresa. No obstante las estructuras no planeadas rara vez son perfectas, y el crecimiento suela crear una necesidad de cambio organizacional. Por lo tanto, el empresario debe examinar las relaciones estructurales de tiempo en

tiempo y hacer los ajustes que se necesiten para un eficaz trabajo en equipo.”
(SAMUELSON, 2008)

Como organizar correctamente mi empresa o negocio

Una empresa mal estructurada es sinónimo de caos y falta de eficiencia. Evite que esto le suceda a su negocio.

La mayoría de las empresas que no son rentables experimentan problemas serios en la forma como organizan el trabajo diario. Esto se puede observar en negocios donde los trabajadores asumen tareas que no les competen, o bien, nadie sabe qué es lo que tienen que hacer.

Se entiende por organización el proceso de ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de un organismo, de tal manera que estos puedan alcanzar los objetivos de mejor manera. Por ello, una buena organización en la empresa es fundamental para conseguir las metas propuestas.

Estos son algunos pasos para lograrlo:

- 1. Tener claro los objetivos.** El primer paso para darle una estructura a su empresa es tener bien definida la misión, visión y objetivos a alcanzar y comunicarlos correctamente al resto de sus miembros. Deben ser sencillas, entendibles y fáciles de memorizar. Una vez claros estos aspectos, se podrá definir que funciones o tareas son claves para lograr los objetivos propuestos.
- 2. Tener claros los recursos de la empresa.** El segundo paso consiste en examinar a sus trabajadores: ver cuántos y quiénes son, si está empezando, ver cuántos necesita y cuáles son sus capacidades y talentos. También deberá tener claras las herramientas con las que cuenta su empresa para lograr sus resultados, para así minimizar sus costos.
- 3. Haga una lista con las actividades a realizar.** Una vez claros los objetivos a lograr y los recursos, haga una lista de las actividades o tareas de la empresa. Defina cuales son prioritarias y cuales dependen de otras, así como cuantas personas son necesarias para ejecutar cada actividad. Por ejemplo, si se trata de

una empresa de delivery, deberá apuntar las tareas necesarias para un buen servicio, como recepción de llamadas, despacho de los productos, servicio post-venta, etc. Lo importante es que no quede ninguna tarea fuera. Puede consultar a otros empresarios del rubro para ver cómo ha estructurado y tener una idea de afinidad con su negocio.

4. **Divida estas actividades en unidades.** Especifique en qué radican, cuánto tiempo se necesita para ejecutarlas y cuáles son los objetivos de cada una, en concordancia con las metas finales de la empresa.
5. **Asigne cada actividad a la persona idónea.** Elija a la persona que podría ejecutar de mejor forma cada tarea, según sus habilidades, conocimientos y motivaciones. Escoger a la persona correcta es fundamental para lograr los objetivos esperados, por lo que no se apresure en hacerlo. Asegúrese de que sus empleados han comprendido perfectamente lo que se les pide y están de acuerdo.
6. **Elija al líder.** En las empresas, es necesario tener una persona a la cabeza de todo. Si la empresa es pequeña y tiene pocos empleados, podrán ser dirigidos por un solo jefe, pero si el número de trabajadores va en acrecentamiento, tendrá que pensarse en superioridades intermedios.
7. **Mantenga al día la organización de la empresa.** Esté atento a los cambios. Con el tiempo, la actual organización de la empresa puede ser incongruente por las condiciones internas o cambios externos. Resuelve su empresa según sus necesidades.” (BLOG EMPRENDEDOR, 2010)

Principios de la organización

“El diseño de las organizaciones implica fundamentalmente establecer la inter relación que presentan los principios de organización al desarrollo del nuevo sistema. La finalidad de estos principios de organización y en forma de crear sistemas de organización óptimos.

Las principales guías para el establecimiento de una correcta organización son:

- ✓ La organización debe ser una expresión de los objetivos.
- ✓ La especialización individual, el desarrollo de funciones particulares debe ser requerida en lo posible.
- ✓ La coordinación de personas, actividades de la unidad en el esfuerzo, son propósitos básicos de la organización.
- ✓ La máxima autoridad debe descansar en el ejecutivo, el jefe más alto con líneas claras de autoridad para cada uno dentro del grupo.
- ✓ La definición de cada puesto, sus diferencias, autoridad, responsabilidad y relaciones, deben ser establecidas por escrito y puestas en conocimiento, de todos los miembros del grupo.
- ✓ La responsabilidad del superior por lo que respecta a la actuación de los subordinados, es absoluta.
- ✓ La autoridad debe tener una responsabilidad correspondiente.
- ✓ Por lo que respecta a la capacidad de control, ninguna persona debe controlar a más de cinco.
- ✓ Es esencial que las distintas unidades de organización se mantenga en proporción a su autoridad y responsabilidad.
- ✓ Toda organización exige una continuidad en su proceso de estudio y en nuevas técnicas o aplicaciones.

Otros principios o elementos que pueden ser tomados en consideración para el establecimiento de toda organización son:

- ✓ Toda organización deberá establecerse con un objetivo previamente definido y claro, incluyendo las divisiones que sean básicas al mismo.
- ✓ La responsabilidad siempre deberá ir acompañada por la autoridad correspondiente.
- ✓ La delegación de la autoridad deberá ser descendiente para su actuación.
- ✓ La división del trabajo adecuada evitará duplicidad de funciones.
- ✓ Cada empleado deberá ser responsable ante una sola persona.
- ✓ No deberán ser responsables ante una misma persona más empleados de la que esta pueda vigilar eficazmente.

- ✓ Las críticas a los subalternos, siempre que sea posible, deberán ser en privado.
- ✓ Debe estructurarse una organización lo más sencilla posible.
- ✓ Ningún jefe puede invadir la esfera de acción que no le corresponda, ni ser crítico ni ayudante de otro a la vez.

Funciones

El método más importante para dividir el trabajo y que todas las organizaciones lo utilizan es la división por funciones.

Agrupar actividades relacionadas facilita la supervisión, porque disminuye la cantidad de conocimientos que el jefe de un departamento debe de dominar al fin de supervisar eficientemente.

Cuando una empresa se inicia la estructura de la organización se basa en realidad en la propuesta a la pregunta: ¿Qué funciones principales tendrá que llevar a cabo la empresa industrial? Estas serían por lo menos elaborar el producto, venderlo e investigar los resultados.

En las empresas de servicio es más rápido y la división sería: servicios al consumidor, ventas de servicios y controlar los resultados.

Selección de un lugar

La escogencia del lugar es importante para el éxito de su negocio y debe ser determinado temprano en el proceso de planeación. Los requerimientos del lugar variarán dependiendo del tipo de mercancías y bienes ofrecidos por el negocio. Usted debe hacer un esquema de las necesidades del negocio y seleccionar un lugar que mejor cumpla esos requerimientos. Adicionalmente, usted debe evaluar las opciones de comprar o rentar el sitio del negocio.

Si renta el local usted debe determinar: ¿Cómo es calculada la renta? ¿Es la renta razonable para el área? ¿Quién será el propietario de esas mejoras? ¿Hay opciones de expansión? ¿Hay algunas restricciones en el uso de la propiedad? ¿Cuáles son las condiciones de renovación? Un agente licenciado en inmuebles comerciales podrá responder esas preguntas y guiarlo a usted a través del proceso de renta.” (VOLPENTESTA, 2008)

Promocionar la microempresa

La mayoría de los propietarios de pequeñas empresas ven la promoción y publicidad como un “lujo” que no puede sostener. Desafortunadamente, esto usualmente resulta en promoción no efectiva y pobres resultados. Usted debe evaluar sus potenciales clientes, competencia, los productos y servicios del negocio para determinar una estrategia de promoción. Usted puede entonces desarrollar un presupuesto para determinar el método de promoción más efectivo en costo.

Muchas empresas pequeñas promocionan efectivamente a través de los medios locales tales como el periódico diario o semanal, guías de compras, folletos, radio y correspondencia directa. Empresas más especializadas pueden publicitar en revistas de comercio, directorios de negocios, guías de viaje, y publicaciones turísticas. Un negocio pequeño puede también ganar reconocimiento, uniéndose a la cámara de comercio local y puede también donar bienes y servicios a eventos de caridad. Promocionar el negocio no tiene que ser costoso. Pero usted debe desarrollar un presupuesto y un plan para alcanzar su mercado objetivo.

Objetivos de la publicidad

Como meta principal la publicidad trata de vender mediante la información, persuasión y recordatorio de la existencia o superioridad del producto o servicio de una empresa, a los consumidores.

Para que tenga éxito debe apoyarse en la calidad del producto y en un servicio eficiente, la publicidad no puede acarrear sino un éxito transitorio a un producto inferior, debe visualizarse siempre como complemento de un buen producto y nunca como sustituto de un mal producto.

En ocasiones la publicidad puede parecer un derroche de dinero, es cara y agrega poca utilidad al producto. Pero la alternativa principal a la publicidad la constituyen las ventas personales, que frecuentemente son más costosas y consumidoras de tiempo. (VENTIZKY, 2006)

Principales pasos para iniciar una microempresa

1. Autoevalúese para conocer sus potencialidades y debilidades
2. Piense en 10 actividades económicas y escoja una de ellas sobre la base de que la conoce, le gusta hacer y hay demanda.

3. Realice una investigación de mercado, para asegurarse de que existe necesidad de su producto o servicio.
4. Asista a centros especializados que le puedan dar un apoyo y capacitación en áreas técnicas o de gestión empresarial.
5. Escoja adecuadamente el nombre de su empresa
6. Separe los bienes personales de los empresariales
7. Establezca previamente el costo de sus productos o servicios, para establecer un precio real
8. Elabore políticas de crédito para sus clientes
9. Efectué una campaña publicitaria
10. Abra las puertas de su negocio entre bonos y platillos (ANSWERS, RESPUESTAS, 2010)

La competencia y el mercado, la oferta y la demanda

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

Como él es el objeto de la nueva economía, haciéndose así justicia con su real valer, y además por tener ahora un poder de compra necesario y suficiente, su exigencia se transforma en orden, no en falsas leyes. El producto de un bien cualquiera, como benefactor que también es, asumirá ahora una responsabilidad nueva, que antes no tenía, no sólo sobre la calidad de ese bien que produce sino también sobre el costo social de producción, ya que el mismo disfrutará de este derecho como benefactor de otras mercancías.

Repetimos que una necesidad es aquello que a alguien le falta y que conjuntamente, otros tienen. Es obvio que no puede haber necesidad en su acepción económica

normal de algo que aún no existe. Por lo tanto ya hay una “oferta” de la mercancía que supe esa necesidad y una “demanda” suficiente como para hacerla “rentable”. Si así no fuera, habría entonces un “mercado apetecible” a disposición.

La producción de alimentos, de medicamentos, de viviendas, su abundancia, la súper producción, es la tarea prioritaria, hasta que se alcance a todos, sin excepción, tratando siempre de evitar los perjuicios que pueda generar su posible explotación irracional o exagerada. Para esta economía, no obstante, es mejor pecar de súper producción que de escasez: la abundancia, en todo sentido, es una de sus metas. Así ha de suceder con toda actividad humana.

La necesidad de algo que aún no existe es para esta economía y su sociedad un reto, un desafío a vencer.

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

El desempleo no puede existir, por lo que no habrá “competencia” entre desempleados, terminándose así con otra manera de usurpación del poder adquisitivo, que no fue nunca otra cosa que la apropiación de beneficios sin devolución ni exageración de riqueza.

Para el ciclo económico el concepto de mercado es muy diferente que para la llamada “economía de mercado”. No posee el sentido religioso de un ente supra social. Y es muy fácil explicar porque: el ciclo demuestra que no existe la “ley” de la oferta y la demanda, base teológica de la “existencia” de ese ser todopoderoso.

Para el ciclo económico el mercado (en sentido general) es un sinónimo de comercio o de comercialización. Entonces, el “mercado” queda definido a prioridad como la porción de la sociedad, integrante de un estado nacional, que en un momento

cualquiera está intercambiando mercancías y servicios. El mercado no posee características propias distintas de la sociedad que lo conforma; sólo es (o podría ser) una parte de ella.

Esa fracción de la sociedad no tiene límites definidos, porque ella misma y sus integrantes varían continuamente. El mercado solo puede ser tomado en un sentido general, puesto que esa condición de intercambio que lo define, siempre se está realizando.

Para esta economía lo que se llama “demanda” no es más que las necesidades, gustos o caprichos que tiene el benefactor y que aún no se han satisfecho. En tanto que la “oferta” son los diferentes bienes que el productor ha puesto en venta. Generalmente están directamente relacionados con las necesidades actuales del benefactor. La significación de ambas palabras, demanda y oferta, sólo tienen sentido si el benefactor tiene un poder adquisitivo tal que haga que estén realmente existan.

Mientras haya actividad económica habrá “oferta”, habrá “demanda”, y habrá “mercado”. Pero estos no serán libres mientras el hombre no sea libre, mientras no se libere de la necesidad, mientras no sea digno, mientras no sea hombre.

En definitiva, la aplicación de este sistema asegura la existencia de un mercado libre, pero en un nivel de desarrollo mayor, mucho más alto del que dicen haber alcanzado los neoliberales. Porque no solo permite la libertad del oferente sino la verdadera libertad del demandante al darle a este la única herramienta que le permite alcanzarla: la seguridad absoluta de que ya no tendrá necesidades pues contará con un nivel adecuado de ingresos. Avalado por un poder adquisitivo certificado.” (SIGALES, 2011)

2.2 MARCO LEGAL

“REGIMEN LEGAL PARA LA MICROEMPRESA”

Normas generales

Art. 1.- La microempresa.- Es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales. Su capital máximo es de US\$ 30,000.00 (Treinta mil dólares) y el número de trabajadores no supera los 10, incluyendo el dueño.

Art. 2.- De la inscripción.- La microempresa será legalmente inscrita en la Unidad de Microempresas del Ministerio de Comercio Exterior. Para el efecto es necesario un estatuto constitutivo de la microempresa, con reconocimiento de firma y rúbrica ante un juez de lo civil o Notario Público.

Art. 3.- Empresa civil.- El efecto de la inscripción es el de reconocer a la microempresa como una empresa civil dirigida por una persona natural que tenga derecho a acceder a los beneficios de esta ley.

Art. 4.- Representación legal.- El dueño de la microempresa será el representante legal de la microempresa en el caso de ser unipersonal. Si hubiese más de dos personas que la componen, será el que de común acuerdo designen en el Estatuto.

Art. 5.- De la responsabilidad.- El Representante Legal de la actividad micro empresarial será responsable ante terceros, hasta el monto que hubiere declarado como capital de trabajo la microempresa. Los socios serán responsables hasta de sus aportes.

De los objetivos

Art. 6.- Objetivo de la Ley.- La presente ley tiene por objeto fomentar y desarrollar la actividad micro empresarial, para garantizar una mayor productividad, una ampliación de plazas de trabajo y el mejoramiento de las condiciones de vida. Además establece controles del microcrédito

.

Art. 7.- Políticas de desarrollo micro empresarial.- Para alcanzar los objetivos señalados, esta ley establece las siguientes políticas para el desarrollo micro empresarial:

- a) Crear el Sistema Nacional de Capacitación para niños, jóvenes y adultos en el área de emprendimientos micro empresariales, para impartir conocimientos de gestión empresarial, técnico, productivo, financiero y tecnológico, en las instituciones educativas de primero y segundo nivel;
- b) Controlar las operaciones de microcrédito en sus tasas de interés y servicios;
- c) Crear el Centro de Transferencia Tecnológico para la micro empresa, para que mejore la calidad del producto y sea competitivo con la producción extranjera;
- d) Establecer un Centro para la Calificación de la Calidad de los productos micro empresariales, mediante la utilización de las normas ISO:
- e) Instalar los Centros de Acopio Provinciales y Regionales para desarrollar la comercialización de los productos micros empresariales del campo y la ciudad.

De los incentivos a las microempresas

Art. 8.- Incentivos Temporales.- Las actividades micro empresariales registradas debidamente en la Unidad de Microempresas del Ministerio de Comercio Exterior, tendrán derecho a los siguientes incentivos durante los próximos cinco años, a partir de la vigencia de la presente ley:

- a) Subsidiar en el 50% del valor de la capacitación micro empresarial, entregada por ONGs especializadas y calificadas;
- b) Reducir el 20% en el pago de la tasa que cobra el GAD Municipal por la patente;
- c) Promover y asignar recursos crediticios a tasas de interés que no sobrepasen la máxima convencional, que establece el Banco Central del Ecuador;
- d) Conceder a través del Ministerio de Comercio Exterior, una vez al año el 25% de financiamiento, para los empresarios de microempresas que participen en las ferias internacionales con sus productos.

Art. 9.- Liquidación voluntaria.- El representante legal puede liquidar voluntariamente la Micro empresa, en cualquier tiempo, para lo cual acudirá a la Dirección de Microempresas del Ministerio de Comercio Exterior, con una solicitud por escrito y debidamente legalizada ante un juez de lo civil. Bajo el costo del solicitante publicará por la prensa un extracto de la liquidación.

Art. 10.- Plazo para la liquidación.- En el plazo de treinta días, la Dirección de Microempresas del Ministerio podrá declarar formalmente la liquidación, siempre y cuando no hubiere reclamos o demandas de los socios o terceros perjudicados por la liquidación.

Art. 11.- Liquidación forzosa.- La Dirección de Microempresas liquidará forzosamente la microempresa en los siguientes casos:

- a) Por el cumplimiento del plazo de duración;
- b) Por la conclusión de la actividad para la que fue creada;
- c) Por haber sido declarado insolvente judicialmente el representante legal;
- d) Por no renovar durante tres años seguidos su registro en la Unidad de Microempresas.

