



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**DISEÑO DEL PROYECTO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO  
DE INGENIERIA EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA - C. P. A.**

## **TITULO DEL PROYECTO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
CONSULTORA TRIBUTARIA CONTABLE PARA PYMES EN EL CANTON  
MILAGRO**

**AUTORAS:**

**MARJORIE DIAZ PINTA**

**MARTHA EUGENIA VELEZ SANCHEZ**

**ASESOR (A):**

**AB. ELICZA ZIADET**

**MILAGRO, JULIO DEL 2012**

**ECUADOR**

## **ACEPTACIÓN DEL(A) TUTOR(A)**

Por la presente hago constar que he leído el proyecto de grado presentado por las Srtas. Marjorie Díaz Pinta y Martha Vélez Sánchez, para optar al título de Ing. En Contaduría Pública y Auditoria - CPA y que acepto asesorar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 6 días del mes de junio de 2012

Ab. Elicza Ziadet

---

Firma del asesor(a)

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

Este proyecto, podemos decir sin duda alguna que no existe investigación del tema en la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, ni en ninguna otra biblioteca de la Universidad Estatal de Milagro.

Este proyecto pretende demostrar cómo el manejo técnico y la formalización de la estructura administrativa de una consultora tributaria contable, incidirá favorablemente en los resultados de la misma. Los principios que proponemos en este proyecto están pensados para una aplicación general en PYMES que desarrollen su actividad en cualquier ámbito comercial o de servicio, con las debidas especificaciones.

Es nuestra intención colaborar por medio de este trabajo con el desarrollo de la efectividad y competitividad entre las organizaciones empresariales de nuestro medio.

---

Marjorie Díaz Pinta

CI # 091639377-0

---

Martha Vélez Sánchez

CI # 092418883-2

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

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

MEMORIA CIENTÍFICA	[ ]
DEFENSA ORAL	[ ]
TOTAL	[ ]
EQUIVALENTE	[ ]

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres; por enseñarnos que el éxito está de nuestra parte, cuando a la perseverancia, a la firmeza, a la honestidad y a la capacidad, le sumamos el entusiasmo en lo que realmente queremos alcanzar.

A nuestros compañeros y amigos que con su apoyo espiritual, consejo oportuno en el ámbito personal y asesoramiento eficaz en lo profesional y laboral, han aportado para la culminación de esta etapa de nuestra vida profesional.

**Marjorie Díaz**

**Martha Vélez**

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos agradecer a Dios, fuente de vida, por darnos las fuerzas necesarias, fé, transparencia, sabiduría, entendimiento y ciencia, para llegar al término de este proceso de formación académica.

A la Universidad Estatal de Milagro, sus autoridades, por su constante apoyo al crecimiento material y académico de la comunidad Universitaria.

A nuestros maestros, en cuyas cátedras nos impartieron sus conocimientos y valiosas experiencias, tanto académicas como profesionales; así este proyecto es resultado de la conjugación y aplicación de los mismos; al igual que nuestro desempeño en la vida profesional.

**Marjorie Díaz**  
**Martha Vélez**

## SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

**Msc.**

**Jaime Orozco Hernández**

**Rector de la Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CONSULTORA TRIBUTARIA CONTABLE PARA PYMES EN EL CANTON MILAGRO”**. y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, julio del 2012

---

Marjorie Díaz Pinta  
CI # 091639377-0

---

Martha Vélez Sánchez  
CI # 092418883-2

## **RESUMEN**

En este proyecto se realiza un completo estudio de los elementos que permitirán desarrollar una empresa de servicios integrales de consultoría tributaria y contable para PYMES. Se parte de un diagnóstico situacional para determinar la pertinencia del proyecto y sustentar técnicamente los elementos necesarios para la ejecución del mismo.

Una vez realizado el diagnóstico, un detallado estudio de la estructura organizacional del negocio que incluye el diseño de la estructura funcional del negocio, el diseño de los principales procesos de gestión del negocio, el diseño de cargos requeridos para la ejecución del proyecto, desde una perspectiva de competencias profesionales, es la base de la propuesta presentada.

Otro aspecto relevante es el análisis financiero que revela el monto de la inversión requerida y la factibilidad económica de este emprendimiento en función de la rentabilidad esperada del mismo.

Se cuenta además con una detallada propuesta de promoción y mercadeo del proyecto, estructurada desde un estudio de mercado y diseñada en función de las necesidades y requerimientos de los potenciales clientes, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Milagro y su región de influencia.

### **Palabras claves**

Consultoría, Pymes, desarrollo, sostenibilidad, administración.



## **ABSTRACT**

This project is a comprehensive study of the elements that will allow to develop a company of integral services of accounting and tax consultancy for SMEs. It is a situational diagnosis to determine the relevance of the project and technically sustain the elements necessary for the performance of the contract.

After the diagnosis, a detailed study of the organizational structure of the business that includes the design of the functional structure of the business, the design of the main processes of the business management, the design of posts required for the implementation of the project, from a perspective of professional competencies, is the basis of the proposal.

Another important aspect is the financial analysis that reveals the amount of investment required and the economic feasibility of this undertaking based on the expected profitability of the same.

There is also a detailed proposal for the promotion and marketing of the project, structured from a market study and designed according to the needs and requirements of potential customers, small and medium-sized companies in the city of miracle and its region of influence.

Key words:

consulting, SMEs, development, sustainability, management.

## INDICE GENERAL

### CAPITULO I

1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1	Problematización	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 Tema	5
1.2	OBJETIVOS	5
1.2.1	Objetivo General	5
1.2.2	Objetivos Específicos	5
1.3	JUSTIFICACION	6

### CAPITULO II

#### MARCO REFERENCIAL

2.1	MARCO TEORICO	8
2.1.1	Antecedentes Históricos	8
	Clasificación de las PYMES	10
	El mandato Aprobado por la Asamblea Constituyente	11
2.1.2	Antecedentes Referenciales	11
	Administración de Riesgo	12
	Asesoría Financiera (FAS)	13
	Auditoria	13
	Consultoría de Negocios	14
	Impuestos	15
	Fuente Tributaria Internacional	15
	Guías Fiscales y de Negocio	15
	Visión y Estrategia	16
	Responsabilidad Social Corporativa	17
	Empresas Asesoras a Nivel Nacional	18
	Importancia de la Contabilidad para la toma de decisiones	19

Herramientas Administrativas	21
Funciones y Estructura de Liderazgo	22
Capacitación	23
2.1.3 Fundamentación	24
Fundamentación Administrativa Contable	24
Características de la Pequeña Empresa	25
Introducción de la Contabilidad	27
Origen de la Contabilidad	28
Objetivos de la Contabilidad	28
Principios y Procedimientos contables	29
Guía de Supervisión para las Micro y Pequeñas Empresas	30
Herramientas Administrativas para las Micro y Pequeñas Empresas	32
Tipos de Kardex	34
Control Interno	35
Fundamentación Empresarial	38
Estructura Administrativa	40
Aspecto Tributario	42
2.2 MARCO LEGAL	45
Normas Generales	45
Requisitos Para El Funcionamiento de Una Microempresa	49
Normas Generales	
2.3 MARCO CONCEPTUAL	50
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES	54
2.4.1 Hipótesis General	54
2.4.2 Hipótesis Particulares	54
2.4.3 Declaración de Variables	55
2.4.4 Operacionalización de las Variables	56
<b>CAPITULO III</b>	
<b>MARCO METODOLOGICO</b>	58
3.1 Tipo y Diseño de la Investigación y su Perspectiva General	58
Tipo de Investigación	58
3.2 La Población y La Muestra	59
3.2.1 Características de la Población	59
3.2.2 Delimitar la Población	59
3.2.3 Tipo de la Muestra	59
3.2.4 Tamaño de la Muestra	59
3.2.5 Proceso de Selección	61

3.3	Los Métodos y las Técnicas	61
3.3.1	Métodos Teóricos y Procedimientos Lógicos	61
3.3.2	Métodos Empíricos Complementarios	62
3.3.3	Técnicas e Instrumentos	62
3.4	Procedimiento Estadístico de la Información	63
<b>CAPITULO IV</b>		
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS</b>		64
4.1	Análisis de la Situación Actual	64
4.2	Análisis Comparativo, evolución, tendencia y perspectivas	80
<b>CAPITULO II</b>		
4.3	Resultados	80
4.3.1	Cuadro 2.1. Esquema de una tarjeta Kardex	35
4.4	Verificación de Hipótesis	81
4.4.1	Cuadro 2.2. Tarjeta Kardex	35
<b>CAPITULO V</b>		
<b>PROPUESTA</b>		36
5.1	Cuadro 2.3. Clases de control interno	83
5.1.1	Cuadro 2.4. Fecha de declaración de Impuestos	44
5.2	5.1 Tema	83
5.2.1	Cuadro 2.5. Plazos para declarar y pagar impuestos	45
5.2.2	5.2 Fundamentación	83
5.3	Cuadro 2.6. Enunciado y definición conceptual de variables	56
5.3.1	5.3 Justificación	85
<b>CAPITULO IV</b>		
5.4	Objetivos	86
5.4.1	Cuadro 4.1. Total encuestados por género	65
5.4.1.1	Objetivo General de la Propuesta	86
5.4.1.2	Cuadro 4.2. Nivel de instrucción	66
5.4.2	Objetivos Específicos de la Propuesta	86
5.4.3	Cuadro 4.3. Edad	67
5.5	Ubicación	86
5.5.1	Cuadro 4.4. Actividad comercial por sectores	68
5.6	Factibilidad	87
5.6.1	Cuadro 4.5. Usted es residente	69
5.6.1.1	Factibilidad Presupuestaria	87
5.6.1.2	Cuadro 4.6. Tiempo de funcionamiento del negocio	70
5.6.1.3	Factibilidad Técnica	87
5.6.1.4	Cuadro 4.7. Cargo que ocupa en el negocio	71
5.6.1.5	Factibilidad Legal	88
5.6.1.6	Cuadro 4.8. Desarrollo socioeconómico del cantón	72
5.6.1.7	Factibilidad Administrativa	98
5.7	Cuadro 4.9. Conocimiento de los microempresarios sobre cultura tributaria	73
5.7.1	Descripción de la Propuesta	108
5.7.1.1	Cuadro 4.10. La cultura tributaria ayuda en el desarrollo del cantón	74
5.7.1.2	Actividades	120
5.7.1.3	Cuadro 4.11. Las declaraciones de impuestos quienes la realizan	75
5.7.2	Evaluación Financieras	123
5.7.2.1	Cuadro 4.12. Tipo de Impuesto que declara con frecuencia	76
5.7.2.2	Razones Financieras	129
5.7.3	Cuadro 4.13. Su negocio ha incurrido en alguna sanción	77
5.7.4	Impacto	130
5.7.4.1	Cuadro 4.14. Realiza capacitación tributaria	78
5.7.4.2	Cronograma	131
5.7.5	Cuadro 4.15. Tipo de asesoramiento que le gustaría recibir	79
5.7.6	Lineamiento Para Evaluar la Propuesta.	131
5.7.7	Cuadro 4.16. Hipótesis general	81
5.7.7.1	Conclusiones	132
5.7.8	Cuadro 4.17. Hipótesis particular	81
5.7.8.1	Recomendaciones	132
<b>CAPITULO V</b>		
Bibliografía de la Investigación		134
5.1	Cuadro 5.1. Análisis FODA	113
Lincografía de la Investigación		135
5.2	Cuadro 5.2. Análisis de la matriz FODA	114
Anexos		136
5.3	Cuadro 5.3. Marketing MIX	115

Cuadro 5.4	Paquete pymes	119
Cuadro 5.5	Muebles de oficina	123
Cuadro 5.6	Equipos de computo	123
Cuadro 5.7	Materiales de oficina	124
Cuadro 5.8	Activo fijo	124
Cuadro 5.9	Capital de trabajo	125
Cuadro 5.10	Estado de resultado proyectado	125
Cuadro 5.11	Balance general	126
Cuadro 5.12	Flujo de efectivo proyectado	127
Cuadro 5.13	Análisis de rentabilidad	128
Cuadro 5.14	Resultado	128
Cuadro 5.15	Punto de equilibrio	129
Cuadro 5.16	Análisis de liquidez	129
Cuadro 5.17	Análisis de la gestión	129
Cuadro 5.18	Cronograma	131

## ÍNDICE DE GRAFICOS

### **CAPITULO IV**

Gráfico 4.1	Total encuestados por genero	65
Gráfico 4.2	Nivel de instrucción	66
Gráfico 4.3	Edad	67
Gráfico 4.4	Actividad comercial por sectores	68
Gráfico 4.5	Usted es residente	69
Gráfico 4.6	Tiempo de funcionamiento del negocio	70
Gráfico 4.7	Cargo que ocupa en el negocio	71
Gráfico 4.8	Desarrollo socioeconómico del cantón	72
Gráfico 4.9	Conocimiento de los microempresarios sobre cultura tributaria	73
Gráfico 4.10	La cultura tributaria ayuda en el desarrollo del cantón	74
Gráfico 4.11	Las declaraciones de impuestos quienes la realizan	75
Gráfico 4.12	Tipo de Impuesto que declara con frecuencia	76
Gráfico 4.13	Su negocio ha incurrido en alguna sanción	77
Gráfico 4.14	Realiza capacitación tributaria	78
Gráfico 4.15	Tipo de asesoramiento que le gustaría recibir	79

### **CAPITULO V**

Gráfico 5.1	Ubicación del negocio	87
Gráfico 5.2	Organigrama estructural	101
Gráfico 5.3	Organigrama funcional	101
Gráfico 5.4	Análisis de mercado	108

## ÍNDICE DE FIGURAS

### **CAPITULO II**

Figura 2.1 Componentes del control interno 35

### **CAPITULO V**

Figura 5.1 Factibilidad técnica 88

Figura 5.2 Producto 116

Figura 5.3 Asesoría contable financiera 117

Figura 5.4 Publicidad 120

Figura 5.5 Actividad administrativo 121

Figura 5.6 Actividad operativo 122

## INTRODUCCIÓN

En el escenario económico actual, marcado por la crisis financiera internacional, el incremento de la competitividad y la internacionalización de los negocios que permite la competencia directa entre empresas de todo tamaño en cualquier parte del mundo; impone nuevos desafíos a quienes pretenden competir estratégicamente en este mercado global.

En la ciudad de Milagro desarrollan sus actividades grandes empresas, pero la mayor parte de la actividad comercial y de producción de bienes y servicios es desarrollada por empresas medianas y pequeñas, definidas conceptualmente como PYMES, paralelamente se refleja otra realidad y es el poco conocimiento que tienen con relación a los procesos administrativos, operativos, tributarios y contables y su influencia en los resultados de la gestión en las PYMES, Precisamente este grupo de empresarios pequeños y medianos motivan nuestra preocupación, ya que estimamos que deben recibir procesos de asesoramiento y capacitación que les permitan lograr un desarrollo sostenido, generar valor agregado en sus productos y servicios y ser competitivos de cara al nuevo escenario global que presenta el mercado actual.



# CAPITULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1. Planteamiento del problema

#### 1.1.1. Problematización.- Origen y descripción del problema

La Ciudad de Milagro es el segundo Cantón más importante de la Provincia del Guayas, solo superado por Guayaquil. La característica de esta plaza la identifican los sectores agrícolas, industriales, comerciales y de consumo.

De manera similar a otras ciudades, en Milagro desarrollan sus actividades empresas consideradas grandes, pero la mayor parte de la actividad comercial y de producción de bienes y servicios es desarrollada por empresas medianas y pequeñas, definidas conceptualmente como PYMES, paralelamente se refleja otra realidad y es el poco conocimiento que tienen con relación a las obligaciones tributarias, Precisamente este grupo de empresarios pequeños y medianos motivan esta propuesta.