De la organización micro empresarial

Art. 12.- Estructura organizacional.- El sector micro empresarial tendrá la siguiente estructura organizacional:

- a) La Federación de Cámaras de la Microempresas
- b) Las Cámaras Provinciales de la Microempresa
- c) Las Cámaras Cantonales de la Microempresa

Art. 13.- La Federación de Cámaras de la Microempresa.- Es el organismo máximo del sector micro empresarial y está compuesto por al menos 4 Cámaras Provinciales de la Microempresa, que representen a las principales provincias del país.

Art. 14.- Las Cámaras Provinciales de la Microempresa.- Los empresarios de la micro empresa que hayan registrado debidamente su microempresa en la Unidad de Microempresas y que tengan la calidad de representantes legales, pueden asociarse y organizar la Cámara Provincial con al menos 200 socios en las provincias de Pichincha y Guayas y 100 en las provincias del país.

Art. 15.- Las Cámaras Cantonales de la Microempresa.- Con la participación de al menos 50 empresarios de la microempresa debidamente registrados en la Unidad de Microempresas, pueden asociarse y crear la Cámara Cantonal de la Microempresa.

Del microcrédito

Art. 16.- Microcrédito.- Es el préstamo que una institución del sistema financiero formal e informal concede a un empresario de una microempresa, que no está regido por la ley del sistema financiero y sujeto a las siguientes reglas:

- a) El monto del crédito no supera los US\$ 5,000.00
- b) Haber recibido previamente capacitación en gestión empresarial:
- c) Destinar el crédito a producción, extracción, fabricación, comercio o servicio;
- d) Estar registrado en el Ministerio de Comercio Exterior

Art. 17.- Tasas de interés.- No podrán ser superiores a la tasa máxima convencional, incluida los costos u honorarios del crédito.

Art. 18.- Servicios de capacitación y otros.- Los servicios de capacitación en gestión empresarial tendrán un costo extra de no más del 5% del monto total del crédito y no estará incluido en la tasa de interés. Estos servicios serán entregados por instituciones previamente calificadas y en ningún caso por las propias instituciones financieras. Otros servicios, como seguros médicos o de vida, no serán obligatorios.

Los servicios jurídicos para la suscripción de documentos, serán cubiertos por las propias instituciones y no tendrán costo para el cliente. Los costos de cobranza por mora no podrán superar el 1% del valor de la cuota y luego de transcurridos 5 días a partir de la fecha de pago. Todo exceso en cobros será considerado usura, de conformidad al código penal.

De los organismos de control

Art. 19.- La secretaria ejecutiva de la Microempresa.- Mediante la presente ley se conforma la Secretaria Ejecutiva de la Microempresa, ente autónomo que se rige por su propio Reglamento. Está compuesto por un representante de la Dirección de Microempresas del Ministerio de Comercio Exterior, un representante de la

Federación de Cámaras de la Microempresa, un representante de las ONGs que entreguen servicios de capacitación a la Microempresa; y, un representante de la Universidades e Institutos de Educación Superior que tengan Programas de estudios micro empresariales.

Art. 20.- Función de la Secretaria Ejecutiva de la Microempresa.- La principal función de la Secretaria Ejecutiva de la Microempresa es el control de la correcta aplicación de la ley y su reglamento.

Art. 21.- La intendencia de microcrédito.- Para los efectos de control del microcréditos, se crea la Intendencia de Microcrédito, dependiente de la Superintendencia de Bancos.

Art. 22.- La tribuna del consumidor financiero.- La sociedad civil tendrá derecho a constituir la Tribuna del consumidor financiero, que tenga como principal función controlar las tasas de interés que conceda el sistema financiero formal e informal, y a presentar demandas contra las infracciones legales.

Aspectos legales de la Microempresa

- ✓ Obligatoriedad de llevar contabilidad
- ✓ Obtención de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Obtención de patentes municipales
- ✓ Declaraciones mensuales de impuestos
- ✓ Obligatoriedad de realizar retenciones en la fuente
- ✓ Presentación de Estados Financieros
- ✓ Cumplimiento de aportaciones a la seguridad social
- ✓ Cumplimiento de obligaciones laborales
- ✓ Cumplimiento de permisos sanitarios, cuando aplica
- ✓ Permisos especiales de funcionamiento

Requisitos para el funcionamiento de una Microempresa

1) Registro único de contribuyentes

“Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria”.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de TREINTA DIAS contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir un micro empresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario.

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya:

- 1) Cambiado de actividad económica;
- 2) Cambiado de domicilio;
- 3) Cesado su actividad; y,
- 4) Aumentado o disminuido el capital.

2) Patente Municipal

“Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial”.

Tiempo

De inmediato despacho a través de las ventanillas de recaudación del GAD Municipal.

3) Permiso sanitario de funcionamiento

Es un documento emitido por la administración Zonal correspondiente que autoriza el funcionamiento de los siguientes establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario por delegación del Ministerio de Salud: Mercados, supermercados, micro mercados, tiendas de abarrotes y locales de abastos, consignación de víveres y frutas, vendedores ambulantes y estacionarios, bares, restaurantes, cafeterías, heladerías, fuentes de soda, picanterías, fondas, comedores populares y cantinas, escenarios permanentes de espectáculos, plazas de toros, salas de cine, casinos, salones de billar, salones de juegos electrónicos, clubes deportivos privados, estudios, coliseos, peluquería y salones de belleza.

Recomendación del cuerpo de bomberos

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tener para evitar los mismos.

El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendio, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energía eléctrica, en caso de que ocurra el flagelo.

Requisitos para obtener el Certificado de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

1. Establecer la ubicación de mi negocio.
2. El local deberá contar con una puerta de escape y extinguidor como medidas preventivas y legales.
3. Luego deberá ser inspeccionado por una persona delegada del cuerpo de bomberos.
4. El delegado procede a hacer la entrega del certificado de funcionamiento que tiene un valor aproximado de \$17.00 (Diecisiete dólares) dependiendo de la ubicación y el tipo de negocio.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

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

Competencia.- Es la capacidad efectiva para llevar a cabo una actividad laboral plenamente identificada, la competencia no es una probabilidad de éxito en la ejecución de un trabajo.

Control Administrativo.- Es controlar la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño de los subordinados para asegurar que los objetivos de la empresa sean alcanzados.

Control.- El control es muy utilizado en una organización para verificar la situación real de la empresa ya que no existe un mecanismo que informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

Coordinación.- Integración de las actividades de partes independientes de una organización con el objetivo de alcanzar las metas seleccionadas.

Cuota de ventas.- Es la meta de ventas para una línea de productos, una división de una empresa o un vendedor. Es un instrumento administrativo para estimular el esfuerzo de ventas.

Demanda total del mercado.- La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo preciso, bajo un programa de mercadeo determinado.

Demanda.- Consiste en desear productos específicos que están respaldados por la capacidad y la voluntad de adquirirlos.

Dirección.- Función que consiste en dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea.

Eficaz.- Es la persona o subordinado que logra hacer que ese objetivo llegue a cumplirse por medio de su capacidad para llegar a su propósito.

Eficiente.- Persona que se desempeña en su lugar de trabajo con los conocimientos necesarios para el cumplimiento de su labor.

Estrategia.- La estrategia son decisiones que determina el propósito de la empresa u organización, asignando recursos y programas de acción para lograr una ventaja surgida en el medio externo de la empresa, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización.

Mercado disponible calificado.- Es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta de mercado en particular.

Mercado disponible.- Es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos y acceso a una oferta de mercado específica.

Mercado en el que se penetra.- Es el conjunto de consumidores que ya ha comprado el producto.

Mercado meta.- Es la parte del mercado disponible calificado que la empresa decidió servir. Recuerde que la empresa debe escoger las necesidades del cliente que ha de satisfacer y las que no. Toda organización tiene un conjunto finito de recursos y capacidades y, por lo tanto, solo puede atender a cierto grupo de clientes y satisfacer una serie limitada de necesidades. Una decisión fundamental es seleccionar el mercado meta.

Mercado potencial.- Es el límite al que se aproxima la demanda del mercado a medida que los gastos de mercadeo en la industria se aproximan al infinito para un entorno de mercadeo en particular (por ejemplo, un período de recesión o de prosperidad).

Mercado total.- Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.

Necesidad.- La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos satis factores básicos. Ejemplo: vestido, seguridad, sentido de pertenencia. Las necesidades humanas básicas son pocas.

Organización.- Proceso para comprometer a dos o más personas que trabajan juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

Planificación.- Procedimiento para establecer objetivos y un curso de acción adecuado para lograrlos.

Pronóstico del mercado.- Es la demanda de mercado que corresponde a un determinado nivel de gasto en mercadeo en la industria.

Tamaño del mercado.- Es el número de compradores que pudieran existir para una oferta de mercado en particular.

Transferencia.- Cuando entregamos un obsequio o una contribución de beneficencia y no esperamos recibir nada tangible a cambio.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.4.1 Hipótesis General

El escaso conocimiento en aspectos contables y tributarios de los microempresarios incide en el desarrollo comercial del Cantón Naranjito.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ✓ La asesoría profesional incide en el desarrollo de una cultura contable y tributaria de los microempresarios.
- ✓ La presencia de profesionales en materia contable y tributaria influye en el desarrollo microempresarial del Cantón Naranjito.

- ✓ La capacitación es una herramienta importante para los microempresarios que les permita optimizar su entorno contable-tributario y lograr el crecimiento de sus negocios.
- ✓ La publicidad empleada por los entes de control incurre en sus obligaciones del pago al fisco

2.4.3 Variables Independiente y Dependiente

VARIABLES DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Variable independiente.- Escaso conocimiento en aspectos, contables y tributarios

Variable dependiente.- Desarrollo comercial

VARIABLES DE LA HIPOTESIS PARTICULAR

1.- Variable independiente.- Asesoría profesional.

Variable dependiente.- Desarrollo de una cultura contable y tributaria.

2.- Variable independiente.- Profesionales en materia tributaria y contable.

Variable dependiente.- Desarrollo microempresarial.

3.- Variable independiente.- Capacitación.

Variable dependiente.- Crecimiento de sus negocios.

4.- Variable independiente.- Publicidad.

Variable dependiente.- Pago al fisco

2.4.4 Operacionalización de variables

Cuadro 1

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIONES	INDICADORES
<p>Variable independiente: Escaso conocimiento en aspectos contables y tributarios</p>	<p>Ignorar los procesos que conllevan a una adecuada administración, la misma que comprende varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios normas y leyes, correctamente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Aplicación de normas. . Pago al fisco
<p>Variable dependiente: Desarrollo comercial</p>	<p>Explotar la comercialización de un producto o servicio en pro de la generación de fuentes de empleo de un grupo determinado de la sociedad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Identificación del producto/de alta demanda. . Estudios de viabilidad. . Estudio de mercado. . Análisis costo-beneficio.
<p>Variable independiente: Asesoría profesional.</p>	<p>Guía de asesor para cumplir con las obligaciones tributarias con eficacia.</p>	<p>Capacitaciones, llenado de formularios.</p>
<p>Variable dependiente: Desarrollo micro empresarial.</p>	<p>Apertura de fuentes de empleo para la comunidad</p>	<p>Creaciones de negocios, o microempresas</p>

Elaborado por: Henry Freire & José Díaz

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y PERSPECTIVAS GENERALES

El trabajo investigativo sobre las obligaciones que tienen los microempresarios sobre sus deberes tributarios y contables, hace necesario la aplicación de la **investigación descriptiva**, donde se describió la situación que viven cada uno de los gestores de las microempresas en la actualidad por el desconocimiento de los aspectos antes mencionados.

Este estudio se caracteriza por destacar aspectos cuantitativos que permiten conocer los agentes externos tales como: desconocimiento de la cultura tributaria-contable, falta de capacitación, evasión de impuesto entre otros, que perjudican la evolución de cada uno de los microempresarios. Motivo por el cual se reunió los argumentos bibliográficos necesarios para identificar el problema específico, todo esto se hizo utilizando medios estadísticos como auxiliares básicos para la presentación de la situación concreta.

Investigación correlacional o explicativa permitió determinar la relación entre la causa y el efecto que dan origen a cada una de las variables planteadas, es decir los antecedentes y consecuente de los hechos y fenómenos socio-económicos que afectan la situación actual de los microempresarios, dando origen así a las hipótesis que encontraremos con la intervención de dos o más variables, las mismas que

tienen que ser probadas correlacionándolas entre sí, a través de un estudio de campo.

Tipo de la Investigación

La fuente principal en la investigación que se estableció es de tipo **no experimental** puesto que no se verán afectadas las variables dependientes e independientes, en consecuencia tuvo una aplicación **transversal**, empleando técnicas investigativas como la encuesta, la misma que se aplicó a los gestores de las microempresas donde ellos expresaron sus necesidades con respecto a su actividad comercial.

También es de tipo **descriptiva** y **explicativa** ya que se hizo un análisis minucioso de cada uno de los factores o variables que se ha investigado y que posteriormente se explicó a través de la interpretación de los resultados determinando la factibilidad del estudio propuesto.

El tipo de investigación al mismo tiempo se caracteriza por ser **exploratoria** y **diagnostico** obviamente porque al efectuar la labor de campo se trabajó en un estudio meticuloso del mercado, permitiéndonos diagnosticar la posibilidad de éxito y además verificar las hipótesis planteadas (comprobación de hipótesis).

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Las pequeñas organizaciones son conocidas como microempresas las mismas que pueden ser constituidas como naturales o jurídicas. Siendo el universo objeto de estudio del cantón Naranjito se puede determinar que este sector cuenta con una amplia plaza microempresarial, sean comercial, artesanal y servicios.

Todo este grupo de unidades organizacionales forman parte de la economía de este terruño, ya que emplean talento humano que de una u otra manera invierten su salario en el sustento de su familia o auto preparación en el área que laboran, así mismo representan un ingreso importante a las arcas municipales de este cantón.

3.2.2 Delimitación de la población

Es posible determinar la cantidad de empresas que existen en Naranjito, acudiendo a diferentes fuentes como: la Cámara de Comercio local, el Servicio de Rentas Internas, el Departamento de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro e INEC.

3.2.3 Tipo de muestra

Basándonos en el criterio del investigador, hemos utilizado la fórmula estadística **no probabilística**. Esto lo consideramos importante por cuanto nuestras encuestas estarán dirigidas hacia grupos específicos objetos de información, en este caso las microempresas, hacia ellas se aplicarán instrumentos para obtener datos que nos serán relevantes en nuestra investigación.

La información de las empresas, se levantará de acuerdo a un listado previamente elaborado, en la que constan las principales, escogidas de acuerdo a su tamaño, posicionamiento y tipo de actividad.

3.2.4 Tamaño de la muestra

EL universo de la investigación está direccionado a la población microempresarial del cantón Naranjito, que mediante información obtenida del INEC del censo económico 2010.

Se aplicará la siguiente fórmula, considerando que la población es finita:

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Manufactura	78	7%
Comercio	662	62%
Servicios	331	31%
TOTAL	1071	100%

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra (1071).

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%, $Z = 1,96$

Desarrollando la fórmula tenemos lo siguiente:

$$n = \frac{1.071 (0,5) (0,5)}{\frac{(1071- 1) 0,05}{1,96} (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{1071 (0,25)}{\frac{1070 0,0025}{3,84} 0,25}$$

$$n = \frac{267,75}{\frac{2,675 .+}{3,84} 0,25}$$

$$n = \frac{267,75}{0,69661458 .+ 0,25}$$

$$n = \frac{267,75}{0,9466146}$$

$$n = \mathbf{283}$$

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
MANUFACTURA	20	7%
COMERCIO	175	62%
SERVICIOS	88	31%
TOTAL DE LA MUESTRA	283	100%

En vista de que el universo total es manejable y pese a que en el cálculo de selección de la muestra recomienda encuestar a 283 empresas.

3.2.5 Proceso de selección

Hemos tomado por proceso de selección el muestreo por cuotas que es la técnica más difundida sobre todo en estudios de mercado y sondeos de opinión. En primer lugar es necesario dividir la población de referencia en varios estratos definidos por algunas variables de distribución conocida (como el género o la edad). Posteriormente se calcula el peso proporcional de cada estrato, es decir, la parte proporcional de población que representan.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos que se van a emplear son:

3.3.1 Método Teórico

Histórico- Lógico: Se investiga los conceptos teóricos de acuerdo a la historia de los temas relacionados con el trabajo, describiendo los principales antecedentes y analizando la lógica en función de los objetivos de la investigación. En nuestra investigación, se aplicará esta técnica indagando si existen otras investigaciones similares que nos puedan servir como una base importante.

3.3.2 Método Empírico

Analítico - Sintético: Luego de recabar la información adecuada al tema de la investigación, se procede a realizar un análisis de los contenidos, resumiendo en forma sintética los principales tópicos relacionados.

Cómo método empírico fundamental se aplicará la Observación, ya que el levantamiento de información se realizará en base a observar y evaluar la situación actual de los sectores empresariales del Cantón Naranjito.

3.3.3 Técnica e instrumento

El método empírico complementario a utilizarse será mediante la encuesta la misma que podrá ser tabulada e interpretada con el propósito de comprobar las hipótesis planteadas.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Se comienza por determinar que se quiere estudiar y a continuación se hace una elección del tipo y la cantidad de datos que se van a utilizar. Las encuestas que se harán con minuciosidad y con preguntas representativas del estudio a realizar, se las organiza de tal manera que facilite la elaboración de las tablas de frecuencias respectivas. La organización de los datos debe ser hecha en función de los valores que toma la variable y la frecuencia con que aparece cada uno de los valores.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Naranjito es un cantón que ha venido de menos a más en cada uno de sus ámbitos, en especial el microempresarial, sector que mantiene un crecimiento constante, por la presencia de pequeñas organizaciones que se dedican a ofrecer un producto o a brindar un servicio, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de la población Naranjiteña.

Las microempresas son organizaciones económicas administradas por personas emprendedoras que aplican autogestión y se adaptan al medio en que se desenvuelven. El desarrollo de la microempresa ha sido acelerado, así que las microempresas de ayer son muy diferentes a las de hoy tanto cualitativa como cuantitativamente, es decir que ya son tecnificadas, dirigidas por profesionales que aplican conocimientos de gestión empresarial.

En la actualidad a pesar del esfuerzo de los microempresarios de mantenerse en este mercado, incurren en múltiples errores que hacen que sus niveles de rentabilidad sean limitados, restándoles participación en el mercado, debido a la inadecuada administración que emplean, y a la falta de cultura tributaria y contable que poseen. Razón por la cual este trabajo busca determinar los factores que afectan el correcto desempeño de estos gestores. Por ello, se ha establecido la realización de un trabajo de campo, para conocer las necesidades, sugerencias y expectativas de los microempresarios.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

1.- ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre los aspectos contables y tributarios?

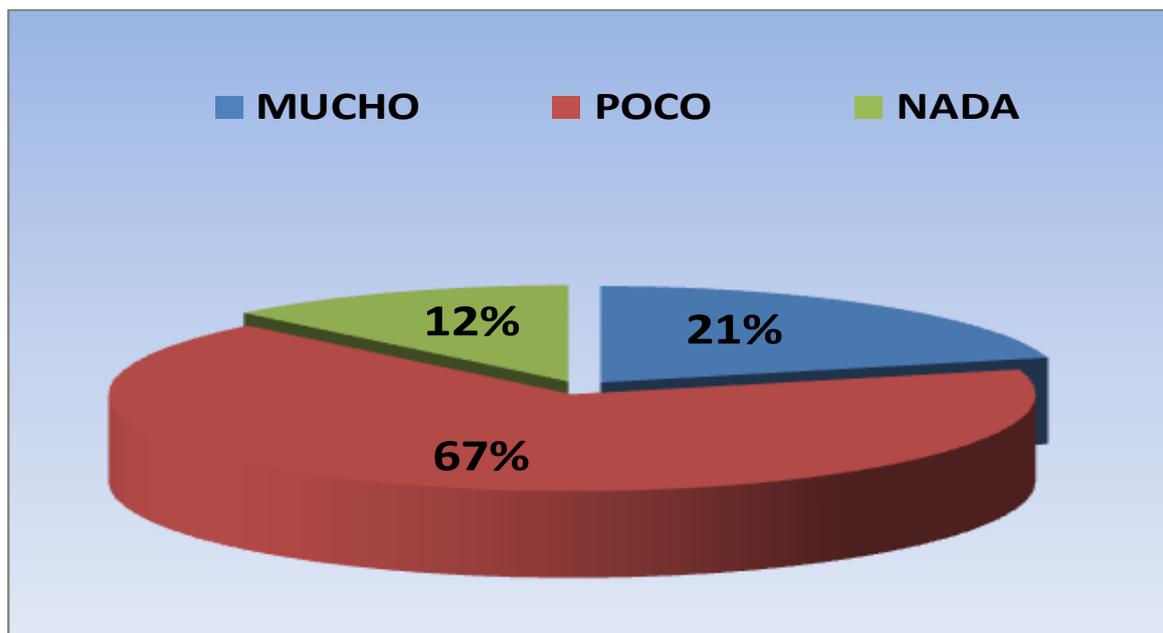
Cuadro 2 Nivel de conocimiento

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUCHO	59	21%
POCO	189	67%
NADA	35	12%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 1



Interpretación: Existe un 67% de desconocimiento sobre los aspectos, contables y tributarios de los gestores de las microempresas del cantón Naranjito, el 21% indica que sí tiene conocimiento mientras que el 12% desconoce totalmente estos procesos.

2.- ¿Que tan importante es para usted la cultura contable y Tributaria?

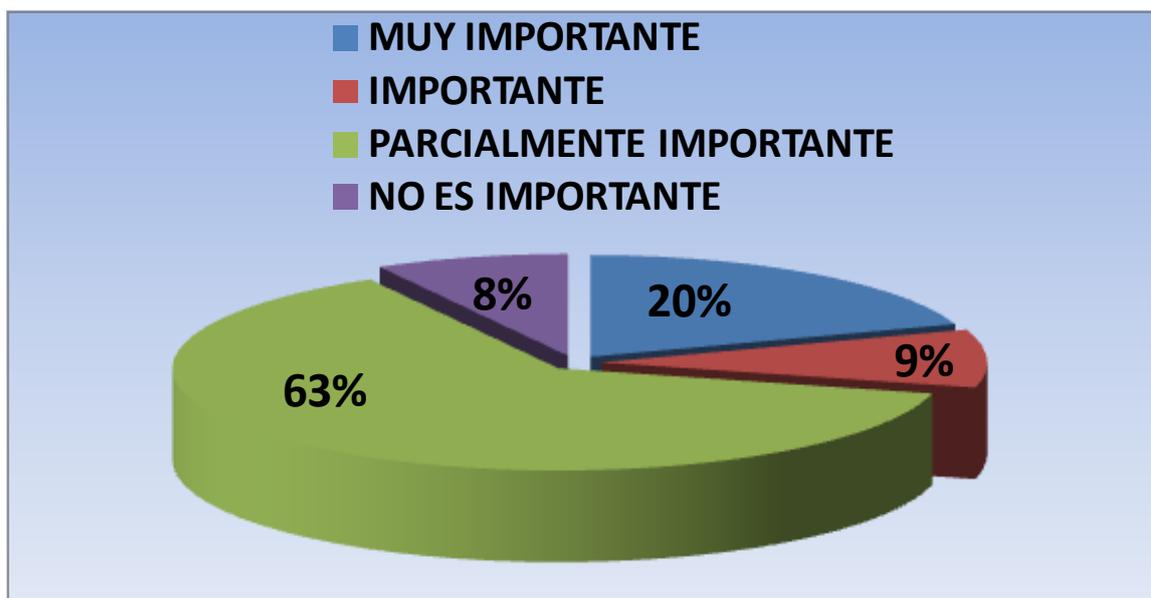
Cuadro 3 Importancia de la cultura contable y tributaria

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUY IMPORTANTE	56	20%
IMPORTANTE	26	9%
PARCIALMENTE IMPORTANTE	178	63%
NO ES IMPORTANTE	23	8%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 2



Interpretación: El 63% de las respuestas demuestran el alto grado de la poca importancia que los microempresarios le dan el practicar una cultura tributaria y contable, existiendo un 29% de aceptación sobre el tema. Esta información demuestra que actualmente los gestores no emplean adecuados procesos en sus actividades comerciales.

3.- ¿Considera importante que el aplicar procesos, contables y tributarios influye en el desarrollo de su microempresa?

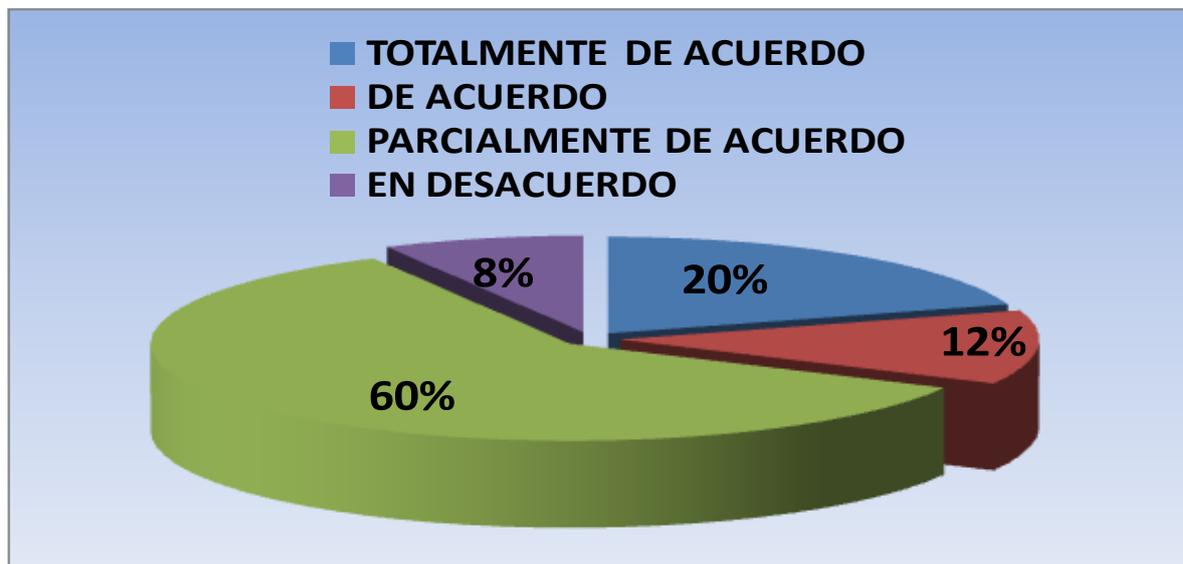
Cuadro 4 Importancia de los procesos contables y tributarios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTALMENTE DE ACUERDO	57	20%
DE ACUERDO	35	12%
PARCIALMENTE DE ACUERDO	169	60%
EN DESACUERDO	22	8%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 3



Interpretación: Existe un 60% el cual considera que la aplicación de aspectos, contables y tributarios no influye en el crecimiento de la microempresa, mientras que el 32% opina lo contrario, esto permite determinar que las deficiencias intelectuales de los gestores hacen que sus acciones empresariales sean limitadas ante este mercado competitivo.

4.- ¿Conoce empresas o profesionales que se dedican a brindar el servicio de asesoría, contable y tributaria en el cantón Naranjito?

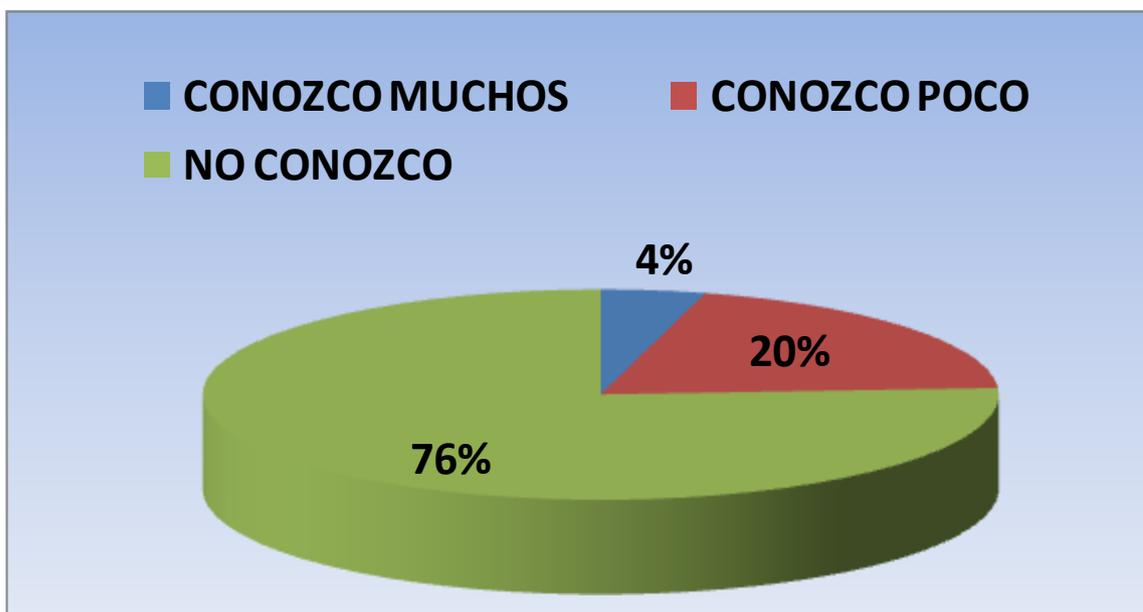
Cuadro 5 Conocimiento de profesionales en aspectos tributarios y contables.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
CONOZCO MUCHOS	12	4%
CONOZCO POCO	56	20%
NO CONOZCO	215	76%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 4



Interpretación: El 76% de los encuestados indicaron que desconocen de la presencia de profesionales que brinden asesoría a las microempresas en diferentes aspectos, el 20% manifestó que conoce poco la existencia de estos asesores, mientras que el 4% son los únicos que saben perfectamente donde se encuentran ubicados.

5.- ¿Ha solicitado los servicios de una empresa asesora o profesional en aspectos, contables y tributarios?

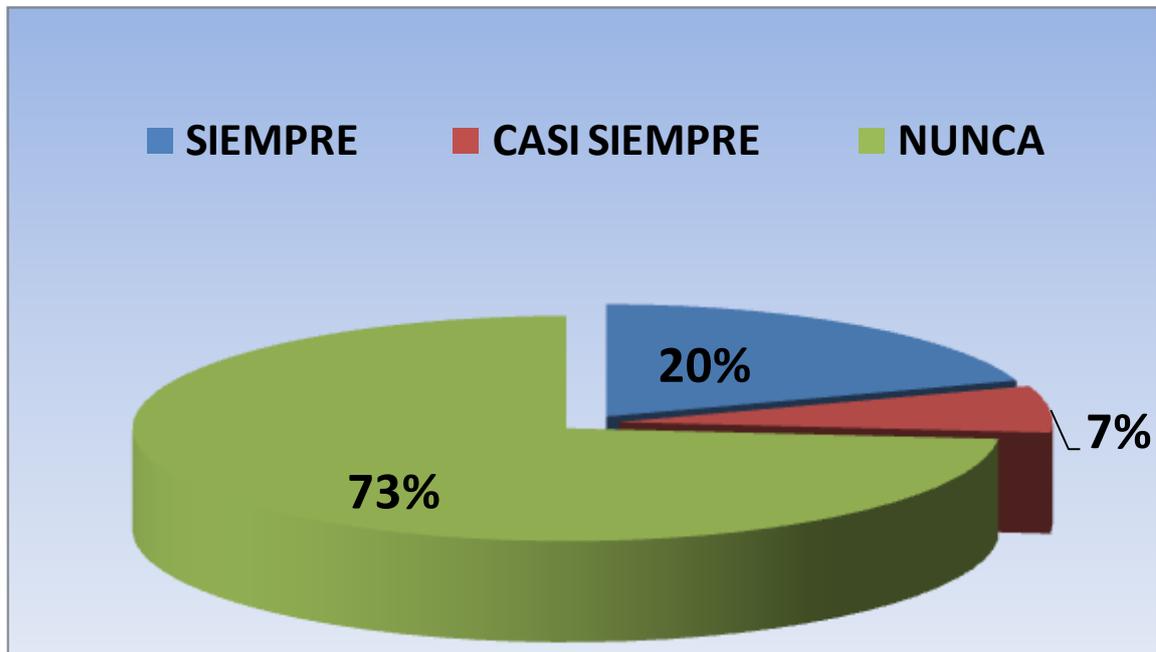
Cuadro 6 Solicitud de servicios de una empresa asesora o un profesional

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	56	20%
CASI SIEMPRE	19	7%
NUNCA	208	73%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 5



Interpretación: Solo el 20% de los encuestados ha solicitado los servicios de una empresa asesora o un profesional en materia, contable y tributaria, mientras que el 73% de los gestores no han acudido a estas gestiones. La información recabada demuestra que la falta de asesoría profesional hace que los microempresarios incurran en sanciones, multas y deficiencias contables y tributarias.

6.- ¿Cree usted que la capacitación es una herramienta necesaria para el desarrollo de su negocio?

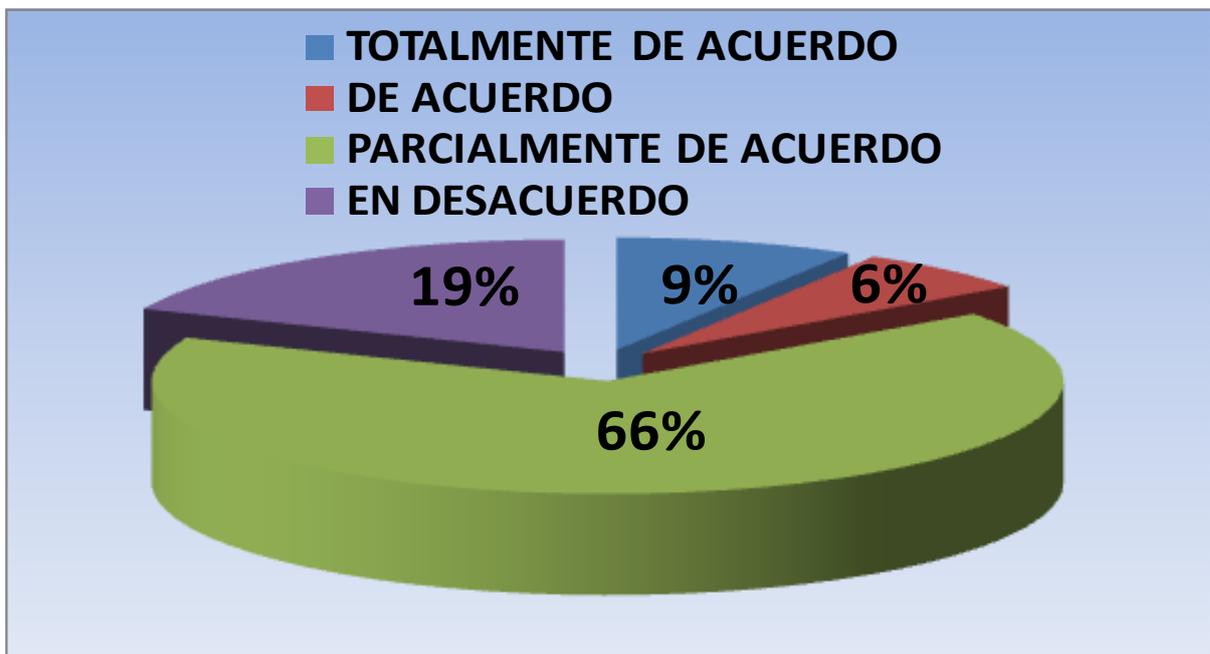
Cuadro 7 Importancia de la capacitación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTALMENTE DE ACUERDO	24	9%
DE ACUERDO	18	6%
PARCIALMENTE DE ACUERDO	188	66%
EN DESACUERDO	53	19%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 6



Interpretación: El 66% de los encuestados considera que la capacitación no es una herramienta necesaria en el desarrollo del negocio, mientras que el 14% indica lo contrario. La información recabada demuestra las deficiencias que tienen los gestores sobre la importancia de mantener al talento humano actualizado, para ser más competitivos en este mercado.