Actualmente están expuestos a las consecuencias generadas por la **Gestión ineficiente de PYMES por inadecuada tributación**, lo cual esta originado por las siguientes **causas**.

- Desconocimiento del tema o preparación de los microempresarios en el manejo interno de sus actividades comerciales
  - Mala percepción
  - Falta de preparación académica o poca cultura organizacional.
  - El cumplimiento de las obligaciones tributarias lo consideran un egreso

Estas causas conllevan a los siguientes **síntomas**, un bajo índice de rentabilidad , y sostenibilidad por la ausencia o falta de control dentro de sus actividades comerciales tanto internas como externas que está afectando la economía de los microempresarios , ya que en su mayoría estos emplean una forma básica de control en la compra, distribución y venta de sus productos o servicios, dándole poca importancia a los aspectos administrativos, contables y tributarios que son necesarios para poder contar con una participación en los mercados . Como resultado de estas malas prácticas lo empresarios y comerciantes obtienen un bajo nivel de rentabilidad, lo cual hace que se conviertan en un grupo vulnerable con relación a otras organizaciones, que con el tiempo generaría crisis e inclusive peligros de extinción de los negocios.

Actualmente el SRI, realiza controles periódicos a cada negocio, para verificar el cumplimiento de la tributación, de no ser así, los locales son sancionados de acuerdo al tipo de infracción cometida, que van desde pago de multa hasta cierre temporales del negocio.

.

Estas causas generan efectos tales como;

- Lento crecimiento micro empresarial.
- Bajos rendimientos económicos.
- Control ineficiente de las gestiones de la empresa
- Incumplimiento tributario

El seguir operando bajo las causas establecidas sobre la problemática las microempresas seguirán manteniendo una limitada participación en este mercado y/o a su vez corren el riesgo de llegar a la quiebra de sus negocios incrementando así el índice de desempleo de este cantón.

Para evitar los resultados del pronóstico es de suma importancia para el desarrollo y crecimiento empresarial emplear adecuados procesos de control interno administrativo y tributario que aporten al progreso de estos comerciantes, impulsando una continua mejora e innovación que les asegure un posicionamiento,

crecimiento sostenido y sustentable en la economía contribuyendo a este sector y reduciendo el desempleo, mejorando las condiciones de vida de las personas y cubriendo sus necesidades.

### **1.1.2. Delimitación del Problema**

Este proyecto de investigación se llevara a cabo en el país Ecuador correspondiente a la región costa, específicamente en la provincia del Guayas, Cantón Milagro, el sector Empresarial al que corresponde este proyecto es la pequeña y mediana empresa comercial y de servicios.

El último censo económico realizado por INEC en el año 2010 muestra que existen en el Cantón Milagro alrededor de 2.808 establecimientos de comercio de los cuales 84 realizan actividades comerciales al por mayor y el resto son pequeñas o medianas empresas legalmente constituidas, además de 145 censadas que no tienen una base legal esto muestra que una gran parte de la PEA (84.457 personas) del Cantón están inmersa en actividades de Micro y pequeñas empresas.<sup>1</sup>

### **1.1.3. Formulación del problema**

¿Cómo incide el incumplimiento de normas tributarias por parte de los pequeños y medianos empresarios de Milagro en el desarrollo socio económico del cantón?

### **1.1.4. Sistematización del Problema**

¿Como incide el desconocimiento en temas contables, tributarios de los pequeños y medianos empresarios de Milagro en el desarrollo del cantón?

---

<sup>1</sup> Datos del Censo Económico 2010 INEC.

¿Cómo incurre la poca cultura organizacional por parte de los pequeños y medianos empresarios en la rentabilidad de sus negocios?

¿Cómo incide el escaso conocimiento de normas tributarias por parte de los pequeños y medianos empresarios en la declaración de impuestos?

#### **1.1.5. Determinación del Tema**

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa consultora tributaria dirigida a las Pymes en el Cantón Milagro.

### **1.2 OBJETIVOS**

#### **1.2.1 Objetivo General de la Investigación**

Analizar como incide el incumplimiento de normas tributarias por parte de las pequeñas y medianas empresas en Milagro, en el desarrollo socio económico a través de técnicas de investigación y contribuir con alternativas que contribuyan con el progreso del cantón.

#### **1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación**

- **Determinar** cómo incide el desconocimiento en temas contables, tributarios de los pequeños y medianos empresarios de Milagro en el desarrollo del cantón
- **Investigar** cómo incurre la poca cultura organizacional por parte de los pequeños y medianos empresarios, en los resultados de desempeño de sus negocios
- **Demostrar** cómo el escaso conocimiento de normas tributarias por parte de los pequeños y medianos empresarios, incide en la declaración de impuestos

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación toma su curso enfocándose en los pequeños y medianos empresarios del Cantón Milagro, debido a que por falta de control y conocimiento referente a los procesos administrativos, operativos y a los Sistemas Contables y Tributarios no realizan un buen control de las aplicaciones y una justa y obligatoria declaración de impuestos, para esta investigación nos basaremos en conocimientos básicos de administración tanto en el campo gerencial, económico, comercial y de recursos humanos.

Las Pymes tienen la necesidad de subsistir en esta sociedad tan competitiva, a través de ellas, el país tiene ingresos considerables según revelan los datos oficiales, por lo que se deben reducir los riesgos de pérdida en todos los aspectos, por lo que la efectividad de los procesos tributarios y contables es imprescindible.

Una razón básica para desarrollar este trabajo de investigación es la inquietud personal de conocer y aprender la problemática que envuelve a las Pymes que se desarrollan en Milagro y sus alrededores, el 90% le da poca importancia al cumplimiento de normas tributarias, el 10%, realizan sus gestiones de manera informal, establecidos en esta zona comercial los cuales no presentan un mayor desarrollo en el ejercicio de sus actividades pues la inexistencia de procesos de control interno en la operatividad de sus funciones les está causando deficiencias administrativas, operativas, contables y tributarias, siendo sujetos a problemas que ponen en riesgo la permanencia de su presencia en este sector comercial como podría ser la clausura de la microempresa por parte de entes de control gubernamental.

El propósito fundamental de este proyecto está encaminado a dar solución eficaz y oportuna a la problemática planteada, que se les presenta a la gran mayoría de micro empresarios ,a través de la correcta implementación de procesos de control internos que regulen satisfactoriamente las deficiencias administrativas y operativas de la actividad comercial, generándoles beneficios de carácter empresarial y

económico que les permita crecer a nivel organizacional, teniendo como visión principal la expansión de sus horizontes en esta zona de mercado, contribuyendo así a la generación de fuentes de trabajo y al desarrollo comercial del cantón.

Estamos seguros que los resultados servirán de aporte para quienes sientan interés por este tipo de inversión, otorgándoles en este proyecto la información que les pueda ser útil.

Consideremos que el sector informal será un enemigo primordial y por ende las Pymes deben estar muy firmes en sus procesos internos, capacitando tanto en la atención como en las herramientas que se mantenga dentro del mercado del cantón lo que ayudara a que los clientes mantengan una confiabilidad en los productos y servicios, este trabajo sería una guía para las personas interesadas en investigar y desarrollar una propuesta para evitar la Gestión ineficiente de Pymes por inadecuada tributación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEORICO**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos.**

La historia de la microempresa data fines del siglo XIX y principio del XX cuando emigrantes sobre todo proveniente de Europa. Se instalaron en nuestro país atraído por interesadas propuestas que se le ofrecieron. Algunos optaban por la agricultura, otros se inclinaban por los artesanos y otros por el comercio viéndolo como una unidad económica productiva que tiene posibilidades de auto desarrollarse, crecer y auto sostenerse.

Las pequeñas y medianas empresas son la caracterización más elocuente del tipo empresarial de **cualquier país**, sea desarrollado o subdesarrollado.

Estas suelen conceptualizarse de distintas formas, pero al final la mayoría de los autores coinciden en que es un organismo vivo y con independencia de su tamaño reúne en sí todos los aspectos de una empresa tradicional.

Su forma de manifestarse varía en función del país en que se encuentra, pero en esencia su núcleo básico es el mismo y, además, se mueve dentro del marco de ventajas y desventajas asociadas a su propio tamaño. Por ello se clasifican de diferentes formas e incluso se agrupan de acuerdo a distintos indicadores.

De hecho hoy día las políticas de los Estados se encaminan a darle un mayor valor a este tipo de empresas por lo que representan para sus respectivas economías, en particular en la generación de empleos.

Según esta clasificación, en España, el conjunto de empresas consideradas hasta pequeñas representa un 47% del total. El grupo Pequeña-Mediana Empresa supone un 43.81 % y las grandes empresas alcanzas un 8.77%.

**FUNDES** es una institución referente de las PYMES en 10 países de América Latina. Para la clasificación de estas empresas la misma ha utilizado criterios tales como empleos, ventas, ingresos, activos, etc. FUNDES presenta más de una definición. Generalmente, las definiciones cambian dependiendo si la unidad económica es manufacturera, comercial o de servicios:

- Este es el caso de **Argentina**, donde el criterio de definición es el de ventas anuales. Sin embargo, la definición difiere (bajo el mismo criterio) dependiendo si la empresa es manufacturada, comercial o de servicios.
- **Bolivia** maneja tres criterios: ventas, activos y empleos (los dos primeros contabilizados en base a salarios mínimos). Sin embargo la definición oficial es por empleos.
- **Chile** maneja dos criterios, uno por empleo y otro por manufacturación (establecidos en unidades de fomentos-UF), siendo ese último el más utilizado.
- **Colombia** maneja los parámetros de planta de personal y activos totales, según la nueva ley Mi Pyme. Para la aplicación de aquellas, micros, pequeñas y medianas empresas que presentan combinaciones de parámetros, el factor determinante es el de activos totales.
- **Costa Rica**, maneja criterios por empleos; activos, inversión en maquinarias, equipo y herramientas, y ventas anuales.
- En **El Salvador**, las autoridades gubernamentales de apoyo (la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa-CONAMYPE y el Banco Multisectorial de Inversiones, BMI), combinan el número de empleos con el valor de activos en sus definiciones de Pyme. Algunas entidades privadas de apoyo, centran su atención exclusivamente en el número de empleados.
- **Guatemala** tiene tres definiciones por empleo; una del Instituto Nacional de Estadística, otra de la Cámara de Comercio y una tercera de Promicro.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> <http://www.pronegocios.net/empresa/pequena-empresa.html> Portal de Mercadotecnia



- **México** cuenta con solo un criterio de definición (empleo). Sin embargo, la definición cambia dependiendo de si la unidad económica es manufacturera, comercial o de servicios.

### **Clasificación de las Pymes:**

Un criterio bastante utilizado para diferenciar la pequeña, medianas y grandes empresas es el número de trabajadores, criterio que varía según la estructura industrial y empresarial de cada país. En este punto suelen aceptarse internacionalmente que una empresa pequeña es la que tiene menos de 50 trabajadores, mediana la que posee menos de 500 y grande la que supera esta cifra de empleados.

En un estudio realizado sobre las industrias pequeñas y medianas por la Asociación del Sudeste Asiático (ASEAN), Brush y Hiemenz utilizaron, la siguiente definición:

1-9 empleados industrias caseras o micro empresas.

10-49 empleados industria a pequeña escala.

50-99 empleados industrias a mediana escala.

100 o más empleados industria a gran escala.

La empresa ha sido estudiada por varias ramas del conocimiento y muchos autores la han visto de diversas formas, por lo que las Pymes dentro de este entorno también han tenido formas de expresión muy particular.

Las Pymes representan un rol significativo en la mayoría de los países del mundo, y en América Latina han desempeñado un papel de vanguardia en sus respectivas economías.

La clasificación de las Pymes obedece a varios criterios, sin embargo dentro de ellos juega un papel preponderante el número de empleados.

Las Pymes poseen ventajas y desventajas, pero en la combinación de ambas se encuentra el éxito de su supervivencia sin importar en qué lugar se ubiquen.

## **El mandato aprobado por la asamblea constituyente.**

El asamblea Constituyente, mediante Mandato Constituyente numero 08 resolvió eliminar la tercerización de servicios complementarios, la intermediación laboral generalizada y la contratación por horas, por ser formas de precarizar las relaciones laborales. En el mismo mandato se estableció la posibilidad de celebrar contratos de actividades complementarias cuyo objeto exclusivo sea la realización de actividades complementarias cuyo objeto exclusivo sea la realización de actividades de vigilancia , seguridad , alimentación , mensajería y limpieza , ajenas a las labores propias o habituales del proceso productivo del usuario.

El mandato influye mucho en el sector de la presente investigación por cuanto provoca que las empresas incurran en costos operativos ya que están obligados a contratar como personal con dependencia laboral a todos los empleados que podrían desempeñar funciones bajo la modalidad de tercerizados y contrato por horas.

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales.**

Se puede señalar que hay muchas empresas que pueden prestar un servicio contable y tributario tanto dentro de Ecuador como fuera en donde hay empresas que a más de dar este servicio cuentan con más especialidades por el tamaño del sector donde se encuentran, podemos citar un sin número de empresas pero el estudio se enfocará en empresas asesoras de control contable, tributario y financiero.

Como es el caso de **DELOITTE** una empresa que tiene cobertura mundial y presta servicios como:

Hay diversos puntos clave en este proceso de ser un modelo de excelencia. En el caso de las firmas miembro de Deloitte, éste se mide de varias maneras incluyendo las oportunidades brindadas al talento humano, servicios profesionales sobresalientes que generan valor a los clientes, así como contribuciones hacia las comunidades donde viven y operan.

El enfoque de las firmas miembro de Deloitte respecto de la Responsabilidad Social se basa en reconocer en el impacto que tienen en la sociedad, a través de la asesoría y servicios profesionales. Es por ello que la búsqueda de la excelencia y mejora continua se da a través de tres caminos:

Actuar con responsabilidad: cómo operan

- Gestión de Riesgos.
- Asesoría Financiera.
- Auditoría.
- Consultoría de Negocios.
- Impuestos.

## **Administración de riesgos**

Cada riesgo es una oportunidad

Colaborar con los clientes a identificar y administrar los riesgos en todos los niveles de su organización que pudieran tener un impacto negativo en su desempeño y resultados financieros. Los expertos en Administración de Riesgos de Negocios lo asesoran en el manejo óptimo de sistemas, herramientas, entrenamiento y metodologías para la administración de riesgos en sus procesos de negocios y tecnológicos.

Los servicios incluyen:

- Gobierno Corporativo
- Auditoría Interna
- Aseguramiento de controles
- Seguridad y Privacidad

## **Asesoría Financiera (FAS)**

En la práctica de FAS se cuenta con expertos en el desarrollo de estrategias financieras que ayudan a agregar valor a los accionistas.

Las cinco áreas de especialización ayudan a empresas de distintos sectores, como el industrial, el comercial, el de servicios, bienes raíces, entre otros, a lograr sus metas mediante soluciones financieras innovadoras, a la medida de las necesidades de cada empresa.

La Firma está caracterizada por tener una fuerte presencia global, que aunada a nuestra experiencia local nos permite brindar un servicio basado en nuestros estándares internacionales acoplándolos de forma dinámica a las necesidades del mercado nacional.

El servicio es reconocido por proporcionar servicios mediante una perspectiva de objetividad, independencia y un enfoque profesional dirigido a la búsqueda constante de oportunidades pertinentes para un mayor desempeño de nuestros clientes.

## **Auditoría**

La División de Auditoría brinda una gran variedad de servicios dentro de los que destaca la auditoría, la revisión y la certificación de estados financieros; así como la ejecución de certificaciones especiales o de saldos de cuentas.