7.- ¿Cada qué tiempo considera necesario realizar capacitaciones?

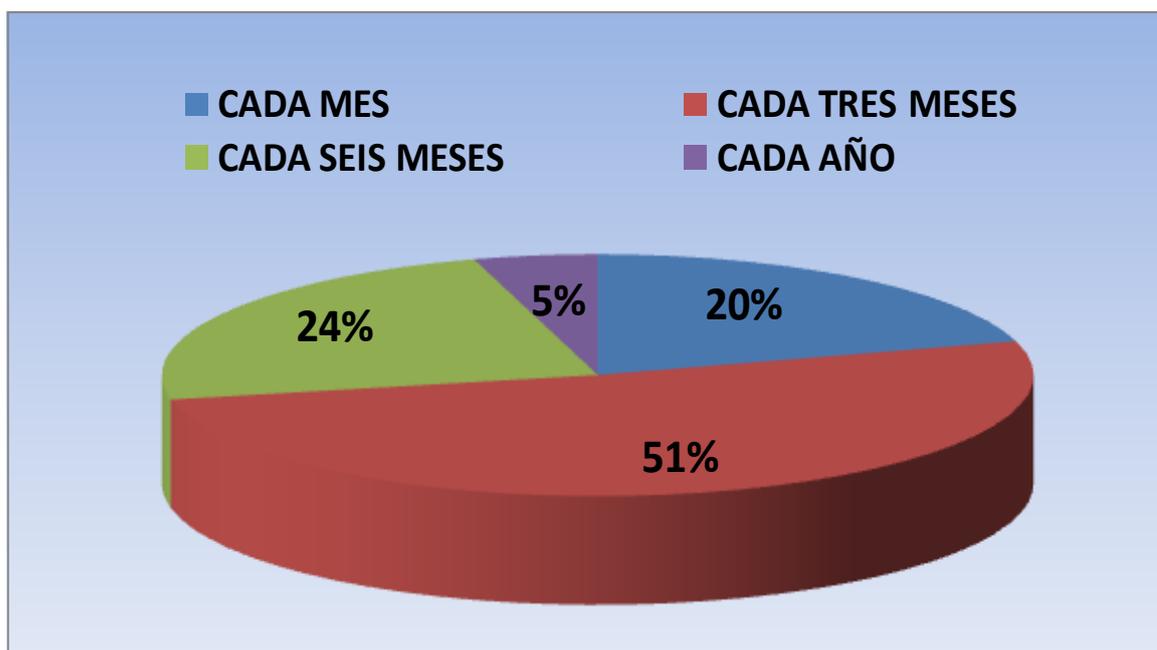
Cuadro 8 Tiempo de realización de las capacitaciones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
CADA MES	58	20%
CADA TRES MESES	145	51%
CADA SEIS MESES	67	24%
CADA AÑO	13	5%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 7



Interpretación: El 51% de los encuestados consideran que las capacitaciones deben realizarse cada tres meses, el 20% cada mes, el 24% cada seis meses y el 5% cada año. Esta información permite determinar que sí existe importancia sobre la realización de capacitaciones.

8.- ¿Alguna vez ha sido multado por el servicio de Rentas Internas?

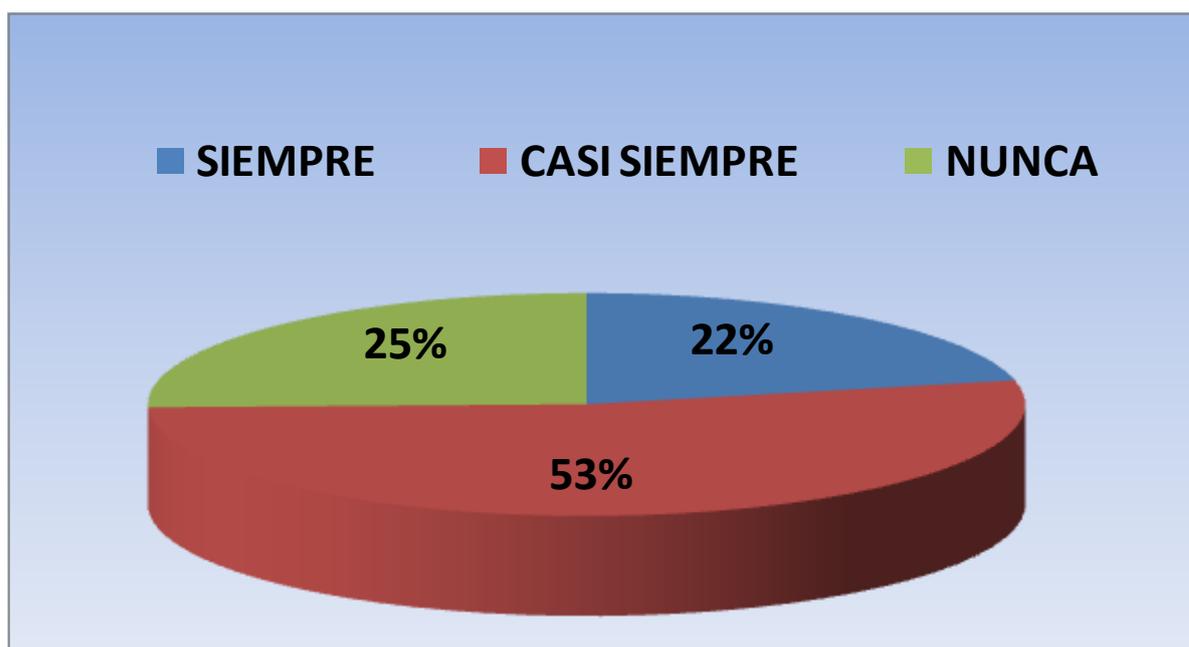
Cuadro 9 Multas de SRI

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	61	22%
CASI SIEMPRE	150	53%
NUNCA	72	25%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 8



Interpretación: El 75% de los encuestados manifestaron que sí han sido sancionados por el servicio de rentas internas, lo cual demuestra que los microempresarios no están cumpliendo a cabalidad con sus obligaciones tributarias.

9.- ¿Conoce cuáles son las multas por no cumplir con sus obligaciones tributarias?

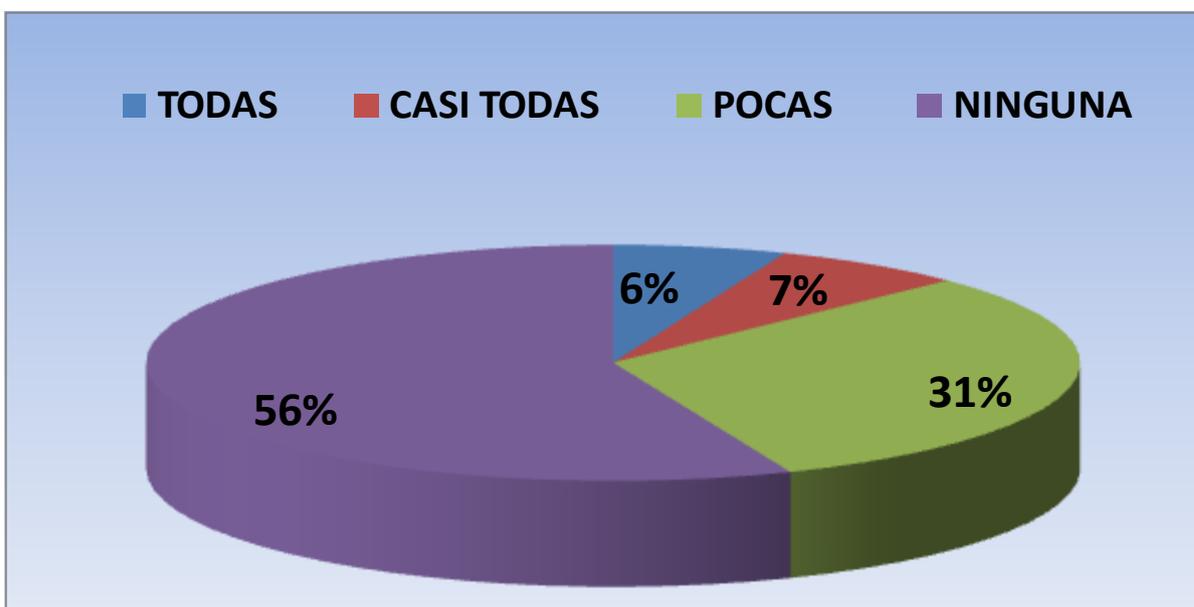
Cuadro 10 Multas tributarias

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TODAS	17	6%
CASI TODAS	19	7%
POCAS	88	31%
NINGUNA	159	56%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Díaz José

Gráfico 9



Interpretación: El 87% de los encuestados manifestaron que desconocen las multas por no cumplir con las obligaciones tributarias, mientras que el 6% y 7% indicó que si las conoce. Como se observa existe un alto desconocimiento de las leyes tributarias.

10.- ¿Si existiera una organización que brinde un servicio de asesoría, contable y tributaria que impulse su crecimiento microempresarial estaría de acuerdo en solicitarlo?

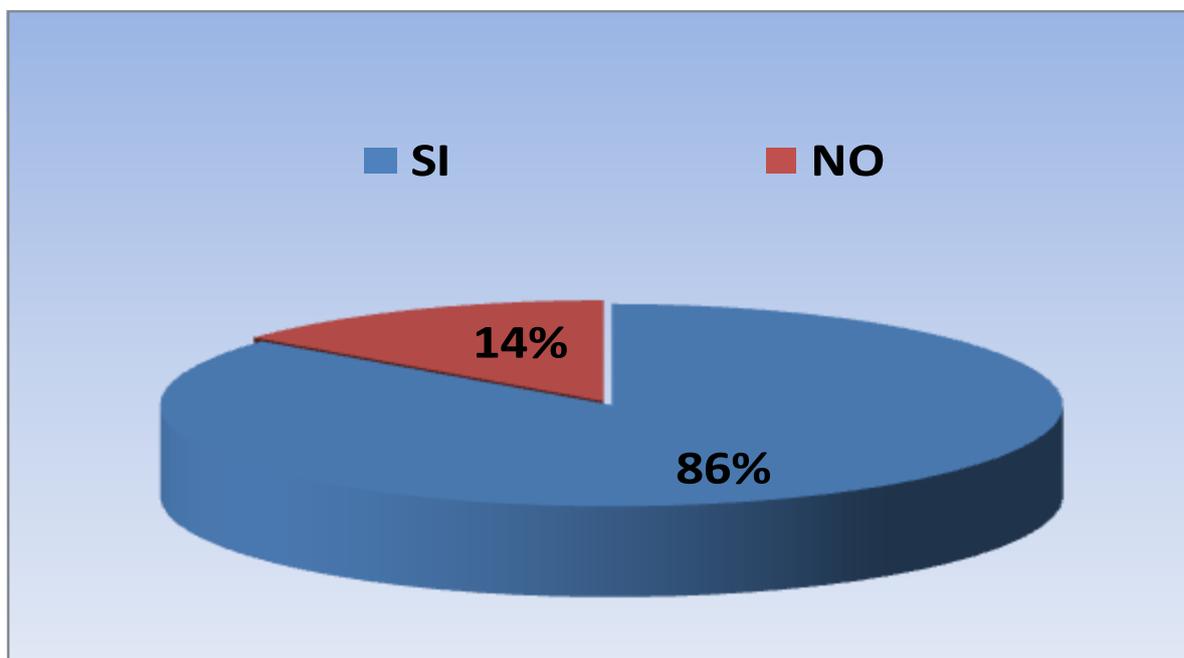
Cuadro 11 Nivel de aceptación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	243	86%
NO	40	14%
TOTAL	283	100%

Fuente: Información que se obtuvo del trabajo de campo

Elaborado por: Freire Henry & Días José

Gráfico 10



Interpretación: El 86% de los encuestados manifestaron que están de acuerdo en contratar sus servicios, contables y tributarios el cual impulsa el crecimiento de la microempresa y del mercado.

4.3 RESULTADOS

Los resultados de la encuesta permitieron conocer que los gestores de las microempresas cuentan con poco conocimiento (67%) sobre los aspectos contables y tributarios, además consideran que la cultura tributaria (63%) es parcialmente importante en el desarrollo de sus actividades comerciales

Los gestores de las microempresas consideran poco importante el aplicar procesos contables y tributarios en el desarrollo de su negocio (60%), esto se ha dado puesto que desconocen de asesorías o profesionales que brinden esta clase de servicios (76%). Por lo tanto no han solicitado asesoría alguna.

Los encuestados indicaron que la capacitación es considerada una herramienta necesaria para su negocio, por lo tanto al preguntarles sobre el tiempo que se deben realizar este tipo de actividades manifestaron que deben ser cada tres meses y el 24% que cada seis meses. Esto demuestra que es una acción que no es practicada en la actualidad, por ello, carecen de conocimiento en la administración de sus negocios.

En lo referente a las multas el 53% de los encuestados han sido multados, debido a que desconocen de sus obligaciones tributarias, motivo por el cual consideran que les agradecería contar con una organización que les brinde una asesoría de calidad, donde sean capacitados, sobre los avances en la administración tanto contable como tributaria y así poder mantenerse en el mercado como una empresa competitiva en este casco comercial del cantón Naranjito.

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Cuadro 12 Verificación de Hipótesis

VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	
El escaso conocimiento en aspectos, contables y tributarios de los microempresarios incide en el desarrollo comercial del Cantón Naranjito.	En la pregunta 1 de la encuesta los gestores de las microempresas manifestaron que sus conocimientos sobre los aspectos contables y tributarios son escasos. Consideran la cultura contable y tributaria como poco importante (pregunta 2).
<ul style="list-style-type: none"> • La asesoría profesional incide en el desarrollo de una cultura contable y tributaria de los microempresarios. 	En la pregunta 4 de la encuesta, los gestores indicaron que desconocen la existencia de empresas o profesionales que se dedican a brindar el servicio de asesoría contable y tributaria en el cantón Naranjito. Por lo tanto no solicitan el servicio (pregunta5).
<ul style="list-style-type: none"> • La presencia de profesionales en materia contable y tributaria influye en el desarrollo microempresarial del Cantón Naranjito. 	Si influye la presencia de profesionales, ya que de esta manera podrán estar bien asesorados pero la realidad es que desconoce de la presencia de organizaciones y profesionales, motivo por el cual no solicitan esta clase de servicio. (pregunta 4 y 5)
<ul style="list-style-type: none"> • La capacitación es una herramienta importante para los microempresarios que les permita optimizar su entorno tributario y lograr el crecimiento de sus negocios. 	En la pregunta 6 de la encuesta, los gestores indicaron que la capacitación es una herramienta poco necesaria. Consideran que estas actividades deben realizarse cada tres o seis meses (Pregunta 6). Esta deficiencia ha permitido que influyan en las múltiples multas que han sido sujeto (Pregunta 8)

<ul style="list-style-type: none"> • La difusión empleada por los entes de control incurre en sus obligaciones del pago al fisco 	<p>La falta de difusión si influye en las obligaciones de los encuestados puesto que evaden impuesto lo que les ha ocasionado multas pregunta 8). Motivo por el cual consideran necesario la existencia de una asesoría que brinde esta clase de servicio (Pregunta 9).</p>
---	---

Elaborado por: Henry Freire & José Díaz

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

“CREACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE EN EL CANTÓN NARANJITO”

5.2 JUSTIFICACIÓN

La propuesta se justifica en base a los resultados obtenidos de la encuesta donde se comprobaron las hipótesis planteadas, es decir que los microempresarios cuentan con escasos conocimientos contables y tributarios, por lo tanto, mantienen un débil control de sus actividades, evasión de sus obligaciones tributarias, esto los ha llevado a ser sujetos de sanciones y multas. Además no han solicitado los servicios de personas profesionales por desconocer de la existencia de este servicio en el cantón, o por la poca publicidad que emplean este tipo de organizaciones sobre el servicio que ofrecen. Toda esta clase de situaciones dieron la pauta para proponer la **“Creación de una oficina de asesoría tributaria y contable en el Cantón Naranjito”** empresa que además brindará capacitaciones a los gestores, con el fin de actualizar sus conocimientos y que estos sean puestos en marcha, potencializando su participación en el mercado.

Esta nueva alternativa asesora estará diseñada bajo una filosofía corporativa proyectando a la ciudadanía una excelente imagen. La meta de la organización es

convertirse en una organización modelo que impulse el desarrollo de las empresas en el cantón Naranjito.

Su objetivo se fundamenta en brindar asesoría contable y tributaria para todas aquellas entidades que mantienen una actividad comercial que deseen sacar adelante sus organizaciones, con bases sólidas que garanticen el éxito de los mismos, impulsando así el crecimiento económico y a su vez generando plazas de trabajo para los habitantes del cantón Naranjito.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

La microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aproximadamente. Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

Ventajas de la Microempresa:

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

Desventajas de la Microempresa:

- ✓ Utilizan tecnología ya superada
- ✓ Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- ✓ Dificultad de acceso a crédito.

La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.

La importancia de las empresas de subsistencia, a pesar de que no son grandes generadoras de empleo remunerado, es que mejoran los niveles de vida de la población y representan una alternativa a la pobreza extrema.

Incluso las microempresas que van más allá del nivel de supervivencia, las que suelen ser identificadas como “microempresas consolidadas”, constituyen también una importante fuente de ocupación para amplios sectores de población, joven y habituada, que no cuentan con los niveles de calificación exigidos por los mercados laborales más modernos.

Hasta aquí, todo lo que hemos podido identificar de las microempresas, nos muestra un panorama tan diferente de lo que constituye la globalización y sus principales actores, las EMN's, que constituye una brecha que se antoja imposible de superar. El caso es que, por las características que hemos identificado, las microempresas no tienen la capacidad financiera como para moverse en mercados que exigen el uso intensivo de la tecnología o las telecomunicaciones; por supuesto, no realizan I&D y, por lo tanto, son incapaces de generar una ventaja competitiva basada en la innovación. La gran mayoría no cuenta con conocimientos de gestión, así que tampoco pueden competir con formas organizacionales o de comercialización novedosas.

Características de los microempresarios: Un estereotipo común del microempresario destaca características como una gran necesidad de realizaciones, la disposición de tomar riesgos moderados, una fuerte confianza en sí mismo y una pasión por el negocio. Al analizar a los microempresarios encontraremos individuos que, en gran parte, se ajustan a esta imagen.

Recompensas y desventajas de ser microempresarios: Los individuos se ven atraídos hacia la actividad empresarial por diversos incentivos poderosos. Algunos se ven especialmente atraídos por una clase de incentivo, en tanto que otros se ven atraídos por alguna mezcla de posibles satisfacciones.

Las desventajas de ser microempresario: Aunque las recompensas de ser microempresario son atractivas, también hay costos asociados con la propiedad de un negocio. Comenzar y operar un negocio propio suele exigir un trabajo duro, largas horas y mucha energía emocional.

El plan de la microempresa: Cada negocio empieza con una idea y un plan de la empresa es necesario para guiar la investigación y el desarrollo de esta idea. Si usted estuviera planeando unas vacaciones con su familia en un área que nunca ha visitado, haría preguntas acerca de los lugares para quedarse, cosas para hacer, lugares para comer, clima, etc. Si el área suena atractiva, entonces usted planea cómo llegar allá.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Crear una empresa que brinde asesoría contable y tributaria, aplicando las herramientas y conocimientos específicos necesarios a través de talento humano calificado, que busque la optimización de procesos, procedimientos contables en beneficio de la organización y el mercado.

5.4.2 Objetivos específicos

- ✓ Diseñar una estructura orgánica bien definida que permita el desempeño de sus actividades
- ✓ Crear estrategias con miras a posicionar la asesoría en el mercado de diferentes cantones, a través de maniobras de difusión y publicidad de elevado impacto comunitario.
- ✓ Describir funciones y procedimientos, para optimizar las actividades internas y externas de esa nueva alternativa asesora.
- ✓ Desarrollar capacitaciones continuas de acuerdo a las nuevas reformas tributarias.

5.5 UBICACIÓN

La asesoría contable y tributaria brindará sus servicios en la provincia del Guayas, Cantón Naranjito. La empresa estará ubicada en la Av. Guayaquil entre las calles General Córdoba y 9 de Octubre. Local que será arrendado ocupando la parte baja del edificio.

5.6 FACTIBILIDAD

FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA

Nombre de la asesoría

DIAZ&FREIRE

Figura 1 Logotipo de la empresa



Slogan:

“MAXIMA EFICACIA PARA ASESORAR SU NEGOCIO”

Misión

Somos una empresa que brinda un servicio de asesoría de calidad que fortalece las competencias laborales de las empresas en aspectos, contables y tributarios en el cantón Naranjito, por medio de estrategias y mecanismos implantados, que faciliten la inmediata solución a los problemas, contribuyendo así al desarrollo económico de la empresa y la comunidad.

Visión

Liderar a mediano plazo el mercado en múltiples áreas, buscando la innovación y actualización constante de servicio e información, orientados a la calidad total y aportando al crecimiento económico de las microempresas del cantón Naranjito.

Valores corporativos

- ✓ Calidad total
- ✓ Ética profesional
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Transparencia
- ✓ Mejora continua

Calidad Total

El servicio será dado por profesionales calificados quienes cumplirán con los requerimientos de los clientes en el tiempo acordado, basados siempre a la aplicación de adecuados procesos en cada una de sus áreas de trabajo.

Ética profesional

La aplicación de principios, valores y normas que indican serán aspectos que pondrán en práctica el talento humano, demostrando así la calidad del servicio brindado.

Responsabilidad

Se reflejan en las actuaciones de la empresa y sus funcionarios con los clientes, respetando las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.

Transparencia

Reflejar las acciones en la gestión de la entidad a través de la relación directa entre sus clientes, involucra de por sí la honestidad, manejo de persona, recursos, materiales e información tanto al usuario interno como externo.

Mejora continua

Innovar constantemente, con el fin de prever y responder a las necesidades cambiantes de clientes, empleados y nuestro sistema de trabajo.

Requerimientos del Talento Humano

1 Gerente

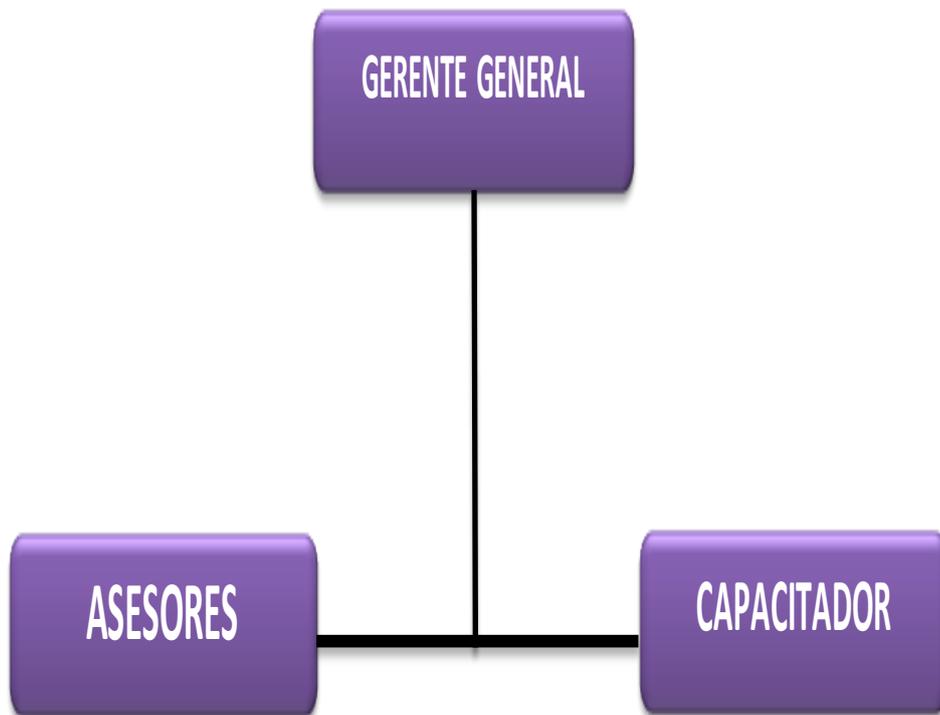
1 Asesor Contable

1 Asesor Tributario

1 Capacitador

1 Conserje

Figura 2 Organigrama Estructural



Elaborado por: Henry Freire & José Díaz

Descripción del cargo: **GERENTE GENERAL**

Naturaleza del Trabajo.
Ser responsable de supervisar, coordinar, controlar, planificar y tomar decisiones en lo concerniente.
Funciones Específicas.
✓ Coordinar los diferentes talleres para la capacitación a los empresarios.
✓ Planifica los futuros talleres direccionados a las necesidades de los clientes.
✓ Establece diferentes tipos de contratos o convenios con clientes actuales o potenciales.
✓ Toma decisiones en todo aspecto referente al negocio.
✓ Supervisar la ejecución de todos los procesos en los diferentes departamentos.
✓ Controlar la ejecución del trabajo, comparando los resultados reales con los esperados.
✓ Establecer alianzas comerciales.
Características Específicas
✓ Requiere de alta moral comprobada
✓ Lealtad, responsabilidad, respeto y buenas relaciones interpersonales
✓ Capacidad y criterio para toma de decisiones
✓ Ser Comunicativo
Perfil del Cargo
Edad: 28 – 35 años
Género: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Educación: Título de Tercer Nivel en C.P.A.

Experiencia: 3 años como mínimo en áreas similares
Competencias Conductuales
✓ Iniciativa y talento para los negocios
✓ Modalidad de contacto
✓ Pensamiento Estratégico
✓ Trabajo en Equipo
✓ Dinamismo y Energía
✓ Liderazgo
Cursos de Especialización:
Diseño de Políticas y Procedimientos.
Marketing
Entrenamiento en el puesto:
De 15 a 20 días para conocer el mercado y su estructura organizacional.
Conocimiento de Idiomas:
Requiere inglés intermedio
Ambiente de Trabajo
Oficina compartida y acondicionada.
Riesgo de enfermedades profesionales
Mínimo riesgo de enfermedades gastrointestinales.
Especificaciones
Autoridad para tomar decisiones

Autorizar gastos Administrativos y de Personal en sujeción al Presupuesto asignado a cada departamento.
Tipo de Supervisión recibida
No aplica.

Relaciones Interpersonales Internas
Con todos los departamentos para la resolución de problemas y requerimientos de necesidades.
Relaciones Interpersonales Externas
Proveedores para establecer o mantener relaciones de negocios.
SRI (Servicios de Rentas Internas)
Instituciones Financieras
Clientes.
Situación típica
Optimizar gastos de las empresas.
Resolver los problemas que se presenten en la Empresa
Mantener un buen Ambiente en la Organización.
Procesos en los que interviene
Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal.
Pago de Proveedores.
Control de Asistencia.
Compra de requerimientos.
Revisión de los Estados Financieros.

Descripción del cargo: **ASESOR TRIBUTARIO**

Naturaleza del cargo
Brindar las asesorías relacionadas al ámbito tributario, tanto para los clientes como para la asesoría.
Funciones Específicas.
✓ Planificar asesoría y servicio tributario a brindarse
✓ Organizar la información obtenida del cliente en base al tipo de asesoría a brindar.
✓ Clasificar y ordenar los diferentes temas de asesoría y servicio tributario a tratarse
✓ Redactar los diferentes asesoramientos a tratar.
✓ Realizar el informe de asesoría y servicio tributario previo análisis.
Características Específicas
✓ Capacidad de organización
✓ Capacidad de trabajo en equipo
✓ Personalidad equilibrada
✓ Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores
✓ Ser Comunicativo
Perfil del Cargo
Edad: 27 – 40 años
Género: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Competencias Conductuales
Calidad del trabajo
Habilidad analítica

Conocimiento de la industria y el mercado
Aprendizaje continuo
Trabajo en equipo
Competencias Técnicas
Educación: Título C.P.A.
Experiencia: 2 años como asesor en cargos o puestos similares.
Capacitación mínima requerida
Cursos generales:
Word
Excel financiero
Power Point
Cursos de Especialización:
Tributación fiscal.
Entrenamiento en el puesto:
De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.
Conocimiento de Idiomas:
Requiere inglés intermedio
Ambiente de Trabajo
Oficina compartida y acondicionada.
Riesgo de enfermedades profesionales
Mínimo riesgo de enfermedades gastrointestinales.

ESPECIFICACIONES
Autoridad para tomar decisiones
Organización de su trabajo diario.
Tipo de Supervisión recibida
Directa pero frecuente del Gerente.
Relaciones Interpersonales Internas
Con todos los departamentos.
Relaciones Interpersonales Externas
SRI (Servicios de Rentas Internas)
Instituciones Financieras
Clientes.
Situación típica
Contactos con los Clientes.
PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE
Planificación de actividades

Descripción del cargo: **ASESOR CONTABLE**

Naturaleza del trabajo.
Proveer de información veraz y establecer procesos adecuados en la ejecución de la labor contable.
Funciones Específicas.
✓ Elaborar los respectivos informes de aplicación en base a la asesoría o servicio contable a brindarse.
✓ Analizar minuciosamente la documentación de soporte recibida del cliente previa ejecución de asesoría o servicio contable.
✓ Desarrollar manuales de contabilidad básica a utilizar en la asesoría del cliente.
✓ Proporcionar la asesoría requerida a microempresarios en base a sus necesidades y de acuerdo a la actividad o negocio que posee.
✓ Brindar soluciones ágiles objetivas y oportunas al cliente en la elaboración de registros contables.
✓ Ofrecer al cliente análisis contables íntegros de su actividad o negocio.
Características Específicas
✓ Capacidad de organización
✓ Capacidad de trabajo en equipo
✓ Personalidad equilibrada
✓ Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores
✓ Ser Comunicativo
Perfil del Cargo
Edad: 25 – 40 años
Género: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Educación: Título de Tercer Nivel en Ingeniería Comercial, CPA o carreras fines.

Experiencia: 2 años como mínimo en cargos o puestos similares
Competencias Conductuales
Calidad del trabajo
Habilidad analítica
Conocimiento de la industria y el mercado
Aprendizaje continuo
Trabajo en equipo
Competencias Técnicas
Educación: Título C.P.A.
Experiencia: 2 años como asesor en cargos o puestos similares.
Capacitación mínima requerida
Cursos generales:
Word
Excel financiero
Power Point
Cursos de Especialización:
Procedimientos contables.
Contabilidad avanzada.
Entrenamiento en el puesto:
De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la asesoría.
Conocimiento de Idiomas:
Requiere inglés intermedio
Ambiente de Trabajo
Oficina compartida y acondicionada.

Riesgo de enfermedades profesionales
Mínimo riesgo de enfermedades gastrointestinales.
ESPECIFICACIONES
Autoridad para tomar decisiones
Organización de su trabajo diario.
Tipo de Supervisión recibida
Directa pero frecuente del Gerente.
Relaciones Interpersonales Internas
Con todos los departamentos.
Relaciones Interpersonales Externas
SRI (Servicios de Rentas Internas)
Instituciones Financieras
Clientes
IESS
Situación típica
Contactos con los Clientes
PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE
Elaboración de Estados financieros
Declaraciones

Función del Cargo: **CAPACITADOR**

Función Básica
Realizar las capacitaciones o charlas a los microempresarios y comerciantes formales e informales de este sector comercial.
Funciones Específicas
<ul style="list-style-type: none">• Planificar el cronograma de capacitaciones.
<ul style="list-style-type: none">• Preparar el material de capacitación.
<ul style="list-style-type: none">• Solicitar los materiales para las capacitaciones.
<ul style="list-style-type: none">• Coordinar con la gerencia las actividades de capacitación.
<ul style="list-style-type: none">• Realiza un registro de las personas que acuden a las capacitaciones.
<ul style="list-style-type: none">• Entrega registro a la gerencia.
PERFIL DEL CARGO
Edad: 26 a 35 años
Sexo: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Competencias Conductuales
Calidad del trabajo
Habilidad analítica
Aprendizaje continuo
Trabajo en equipo
Competencias Técnicas
Educación: Ing. En C.P.A.

Experiencia: 2 años en cargos similares.
Capacitación mínima requerida
Cursos generales:
Word
Excel
Power Point
Project
Cursos de Especialización:
Ética y comportamiento humano
Calidad en atención y Servicio al Cliente
Entrenamiento en el puesto:
De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la asesoría.
Conocimiento de Idiomas:
Requiere inglés intermedio
Ambiente de Trabajo
Oficina compartida y acondicionada.
Riesgo de enfermedades profesionales
Mínimo riesgo de enfermedades gastrointestinales.
ESPECIFICACIONES
Autoridad para tomar decisiones
Organización de su trabajo diario.

Tipo de Supervisión recibida
Directa pero frecuente del Gerente.
Relaciones Interpersonales Internas
Con todos los departamentos.
Relaciones Interpersonales Externas
SRI (Servicios de Rentas Internas)
Instituciones Financieras
Clientes.
Situación típica
Contactos con los Clientes.
PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE.
Captación de clientes.

FACTIBILIDAD LEGAL

Basado en los códigos legales de la Constitución de la República del Ecuador, específicamente en el código de trabajo, la Ley de Compañías y la Ley de Régimen Tributario Interno, amparados en las diferentes leyes de establecimientos tributarios, también es necesario cumplir con los de régimen municipal que están Pre-establecidos como el caso de: permiso de funcionamiento municipal, permiso de exposición publicitaria en la vía pública, prevención de incendios en el cuerpo de bomberos, registro único del contribuyente, y facturación acorde con establecido por el servicio de rentas internas. Tal como lo establecen los artículos 1, 4, 5, 16, 19, 26,31. De la sección 1 en sus disposiciones generales. Las mismas que permiten formar la empresa que se encuentra en el territorio nacional, establecerse según los requerimientos que la misma se proyecte y las especificaciones que deben cumplir los dueños como socios y acreedores de las mismas.

Siendo necesario ampliar los aspectos legales que de acuerdo a las leyes y reglamentos son aplicados a la constitución de una empresa, las mismas que deben concretar la parte económica del personal laboral que en ella se desenvuelven. Tal como lo establece el código de trabajo en sus artículos del 1 al 7, donde el derecho constitucional de la República del Ecuador ampara la irrenunciabilidad de los derechos del trabajador. En función de esos derechos del trabajador el título 1, sobre el contrato individual del trabajo se debe tener en cuenta el artículo 8,12,13,14 y los demás que amparen el bienestar del empleado en función de proteger los intereses de ambas partes como son: el empleador y el empleado.

1. CUENTA DE INTEGRACIÓN

Una vez aprobada la denominación de la compañía, se abre una cuenta de integración en un banco, como depósito en cuenta especial de la parte del capital suscrito que se haya pagado en numerario. El valor mínimo para depositar es el 25 por ciento del capital total. El certificado bancario protocolizado se adjunta a la escritura pública de constitución. En caso de que se aporten bienes inmuebles, el avalúo y la transferencia de dominio de los mismos se anexa a la escritura de constitución, y una vez aprobada por la Superintendencia de Compañías, previo a la inscripción en el Registro Mercantil, deberá inscribirse en el Registro de la Propiedad.