Como parte de la auditoría de estados financieros se emite una opinión y carta de gerencia en la que se incluye consejos constructivos de negocios enfocados a asuntos claves del cliente, así como recomendaciones para fortalecer su estructura de control interno. Para la ejecución del trabajo se utiliza un enfoque de auditoría de

clase mundial diseñado para entregar a los clientes un servicio con los más altos estándares de calidad y con el mejor costo-beneficio.

El seguimiento y la preocupación por ayudar a los clientes y a su gente para lograr la excelencia. Una de las estrategias consiste en utilizar herramientas de tecnología de información efectivas, como AuditSystem/2, que es un sistema integral de auditoría que apoya todas las fases del proceso de auditoría y contiene herramientas para análisis, documentación, administración, comunicación, revisión y presentación.

También contamos con el AuditCommandLanguage (ACL) que provee una capacidad rápida y flexible de interrogación de archivos para manejar cualquier información contenida en bases de datos.

El ritmo al que cambian los principios de contabilidad, tanto en los Estados Unidos de América como internacionalmente, ha alcanzado niveles sin precedentes y los nuevos estándares se vuelven cada vez más complejos. La preocupación de los analistas, inversionistas y reguladores por la calidad y la integridad de los resultados financieros reportados por las empresas nunca ha sido tan alta, y a las entidades reguladas se les solicita adoptar nuevas y complejas reglas de contabilización y revelación bajo un marco de fechas límites cada vez más exigente.

La empresa está preparada para asistir a los clientes en el análisis, interpretación y aplicación de nuevas normas de contabilidad o regulaciones de las entidades supervisoras.

## **Consultoría de Negocios**

Hoy más que nunca las empresas enfrentan los más desafiantes retos de su historia, sobre todo por encontrarse a las puertas de las oportunidades y amenazas que puede significar un Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América. Sumado a lo anterior, la difícil situación económica y política por la que atraviesa la región, reta a los líderes empresariales a producir cambios

trascendentales en su forma de hacer negocios, los cuales implican generar nuevas estrategias, modificar sus procesos de negocios y desarrollar habilidades en sus colaboradores que les permitan producir importantes ventajas competitivas, expandirse a nuevos mercados y aprovecharse de las nuevas tecnologías.

Conscientes de los cambios que enfrentan las PYMES, el diseño de la propuesta pretende para servir este mercado, sin importar su giro empresarial o su tamaño actual.

La práctica de consultoría ofrece una amplia gama de productos y servicios, ayudando a nuestros clientes a planear, crecer, estructurarse y potenciar la tecnología de sus negocios. Les aportamos profesionales con experiencia en negocios, conocimientos técnicos de avanzada y demostradas habilidades para la implementación de herramientas para convertir sus desafíos en verdaderas soluciones.

## **Impuestos**

La propuesta ofrece a los clientes una amplia variedad de servicios tributarios totalmente integrados. Nuestro enfoque combina mayor percepción e innovación desde múltiples disciplinas con el conocimiento de las empresas y la industria para ayudar a su compañía a sobresalir globalmente.

## **Fuente Tributaria Internacional**

Realiza actividades comerciales en un entorno transfronterizo? DITS le proporciona las tarifas de impuestos y los tratados tributarios para más de 65 jurisdicciones en todo el mundo, así como información comparativa sobre compañías inversionistas y políticas de precios de transferencia.

## **Guías Fiscales y de Negocios**

Las Guías proporcionan una visión general del clima de inversión, los impuestos y las condiciones de operación para la mayoría de las jurisdicciones comerciales

más importantes, mientras que la propuesta informa de las tasas de los principales impuestos y la información actualizada con las reformas gubernamentales.

## **Referencias de escritorio para los precios mundiales de transferencia**

Este informe —anteriormente conocido como la Matriz de la Estrategia Global de Precios de Transferencia— es una de las guías más completa y autorizada de este tipo, la recopilación de información básica en relación con los regímenes de precios de transferencia.

## **Visión y Estrategia**

### **Ser modelo de excelencia**

Durante la última década, las firmas miembro de Deloitte se han centrado en potenciar su crecimiento, escala y alcance global. Sin embargo, los actuales desafíos del mercado y las nuevas oportunidades existentes exigen una nueva orientación estratégica.

Nuestra visión y estrategia para la década de 2010, desarrollada en colaboración con nuestros líderes y socios de las firmas miembro alrededor del mundo, se enfoca en convertir a Deloitte en el modelo de excelencia en todos los sectores de actividad y en todos los servicios que las firmas miembro presten.

Nuestra visión se refleja en el profundo respeto que nuestros clientes y socios sienten por nosotros, y por ser:

- La firma preferida por los mejores talentos del mundo, atraídos por nuestro prestigio, cultura y diversidad
- La firma elegida por los clientes más importantes, atraídos por la amplitud y profundidad de nuestros servicios de clase mundial y en todos los segmentos del mercado

Para una organización de firmas miembro comprometidas con ofrecer valor cuantificable – y por una marca enfocada en ser modelo de excelencia – hemos

establecido medidas de éxito específicas para ayudar a evaluar nuestro desempeño colectivo.

Se necesita visión para crear indicadores de éxito y decisión para compartir los resultados. Nuestros líderes están comprometidos con ser transparentes sobre los avances en el alcance de nuestras metas globales. Sabemos que cualquier cosa es posible cuando nuestra gente en las firmas miembro lidera el camino. Nuestra firma miembro, socios y empleados están unidos en el esfuerzo de alcanzar colectivamente estas metas y ayudar a convertir una visión compartida en nueva eminencia para la marca Deloitte.

Vemos el desarrollo de esta visión y estrategia como la continuación de los sólidos procesos de planificación de negocios que existen en toda la organización. No es un evento aislado, sino que seguirá evolucionando con las futuras actividades de planificación de las firmas miembro, las funciones, las industrias, entre otras.

### **Nuestros clientes.**

Nuestra cartera de clientes se encuentra compuesta por empresas de los diversos sectores de la economía nacional, contando no sólo con clientes en etapa de surgimiento sino con entidades de gran volumen de operaciones. Esta mezcla de clientes y necesidades nos permite adaptarnos a su negocio.

## **Responsabilidad Social Corporativa**

### **Nuestra Visión**

Ser el modelo de excelencia no es la meta última: es un proceso constante. El entorno actual se caracteriza por expectativas cada vez más altas en cuanto al desempeño de las empresas. Sin embargo, aquellas organizaciones consideradas pioneras podrían convertirse en seguidoras y las innovadoras, en imitadoras si falta un compromiso de mejora c y dan servicio a sus clientes

Invertir en el talento y la diversidad del capital humano

Comprometerse con las comunidades locales e involucrarse en los retos globales



A fin de mantener la confianza y un óptimo servicio hacia nuestros clientes, la integridad y calidad son fundamentales para nuestro enfoque tanto hacia la operación del negocio como al ofrecimiento de servicios profesionales multidisciplinarios.

Cada una de las más de 182 mil personas que forman parte de la organización comparte los compromisos de Deloitte, dando como resultado la generación de una cultura de confianza en todos los países donde operamos.<sup>3</sup>

## **EMPRESAS ASESORAS A NIVEL NACIONAL.**

En el plano nacional también existen empresas asesoras en administración, contabilidad y tributación tal es el caso de.

### **CONSULEXTER**

**(CONSULTORES Y AUDITORES INDEPENDIENTES S.A.)-**

#### **Formación**

Nuestros profesionales realizan una formación continua y especializada.

#### **Calidad**

Trabajamos con Normas de Calidad, que regulan la realización y control de nuestros trabajos, así como las relaciones con los clientes.

#### **Confidencialidad**

La firma tiene establecidas medidas para asegurar la confidencialidad y sigilo de la información y datos de sus clientes.

#### **Labor de Equipo**

A pesar de que hay una atención personalizada, los casos de nuestros clientes se estudian en "grupos de trabajo", para tener así una visión más amplia y encontrar el conjunto de soluciones más adecuadas.

---

<sup>3</sup><http://www.deloitte.com>

## Servicios

Conocedores del entorno, ofrecemos soluciones personalizadas para su empresa:

- Con soluciones exclusivas y a la medida.
- Con respuesta a aquello que realmente le interesa.
- Con amplitud de servicios.
- Con Anticipación, la labor de asesorar es una función "activa", con nuestro contacto continuo, detectamos las necesidades del cliente, nos adelantamos en implantar soluciones, y así conseguimos más efectividad y resultados para su empresa.

## Asesoría fiscal.

- Planificación del Impacto Fiscal (obtención de economías y eficacia).
- Preparación y revisión de declaraciones de impuestos.
- Control fiscal periódico.
- Relaciones con las administraciones públicas.
- Asistencia a la empresa en inspecciones tributarias.
- Reclamos Tributarios
- Diagnóstico fiscal

## IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD PARA LA TOMA DE DECISIONES<sup>4</sup>

La sociedad actual, en todos sus ámbitos, se caracteriza por ser una sociedad de la información.

Como parte de este entorno, la actividad económica, y los distintos participantes de la misma, precisan de gran cantidad de datos de naturaleza económica y de otro tipo.

Toda entidad privada, desde una pequeña empresa a una multinacional, o pública, desde un ayuntamiento a la Unión Europea, necesita procesar y elaborar

información para la tomar decisiones de naturaleza económica .La información contable es vital para la sociedad en la que vivimos.

Las empresas de todo tipo: bancos, fábricas, comercios, escuelas, etc., necesitan información sobre sus bienes y deudas, así como de sus ingresos y gastos.

También las administraciones públicas, el Estado, las Comunidades Autónomas y Ayuntamientos necesitan conocer el estado de sus cuentas para decisiones tan importantes como las políticas de inversión en infraestructuras, gastos sanitarios o educativas etc.

La importancia de la microempresa en el Ecuador, se sustenta tanto en el nivel de generación de empleo y de ingresos.<sup>5</sup>

Como consultores, asumimos la responsabilidad por la calidad e integridad del asesoramiento que brindaremos comprometiéndonos con un buen resultado. Muchas de la microempresas en la actualidad no llegan a cumplir más de un año ya que no cuentan con una estructura financiera sólida.

En nuestro país el asesoramiento contable y el tributario van totalmente de la mano, ya que, gracias a los requerimientos de la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos, el Servicio de Rentas Internas y otros organismos de control, el contador o el asesor, deben acoplar la contabilidad a los requerimientos de las entidades antes mencionadas, para que futuros eventos no conlleven a gastos innecesarios como multas, sanciones, glosas y demás.

Como beneficio adicional para las empresas de una asesoría contable-tributaria, es necesario aplicar correctamente las NEC en la parte contable para que en el supuesto caso de que sea sujeto de auditoría externa, el informe auditado no vaya con salvedades, abstención de opinión, limitaciones, etc. Y en la parte tributaria, en cambio para que la conciliación tributaria y el pago de los impuestos sea el adecuado, no pagar ni más ni menos, que los gastos no deducibles sean los que

---

<sup>5</sup> [www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11434/1/Asesoramiento%20Administrativo%20y%20financiero%20MIPYMES%20\(1\).pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11434/1/Asesoramiento%20Administrativo%20y%20financiero%20MIPYMES%20(1).pdf)

afectivamente corresponden por infringir el reglamento a la ley o alguna resolución y pagar el tributo adecuadamente

Un asesoramiento micro empresarial implica un acompañamiento personalizado y permanente al empresario (a), para solucionar progresivamente los problemas de <sup>6</sup>la empresa, previo a un diagnóstico, con el objetivo de mejorar la competitividad de su empresa. Además atender los requerimientos específicos de los empresarios para desarrollar estudios técnicos para solucionar problemas coyunturales de su empresa.

Convertir a nuestro micro emprendimiento en una empresa profesional hará la diferencia, y mejorará muchísimo nuestra situación.

De más está decir, que recomendamos trabajar en un buen plan de negocios, que no sólo nos permitirá planificar a futuro, sino que nos ayudará a conseguir el capital inicial, en caso de que no contemos con dinero para empezar.

Cada vez es mayor la cantidad de personas que desean dejar sus empleos y refugiarse en la seguridad de un emprendimiento propio consolidado. <sup>7</sup>

Emprender un pequeño negocio por cuenta propia es una de las mejores decisiones que una persona puede tomar en su vida pero no es sencilla.

Es necesario conocer ciertas cosas antes de lanzarse. Miles de preguntas surgen en la mente del emprendedor en medio del proceso de creación de un negocio propio:

Para esto están los asesores de emprendedores quienes cada vez tienen mayor demanda.

## **HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS.**

### **CONTROL INTERNO**

---

<sup>6</sup> [sparcosac.com/microempresa.html](http://sparcosac.com/microempresa.html)

<sup>7</sup> [www.emprender-online.com.ar/10-ideas-de-microemprendimientos-rentables](http://www.emprender-online.com.ar/10-ideas-de-microemprendimientos-rentables)

En las micro y pequeñas empresas dedicadas a la compra venta de prendas de vestir existe deficiencia por no contar con un buen control interno ya que en su mayoría no cuentan común sistema práctico para el control, y por lo tanto da origen a la mala organización dentro de la misma, por lo que se propone lo siguiente.

## **HERRAMIENTA ADMINISTRATIVA PARA LA PEQUEÑA EMPRESA**

- **SISTEMA DE COMPUTACIÓN**

Las herramientas son útiles para el desarrollo de las empresas, por lo que es necesario que las pequeñas empresas, que cuentan con la capacidad de invertir en una computadora y por ende un programa que le facilite el control, se sugiere que hagan un esfuerzo para implementar esta alternativa para sus negocios.

## **FUNCIONES Y ESTRUCTURA DEL LIDERAZGO.**

### **IMPORTANCIA**

El liderazgo en una empresa es de suma importancia, ya que de él depende el curso que este lleve en un mundo competitivo y globalizado, debido a esto es necesario conocer cómo debe estar estructurada la organización en la pequeña empresa, así como conocer las cualidades que esta persona debe poseer para una buena administración dentro de la misma.

### **LÍNEAS DE MANDO**

Existe la necesidad que la empresa adopte un organigrama, que refleje en forma clara y sencilla como está estructurada la empresa, ya que esto contribuye a que exista orden interno y los empleados conozcan con exactitud cuáles son las funciones que se les ha asignado, el cargo que ocupa y quien es su jefe inmediato al que puede recurrir.

- **EL PROPIETARIO:**

Él es quien toma el mando de la empresa y las decisiones más importantes, así mismo es quien le da la dirección, y todo lo que encierra un negocio.

- **LOS EMPLEADOS**

Pueden ser de 1 en adelante, sus funciones son importantes dentro de un negocio de prendas de vestir, ya que unos son delegados para el área de venta, otros para el área de bodega, otros para transporte de mercadería y así cada uno realiza una o varias labores que dependen del gerente o propietario.

- **CUALIDADES PARA UN LÍDER DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.**

Las cualidades de un líder son esenciales conocerlas para mejorar la administración del negocio y lograr una dirección adecuada hacia el futuro.

Las cualidades son:

- **ADAPTABLE:** es decir que el líder o empresario debe ser adaptable o estar dispuesto a nuevos cambios o situaciones nuevas a implementar.
- **COMPETITIVO:** se refiere a la actitud de buscar ganar con la calidad.
- **ACEPTACION DE RIESGOS:** debe tener voluntad de arriesgarse.
- **SEGURIDAD:** seguro de sí mismo.
- **PERSUACION:** capaz de persuadir a los demás.
- **DISCIPLINA:** auto control de sí mismo.
- **VISIÓN:** capacidad de mantener presente los objetivos presentes y futuros.

Estas son cualidades que el propietario del negocio debe poseer para poder mejorar la administración y el control, ya que por medio de ellas, se puede hacer un auto análisis, para determinar cuáles está aplicando y cuales le está faltando,

por lo que es muy importante, no solo conocer las líneas de autoridad en un organigrama, sino también las cualidades prácticas de un líder.