2. ESCRITURA PÚBLICA DE LA CONSTITUCIÓN

Esta escritura debe contener:

- a. Lugar y fecha donde se celebre el contrato,
- b. Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla,
- c. Objeto social,
- d. Denominación y duración.
- e. Importe del capital con el número de acciones en que se divida, clase, valor nominal, nombre y nacionalidad de los suscriptores, indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o bienes, el valor atribuido a éstos y la parte del capital no pagado,
- f. Domicilio de la compañía.

- g. Forma de administración y facultades de los administradores,
- h. Forma y épocas de convocar a las Juntas Generales.
- i. Forma de designación de los administradores, y qué funcionario tendrá la representación legal de la compañía,
- j. Normas de reparto de utilidades.
- k. Determinación de los casos para disolverse anticipadamente.
- l. Forma de proceder a la designación de liquidadores. Esta clase de compañía permite establecer un capital autorizado, cuyo valor es el doble del capital suscrito (Art.160 Ley de Compañías)

3 AFILIACIÓN A UNA DE LAS CÁMARA DE LA PRODUCCIÓN

La afiliación depende del objeto social de la compañía y de las autorizaciones especiales que determine la Ley (Cámaras de Comercio, Industrias, Pequeña Industria, Construcción, Minería, Agricultura).

4 SOLICITUD DE APROBACIÓN EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Se anexa con la solicitud que debe tener firma de abogado, cuatro copias certificadas de la escritura de constitución, con una copia del certificado de votación del abogado patrocinador, en la que se solicita se apruebe la Constitución de la Compañía (art.- 136 de la Ley de Compañías)

- a. Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
- b. Protocolización de la resolución aprobatoria.
- c. Publicación en un diario de la localidad del extracto de la escritura.
- d. Inscripción en el Registro Mercantil.
- e. Designación de los administradores de la compañía por la Junta General que se reunirá inmediatamente.
- f. Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos de los administradores. Esta inscripción deberá ser dentro de 30 días posteriores a su designación, y la fecha de inscripción será la del inicio de sus funciones.
- g. Obtención del Registro de Sociedades de la compañía en la Superintendencia de Compañías, anexando copia de la escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil, original del nombramiento

- h. Del representante legal, original de la publicación del extracto, y formulario 01 conteniendo todos los datos de la compañía.
- i. Autorización de la Superintendencia de Compañías para retirar fondos de la cuenta de integración de capital.
- j. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas, anexando original del registro de sociedades, copia de cualquier planilla en la que aparezca la dirección donde funcionará la compañía, copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal; copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal y carta de autorización de la persona que va a realizar el trámite.

CERTIFICACIÓN DE NOMBRE.- Verificar en la Superintendencia de Compañía si nuestra razón social ya está siendo utilizada; en caso de no ser así entonces establecerla.

REQUISITOS PARA PERSONAS JURÍDICAS.

- ✓ Copia de Acta de Constitución inscrita en el registro mercantil y debidamente notariada.
- ✓ Copia de Constitución con resolución de aprobación de la organismos pertinentes
- ✓ Copia de Acta de designación de representante legal inscrito en el registro mercantil y copia de cédula.

EMISIÓN DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos:

- ✓ Copia de la Cédula de Identidad
- ✓ Acercarse a las oficinas del SRI
- ✓ Proporcionar datos informativos como la dirección, teléfono.
- ✓ Tipo de negocio o actividad a la que se dedica
- ✓ Firma y retira el RUC

Este trámite no tiene ningún costo monetario.

SOLICITUD DE MATRÍCULA DE COMERCIO (DE ACUERDO AL JUZGADO)

Demanda dirigida al Juez de lo Civil, solicitando se faculte el interesado a ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicio con determinadas especificaciones. Se debe presentar por cuadruplicado la siguiente documentación:

- a) Demanda firmada por comerciantes y abogado patrocinador
- b) Comprobante de pago de tasa respectiva en entidad bancaria (corresponde al 1% de la cuantía del capital)

PAGO DE TASA DE MATRÍCULA DE COMERCIO.

- 5.- Certificación de documentos.
- 6.- Inscripción en el Registro Mercantil.
- 7.- Certificado de seguridad emitido por el Cuerpo de Bombero.
- 8.- Obtención de la Patente de Comercio.
- 9.- Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación (una vez realizada la inspección).

PERMISOS

Todo negocio sin importar su finalidad debe cumplir con lo que dispone la ley en los ámbitos legales, tributarios, sanitarios, etc., para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes. Entre estos puntos procedemos a desglosar los parámetros a cumplirse para su funcionamiento.

- ✓ Permisos del Municipio
- ✓ Permisos de Bomberos
- ✓ Certificados Sanitarios
- ✓ Elaboración de Facturas
- ✓ Patentes
- ✓ Afiliación a Cámaras

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPALES

Este permiso o documento se lo obtienen en el Municipio en este caso del Cantón Naranjito, cumpliendo los siguientes requisitos:

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal

- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz
- ✓ Formulario de declaración para obtener la patente

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Es un documento que da la mencionada entidad del Estado una vez que el personal del cuerpo de bomberos haya inspeccionado el local, en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ Pago de tasa o permiso. de acuerdo a la Actividad económica.

PERMISO DE LA DIRECCIÓN DE HIGIENE MUNICIPAL

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deben someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, sobre todo al tratarse de una empresa que provee a sus clientes servicios.

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ El carnet de salud ocupacional por cada uno de los empleados que manipulan los insumos de producción.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MINISTERIO SALUD PÚBLICA

Este documento se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud del Guayas previamente cumplidos los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

Permiso de la Dirección de Higiene Municipal

- ✓ Copia del RUC

- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ El carnet de salud de cada uno de los empleados Con lo que después se puede obtener el respectivo registro sanitario.

FACTIBILIDAD PRESUPUESTARIA

La creación de la asesoría hace necesario incurrir en gastos y costos, como compra de activos, proyección de ingresos entre otros, rubros que serán estarán debidamente cotizados para conocer exactamente a cuánto asciende la inversión del proyecto, información presupuestaria que servirá para proyectar los estados financieros propuestos en este capítulo.

FACTIBILIDAD TÉCNICA

La asesoría cuenta con 100 metros cuadrados, los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

- La oficina de la gerencia cuenta con 10 metros cuadrados
- El área de asesoría tiene 15 metros cuadrados
- El área de espera cuenta con 10 metros cuadrados
- La sala de capacitación 48 metros cuadrados
- Las baterías sanitarias y área de limpieza con 12 metros cuadrados.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Figura 3 Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter



Elaborado por: Henry Freire & José Díaz

Cuadro 13 Barreras de Entradas

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- FUERTE INVERSIÓN INICIAL		X	
2.- ECONOMIAS DE ESCALA	x		
3.- CREDIBILIDAD		X	
4.- PERMISOS MUNICIPALES Y LEGALES	X		
	2	2	0
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	50%	50%	0%

Después de haber determinado las barreras de entradas se obtuvo un nivel entre bajo y medio (50%), de existencia, las mismas que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este sector comercial.

Cuadro 14 Productos Sustitutos

F2 PRODUCTOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. - PROPENCION A CAMBIAR	X		
3.- RECURSO HUMANO PAGADO POR EL GOBIERNO			x
4.- ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS		X	
	1	2	1
AMENAZA DE SUSTITUCION	25%	50%	25%

La amenaza de sustitución del servicio (50%) es de nivel medio por la aparición de inversionistas o de personas que se dedican a brindar esta clase de servicios, lo cual no representa mayor preocupación pues conocemos el mercado y sus falencias.

Cuadro 15 Determinantes de la Rivalidad

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

En lo concerniente al servicio de asesoría existe un nivel bajo (75%), por la presencia de la rivalidad, sin embargo, no debemos descuidar a nuestra competencia y así permitirnos visualizar como enfrentar a la competencia.

Cuadro 16 Poder de los Compradores

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- SERVICIOS IGUALES		x	
2.- IMAGEN CORPORATIVA			X
3.- EFICASIA EN EL SERVICIO			X
4.- PRECIOS ACCESIBLES			X
	0	1	3
PODER DEL CONSUMIDOR	0%	25%	75%

En el momento de adquirir el servicio el poder de compra lo tienen los empresarios, debido a la poca existencia de estas empresas, sin embargo, propietarios de esta clase de negocios deberá seguir trabajando e investigando para añadirle un valor agregado al servicio, teniendo una respetable participación del mercado.

Cuadro 17 Negociación con los Proveedores

F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRESENCIA DE NUEVOS SERVICIOS.		X	
2.- IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR	X		
3. OTROS MERCADOS COMPETITIVOS	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS	X		
	3	1	0
PODER DE LOS PROVEEDORES	75%	25%	0%

Para la capacitación constante sobre el servicio se debe determinar de dos o tres proveedores fijos que ofrezcan precios accesibles, el motivo es que no existen muchos proveedores, así se logrará tener cierto grado de ventaja ante la competencia.

Cuadro 18 Resumen sector Comercial

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

Hoy en día la existencia de Asesorías tiene un alto índice de crecimiento debido a la gran demanda organizaciones en este mercado competitivo del cantón Naranjito, por ello la empresa debe optimizar su servicio y marcar la diferencia ante la competencia y así lograr una buena participación en este mercado.

Cuadro 19 ANALISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Talento humano calificado	Empresa nueva en el mercado
Herramientas audiovisuales de alta calidad	Carencia de local propio
Adecuada ubicación geográfica	No contamos con políticas internas definidas.
Sistemas informáticos de alta tecnología	La asesoría no cuenta con personal de seguridad.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Inestabilidad política del país, en lo referente a las leyes tributarias.	Creación de otros centros privados
Crecimiento acelerado de clientes	Cercanía a la ciudad de Milagro, donde se encuentra un mercado amplio de asesorías.
Programas gratuitos de capacitación	Servicio de Rentas Internas, capacite directamente a los microempresarios
Desconocimiento de obligaciones tributarias de los clientes	Etapas invernales

Elaborado por: Henry Freire & José Díaz

Cuadro 20 Matriz FO-FA-DO-DA

<p>“Creación de una Asesoría contable y tributaria en el Cantón Naranjito”</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Talento humano calificado	Empresa nueva en el mercado
	Herramientas audiovisuales de alta calidad	Carencia de local propio
	Adecuada ubicación geográfica	No contamos con políticas internas definidas.
Sistemas informáticos de alta tecnología	La asesoría no cuenta con personal de seguridad.	
OPORTUNIDADES	FO	DO
Inestabilidad política del país, en lo referente a las leyes tributarias.	<p>Estar en constante actualización de los cambios de políticas de gobierno, de esta forma manejar información veraz, tanto para bien de la asesoría como para las actividades de capacitación, de esta forma anticiparnos ante la competencia y poder brindar una información veraz en materia contable tributaria.</p>	<p>Estudiar las diferentes ofertas que ofrece el sector bancario sobre la acreditación de un financiamiento, para de esta manera poder cubrir con las necesidades de esta nueva alternativa empresarial.</p>
Crecimiento acelerado de clientes		
Programas gratuitos de capacitación		
Desconocimiento de obligaciones tributarias de los clientes		
Establecer buenas relaciones con proveedores de sistemas informáticos, para la adquisición de herramientas de alta calidad, optimizando así los diferentes procesos empleados en la asesoría, así como brindar una adecuada capacitación a los microempresarios que soliciten ilustrarse en términos contables y tributarios.	Los medios publicitarios deben ser aplicado de forma estratégica para dar a conocer esta nueva organización de servicio de asesoría contable y tributaria, de esta manera se pretenderá llegar al cliente de una forma más efectiva.	
AMENAZAS	FA	DA
Creación de otros centros privados	<p>Brindar un servicio personalizado, con el fin captar la atención del cliente, ofreciendo precios accesibles y una adecuada información que les permita a los gestores entender la importancia de ejercer su actividad comercial bajo los parámetros legales establecidos por el ejecutivo.</p>	<p>Ofrecer como valor agregado una capacitación extra en lo relacionado a la atención al cliente como de control interno, con el fin de fidelizar al cliente.</p>
Cercanía a la ciudad de Milagro, donde se encuentra un mercado amplio de asesorías.		
Servicio de Rentas Internas, capacite directamente a los microempresarios		
Etapas invernales	<p>Aplicar adecuados procesos de selección y reclutamiento de personal, para las futuras vacantes dentro de la empresa. Con el fin de contar con el mejor talento humano.</p>	<p>Con nuestro personal comprometido con el trabajo realizar convenios para abaratar los costos y poder competir con las grandes empresas asesoras en este cantón.</p>

Elaborado por: Henry Freire & José Díaz

5.7.1 Actividades

- ✓ Buscar ubicación de la oficina de asesoría
- ✓ Realizar el contrato de arrendamiento
- ✓ Adecuaciones del local. (Instalaciones eléctricas, pintado etc.)
- ✓ Análisis sobre los medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer a oficina
- ✓ Proceso de reclutamiento y selección del personal.
- ✓ Reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles cómo funcionará la empresa acorde a sus cargos.
- ✓ Trámite y gestión de crédito.
- ✓ Se realiza los contactos con los proveedores.
- ✓ Compra de materia prima, equipos, materiales e insumos.
- ✓ Se realiza la inauguración de la oficina
- ✓ Se contabiliza los movimientos económicos.
- ✓ Se presenta los resultados obtenidos.

MARKETING MIX

La Asesoría DIAZ&FREIRE presenta como componentes del Marketing Mix los siguientes:

Producto/servicio

La política o servicio constituye el punto de partida de la estrategia comercial.

En nuestra empresa los servicios de asesorías tributarias, y contables que ofrecemos a este segmento de mercado de manera eficaz y oportuna ayudaran a satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Ante el vertiginoso cambio que se ha dado en la actualidad sobre los controles contables y tributarios, contamos con personas que exigen un servicio de calidad para lo cual la asesoría DIAZ&FREIRE pondrá a disposición los siguientes servicios y asesorías a nuestros clientes.

Entre los servicios que ofrece nuestra empresa tenemos:

- ✓ Asesoramiento integral de cómo iniciar una empresa
- ✓ Obtención de los requisitos para el funcionamiento de una empresa, pyme o microempresa
- ✓ Capacitaciones

Y entre las asesorías que nuestra empresa ofrece tenemos:

- ✓ Asesoría Tributaria
- ✓ Asesoría Contable
- ✓ Asesoría Financiera

Asesoría Tributaria

Los ayudamos a minimizar los impuestos, obligaciones fiscales dentro de las normas permitidas por la ley. Asesorándolo en el uso y manejo de comprobantes exigidos por el SRI para realizar las declaraciones de los diferentes impuestos. Algunos de nuestros servicios tributarios son:

- ✓ Obtención, actualización y cierre de RUC
- ✓ Liquidación de impuestos mensuales
- ✓ Elaboración de los formularios para la declaración ante el SRI
- ✓ Obtención de autorización para emisión de facturas

Asesoría Contable

Impartimos conocimientos a través de la asesoría sobre contabilidad básica, intermedia y de costos; brindando soluciones ágiles, objetivas y oportunas en la elaboración de los registros contables. Algunos de nuestros servicios contables son:

- ✓ Contabilidad financiera
- ✓ Contabilidad de costos

Asesoría Financiera

Nos encargamos de realizar un análisis financiero integral impartiendo conocimientos para dirigir y controlar el sistema de presupuesto y de contabilización de actividades económicas-financieras de la microempresa, además de velar por la

entrega oportuna de los estados financieros. Algunos de nuestros servicios financieros son:

- ✓ Asesoría en la elaboración de los estados financieros
- ✓ Elaboración de los estados financieros
- ✓ Análisis de los estados financieros
- ✓ Determinación de la mejor alternativa de inversión
- ✓ Asesoría para la obtención de un microcrédito

Precio

El precio no tiene relación con ninguno de los costos asociados al producto al que se le fije, sino que debe tener su origen en la cuantificación de los beneficios que el producto significa para el mercado, y lo que éste esté dispuesto a pagar por esos beneficios. Toda empresa debe considerar en poner un precio inicial cuando se desarrolla un nuevo producto o se ofrece un nuevo servicio sin perjuicio de lo anterior, para la fijación de los precios debemos tomar en cuenta los precios de la competencia, y los requerimientos de la empresa.

Adicionalmente, y como motivo de evaluación de la conveniencia del negocio, se comparan los precios con los costos unitarios -incluyendo en ellos, los de producción, operación, logística y cualquier otro atingente.

Selección del objetivo de fijación de precios

La empresa decide donde quiere posicionar su oferta de mercado. Cuanto más claro sean los objetivos de la empresa, más fácil será fijar el precio. Una empresa puede considerar cinco objetivos principales al fijar sus precios.