## **CAPACITACIÓN.**

**IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN.**- La capacitación en la micro y pequeña empresa se ha convertido en algo necesario para la vida y existencia de un negocio, debido a que hoy en día en un sistema globalizado, competitivo, y actualizado, es muy grande la lucha que se libera en el mercado por mantenerse en un nivel estable o competitivo y con vida, es por ello que la necesidad de las capacitaciones dentro de la micro y pequeña empresa se ha determinado como algo por lo cual los propietarios o gerentes deben poner mucha atención o cuidado para su desarrollo.

En muchas micro empresas, el tema de la capacitación es algo que no se valora como lo que es y por ello se muestra la gran carencia de capacitaciones tanto para los propietarios como para el personal, y de ahí es donde se da origen a la deficiencia de los negocios como baja en las ventas, descontrol en los productos, mala utilización del dinero, compra de productos ya existentes, y todo ello encamina a una quiebra segura del negocio.

Pero hoy se encuentra la oportunidad de poder apreciar la importancia de la implementación de capacitaciones dentro de los negocios, por lo que se espera el triunfo al poner en práctica este sistema dentro de los negocios.

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Fundamentación Administrativa – Contable**

#### **Situaciones que Originan la Creación de Pequeñas Empresas:**

Existen diferentes situaciones que despiertan en muchos emprendedores el deseo y el compromiso de iniciar una *pequeña empresa*, sin embargo, las principales son las siguientes:

- La identificación de una oportunidad en el mercado (por lo regular, un nicho de mercado) en el que el emprendedor determina o supone que puede obtener ganancias al ofrecer productos y/o servicios que las grandes empresas no ofrecen.
- La tenencia de un producto o servicio que apasiona al emprendedor, al punto de querer producirlo y comercializarlo por cuenta propia.
- La realidad económica en la que las oportunidades laborales son escasas o los salarios muy bajos; por tanto, emprender una *pequeña empresa* es vista por muchos emprendedores como una solución.
- El impulso de las sugerencias de familiares o amistades para que el emprendedor establezca un nuevo negocio o empresa por cuenta propia.
- El hecho de poder trabajar en familia o de brindar trabajo a otros miembros de la familia.
- La pérdida de un empleo.
- La necesidad de tener un ingreso adicional para la familia que por lo general, induce a uno de los cónyuges a emprender una *pequeña empresa*. Por ejemplo, en los países latinoamericanos muchas mujeres inician un negocio cerca de casa o en el domicilio (como una peluquería, una librería o un restaurante) para colaborar con los gastos del hogar y con el paso del tiempo comienzan a contratar personal hasta que se constituyen en una *pequeña empresa*.
- El deseo de ser dueño del propio destino, de crecer por cuenta propia y de generar riqueza.

### ¿Qué es una Pequeña Empresa?

"La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad"



## **Características de la Pequeña Empresa:**

La pequeña empresa tiene determinadas características que la distinguen de otros tipos de empresa (micro, mediana o grande empresa).

Según Jack Fleitman, autor del libro "Negocios Exitosos", las características principales de la pequeña empresa son las siguientes:

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.
- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
- Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).
- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.
- Para complementar ésta lista de características principales, vamos a añadir las siguientes:
- El número de personal tiene un límite inferior y otro superior. Por ejemplo, en México oscila entre 11 y 50.
- En muchos casos son empresas familiares; en las cuales, a menudo la familia es parte de la fuerza laboral de la pequeña empresa. Por ejemplo, el esposo es el gerente general, la esposa la gerente comercial, el hijo mayor el jefe de

ventas, etc., y además, todos ellos participan de una u otra manera en la producción o prestación de servicios.

- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de pequeñas empresas suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.
- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la pequeña empresa, especialmente en sus inicios.
- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual, genera crecimiento económico.
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos. Contribuye a la producción nacional y a la sociedad en general, aparte de los gastos y ganancias que generan.
- Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios. Por ejemplo, peluquerías, consultorías, etc.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada que la mediana y grande empresa.
- En muchos casos, son proveedores de medianas y grandes empresas.

## **Introducción a la Contabilidad**<sup>8</sup>

La Contabilidad se define como un sistema adaptado para clasificar los hechos económicos que ocurren en un negocio. De tal manera que, se constituya en el eje central para llevar a cabo los diversos procedimientos que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico que implica el constituir una empresa determinada.

De modo que, el presente trabajo contiene una visión introductoria en torno a la reseña histórica de la contabilidad, su definición, objetivos, importancia, teneduría de

---

<sup>8</sup> CONTABILIDAD I Introducción de la Contabilidad Editorial Diana

libros, diferencia entre éste y la contabilidad y principios y procedimientos contables, entre otros aspectos relacionado con el tópico tratado.

En líneas generales se espera que, como cursantes de la Cátedra de Contabilidad, se efectúe un primer contacto con los conocimientos básicos que se requieren para el desempeño efectivo en la misma.

### **Origen de la contabilidad**

La Contabilidad se remonta desde tiempos muy antiguos, cuando el hombre se ve obligado a llevar registros y controles de sus propiedades porque su memoria no bastaba para guardar la información requerida. Se ha demostrado a través de diversos historiadores que en épocas como la egipcia o romana, se empleaban técnicas contables que se derivaban del intercambio comercial.

El inicio de la literatura contable queda circunscrito a la obra del franciscano Fray Luca Paccioli de 1494 titulado “La Summa de Arithmética, Geometría Proportioni et Proportionalitá”, en donde se considera el concepto de partida doble por primera vez.

Actualmente, dentro de lo que son los sistemas de información empresarial, la contabilidad se erige como uno de los sistemas más notables y eficaces para dar a conocer los diversos ámbitos de la información de las unidades de producción o empresas. El concepto ha evolucionado sobremanera, de forma que cada vez es mayor el grado de “especialización” de ésta disciplina dentro del entorno empresarial.

### **Objetivos de la contabilidad**

Proporcionar información a: Dueños, accionistas, bancos y gerentes, con relación a la naturaleza del valor de las cosas que el negocio deba a terceros, la cosas poseídas por el negocio. Sin embargo, su primordial objetivo es suministrar información razonada, con base en registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente privado o público. Para ello deberá realizar:

- Registros con bases en sistemas y procedimientos técnicos adaptados a la diversidad de operaciones que pueda realizar un determinado ente.
- Clasificar operaciones registradas como medio para obtener objetivos propuestos.
- Interpretar los resultados con el fin de dar información detallada y razonada.

Con relación a la información suministrada, esta deberá cumplir con un objetivo administrativo y uno financiero:

**Administrativo:** ofrecer información a los usuarios internos para suministrar y facilitar a la administración intrínseca la planificación, toma de decisiones y control de operaciones. Para ello, comprende información histórica presente y futura de cada departamento en que se subdivide la organización de la empresa.

**Financiero:** proporcionar información a usuarios externos de las operaciones realizadas por un ente, fundamentalmente en el pasado por lo que también se le denomina contabilidad histórica.

## **Principios y procedimientos contables**

### **Principios Contables:**

Los principios contables se refieren a conceptos básicos o conjuntos de proposiciones directrices a las que debe subordinarse todo desarrollo posterior. Su misión es la de establecer delimitaciones en los entes económicos, las bases de la cuantificación de las operaciones y la presentación de la información financiera.

Los principios de la contabilidad se establecieron para ser aplicados a la denominada contabilidad financiera y, por extensión, se suelen aplicar también a la contabilidad administrativa. La contabilidad administrativa se planeará de acuerdo a las necesidades o preferencia de cada empresa, la cual podrá imponer sus propias regulaciones. La contabilidad financiera deberá planearse para proporcionar información cuantitativa, comparativa y confiable a sus usuarios externos.

## **Procedimientos Contables:**

El manejo de registros constituye una fase o procedimiento de la contabilidad. El mantenimiento de los registros conforma un proceso en extremo importante, toda vez que el desarrollo eficiente de las otras actividades contable depende en alto grado, de la exactitud e integridad de los registros de la contabilidad.

De acuerdo con H.A. Finney (1982, p.13-24) expresa en su libro "Curso de Contabilidad" que los procedimientos contables son:

- Cuentas
- Débitos y créditos
- Cargos y créditos a las cuentas
- Cuentas de activos
- Cuentas de pasivo y capital
- Resumen del funcionamiento de los débitos y créditos
- Registros de las operaciones
- Cuentas por cobrar y por pagar
- El diario y el mayor
- Pases al mayor
- Determinación de los saldos de las cuentas
- La balanza de comprobación

## **Relación de la contabilidad con otras disciplinas**

La contabilidad tiene diversos libros que son indispensables para toda empresa los cuales son:

- Diario
- Inventario
- Mayor

Existen también los llamados "Libros Auxiliares" tales como, el Libro de Caja, el Diario Auxiliar de Ventas, el Diario de Cuentas Corrientes, Documentos por Pagar, Bancos, Etc.

- SUPERVISIÓN DE LAS TAREAS QUE SE REALIZAN EN EL DÍA.

Todo propietario o encargado, debe supervisar constantemente el desarrollo de las actividades de sus empleados, debido a que muchos de los problemas que afronta la micro y pequeña empresa es que no aprovecha el tiempo y muchos de sus empleados están un nivel de ociosidad, por lo que esto hace que exista un descuido en el control.

- VERIFICACIÓN DE LOS INVENTARIOS.

En esta rama, se hace necesario la verificación de los inventarios ya sea por el propietario o encargado, ya que un error en los registros da oportunidad a fuga de producto, o pérdida de dinero, por lo que se hace necesario una verificación de lo que se encuentra en registro y en lo físico. Otro de los factores por lo que se hace necesaria la verificación es por el estancamiento de producto que pueda tener cualquier negocio, ya que si no revisa bien sus inventarios al momento de adquirir producto, puede caer en el error de comprar mercadería con tallas, colores, marcas, que ya posee y no es necesario adquirir por lo que es importante la verificación de inventarios.

- ASIGNACIÓN DE TAREAS A LOS EMPLEADOS.

En la actualidad hacer las cosas a través de otras personas se considera un aspecto esencial del proceso de la gerencia. La misión de delegación de tareas está implícita en esta definición. No obstante, asombra ver que muchos gerentes o propietarios no puedan comprender que el hecho de aprender a delegar se considera solución para sus problemas de control interno. Por lo que es necesario que se tome en cuenta lo útil que es delegar responsabilidades dentro de la micro y pequeña empresa, ya que muchos están teniendo problema por querer hacer todo el trabajo interno ellos solos, por lo que se hace vital la delegación dentro de los negocios.

- VERIFICACIÓN DE LOS LIBROS DE COMPRA Y VENTA QUE ESTÉN CORRECTAMENTE Y LOS REGISTROS CONTABLES.

Para que el control sea efectivo, los propietarios, deben invertir tiempo en la verificación de los libros donde registran tanto las compras que hacen como las

ventas, con el objetivo que este se dé cuenta si su negocio le está dando resultado, así como también puedan conocer si las compras las están realizando de acuerdo a lo que necesitan, y para saber lo que necesitan se hace necesario verificar el libro venta.

Muchos toman la alternativa de contratar un contador, el cual les facilita este trabajo ya la vez, les realizan todo lo necesario a los registros contables que se necesitan dentro de las mismas.

- REALIZAR INVENTARIO, COMPARANDO LA DOCUMENTACIÓN CON LO FÍSICO.

El tiempo en que se realiza el control en los negocios, dependerá de la decisión del encargado, pero cabe mencionar que es idóneo que se estipule un periodo frecuente, ya que con ello se busca tener disponible la condición actual del negocio así como la salud del negocio, por lo que se hace necesario que este control pueda llevarse de una forma ordenada tanto en documentos, así como en lo físico, para que a la hora de realizar inventario, los datos puedan compararse y a la vez cuadrar, o detectar algún error que se esté originando internamente dentro de la misma.

Estas etapas son esenciales que sean del conocimiento de los encargados de los negocios para que logren el objetivo propuesto.

## **HERRAMIENTA ADMINISTRATIVA PARA LA MICRO Y PEQUEÑAEMPRESA UTILIZACIÓN DE INVENTARIOS.**

- INVENTARIOS.

Es muy importante tomar en cuenta esta herramienta, ya que ella le ayuda a tener un control en cuanto a producto se refiere, por lo que beneficia de una forma directa al giro de la empresa.

- UTILIZACIÓN DE TARJETA KARDEX.

Como se puede observar, una de las deficiencias que muestran pequeñas y medianas empresas es que muchas de ellas no realizan un control en sus productos, el cual da origen a que realicen compras a los proveedores de una manera ciega, sin tener un conocimiento de lo que necesitan, esto se vuelve una desventaja muy peligrosa para la existencia del negocio, ya que si el dinero que dispone para la compra de mercadería lo mal utiliza dará como resultado, mala inversión igual a mal ganancia, por lo que se estima necesario que los empresarios tomen en cuenta lo urgente e importante que es llevar control sobre sus productos. Algo que se busca eliminar con el control interno también es la fuga de productos. Muchos propietarios son testigos de este problema en sus negocios por lo que se hace necesario utilizar las herramientas administrativas para la eliminación de este defecto y así tener un buen control en sus productos.

A continuación se muestra el esquema de una tarjeta KARDEX, que busca ayudar el control interno de las microempresas.

## ESQUEMA Y UTILIZACIÓN DE UNA TARJETA KARDEX.

Cuadro 2.1

The screenshot shows a software window titled 'Movimientos de Inventario'. At the top, there is a search bar containing 'CELULAR AMIGO KIT NOKIA 3220'. Below this, a summary table displays the following data:

Código	Existencia Actual	Costo U	Costo Total	Unidad	Fec.Ult. Compra	Fec.Ult. Venta
3220	78.00	145.98	11,386.44	U	21/07/2010	21/07/2010

Below the summary table is a detailed movement table with columns for Fecha, Referencia, Cantidad, Costo, Salidas (Cantidad, Costo), and Saldos (Cantidad, Costo, Alma). The table shows several entries, with the most recent one on 21/07/2010 showing a sale of 1.00 units at a cost of 145.98.

At the bottom of the window, there is a 'Totales' section showing a total quantity of 79.00 and a total cost of 11,532.42. Below this is a form for entering details such as 'Fecha', 'Referencia', 'Tipo de Mov.' (set to 'SALIDA POR TRANSFERENCIA'), 'Almacén' (set to 'PRINCIPAL'), and 'Origen' (set to 'REQUISICION.').

At the very bottom, there is a keyboard shortcut legend:

TECLAS DE ACCESO DIRECTO	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
	Ayuda		Buscar		Primero		Siguiente		Nuevo		Modifica	
					Anterior		Ultimo		Elimina			Grabar

Fuente: <http://adsecuador.com/sistemafenix>  
 Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez



Cuadro 2.2

Tarjeta de Kardex											
Producto			Crema Dental			Proveedor			Distribuidora San Remo Ltda		
Detalle del Movimiento del Producto											
Fecha			Entradas			Salidas			Saldo		
Día	Mes	Año	Cantidad	Costo	Total	Cantidad	Costo	Total	Cantidad	Costo	Total
1	6	2008	500	2.000	1.000.000				500	2.000	1.000.000
5	6	2008				500	2.000	1.000.000	0	0	0
18	6	2008	500	2.500	750.000				300	2.500	750.000
25	6	2008				200	2.500	500.000	100	2.500	250.000

Fuente: <http://3.bp.blogspot.com>  
 Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

El kárdex o **fichero de mercancías** está formado por tarjetas que permiten controlar las cantidades y los costos de las entradas y salidas de un artículo determinado, y dar a conocer las existencias en cualquier momento sin necesidad de realizar un inventario físico.

Una tarjeta de kárdex o auxiliar de inventario de mercancías consta de las **siguientes partes**:

- **Encabezamiento:**

Fecha en que se efectúa la transacción.

Descripción del movimiento de acuerdo con el soporte.

Número del comprobante del cual se trasladan los movimientos.

**Entradas:** se registra la cantidad y el costo total de los artículos comprados y las devoluciones. Al final del periodo esta columna informa el valor total de las mercancías almacenadas durante el periodo.

- **Salidas:** se registra la cantidad y el costo de la mercancía vendida, las devoluciones en ventas. Al final del periodo esta columna informa el costo total de la mercancía vendida.
- **Saldos:** se registra la cantidad y el costo de las mercancías en existencia.
- **Costo unitario:** se registra el valor de costo por unidad de la mercancía en existencia. Al final de cada periodo, también se utiliza para liquidar el inventario final de mercancías.

- **Ubicación:** Se registra el sitio de almacenamiento de la mercancía.
- **Proveedor:** Nombre o razón social, ciudad y teléfono de la persona o empresa a quien se le compra el artículo.

## TIPOS DE KARDEX

- **Kárdex por el método PEPS o FIFO.** En entradas: se registra, igual que en el método del promedio ponderado, cantidad y costo total liquidado, según la factura de compra o la nota crédito por devolución en compras.
- **Kárdex por el método UEPS o LIFO.** En entradas: se registra de igual forma que en los métodos promedio ponderado y EPS.
- **Kárdex por promedio ponderado.** En entradas: se anota la cantidad y el costo total de la compra o de la devolución.<sup>9</sup>

### Objetivos del control interno:

1. La obtención de la información financiera oportuna, confiable y suficiente como herramienta útil para la gestión y el control.
2. Promover la obtención de la información técnica y otro tipo de información no financiera para utilizarla como elemento útil para la gestión y el control.
3. Procurar adecuadas medidas para la protección, uso y conservación de los recursos financieros, materiales, técnicos y cualquier otro recurso de propiedad de la entidad.
4. Promover la eficiencia organizacional de la entidad para el logro de sus objetivos y misión.
5. Asegurar que todas las acciones institucionales en la entidad se desarrollen en el marco de las normas constitucionales, legales y reglamentarias.

### Elementos del control interno:

Todos los elementos que componen el control interno deben gravitar alrededor de los principios de calidad e idoneidad, entre ellos se encuentran:

---

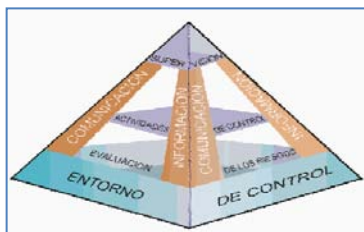
<sup>9</sup><http://www.aplicacionesempresariales.com>

Planeación, Organización, Procedimientos, Personal, Autorización, Sistema de información, Supervisión.

### Componentes del control interno<sup>10</sup>

Ambiente de control, Valoración de riesgos, Actividades de control, Información y comunicación, Monitoreo

Figura 2.1



Clases de control interno:

Cuadro 2.3

<b>CONTROL INTERNO ADMINISTRATIVO</b>	<b>CONTROL INTERNO FINANCIERO O CONTABLE</b>
<b>PASOS GENERALES</b>	<b>PASOS GENERALES</b>
Planeación	Planeación
Control	Valoración
Supervisión	Ejecución
Promoción	Monitoreo
<b>PLAN DE ORGANIZACIÓN</b>	<b>PLAN DE ORGANIZACIÓN</b>
1. Método y procedimientos relacionales	1. Método y procedimientos relacionales
1.1 Con eficiencia de operación	1.1 Protección de activos
1.2 Adhesión a políticas	1.2 Confiabilidad de los registros contables
<b>2, CONTROLES</b>	<b>2, CONTROLES</b>
2.1 Análisis estadísticos	2.1 Sistemas de autorización
2,2, Estudio de tiempos y movimientos	2.2 Sistemas de aprobación
2.3 Informes de actuación	2.3 Segregación de tareas
2.4 Programas de selección	2.4 Controles físicos
2.5Programas de adiestramiento	

<sup>10</sup>[www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no11/controlinterno.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no11/controlinterno.htm)

2.6 Programas de capacitación	
2.7 Control de calidad	
<b>3. ASEGURAN</b>	<b>3. ASEGURAN</b>
3.1 Eficiencia, Eficacia y Efectividad de operaciones	3.1 Todas las transacciones de acuerdo a la autorización específica
	3.2 Registro de transacciones
	3.3 Estados financieros con PCGA
	3.4 Acceso activos con autorización

**Fuente: Componentes del control interno**  
**Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez**

El control interno se basa en la protección a través de todos los instrumentos pertinentes, la cobertura adecuada de las posibles contingencias y la verificación de los sistemas de preservación y registro.

### **Sistema de control interno:**

El sistema de control interno es el conjunto de todos los elementos en donde lo principal son las personas, los sistemas de información, la supervisión y los procedimientos.

Este es de vital importancia, ya que promueve la eficiencia, asegura la efectividad, previene que se violen las normas y los principios contables de general aceptación. Los directivos de las organizaciones deben crear un ambiente de control, un conjunto de procedimientos de control directo y las limitaciones del control interno.

Elementos del sistema de control interno:

1. Definición de los objetivos y las metas tanto generales, como específicas, además de la formulación de los clientes operativos que sean necesarios.
2. Definición de las políticas como guías de acción y procedimientos para la ejecución de los procesos.

3. Utilizar o adoptar un sistema de organización adecuado para ejecutar los planes.
4. Delimitación precisa de la autoridad y los niveles de responsabilidad.
5. Adopción de normas para la protección y utilización racional de los recursos.
6. Dirección y administración del personal de acuerdo con un adecuado sistema de evaluación.
7. Aplicación de las recomendaciones resultantes de las evaluaciones de control interno.
8. Establecimiento de mecanismos que les permitan a las organizaciones conocer las opiniones que tienen sus usuarios o clientes sobre la gestión desarrollada.
9. Establecimiento de sistemas modernos de información que faciliten la gestión y el control.
10. Organización de métodos confiables para la evaluación de la gestión.
11. Establecimiento de programas de inducción, capacitación y actualización de directivos y demás personal.
12. Simplificación y actualización de normas y procedimientos.

En resumen el ambiente de control, el sistema contable, los controles internos, contables y administrativos.

## **ADMINISTRATIVO**

### **Fundamentación empresarial.**

#### 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 cómo 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 tiene 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:

- **Tener claro los objetivos.** El primer paso para darle una estructura a su empresa es tener bien definidas 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 qué funciones o tareas son claves para lograr los objetivos propuestos.
- **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.
- **Haga una lista con las actividades a realizar.** Una vez claros los objetivos a alcanzar y los recursos, haga una lista de las actividades o tareas de la empresa. Defina cuáles son prioritarias y cuáles dependen de otras, así como cuántas personas son necesarias para ejecutar cada actividad. Por ejemplo, si se trata de una empresa y, deberá apuntar las tareas necesarias para un buen servicio, como recepción de llamados, 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 su negocio y tener una idea al respecto.
- **Divida estas actividades en unidades.** Especifique en qué consisten, cuánto tiempo se necesita para ejecutarlas y cuáles son los objetivos de cada una, en concordancia con las metas finales de la empresa.
- **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 resultados 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.

- **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 va aumentando el número de trabajadores, tendrá que pensarse en mandos intermedios.
- **Mantenga al día la organización de la empresa.** Esté atento a los cambios. Con el tiempo, la actual organización de la empresa puede ser inadecuada por las condiciones internas o cambios externos. Renueve su empresa según sus necesidades.

Desde que se inició y se conoció la administración se sabía que era una forma de administrar recursos financieros para asíelo generar utilidades y que se mantenga en el mercado determinada empresa.

Pero a través del tiempo se ha ido evolucionado la administración con diferentes conceptos a través de ella misma.

Por ejemplo tenemos lo que es la estructura administrativa que es una forma de separar cada departamento administrativo de una empresa para que tengan mas claro sus actividades a realizar y tareas a manejar.

Y a través de esta forma de administrar determinando la estructura administrativa de una empresa se puede ver el desarrollo organizacional que puede tener determinada empresa.

## **Estructura Administrativa;**

Concepto y Definición

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

Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

Permite lograr una determinada disposición de sus recursos, facilita la realización de las actividades y coordinación de su funcionamiento. De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleve a la obtención de objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

"La estructura organizacional puede definirse como el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de las mismas".

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de toda la organización.

### **Eficacia y eficiencia en la estructura administrativa**

A través del diseño de la estructura de la organización se busca el logro de un adecuado grado de eficacia y eficiencia. La estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, en el que las actividades que desarrollan sus miembros contribuyen al logro de los objetivos. Una



estructura es eficiente si permite esa consecución con el mínimo de costo o evitando consecuencias imprevistas para la organización.

## **Lo formal y lo informal en la estructura organizacional**

La estructura organizacional presenta dos aspectos:

- **Lo formal.** Se puede identificar con los elementos visibles, susceptibles de ser representados, modelados con el uso de diversas técnicas, que se verán más adelante, como organigramas, manuales, procedimientos, documentación de sistemas, etc.
- **Lo informal.** Se puede identificar con lo que no se ve, lo no escrito, lo que no está representado en los modelos formales; entran aquí las relaciones de poder, los intereses grupales, las alianzas interpersonales, las imágenes, el lenguaje, los símbolos, la historia, las ceremonias, los mitos y todos los atributos conectados con la cultura de la organización, que generalmente más importa para entender la vida organizacional<sup>11</sup>

## **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 respuesta 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 servicios es más rápido y la división sería: servicios al consumidor, ventas de servicios, y nuevamente controlar los resultados.

---

<sup>11</sup><http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r70757.DOC>

## **ASPECTO TRIBUTARIO**

### **RIGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE<sup>12</sup>**

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo:

- Dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica.
- Descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

## **PERSONAS NATURALES**

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

---

<sup>12</sup>Servicio de Rentas Internas

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

A continuación detallamos las fechas en que deben declarar los impuestos según su número de cedula.

**Cuadro 2.4**

NOVENO DIGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

Fuente: Guía del Servicio de Rentas Internas  
 Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario.

## **SOCIEDADES**

Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.

Las Sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Los plazos para presentar estas declaraciones se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

Cuadro 2.5

PLAZOS PARA DECLARAR Y PAGAR IMPUESTOS					
NOVENO DIGITO DEL RUC	IMPUESTO A LA RENTA	ANTICIPO IMPUESTO A LA RENTA		ICE Y RETENCIONES EN LA FUENTE	IVA MENSUAL
		PRIMERA CUOTA	SEGUNDA CUOTA		
	FORMULARIO 101	FORMULARIO 106		FORMULARIO 105 y 103	FORMULARIO 104
1	10 de abril	10 de julio	10 de septiembre	10 del mes siguiente	10 del mes siguiente
2	12 de abril	12 de julio	12 de septiembre	12 del mes siguiente	12 del mes siguiente
3	14 de abril	14 de julio	14 de septiembre	14 del mes siguiente	14 del mes siguiente
4	16 de abril	16 de julio	16 de septiembre	16 del mes siguiente	16 del mes siguiente
5	18 de abril	18 de julio	18 de septiembre	18 del mes siguiente	18 del mes siguiente
6	20 de abril	20 de julio	20 de septiembre	20 del mes siguiente	20 del mes siguiente
7	22 de abril	22 de julio	22 de septiembre	22 del mes siguiente	22 del mes siguiente
8	24 de abril	24 de julio	24 de septiembre	24 del mes siguiente	24 del mes siguiente
9	26 de abril	26 de julio	26 de septiembre	26 del mes siguiente	26 del mes siguiente
0	28 de abril	28 de julio	28 de septiembre	28 del mes siguiente	28 del mes siguiente

Fuente: Guía del Servicio de Rentas Internas  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario.

## 2.2 MARCO LEGAL.

### “RÉGIMEN 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 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 el monto 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 MICROEMPRESARIAL.-** 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 microempresa, 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 Centro de Acopio Provinciales y Regionales para desarrollar la comercialización de los productos micro empresariales del campo y la ciudad.

## **DE LA ORGANIZACION MICROEMPRESARIAL**

**Art. 12.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.-** El sector micro empresarial tendrá la siguiente estructura organizacional:

- a) La Federación de Cámaras de la Microempresa;
- 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 microempresa 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 otras 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.

## **DE LOS ORGANISMOS DE CONTROL**

**Art. 19.- LA SECRETARIA EJECUTIVA DE LA MICROEMPRESA.-** Mediante la presente ley se conforma la Secretaría 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 las Universidades e Institutos de Educación Superior que tengan Programas de estudio Micro empresariales.

**Art. 20.- FUNCIÓN DE LA SECRETARIA EJECUTIVA DE LA MICROEMPRESA.-** La principal función de la Secretaría 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 del control del microcrédito, 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."

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

Los requisitos para inscribir una microempresa 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 patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial.

### **TIEMPO**

De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

## **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 el inspector delegado del cuerpo de bomberos
4. El delegado procede a hacer la entrega del certificado de funcionamiento que tiene un valor aproximado de \$17,00 dependiendo de la ubicación y el tipo de negocio <sup>13</sup>

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL.**

**Administración.-** Consiste básicamente en elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización. Después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros

---

<sup>13</sup> Información obtenida al junio del 2012 en cuerpo de bomberos de Milagro

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

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

**Competencia.**-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.**-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.

**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.

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

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

**Demanda de la empresa.**-Es la participación de la empresa en la demanda del mercado y que dependerá de la forma como sean percibidos sus productos, servicios, precios, comunicaciones y distribución, en comparación con la oferta de la competencia.

**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 definido, bajo un programa de mercadeo definido.

**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.

**Equipo de administración.**-Gerentes y otro personal clave que le da a una empresa su dirección general.

**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.

**Exigencia.**-Son deseos respaldados por el poder adquisitivo.

**Marketing.**-Es un proceso interno de una empresa donde realiza actividades mercantiles con el propósito de satisfacer la demanda de un bien o servicio de los consumidores potenciales en un tiempo determinado.

**Mercadeo.**-Es una serie de actividades que realizan personas, empresas u organizaciones para realizar el intercambio de mercancías en mercados específicos.

**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.

**Negocios de estilo de vida.**-Negocio que se acomoda bien con el estilo de vida del propietario, y lo satisface porque refleja los intereses del propietario

**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.

**Producto.**-Es todo aquello que puede ofrecerse para satisfacer una necesidad o un deseo.

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

**Retribución:** Corresponder al favor u obsequio que uno acoge

**Salarios:** La remuneración sea cual fuere su denominación o método de cálculo que pueda evaluarse en efectivo, debida por un empleador a un trabajador en virtud de los servicios u obras que este haya efectuado o debe efectuar, de acuerdo con lo estipulado en el Contrato de Trabajo.

**Sanciones:** se denomina sanción a la consecuencia o efecto de una conducta que constituye infracción de una norma jurídica (ley o reglamento). Dependiendo del tipo de norma incumplido violada, puede haber sanciones penales o penas; sanciones civiles y sanciones administrativas.

**Sustenta torios:** Defender o mantener determinada opinión

**Supremacía:** Superioridad, preeminencia.

**S.R.I.** Servicio de Rentas Internas

**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.

**Transitorio:** Que dura un tiempo determinado y no es para siempre.

**Tributación:** Se refiere al conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, sus propiedades, mercancías, o servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, sanidad, vivienda, entre otros.

**Universalidad:** Que se comprende o se extiende a todo

**Variables:** una variable es un símbolo que representa un elemento no especificado de un conjunto dado. Este conjunto es denominado conjunto universal de la variable o universo de la variable, y cada elemento del conjunto es un valor de la variable.