- ✓ Supervivencia
- ✓ Participación máxima del mercado
- ✓ Captura máxima del segmento superior del mercado
- ✓ Utilidades actuales
- ✓ Liderazgo en calidad de productos

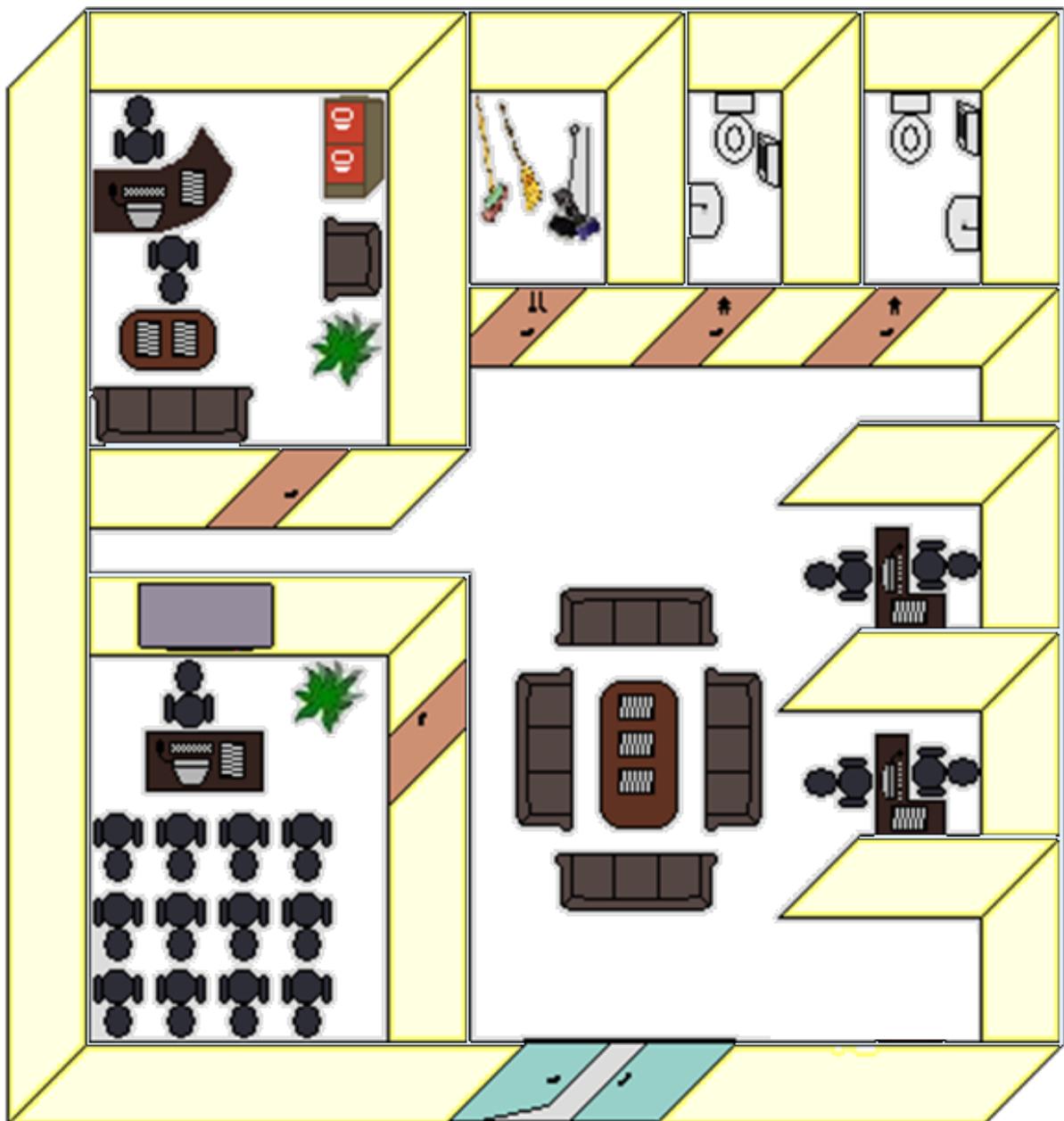
Los precios de nuestros servicios de asesoría están tomados en base a la competencia, a la capacidad económica del microempresario y al tipo de asesoría y servicio que requiera.

Plaza

Es un componente del Marketing Mix de trascendental importancia ya que se define la ubicación de la empresa en un lugar físico para llevar a cabo sus actividades y ofrecer sus servicios facilitando su acceso al consumidor.

La Asesoría contable-tributaria estará situada en el Cantón Naranjito, la misma que abarcara a todos los microempresarios que tengan problemas dentro de su actividad comercial logrando así un posicionamiento respetable en este mercado.

Figura 4 Distribución Interna de la Asesoría



MEZCLA DE LA COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación que se utilizará para que el mercado se entere de la existencia del producto o servicio son:

- ✓ Publicidad
- ✓ Relaciones Públicas
- ✓ Merchandising

También está la gestión de oferta del producto o servicio por teléfono, los anuncios publicitarios, Internet u otros medios similares.

Publicidad

La publicidad se realizara por medio de la contratación de espacios comerciales como radio, periódicos, volantes, tarjetas de presentación, dípticos, ofreciendo nuestros servicios a clientes potenciales a través de éstos medios de información.

Radio:

A través de emisoras locales anunciaremos nuestros servicios tales como:

Radios Ecos de Naranjito: Los días martes, jueves y sábados en horario de 7:00 AM

Sonido X: Los días lunes, miércoles y viernes en horario de 12:00 PM

Ambas emisoras se efectuará en diferentes meses del año.

De tal manera lograremos que quienes gustan de escuchar las noticias se informen sobre nuestra empresa de asesoría Contable y Tributaria.

Tarjetas De Presentación:

Por medio de esta forma de publicidad, como son las tarjetas de presentación, se espera captar la atención de microempresarios para que nos tengan presente para cualquier servicio que requieran.

La impresión de estas tarjetas será distribuida a todos los microempresarios del cantón Naranjito.

Periódicos:

Mediante este medio de comunicación, esperamos darnos a conocer en todo nuestro cantón, ya que periódicos como la prensa “La última noticia” tiene una gran acogida en Naranjito y sus alrededores.

MERCHANDISING

“Es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos y/o servicios a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad a la inversión hecha en el establecimiento”

Se utilizará afiches con el logo y slogan de la empresa que serán exhibidos en las paredes de la sala de espera. De igual manera se obsequiará a nuestros clientes artículos tales como: calendarios, bolígrafos y llaveros.

MERCADEO DIRECTO**Hojas Volantes:**

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

Dípticos:

Los clientes que visiten nuestras instalaciones se les entregaran dípticos con el propósito de captar su interés e incentivarlos a utilizar nuestros servicios.

Relaciones públicas

Tomando en cuenta que la ciudadanía no conoce de la existencia de nuestra empresa en el mercado, pondremos a nuestro selecto recurso humano a disposición del público los mismos que ofrecerán charlas gratuitas de los diferentes servicios y asesorías la cual se contestaran dudas e inquietudes de los presentes.

Promoción

Es la estrategia que da a conocer una serie de incentivos con el fin de provocar ventas inmediatas, la misma que deberá ser innovadora y agresiva de tal manera que neutralice y, de ser posible, supere a la de los competidores.

El mercado actual cada vez es más competitivo; exige de nosotros gran capacidad de creatividad y habilidad para promocionar nuestros servicios.

La empresa utilizará la siguiente promoción:

Promoción interna

Esta se otorgará al personal de la firma, la cual consistirá en una comisión basada en el número de nuevos clientes que se logre captar.

PROMOCIÓN EXTERNA

Tipo Exhibidor

Se ubicará un stand una vez por mes durante un semestre la cual será ubicada en lugares estratégicos y ofreceremos descuentos especiales por contrato de servicio.

Programas de Premios por Puntos

Se otorgará una ficha con un puntaje determinado de acuerdo al servicio recibido, dichos puntos se acumularán y al final del año se otorgaran regalos de acuerdo a la escala de premios. Además si vuelve a repetir esta cantidad de puntos en el mismo año se lo premiara con quince días de vacaciones.

Premios por Captación

Se otorgarán premios de incentivos a los clientes microempresarios que nos consigan nuevos potenciales, también se le informara a los clientes que ayuden a incrementar la cartera de clientes se les sortearan un viaje de placer.

Así, para fortalecer nuestra imagen y demostrar la capacidad y calidad de nuestro personal se otorgarán descuentos a nuestros clientes en los diferentes cursos que se realicen.

5.7.2 Recursos, Análisis financiero

Cuadro 21 Activo Fijo

EMPRESA DE ASESORIA			
ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO. UNITARIO	COSTO. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
4	ESCRITORIOS	450,00	1.800,00
4	SILLAS DE ESCRITORIO	45,00	180,00
10	MESAS	60,00	600,00
20	SILLAS PARA LAS CAPACITACIONES	25,00	500,00
4	ARCHIVADORES	150,00	600,00
	TOTAL MUEBLES DE OFICINA		3.680,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
4	COMPUTADORAS	900,00	3.600,00
1	PROYECTOR	800,00	800,00
1	IMPRESORA + ESCANER	160,00	160,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓ		4.560,00
	EQUIPO DE OFICINA		
2	TELEFONO CON LÍNEA	150,00	300,00
2	AIRE ACONDICIONADO	800,00	1.600,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA		1.900,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		\$ 10.140,00

Cuadro 22 Depreciación de Activo Fijo

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	3.680,00	10%	30,67	368,00
EQUIPO DE COMPUTACION	4.560,00	33%	125,40	1.504,80
EQUIPO DE OFICINA	1.900,00	10%	15,83	190,00
TOTAL	10.140,00		171,90	2.062,80

Cuadro 23 Nomina año 1

NÓMINA AÑO 1								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	600,00	50,00	22,00	25,00	74,10		622,90	7.474,80
ASESOR 1	450,00	37,50	22,00	18,75	55,58		472,68	5.672,10
ASESOR 2	450,00	37,50	22,00	18,75	55,58		472,68	5.672,10
CAPACITADOR	450,00	37,50	22,00	18,75	55,58		472,68	5.672,10
CONSERJE	320,00	26,67	22,00	13,33	39,52		342,48	4.109,76
TOTAL	2.270,00						2.383,41	28.600,86

Cuadro 24 Nomina año 2

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	624,00	52,00	22,00	26,00	77,06	51,98	698,92	8.386,98
ASESOR 1	468,00	39,00	22,00	19,50	57,80	38,98	529,69	6.356,24
ASESOR 2	468,00	39,00	22,00	19,50	57,80	38,98	529,69	6.356,24
CAPACITADOR	468,00	39,00	22,00	19,50	57,80	38,98	529,69	6.356,24
CONSERJE	332,80	27,73	22,00	13,87	41,10	27,72	383,02	4.596,26
TOTAL	2.360,80						2.671,00	32.051,95

Cuadro 25 Nomina año 3

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	648,96	54,08	22,00	27,04	80,15	54,06	725,99	8.711,90
ASESOR 1	486,72	40,56	22,00	20,28	60,11	40,54	549,99	6.599,93
ASESOR 2	486,72	40,56	22,00	20,28	60,11	40,54	549,99	6.599,93
CAPACITADOR	486,72	40,56	22,00	20,28	60,11	40,54	549,99	6.599,93
CONSERJE	346,11	28,84	22,00	14,42	42,74	28,83	397,46	4.769,55
TOTAL	2.455,23						2.773,44	33.281,23

Cuadro 26 Nomina año 4

NÓMINA AÑO 4								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	674,92	56,24	22,00	28,12	83,35	56,22	754,15	9.049,82
ASESOR 1	506,19	42,18	22,00	21,09	62,51	42,17	571,11	6.853,36
ASESOR 2	506,19	42,18	22,00	21,09	62,51	42,17	571,11	6.853,36
CAPACITADOR	506,19	42,18	22,00	21,09	62,51	42,17	571,11	6.853,36
CONSERJE	359,96	30,00	22,00	15,00	44,45	29,98	412,48	4.949,77
TOTAL	2.553,44						2.879,97	34.559,68

Cuadro 27 Nomina año 5

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESE V.	REM.	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	701,92	58,49	22,00	29,25	86,69	58,47	783,44	9.401,25
ASESOR 1	526,44	43,87	22,00	21,93	65,01	43,85	593,08	7.116,94
ASESOR 2	526,44	43,87	22,00	21,93	65,01	43,85	593,08	7.116,94
CAPACITADOR	526,44	43,87	22,00	21,93	65,01	43,85	593,08	7.116,94
CONSERJE	374,35	31,20	22,00	15,60	46,23	31,18	428,10	5.137,20
TOTAL	2.655,58						2.990,77	35.889,26

Cuadro 28 Detalle de Gastos

EMPRESA DE ASESORIA							
DETALLE DE GASTOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	622,90	7.474,80	8.386,98	8.711,90	9.049,82	9.401,25
1	ASESOR 1	472,68	5.672,10	6.356,24	6.599,93	6.853,36	7.116,94
1	ASESOR 2	472,68	5.672,10	6.356,24	6.599,93	6.853,36	7.116,94
1	CAPACITADOR	472,68	5.672,10	6.356,24	6.599,93	6.853,36	7.116,94
1	CONSERJE	342,48	4.109,76	4.596,26	4.769,55	4.949,77	5.137,20
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		2.383,41	28.600,86	32.051,95	33.281,23	34.559,68	35.889,26

GASTOS DE GENERALES		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	8,00	96,00	99,84	103,83	107,99	112,31
	ENERGIA ELECTRICA	60,00	610,00	634,40	659,78	686,17	713,61
	TELEFONO	50,00	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
	SERVICIOS DE INTERNET	40,00	480,00	499,20	519,17	539,93	561,53
	ARRIENDO	250,00	3.000,00	3.120,00	3.244,80	3.374,59	3.509,58
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200,00	200,00	80,00	83,20	86,53	89,99
	SUMINISTROS	180,00	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
	DEP. MUEBLES Y ENSERES	30,67	368,00	368,00	368,00	368,00	368,00
	DEP. DE EQUIPO DE COMPUTO	125,40	1.504,80	1.504,80	1.504,80		
	DEP. DE EQUIPO DE OFICINA	15,83	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
TOTAL GASTOS GENERALES		959,90	7.348,80	7.432,24	7.647,02	6.365,59	6.597,89

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		3.343,31	35.949,66	39.484,19	40.928,25	40.925,26	42.487,15
-----------------------------------	--	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Cuadro 29 Costos de Venta

COSTO DE VENTAS										
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENE	FEB	MARZ	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	RADIO	30,00	30,00		60,00	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
2	VALLAS PUBLICITARIAS	500,00	1.000,00			2.000,00	2.080,00	2.163,20	2.249,73	2.339,72
1	DIARIO	60,00	60,00	60,00	60,00	660,00	686,40	713,86	742,41	772,11
1	VOLANTES	15,00	15,00		15,00	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
100	DIPTICOS	0,50	50,00		5,00	190,00	197,60	205,50	213,72	222,27
100	TARJETAS DE PRESENTACION	0,20	20,00		10,00	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
TOTAL			1175,00	60,00	150,00	3330,00	3463,20	3601,73	3745,80	3895,63

Cuadro 30 Presupuesto de Ingreso

EMPRESA DE ASESORIA								
PRESUPUESTO DE INGRESOS								
INGRESOS POR VENTA	VALOR	CANT	ENER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ASESORAMEINTO PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL	600,00	3	1.800,00	21.600,00	22.680,00	23.814,00	25.004,70	26.254,94
OBTENCION DE LOS REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA	100,00	2	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	30,00	3	90,00	1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
OBTENCION, ACTUALIZACION Y CIERRE DE RUC	50,00	3	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
LIQUIDACION DE IMPUESTOS MENSUALES	30,00	6	180,00	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
ELABORACION DE LOS FORMULARIOS PARA LA DECLARACION ANTE EL SRI	50,00	6	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
OBTENCION DE AUTORIZACION PARA EMISION DE FACTURAS	50,00	4	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
ASESORIA EN LA ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	50,00	2	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	150,00	2	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	100,00	2	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
DETERMINACION DE LA MEJOR ALTERNATIVA DE INVERSION	250,00	2	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
ASESORIA PARA LA OBTENCION DE UN MICROCRÉDITO	20,00	2	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
TOTAL DE INGRESOS			4.060,00	48.720,00	51.156,00	53.713,80	56.399,49	59.219,46

Cuadro 31 Inversión del Proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	3.680,00
EQUIPO DE COMPUTACION	4.560,00
EQUIPO DE OFICINA	1.900,00
CAJA BANCOS	2.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	12.140,00

Cuadro 32 Financiación del Proyecto

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		12.140,00
Financiado	80%	9.712,00
Aporte Propio	20%	2.428,00
		12.140,00

Cuadro 33 Tasa

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	14%	0,14
		0,14

Cuadro 34 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Capital (k)	9712,00			
Interes Anual (i - a)	16	%		0,02
Interes Mensual (i)	0,01			0,17
Plazo de Prestamo en Años	1			
Numeros de Pagos al Año	12			
Numeros Total de Pagos	12			
Tasa Fija	881,18			SALDO
# Pagos	ABONO k	ABONO i	DIVIDENDOS	CAPITAL
0				9.712,00
1	751,68	129,49	881,18	8.960,32
2	761,71	119,47	881,18	8.198,61
3	771,86	109,31	881,18	7.426,74
4	782,15	99,02	881,18	6.644,59
5	792,58	88,59	881,18	5.852,01
6	803,15	78,03	881,18	5.048,85
7	813,86	67,32	881,18	4.234,99
8	824,71	56,47	881,18	3.410,28
9	835,71	45,47	881,18	2.574,58
10	846,85	34,33	881,18	1.727,73
11	858,14	23,04	881,18	869,58
12	869,58	11,59	881,18	0,00

Cuadro 35 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

EMPRESA DE ASESORIA							
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
VENTAS	48.720,00	51.156,00	53.713,80	56.399,49	59.219,46	269.208,75	
(-) COSTO DE VENTAS	3.330,00	3.463,20	3.601,73	3.745,80	3.895,63	18.036,35	
UTILIDAD BRUTA	45.390,00	47.692,80	50.112,07	52.653,69	55.323,84	251.172,40	
COSTOS INDIRECTOS	35.949,66	39.484,19	40.928,25	40.925,26	42.487,15	199.774,51	
UTILIDAD OPERACIONAL	9.440,34	8.208,61	9.183,83	11.728,43	12.836,68	51.397,89	
(-) GASTOS FINANCIEROS	862,14		-	-	-	862,14	
UTILIDAD ANTES PART. IMP	8.578,20	8.208,61	9.183,83	11.728,43	12.836,68	50.535,75	
PARTICIPACION EMPLEADOS	1.286,73	1.231,29	1.377,57	1.759,26	1.925,50	7.580,36	
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	7.291,47	6.977,32	7.806,25	9.969,16	10.911,18	42.955,39	
IMPUESTO RENTA	1.604,12	1.535,01	1.717,38	2.193,22	2.400,46	9.450,19	
UTILIDAD NETA	5.687,35	5.442,31	6.088,88	7.775,95	8.510,72	41.085,56	