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.**

### **2.4.1 Hipótesis General**

El incumplimiento de normas tributarias por parte de los pequeños y medianos empresarios de Milagro, incide en el desarrollo socio económico del cantón.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

- El conocimiento de temas tributarios por parte de los pequeños y medianos empresarios de Milagro incide en la recaudación de impuestos.

- El conocimiento en tema contable tributario por parte de los pequeños y medianos empresarios incide en el desarrollo del cantón.
- La cultura tributaria de los pequeños y medianos empresarios incide en la rentabilidad de los negocios en el cantón

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

#### **Variable Independiente de la hipótesis particular**

Cultura Tributaria

#### **Variable Dependiente de la hipótesis general**

Desarrollo económico

#### **Variables de las hipótesis particulares**

El desconocimiento de Normas Tributarias por parte de los pequeños y medianos empresarios del Cantón Milagro incide en la recaudación de impuestos.

#### **Variable Independiente de la hipótesis particular**

Normas Tributarias

#### **Variable Dependiente de la hipótesis particular**

Recaudación de impuestos

#### **Variables de las hipótesis particulares**

1. El escaso control tributario a los pequeños y medianos empresarios de Milagro, afecta en las mejoras del Cantón.

#### **Variable Independiente de Hipótesis Particular**

Control Tributario

#### **Variable Dependiente de Hipótesis Particular**

Desenvolvimiento del cantón

2. El ejercer la Actividad comercial incumpliendo parámetros contables y tributarios, incurre en los pequeños y medianos empresarios de Milagro.

### Variable Independiente de Hipótesis Particular

Actividad comercial

### Variable Dependiente de Hipótesis Particular

Parámetros contables

## 2.4.4 Operacionalización de las Variables

**Cuadro 2.6. Enunciación y definición conceptual de variables**

VARIABLES	TIPO	CONCEPTO	INDICADOR
<b>Cultura tributaria</b>	<b>Independiente</b>	La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones.	-Facturas -Declaración de impuestos -Puntualidad de pagos
<b>Desarrollo económico</b>	<b>Dependiente</b>	Se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.	-Calidad -Rentabilidad -Pago del fisco -Infraestructura
<b>Normas tributarias</b>	<b>Independiente</b>	Es una rama del Derecho público, dentro del Derecho financiero, que estudia las normas jurídicas a través de las cuales el Estado ejerce su poder tributario con el propósito de obtener de los particulares ingresos que sirvan para sufragar el gasto público en áreas de la consecución del bien común.	-Sanciones -Multas -Clausuras
<b>Recaudación de impuestos</b>	<b>Dependiente</b>	Los impuestos en la mayoría de legislaciones surgen exclusivamente por la "potestad tributaria del Estado".	-Obligaciones -Incentivos -Sanciones



<b>Control tributario</b>	<b>Independiente</b>	Sanciones impuestas para cumplir con las obligaciones tributarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clausura</li> <li>- Sanciones</li> <li>- Demandas</li> </ul>
<b>Desarrollo del cantón</b>	<b>Dependiente</b>	Proceso de mejoramiento y de progreso de un pueblo, ciudad o lugar determinado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura</li> <li>- Oportunidades</li> </ul>
<b>Actividad comercial</b>	<b>Independiente</b>	Es la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventas</li> <li>- Turismo</li> <li>- Servicios</li> </ul>
<b>Parámetros contables</b>	<b>Dependiente</b>	En esta pantalla se define el modo de actuación del programa en todo lo relacionado con la contabilización y las cuentas contables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet</li> <li>- Sri</li> <li>- Formularios</li> </ul>

**Fuente: Estudio de mercado**  
**Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez**

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.**

El diseño de investigación es de campo debido a que se ha obtenido información directa de un grupo objetivo; también corresponde a una investigación bibliográfica que se ha basado en obtener información ya establecida que ha permitido fundamentar el marco teórico y posteriormente determinar los componentes que forman parte de la propuesta.

El proyecto se considera factible porque se ha logrado establecer información que permite concluir que realmente existe una necesidad en el sector micro empresarial, punto a favor para poner en marcha el proyecto propuesto (Procesos de control contable, tributario y financiero de la microempresas del Cantón Milagro)

#### **Tipo de la Investigación**

La fuente principal en la investigación que se propone realizar es de tipo no experimental porque no se verán afectadas las variables dependientes e independientes, en consecuencia tendrá una aplicación transversal, empleando técnicas como la encuesta, la misma que vamos a aplicar a un grupo objetivo que permitirá conocer sus necesidades con respecto a su actividad comercial.

La presente investigación también es de tipo descriptiva y explicativa debido a que se realiza un análisis extremado de cada uno de los factores o variables que se ha

investigado y posteriormente se explica a través de un análisis la incidencia de cada uno de ellos, en la factibilidad del proyecto propuesto.

El tipo de investigación al mismo tiempo se caracteriza por ser **exploratoria** y diagnóstico obviamente porque al efectuar la labor de campo se trabajó en un estudio meticuloso del mercado, diagnosticando la posibilidad de éxito y además verificando las hipótesis planteada (comprobación de hipótesis). Todo lo que se ha mencionado permite concluir con la factibilidad del proyecto.

### **3.1 LA POBLACION Y LA MUESTRA**

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

Los sujetos que van a ser medidos serán los pequeños y medianos empresarios del Cantón Milagro los cuales forman parte de la cámara de comercio, asociaciones gremiales de la ciudad.

#### **3.2.2 Delimitar la población.**

Tomando en cuenta la formulación del problema delimitaremos a la población como finita, Para la cual se realizara una encuesta en el sector comercial del Cantón Milagro en un tiempo de noventa y seis horas.

#### **3.2.3 Tipo de la muestra.**

La muestra es de tipo **no probabilística**, en la cual se tomara como población un número aproximado de microempresarios y así establecer la cantidad de encuestas que se realizaran.

#### **3.2.4 Tamaño de la muestra.**

Para obtener la muestra se hace necesario aplicar la formula estadística del modelo no probabilística, porque este nos permite analizar de acuerdo a nuestro

criterio de investigación con un margen de error del 5%, siendo la siguiente su fórmula:

**n** = Tamaño de la muestra

**N**= Tamaño de la población

**E**= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

Reemplazando se tiene:

Para calcular la muestra se toma como universo la información obtenida del Censo Económico del año 2010 levantado por el INEC. En el cual se señala que existen alrededor de 2.808 establecimientos de comercio de los cuales 84 realizan actividades al por mayor y el resto son PyMES por lo tanto el tamaño del universo de estudio es de 2.724 establecimientos que se dedican a actividades comerciales a los cuales se les aplicara el instrumento investigativo conocido con el nombre de Encuesta.

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

$$n = \frac{2.724(0.5)(0.5)}{\frac{(2.724 - 1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{681}{\frac{2.723(0.0025)}{3.84} + 0.25}$$

$$n = \frac{681}{\frac{6.8075}{3.84} + 0.25}$$

$$n = \frac{681}{2.0227}$$

**n = 336.66**

**n = 337**

### **3.2.5 Proceso de selección.**

El proceso de selección que se utilizara en la investigación será N, muestra poblacional tomada del universo (n.- de microempresas) de las microempresas del cantón. La muestra de tipo no probabilística, se llevara a cabo el siguiente procedimiento:

**Muestra de sujetos voluntarios.-** El grupo de sujetos que intervendrán en el proceso de en cuestionamiento lo harán libre y voluntariamente según su criterio, donde también expresaran sus necesidades y expectativas, referente a la problemática planteada.

## **3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS**

Los métodos e instrumentos que aplicaremos en el estudio de la problemática planteada son los siguientes.

### **3.3.1 Métodos teóricos o procedimientos lógicos**

**Método de Observación,** éste método nos permitirá obtener información primaria de los comerciantes informales la misma que servirá para comprobar los planteamientos formulados en el trabajo, lo que nos permite percibir deliberadamente ciertos rasgos existentes del comercio formal, sus necesidades exigencias y expectativas.

**Método Síntesis,** método que procede de lo simple a lo compuesto, de las partes al todo, de la causa encontrada en la problematización a los efectos, del principio a las consecuencias; en si es la reunión racional de los elementos dispersos en la

investigación para estudiarlos en su totalidad así como en sus suposiciones globales las consecuencias universales.

**Método Inductivo:** Este se empleará para conocer las opiniones de los posibles clientes, se empezará con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables.

**Método Deductivo:** Aquí se analizará las causas por las cuales existe deficiencia en los procesos de control internos de estos microempresarios situados en este sector comercial del Cantón Milagro.

**Método Estadístico:** Por medio de este método se recopilará la información, se tabulará y procederá posteriormente a un análisis.

### **3.3.2 Métodos empíricos complementarios**

Entre los métodos que se aplicarán en la investigación serán los siguientes:

Método de Observación, ya que permitirá un análisis detallado de las gestiones que se realizan en las PyMES estudiadas.

Método Deductivo, porque se revisará y analizará la información previa y las dificultades que se presentan en el consumidor para así obtener una respuesta a su demanda.

Método de la Síntesis, con este procedimiento se registran los orígenes de una actividad ineficiente en el control de sus gestiones, y las causas que están generando.

Método Estadístico, por medio del cual se tabulará la información obtenida en base a la aplicación de los instrumentos de la muestra.

### **3.3.3 Técnicas e Instrumentos**

Para la investigación, las técnica que se dispone es la Encuesta y el instrumento es el Cuestionario que se diseñara de forma licotómica, además identificaran el nivel de aceptación de las PYMES con respecto a la asesoría integral, ejerciendo una operabilidad más eficaz, a través del cual se puede determinar sus puntos de vista, sus expectativas y necesidades.

### **3.4 PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION**

El procesamiento estadístico de la información se la realizará a través de la recolección de datos obtenidos en la encuesta, donde se realizara el proceso de tabulación para en lo posterior graficar porcentualmente las respuestas que dieran los encuestados.

La técnica que se utilizará en la investigación es la encuesta.

Para el proceso de la encuesta se ha utilizado como instrumento el cuestionario, el cual está conformado por 12 preguntas.

Se realizaran visitas a las microempresas con el fin de levantar información que ayude a satisfacer las preguntas, y su vez esclarecer cada una de las hipótesis planteadas en el transcurso de la Investigación.

Se tratara de esclarecer cada una de la variables planteadas en el capítulo llegando a saber si que la Investigación realizada tiene una aceptación favorable.

La encuesta se realizara de una forma muy detallada que al momento de realizar cada pregunta los microempresarios tengan idea del tema.

## **CAPITULO IV**

### **ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

#### **4.1 Análisis de la situación actual**

La información se presenta de forma organizada, los datos obtenidos de la muestra para la realización de la encuesta se llevó a cabo a la población comercial del Cantón Milagro sustentados en el catastro municipal del 2012, información de la cámara de comercio e información del CENSO económico 2010 realizado por el INEC.

Para esta encuesta se elaboró un cuestionario de 12 preguntas que fueron estructurados mediante la técnica de las preguntas cerradas

Una vez elaborado el test se aplicó a 337 microempresarios legalmente establecidos en el cantón Milagro de la Provincia del Guayas, que es la muestra que se consideró para la investigación

Los resultados que muestra la información fue muy variado, fueron estructuradas las preguntas con el objetivo de ver qué porcentaje de aceptación tendría el proyecto a realizarse.



Finalmente se hace referencia a las respuestas de las preguntas directrices que se formularon en el marco teórico de la tesis, mediante los resultados en la investigación.

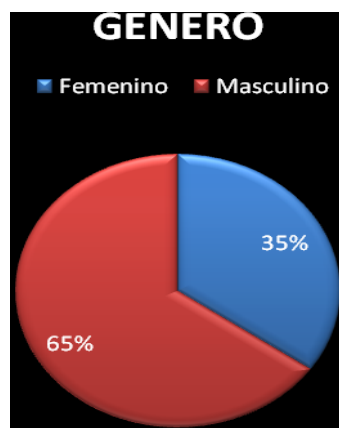
**Pregunta #1**

**Cuadro# 4.1. TOTAL DE ENCUESTADOS POR GÉNERO**

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Femenino</b>	117	35%
<b>Masculino</b>	220	65%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
 Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Grafico # 4.1. TOTAL DE ENCUESTADOS POR GÉNERO**



Fuente: Estudio de mercado  
 Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION.

Según los datos de la encuesta existe un porcentaje mayor de hombres dedicados a la administración de PyMES que el de mujeres, esto tal vez se deba a que una parte importante del comercio tiene que ver con la agricultura, la variación es de un 53 % de diferencia

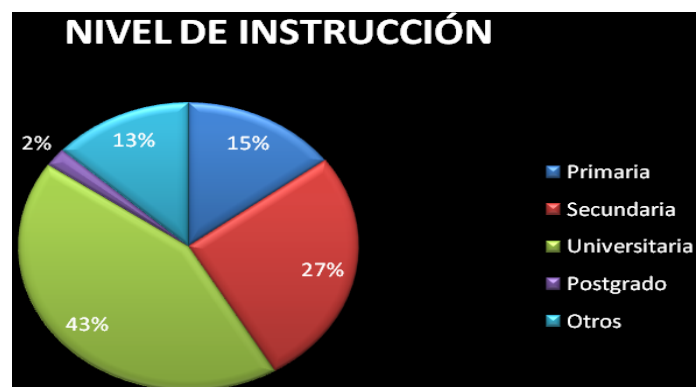
### Pregunta #2

**Cuadro# 4.2. NIVEL DE INSTRUCCION**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	50	15%
Secundaria	90	27%
Universitaria	145	43%
Postgrado	7	2%
Otros	45	13%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.2. NIVEL DE INSTRUCCION**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

Gracias a los datos obtenidos se puede establecer que un porcentaje importante tiene instrucción superior (43%) esto favorece a la propuesta ya que con un nivel cultural alto los futuros clientes están más dispuestos a aceptar nuevas ideas que mejoren sus expectativas económicas.

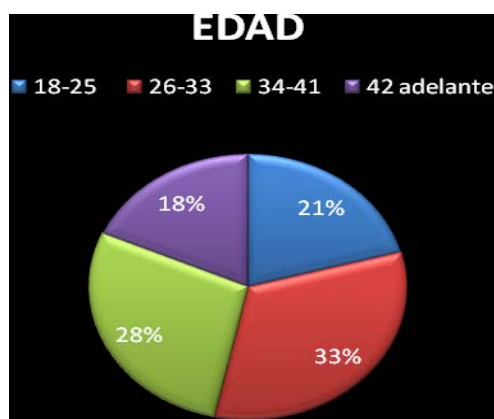
### Pregunta #3

Cuadro# 4.3. EDAD

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
18-25	70	21%
26-33	110	33%
34-41	95	28%
42 adelante	62	18%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

Gráfico # 4.3 EDAD



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

En la consulta se obtiene que de un total de 337 negocios, 70 negocios su administrador se encuentra en una edad de 18 a 25 años, 110 tienen entre 26 y 33 años, 95 se encuentran entre los 34 a 41 años y 62 de ellos tienen una edad mayor a 42 años. La que la mayoría de negocios los propietarios se encuentran en una edad de 26 a 33 años

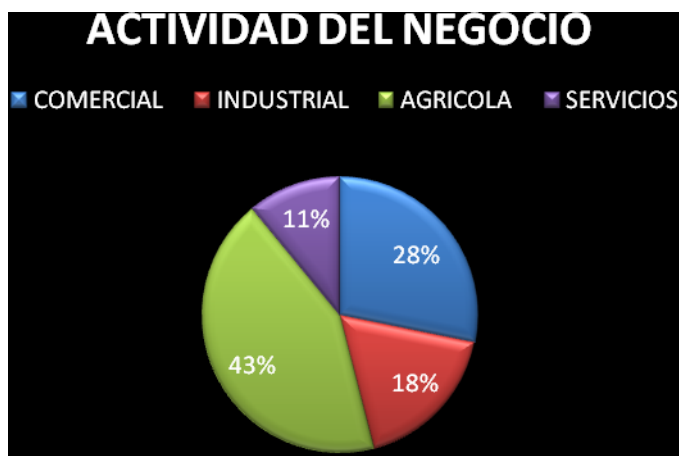
### Pregunta #4

**Cuadro# 4.4 ACTIVIDAD COMERCIAL POR SECTORES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMERCIAL	95	28%
INDUSTRIAL	60	18%
AGRICOLA	145	43%
SERVICIOS	37	11%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico #4.4 ACTIVIDAD COMERCIAL POR SECTORES**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

De la muestra encuestada se puede concluir que un sector muy importante se dedica al comercio de productos agrícolas, este sector necesita ayuda en el área de inversión y distribución una opción que podríamos explotar para el desarrollo de las asesorías que realiza la empresa.

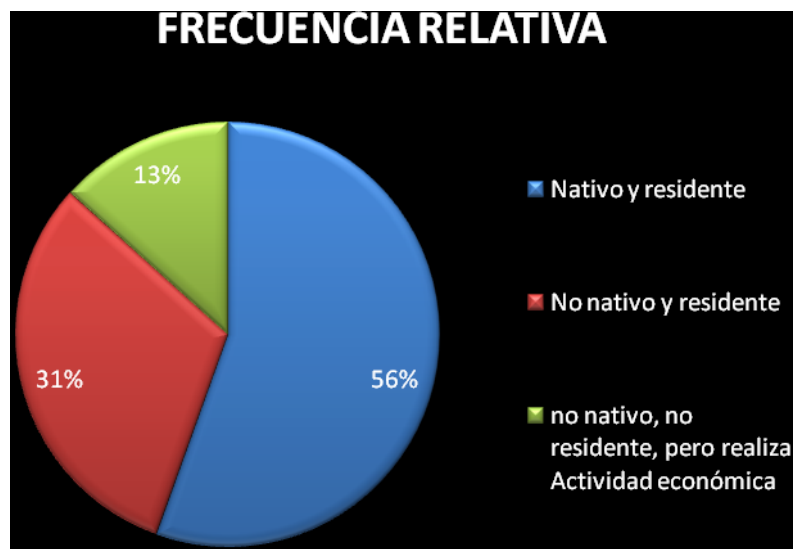
### Pregunta #5

**Cuadro#4.5 USTED ES.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<b>Nativo y residente</b>	187	56%
<b>No nativo y residente</b>	105	31%
<b>no nativo, no residente, pero realiza Actividad económica</b>	45	13%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.5. USTED ES.**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

En la pregunta de un total de 337 negocios, 56% de negocios su administrador es nativo y residente del cantón, 31% no son nativos pero ya residen en el cantón y 13% no nacieron ni viven en el cantón solo tienen su negocio. Observamos que la mayoría de negocios los propietarios son nativos y residentes del cantón o han llegado de otro lado pero residen ahí.

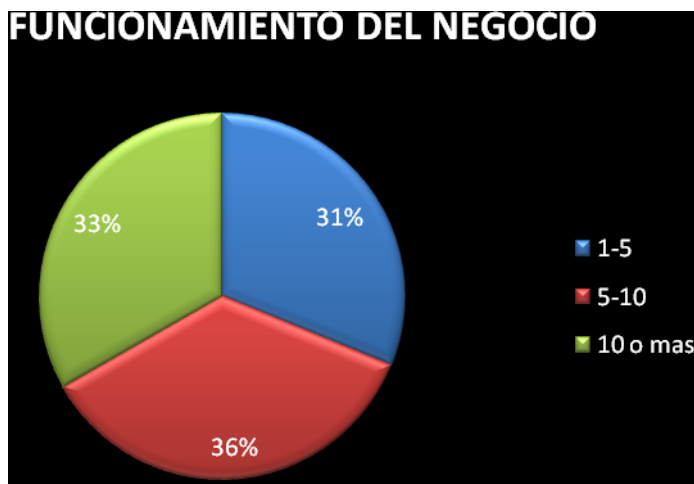
### Pregunta # 6

**Cuadro#4.6 ¿Qué tiempo tiene en funcionamiento el negocio?**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
1-5	105	31%
5-10	120	36%
10 o mas	112	33%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.6. ¿Qué tiempo tiene en funcionamiento el negocio?**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

De acuerdo a la encuesta realizada a los 337 negocios las micro empresas están ya en funcionamiento entre 5 a 10 años un 36% de las existentes en el mercado.

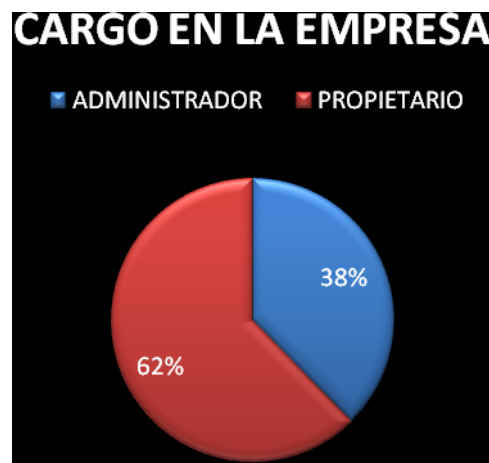
### Pregunta # 7

**Cuadro#4.7 CARGO DENTRO DE LA EMPRESA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ADMINISTRADOR	127	38%
PROPIETARIO	210	62%
TOTAL	337	100%

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.7 CARGO DENTRO DE LA EMPRESA**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

Un porcentaje importante de los encuestados son propietarios de la empresa esto se debe a que en su mayoría, los negocios son familiares, PyMES que surgen del emprendimiento de las personas y la necesidad de tener su propio negocio y administrados por sus dueños, por lo cual muchos no tienen conocimientos técnicos al momento de tomar decisiones

### Pregunta # 8

**Cuadro#4.8 ¿CÓMO CALIFICARIA USTED EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL CANTÓN MILAGRO EN ESTOS ULTIMOS 5 AÑOS?**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Lo mismo	70	17%
Lento desarrollo	136	34%
Mucho desarrollo	201	49%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.8 ¿CÓMO CALIFICARIA USTED EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL CANTÓN MILAGRO EN ESTOS ULTIMOS 5 AÑOS?**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez



## INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede indicar que los pequeños y medianos empresarios consideran en un 49% que visualizan mucho el desarrollo socioeconómico del cantón Milagro en los últimos 5 años

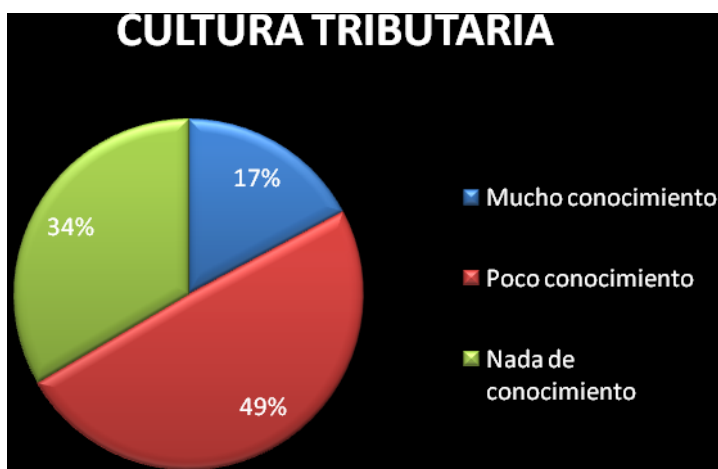
### Pregunta # 9

**Cuadro#4.9 CONSIDERA USTED QUE LOS MICROEMRESARIOS DEL CANTON MILAGRO CON RESPECTO A LA CULTURA TRIBUTARIA TIENEN:**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Mucho conocimiento	70	17%
Poco conocimiento	201	49%
Nada de conocimiento	136	34%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.9 CONSIDERA USTED QUE LOS MICROEMRESARIOS DEL CANTON MILAGRO CON RESPECTO A LA CULTURA TRIBUTARIA TIENEN:**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la encuesta realizada a los pequeños y medianos empresarios referente a lo que considera con respecto a la Cultura Tributaria un 49% tiene poco conocimiento sobre el tema tributario para mejorar sus negocios y lanzarse al nuevos mercados, con mejores expectativas económicas, contables, tributarais y crediticias.

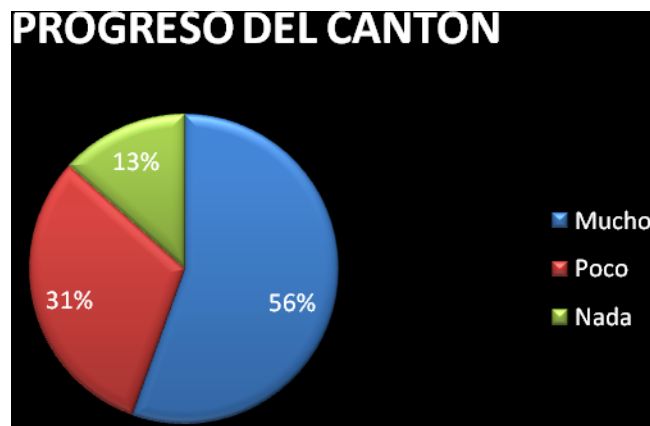
### Pregunta # 10

#### **Cuadro#4.10 CONSIDERA USTED QUE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LOS MICROEMPRESARIOS DEL CANTON MILAGRO, AYUDA EN EL PROGRESO DEL MISMO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
<b>Mucho</b>	187	56%
<b>Poco</b>	105	31%
<b>Nada</b>	45	13%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

#### **Gráfico # 4.10 CONSIDERA USTED QUE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LOS MICROEMPRESARIOS DEL CANTON MILAGRO, AYUDA EN EL PROGRESO DEL MISMO**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

De acuerdo a la encuesta realizada los empresarios de la ciudad de Milagro considera un 56% que la cultura tributaria ayudaría en el progreso del cantón mejorar sus negocios

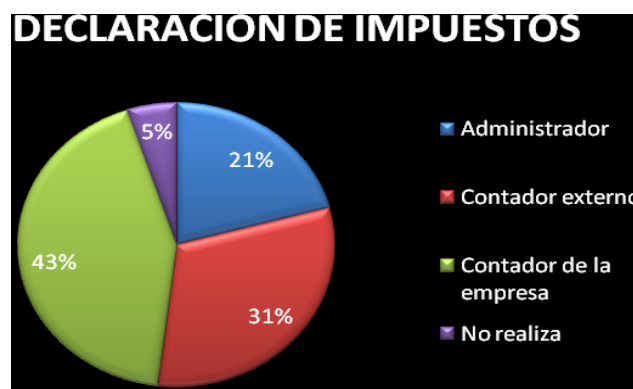
### Pregunta # 11

**Cuadro#4.11 LAS DECLARACIONES DE IMPUESTOS DE SU NEGOCIO SON HECHAS POR:**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Administrador	70	21%
Contador externo	105	31%
Contador de la empresa	145	43%
No realiza	17	5%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.11 LAS DECLARACIONES DE IMPUESTOS DE SU NEGOCIO SON HECHAS POR:**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

Existe un porcentaje importante de administradores y propietarios de las PyMES que no tiene un completo conocimiento del llenado de los papeles autorizados para la venta de parte del SRI por lo cual tienen un contador de la empresa para que realice este servicio e el 43%. Existe por lo menos la mitad de los administradores de PyMES que pagan por un servicio malo e incompleto al momento de realizar sus obligaciones tributarias, es un mercado potencial para el servicio que se propone en la propuesta.

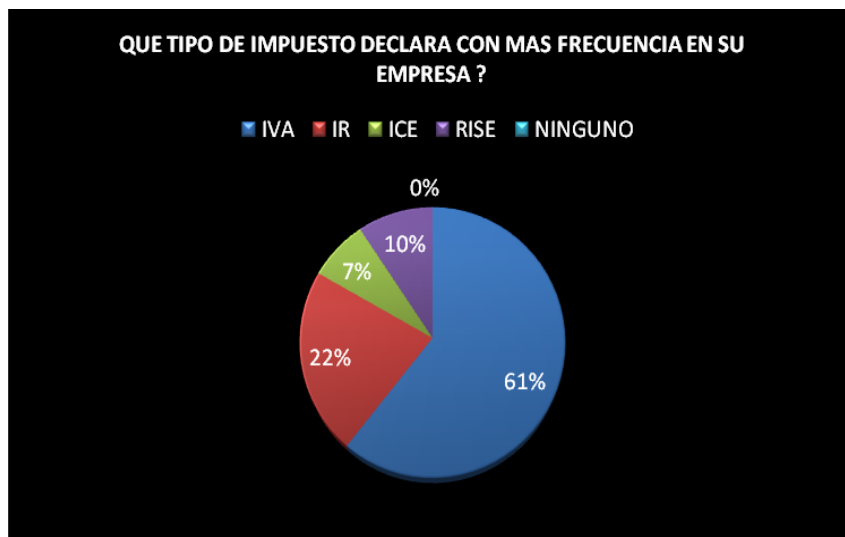
### Pregunta # 12

**Cuadro#4.12 QUE TIPO DE IMPUESTO DECLARA CON MAS FRECUENCIA EN SU EMPRESA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
IVA	205	61%
IR	75	22%
ICE	25	7%
RISE	32	10%
NINGUNO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.12 QUE TIPO DE IMPUESTO DECLARA CON MAS FRECUENCIA EN SU EMPRESA**



## INTERPRETACION

El 61 % de los encuestados realizan declaraciones mensuales, además de que tienen conocimientos de sus obligaciones, son un potencial mercado para el asesoramiento tanto contable como tributario, además de información de financiamiento y mejora de infraestructura.

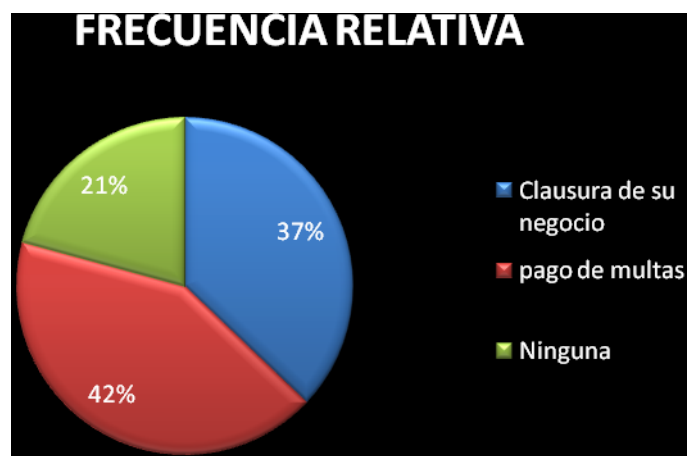
### Pregunta # 13

**Cuadro#4.13 EN ALGUN MOMENTO SU NEGOCIO A INCURRIDO EN ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Clausura de su negocio	125	37%
pago de multas	142	42%
Ninguna	70	21%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.13 EN ALGUN MOMENTO SU NEGOCIO A INCURRIDO EN ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES.**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

Existe un 42 % de la población comercial de La ciudad q no tiene idea de la importancia del pago de los impuestos por lo que han incurrido en el pago de multas, un 37% en la clausura de su negocio

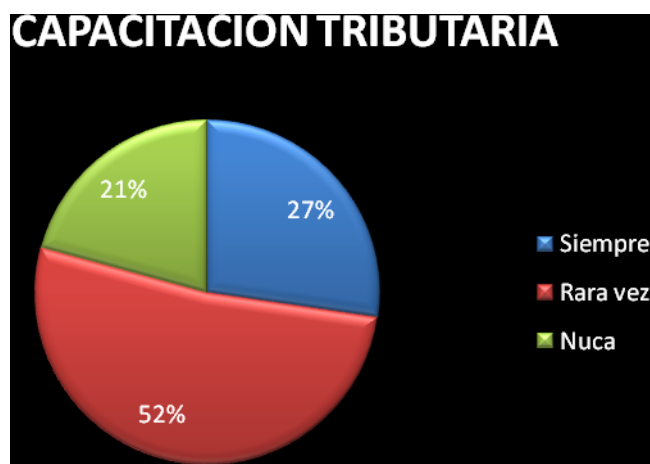
### Pregunta # 14

#### Cuadro#4.14 CON RESPECTO A LA CAPACITACION TRIBUTARIA USTED LA REALIZA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	92	27%
Rara vez	175	52%
Nuca	70	21%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

#### Gráfico # 4.14 CON RESPECTO A LA CAPACITACION TRIBUTARIA USTED LA REALIZA



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## INTERPRETACION

Existe un grupo significativo del 52% del sector rara vez se capacita y desearía que quiere ser asesorado, y un 27% siempre para mejorar sus negocios y lanzarse al nuevos mercados, con mejores expectativas económicas, contables, tributarias y crediticias.