Cuadro 36 Flujo de Caja Proyectado

EMPRESA DE ASESORIA							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	48.720,00	51.156,00	53.713,80	56.399,49	59.219,46	269.208,75
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		48.720,00	51.156,00	53.713,80	56.399,49	59.219,46	269.208,75
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	12.140,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	28.600,86	32.051,95	33.281,23	34.559,68	35.889,26	164.382,98
GASTOS GENERALES	-	5.286,00	5.369,44	5.584,22	5.807,59	6.039,89	28.087,13
COSTO DIRECTO		3.330,00	3.463,20	3.601,73	3.745,80	3.895,63	18.036,35
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	1.286,73	1.231,29	1.377,57	1.759,26	1.925,50
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	1.604,12	1.535,01	1.717,38	2.193,22	2.400,46
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	12.140,00	37.216,86	43.775,44	45.233,48	47.208,01	49.777,26	214.832,43
FLUJO OPERATIVO	-12.140,00	11.503,14	7.380,56	8.480,32	9.191,48	9.442,20	45.997,70
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	9.712,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	9.712,00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	9.712,00		-	-	-	9.712,00
PAGO DE INTERESES	-	862,14	-	-	-	-	862,14
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	10.574,14	-	-	-	-	10.574,14
FLUJO NETO NO OPERATIVO	9.712,00	-10.574,14	-	-	-	-	-10.574,14
FLUJO NETO	-2.428,00	929,00	7.380,56	8.480,32	9.191,48	9.442,20	35.423,56
SALDO INICIAL		2.000,00					
FLUJO ACUMULADO	-	2.929,00	10.309,56	18.789,88	27.981,36	37.423,56	

Cuadro 37 Balance General

EMPRESA DE ASESORIA						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	2.000,00	2.929,00	10.309,56	18.789,88	27.981,36	37.423,56
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	2.000,00	2.929,00	10.309,56	18.789,88	27.981,36	37.423,56
ACTIVOS FIJOS	10.140,00	10140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00	10.140,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		2.062,80	4.125,60	6.188,40	6.746,40	7.304,40
TOTAL DE ACTIVO FIJO	10.140,00	8.077,20	6.014,40	3.951,60	3.393,60	2.835,60
TOTAL DE ACTIVOS	24.280,00	11.006,20	16.323,96	22.741,48	31.374,96	40.259,16
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	9.712,00	0,00	-	-	-	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR		1.286,73	1.231,29	1.377,57	1.759,26	1.925,50
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		1.604,12	1.535,01	1.717,38	2.193,22	2.400,46
TOTAL PASIVO	9.712,00	2.890,85	2.766,30	3.094,95	3.952,48	4.325,96
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	2.428,00	2.428,00	2.428,00	2.428,00	2.428,00	2.428,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		5.687,35	5.442,31	6.088,88	7.775,95	8.510,72
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES		-	5.687,35	11.129,66	17.218,53	24.994,48
TOTAL PATRIMONIO	2.428,00	8.115,35	13.557,66	19.646,53	27.422,48	35.933,20
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	12.140,00	11.006,20	16.323,96	22.741,48	31.374,96	40.259,16

Cuadro 38 Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos operativos	-12.140,00	11.503,14	7.380,56	8.480,32	9.191,48	9.442,20

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	20%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	45.997,70
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	12.140,00
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	75,78%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		27.846,16
VAN	POSITIVO	15.706,16
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,77
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	77,29
TASA INTERNA DE RETORNO		75%

5.7.3 Impacto

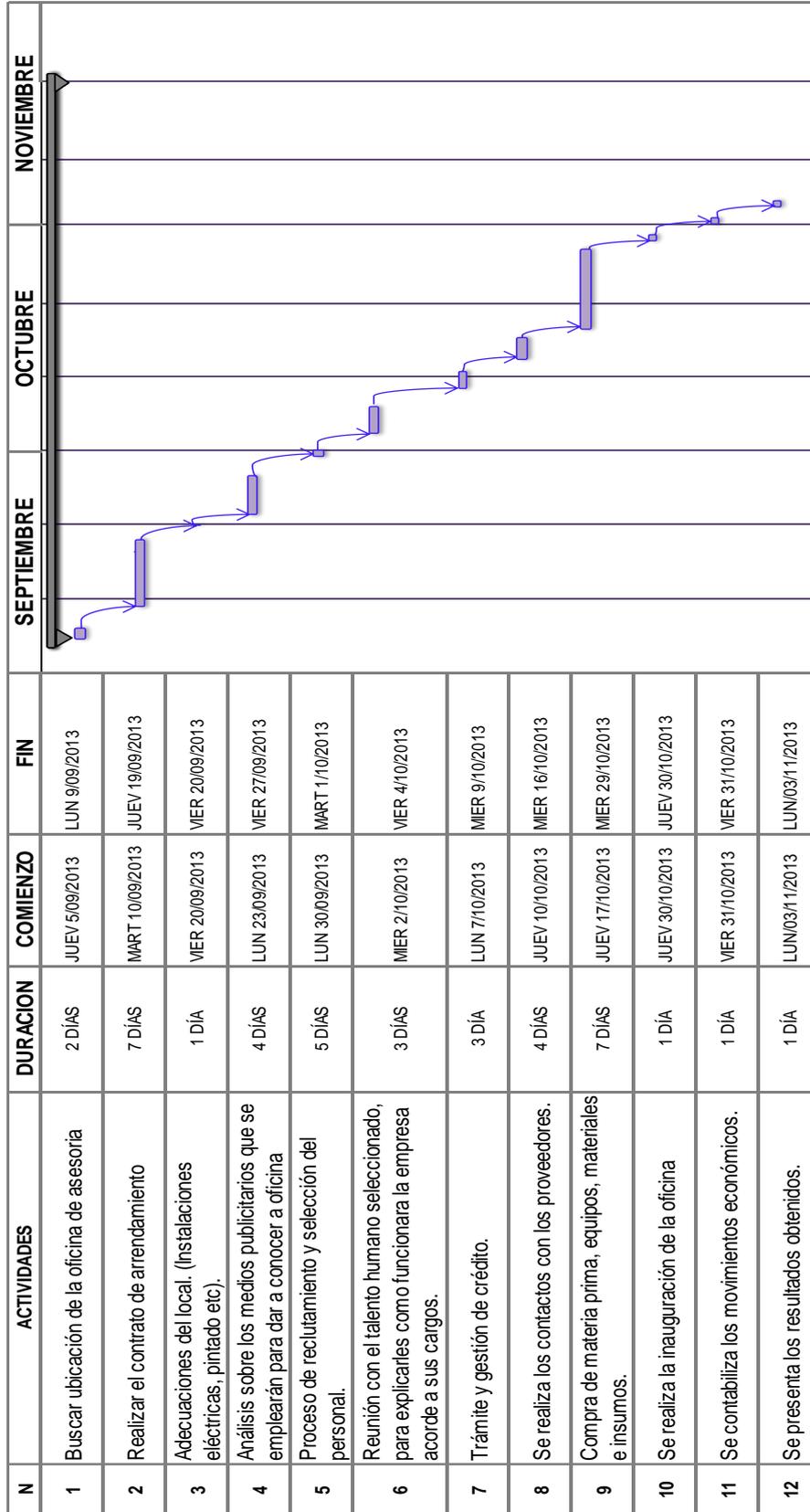
- ✓ La implementación del negocio que ofrecemos busca acaparar el mercado del Cantón Naranjito contribuyendo de forma directa a la sostenibilidad de los gestores de las empresas.

- ✓ A nivel laboral proporcionando plazas de trabajo y capacitación adecuada de la misma, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de los Naranjiteños.

- ✓ La optimización de las actividades de los gestores permitirá un posicionamiento respetable en este casco comercial.

- ✓ Luego del análisis desde el punto de vista de los propietarios en la relación costo beneficio se ven positivamente compactados, con esto asegura una inversión bien realizada.

5.7.4 Cronograma



5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

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

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Con las encuestas que se han realizado, se pudo comprobar la hipótesis sobre la Creación de una Empresa de Asesoría contable y tributaria para Microempresarios, dando como resultado un negocio rentable, tomando en cuenta que conocemos los procesos y la competencia en esta actividad, a continuación detallaremos las respectivas conclusiones.

- 1.- El actual sistema en el servicio que ofrecen las empresas dedicadas a la asesoría no satisface las necesidades de los microempresarios.
- 2.- Los microempresarios no tienen credibilidad sobre las actuales empresas asesoras asentadas en este sector empresarial.
- 3.- Los servicios de asesorías que prestan los profesionales situados en este cantón son escasos, motivo por el cual no pueden satisfacer las necesidades de los microempresarios del cantón Naranjito. Sin embargo no se cubre con las expectativas de crecimiento del cliente.
- 4.- El poco conocimiento en aspectos contables y tributarios que tienen los microempresarios en el ejercicio de sus actividades está afectando la participación y permanencia en el mercado.
- 5.- La administración contable y tributaria de las microempresas en su mayoría están a cargo de los mismos dueños, a pesar de que no están debidamente capacitados para llevar un adecuado control de sus gestiones comerciales, por ello, mantienen bajos rendimientos económicos
- 6.- El aspecto tecnológico es una herramienta importante y necesaria con la cual no cuentan estas pequeñas organizaciones, teniendo de esta manera deficiencias en el manejo de la información.

7.- La proyección financiera representada por los índices financieros demuestra una rentabilidad del 75%, que supera la tasa de mercado, lo cual demuestra que la asesoría podrá cubrir con todas las obligaciones que asume.

RECOMENDACIONES

- 1.- Ofrecer un servicio de calidad, para satisfacer las necesidades y exigencias de los microempresarios, logrando la captación de clientes que potencien la permanencia en este sector empresarial.
- 2.- Contar con un personal altamente capacitado en cada una de las áreas que cubra las expectativas de los microempresarios, logrando la credibilidad y a su vez su lealtad por parte de ellos.
- 3.- Emplear constantemente campañas publicitarias con información contable y tributaria comprensible para que el microempresario pueda incentivarse a cumplir con sus obligaciones.
- 4.- Es importante que a más de brindar una asesoría contable y tributaria de calidad, se potencie el desarrollo de estas organizaciones.
- 5.- Se recomienda que se realice continuas capacitaciones, ilustrando al administrador de los negocios, para que de esta manera se optimice las actividades internas y externas.
- 6.- Implementar un sistema informático que se ajuste a las necesidades de la microempresarios, logrando de esta manera un óptimo control operativo y a su vez altos niveles de rentabilidad.
- 7.- Se debe cumplir con los presupuestos establecidos en la parte financiera de esta propuesta, ya que de esta manera se logrará llegar con el índice de rentabilidad del negocio, como es la TIR.
- 8.- Iniciar a mediano plazo la expansión del negocio hacia otros sectores del país.

Bibliografía

ANSWERS, RESPUESTAS. (2010). *10 PASOS PARA CREAR UNA EMPRESA*.

Recuperado el 19 de Diciembre de 2012, de

<http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20060920194615AAPEvZ4>

BIGLOO. (2011). *LA MICROEMPRESA*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2012, de

<http://elsecretito.bligoo.es/que-es-una-micro-empresa#.UW97WDdESho>

BLOG EMPRENDEDOR. (2010). *COMO ORGANIZAR CORRECTAMENTE LA*

EMPRESA. Recuperado el 17 de Diciembre de 2012, de [http://www.blog-](http://www.blog-emprendedor.info/como-organizar-correctamente-su-empresa/)

[emprendedor.info/como-organizar-correctamente-su-empresa/](http://www.blog-emprendedor.info/como-organizar-correctamente-su-empresa/)

CASTRO LALA, M., & BERMEO FUENTES, M. A. (12 de Abril de 2012).

“CREACIÓN DE UNA ASESORÍA CONTABLE EN EL CANTÓN EL TRIUNFO.

Recuperado el 17 de Diciembre de 2012, de

[http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1041/1/ASESORIA%20CANTO
N%20EL%20TRIUNFO%20TESIS%20%20AVANZA.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1041/1/ASESORIA%20CANTO%20EL%20TRIUNFO%20TESIS%20%20AVANZA.pdf)

LONGENECKER G., J. (2007). *ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS.*

EDICIÓN 11.

MADRIGAL, B. (2007). *HABILIDADES DIRECTIVAS*. LIMERIN.

SAMUELSON, C. (2008). *INICIOS DE LA ORGANIZACIÓN*. Cali: Edibosco.

SIGALES, A. (2011). *LA COMPETENCIA Y EL MERCADO, LA OFERTA Y LA*

DEMANDA. Recuperado el 19 de Diciembre de 2012, de

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2005/acs/14.htm>

TRUJANO, G. (20 de Julio de 2005). *LA MICROEMPRESA EN EL CONTEXTO DE*

LA GLOBALIZACIÓN:. Recuperado el 16 de Diciembre de 2012

VENTIZKY, G. (2006). *PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y PRESUPUESTO.*

LIBRERIA S.A.

VOLPENTESTA, J. R. (2008). *ORGANIZACIONES Y ESTRUCTURAS*. BUENOS

AIRES: SUR EDITORES.

SAMUEL C, C. (2010). *Administración moderna*. España: Octava edición.

VILLALBA, Carlos. Guía de elaboración de anteproyecto y proyectos. Sur Editores, año 2009.

ZAMORA, Miguel Ángel. Temática estudiantil. Copyright, año 2010.

MONREAL, José Luís. Diccionario océano uno color. Océano Grupo Editorial S.A., año 2009.

ANEXOS

ANEXO 1 Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**Encuesta dirigida a los gestores de las microempresas situadas en el cantón
Naranjito**

1.- ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre los aspectos contables y tributarios?

MUCHO

POCO

NADA

2.- ¿Que tan importante es para usted la cultura contable y Tributaria?

MUY IMPORTANTE

IMPORTANTE

PARCIALMENTE IMPORTANTE

NO ES IMPORTANTE

3.- ¿Considera importante que el aplicar procesos contables y tributarios influye en el desarrollo de su microempresa?

TOTALMENTE DE ACUERDO

DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

EN DESACUERDO

4.- ¿Conoce empresas o profesionales que se dedican a brindar el servicio de asesoría, contable y tributaria en el cantón Naranjito?

CONOZCO MUCHOS

CONOZCO POCO

NO CONOZCO

5.-¿Ha solicitado los servicios de una empresa asesora o profesional en aspectos, contables y tributarios?

SIEMPRE

CASI SIEMPRE

NUNCA

6.-¿Cree usted que la capacitación es una herramienta necesaria para el desarrollo de su negocio?

TOTALMENTE DE ACUERDO

DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

EN DESACUERDO

7.- ¿Cada qué tiempo considera necesario realizar capacitaciones?

CADA MES

CADA TRES MESES

CADA SEIS MESES

CADA AÑO

8.- ¿Alguna vez ha sido multado por el servicio de Rentas Internas?

SIEMPRE

CASI SIEMPRE

NUNCA

9.- ¿Conoce cuáles son las multas por no cumplir con sus obligaciones tributarias?

TODAS

CASI TODAS

POCAS

NINGUNA

10.- ¿Si existiera una organización que brinde un servicio de asesoría, contable y tributaria que impulse su crecimiento microempresarial estaría de acuerdo en solicitarlo?

TOTALMENTE DE ACUERDO

DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

EN DESACUERDO

ANEXO 2 Fotografías del local



ANEXO 3 Fotografías de las encuestas

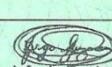
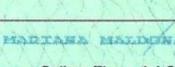






ANEXO 4 Permisos

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN NARANJITO		0029512
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA		
Fecha: 05 JUN 2012	Título de Crédito N°: 2012	N° de Control:
Denominación:	Código:	
Fecha de Emisión:	Año del Título:	Clave Catastral:
Contribuyente: CONSULTORIA ABARCA & CÁCERES S.A. 0934234567001	Avalúo Comercial/Capital en giro:	
Concepto:		Base Imponible:
<p style="text-align: center;">DETALLE RUBRO</p> <p>TASAS Y CONTRIBUCIONES TASAS GENERALES OTRAS TASAS GENERALES USO Y OCUPACION DEL SUELO URBANO Y RURAL EMISION : 05-JUN-2012 TITULO DE CREDITO : 00030 EMISION : 05-JUN-2012 IMPUESTO POR EL USO DEL SUELO AÑO 2012 - IVA S.A. - AV. 3 DE OCTUBRE Y QUITO</p>	<p style="text-align: center;">DETALLE COBRO</p> <p>Efectivo: 21 Cheque: 0 Tarjeta: 0 Papeleta: 0 Total Recibido: 0</p> <p>Deuda Total: --- Pago Realizado: --- 21 Saldo: ---</p>	
 Director Financiero	 Tesorero Municipal	 Jefe de Rentas
		 SANDRA SANCHEZ 05 JUN 2012 Sello y Firma del Cajero

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN NARANJITO		0032714
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA		
Fecha: 18 MAY 2012 Título de Crédito N°: 2012 N° de Control:		
Denominación: Código:		
Fecha de Emisión: Año del Título: Clave Catastral:		
Contribuyente: CONSULTORIA ABARCA & CÁCERES S.A. 0934234567001		Avalúo Comercial/Capital en giro:
Concepto:		Base Imponible:
<p style="text-align: center;">DETALLE RUBRO</p> <p>IMPUESTOS SOBRE LA PROPIEDAD A LOS ACTIVOS TOTALES ACTIVOS TOTALES EMISION : 18-MAY-2012 TITULO DE CREDITO : 00008 EMISION : 18-MAY-2012 ACTIVOS TOTALES AÑO 2011 - VENTA AL POR MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS (AV. 3 DE OCTUBRE Y AV. QUITO)</p>	<p style="text-align: center;">DETALLE COBRO</p> <p>Efectivo: 405,95 Cheque: 0 Tarjeta: 0 Papeleta: 0 Total Recibido: 0</p> <p>Deuda Total: --- Pago Realizado: --- 405,95 Saldo: ---</p>	
 Director Financiero	 Tesorero Municipal	 Jefe de Rentas
		 MARIANA MALDONADO 18 MAY 2012 Sello y Firma del Cajero