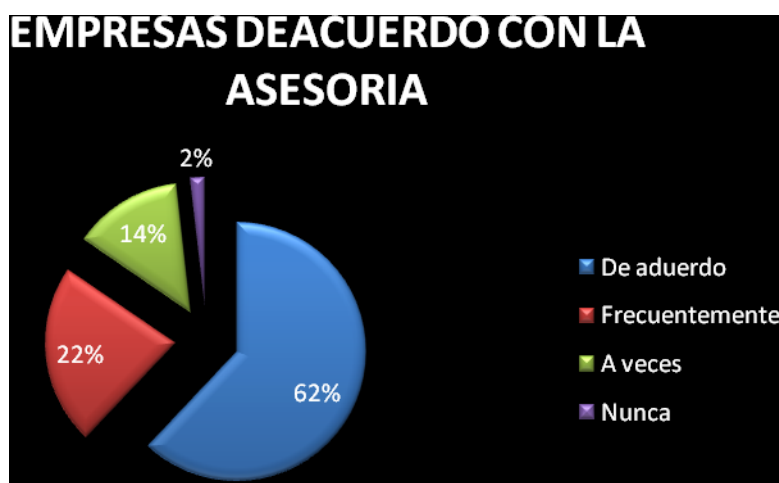
### Pregunta # 15

**Cuadro#4.15 CON RESPECTO AL ASESORAMIENTO ¿QUE ASPECTOS CONSIDERA, SERIAN DE AYUDA PARA MEJORAR LOS MARGENES DE RENTABILIDAD DE SU NEGOCIO?**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tributario	199	62%
Financiero	76	23%
Administrativo	46	14%
Marketing	16	2%
Ninguna	0	
Total	337	100%

Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Gráfico # 4.15 CON RESPECTO AL ASESORAMIENTO ¿QUE ASPECTOS CONSIDERA, SERIAN DE AYUDA PARA MEJORAR LOS MARGENES DE RENTABILIDAD DE SU NEGOCIO?**



Fuente: Estudio de mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## **INTERPRETACION**

Existe un segmento significativo del sector que quiere ser asesorado para mejorar sus negocios y lanzarse a nuevos mercados, con mejores expectativas económicas, contables, tributarias y crediticias.

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

Un análisis importante para el sector PYMES es la tendencia respecto al número de empresas que se constituyen por año. De acuerdo a los resultados obtenidos, es importante verificar que esta tendencia es creciente cada año, el número de PYMES constituidas va en aumento, evidenciándose un pico en esta tendencia en el año 2000, precisamente coincidiendo con el proceso de dolarización que se presentó en el Ecuador.

Posteriormente, el número de PYMES constituidas sufren altos y bajos, evidenciándose que para el año 2012, se tiene un valor muy bajo respecto a la tendencia anterior. Posiblemente una de las causas de este comportamiento se debe a las políticas estatales respecto al empleo en sector público y al alto grado de relevancia política del sector milagreño en los últimos años

### **4.3. RESULTADOS.**

Luego de realizar la investigación se pudo destacar como resultado principal la predisposición que tuvieron todos los integrantes de la población comercial del Cantón Milagro al momento de realizar la encuesta, así también se precisa lo siguiente, aunque existió un mínimo de personas que estuvieron reacias a contestar las preguntas por temor a que se exponga su forma de realizar actividades comerciales informales.

- Dentro de la población comercial del cantón Milagro hay un manejo considerable del Impuesto al Valor Agregado y de quienes una gran proporción se manejan con el Sistema General de Declaración siendo un área muy importante para nosotros



- De este sector hay una gran demanda por ayuda externa para poder llevar sus declaraciones al día, además de la ayuda para el desarrollo económico y evitar el estancamiento comercial.
- La ciudad de Milagro tiene un alto grado de concentración comercial , la inversión de parte de las PYMES es considerable y ayuda a salir adelante a muchas familias del sector, en emprendimiento aunque mucho de este en forma empírica , desarrollado el comercio del cantón.
- Se encontró que no hay una cultura de implementar estrategias de atraer a clientes debido al poco conocimiento de mercados
- Se pudo observar que la mayoría de los encuestados no llevan un registro físico solo relaciones entre compras con ventas o un conteo manual que es muy poco para tener claro cómo va rindiendo su negocio

#### 4.4. VERIFICACION DE HIPOTESIS

##### Hipótesis General

**Cuadro 4.16**

La escasa cultura tributaria por parte de los microempresarios de Milagro, incurre en el desarrollo socioeconómico del Cantón.	El mantener una escasa cultura tributaria incurre positivamente al progreso y desarrollo socioeconómico del cantón. (10)
--	--

##### Hipótesis Particulares

**Cuadro 4.17**

El incumplimiento de normas tributarias por parte de los microempresarios de Milagro, incide en el desarrollo socio económico del cantón.	El incumplimiento de las normas tributarias ha causado en muchas microempresas el pago de multas por evasión de impuestos y en algunos casos la clausura de los mismos. (13)
El conocimiento de temas tributarios por	El conocimiento de temas tributarios por

<p>parte de los microempresarios de Milagro incide en la recaudación de impuestos</p>	<p>parte de los microempresarios de Milagro según las encuestas realizadas, desconocen sobre temas tributarios, pero determinan que el conocimiento del mismo les ayudaría en el avance de sus negocios (8,9,10)</p>
<p>El conocimiento en tema contable tributario por parte de los pequeños y medianos empresarios incide en el desarrollo del cantón.</p>	<p>Evidentemente el escaso control tributario a los microempresarios de Milagro, afecta en las mejoras del Cantón, a pesar de que en los últimos tiempos se ha presenciado una mejora en el sector comercial (13)</p>
<p>La cultura tributaria de los pequeños y medianos empresarios incide en la rentabilidad de los negocios en el cantón</p>	<p>Una buena cultura tributaria ayudaría a mejorar la rentabilidad de su negocio y evitar sanciones del mismo por desconocer el tema (8,9,10)</p>

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Creación de una empresa consultora tributaria, contable, administrativa, para el desarrollo de las PYMES en el Cantón Milagro.

#### **5.2 FUNDAMENTACION**

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 o 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.

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.

**Crecimiento de la empresa.-** En los últimos años las empresas han sido las más innovadoras, esto se debe a que han sabido manejar apropiadamente los cambios económicos, sociales y han promovido la creación de nuevos empleos. El crecimiento de la microempresa no es una meta. Las microempresas han logrado con la contribución de la gente y los diversos tipos de recursos que exista un servicio diferenciado. Por lo tanto, el crecimiento no es el objetivo clave de la compañía. El crecimiento es necesario para su supervivencia.

**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 o suministrar a la dirección una perspectiva a futuro.

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.

**Aspectos administrativos.-** Esta etapa tiene una mayor importancia para aquellos proyectos que se presentan para obtener financiación, total o parcial.

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

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

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

### **5.3 JUSTIFICACION**

El desarrollo económico en el cantón Milagro, ha sido exponencial en las últimas décadas, impulsado sobre todo con la dolarización de nuestra economía en el año 2000 esto dio como resultado un aumento de emprendedores que se han superado con el pasar de los años pero en todo ese tiempo han llevado su actividad de una forma incipiente y aunque aumento el comercio internamente las empresas no han evolucionado lo suficiente debido a que no cuentan con un adecuado manejo de su inversión.

Al no contar con un sistema de control contable es muy difícil tener a la mano una información importante de su negocio que le permitirá tomar decisiones. La poca capacitación y asesoría constante en este tema ha dado como resultado que muchos microempresarios cierran sus negocios por tomar malas decisiones que pueden afectar su capital.

Es de gran importancia que los microempresarios puedan contar con una asesoría contable, tributaria, administrativa que les ayudara a mejorar sus actividades y poder tener una idea más clara de cómo llevar sus registros, y así poder tomar decisiones adecuadas que impulsen el constante desarrollo y disminuya la dependencia del estado, de las familias que se desarrollan en el sector gracias al emprendimiento de negocios.

## **5.4 OBJETIVOS**

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

Proponer un diseño integral de consultaría contable, tributaria, administrativa y de mercadeo para las microempresas del Cantón Milagro fomentando su desarrollo económico

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

- Proponer la difusión de la necesidad de una cultura tributaria entre la población comercial del cantón Milagro
- Presentar la estructura orgánica de la consultora.
- Segmentar mercado y diseñar estrategias competitivas
- Establecer estrategias administrativas como los manuales funcionales.

## **5.5 UBICACIÓN**

Para realizar este proyecto será necesario tener un local con una distribución cómoda para que los clientes puedan sentirse bien, también tomaremos en cuenta la ubicación del local siendo el punto geográfico el país será Ecuador, Provincia del Guayas específicamente en el Cantón San Francisco de Milagro en el sector centro de la ciudad. El sector elegido es un edificio en las calles Pedro Carbo y 5 de Junio muy concurrida que brindara un lugar estratégico para el apoyo al desarrollo empresarial de las PYMES.

## GRAFICO # 5.1

Fuente: [maps.google.com.ec/maps?hl=es](https://maps.google.com.ec/maps?hl=es)  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

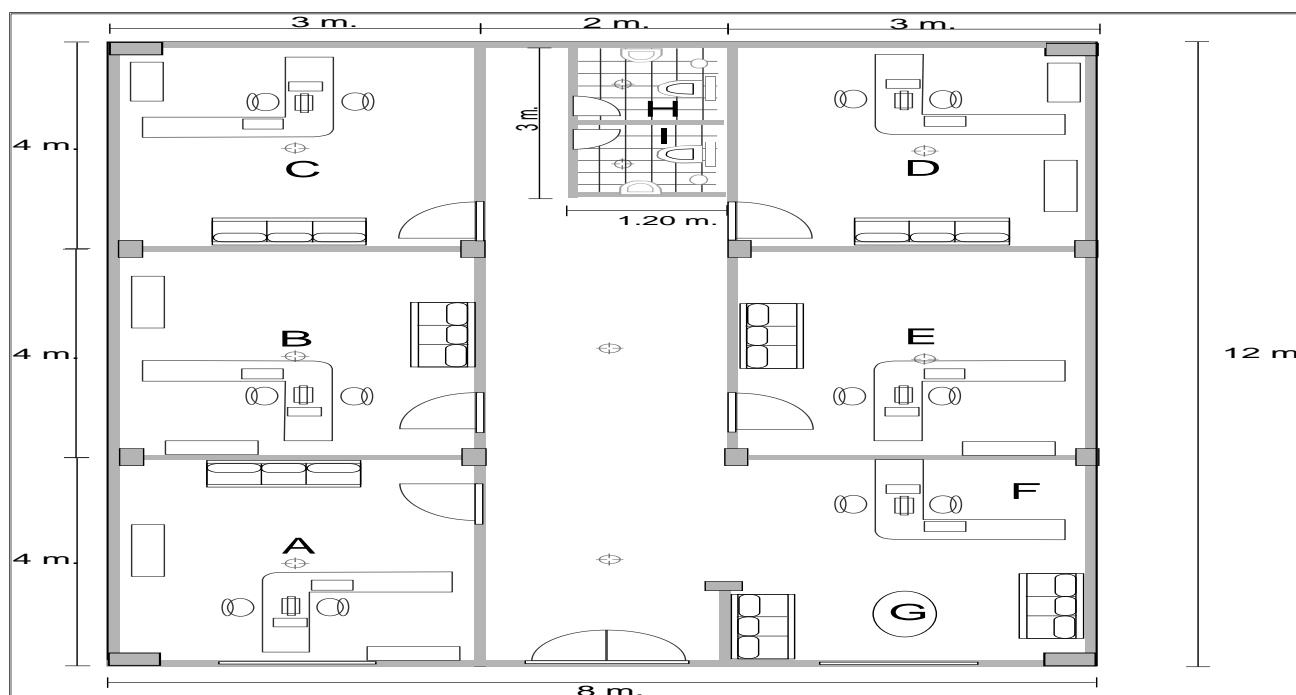


### 5.6 FACTIBILIDAD

**Factibilidad Presupuestaria.-** Aquí se realizara la adquisición de los equipos, maquinarias, y accesorios que se necesitará para la consultoría, además de estimar los gastos generales y sus respectivos costo, con el fin de determinar la inversión total de esta propuesta.

**Factibilidad Técnica.-** La distribución de la oficina en la que dará servicios **ASINSA** Asesores Contable, Tributario, Administrativo, tendrá una dimensión de 8m de ancho y 12m de largo dándonos 96 metros cuadrados distribuidos de forma adecuada para cada funcionario de la empresa lo que facilitara un ambiente ideal para que nuestros clientes se sientan confortable y satisfechos con la calidad del servicio que se les brindara, todo esto podemos apreciarlo en la figura siguiente

Figura 5.1



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## Factibilidad Legal

### Empresa

La empresa nace para atender las necesidades de la sociedad y crea satisfacción a cambio de una retribución que compense el riesgo de los inversionistas. En la empresa el factor humano es decisivo y la administración establece los fundamentos para lograr armonizar los numerosos intereses de los accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

## DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

### 1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO<sup>14</sup>

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

<sup>14</sup> Ley de Compañías



Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

## 2. DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

## 3. DE LA FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La

compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

1.- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;

2.- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;

3.- El objeto social, debidamente concretado;

4.- Su denominación y duración;

5.- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;

6.- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;

7.- El domicilio de la compañía;

8.- La forma de administración y las facultades de los administradores;

9.- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;

10.- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;

11.- Las normas de reparto de utilidades;

12.- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

13.- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución.

La Superintendencia la aprobará, si se hubiere cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 152.- El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá además

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,

h) El domicilio de la compañía.

Art. 154.- Los suscriptores no podrán modificar el estatuto ni las condiciones de promoción antes de la autorización de la escritura definitiva.

Art. 155.- La escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse serán aprobados por la Superintendencia de Compañías, inscritos y publicados en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de esta Ley.

Art. 156.- Suscrito el capital social un notario dará fe del hecho firmando en el duplicado de los boletines de suscripción.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía.

Dicha junta general se ocupará de:

- a) Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;
- b) Examinar y, en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- c) Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;
- d) Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,
- e) Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

Art. 157.- En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación. Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos, por la cuarta parte de los suscriptores concurrentes a la junta, que representen como mínimo la cuarta parte del capital suscrito.

Art. 158.- Dentro de los treinta días posteriores a la reunión de la junta general, las personas que hayan sido designadas otorgarán la escritura pública de constitución conforme a lo dispuesto en el Art. 150.

Si dentro del término indicado no se celebrare la escritura de constitución, una nueva junta general designará las personas que deban otorgarla, asimismo dentro del término referido en el inciso anterior y, si dentro de este nuevo término no se celebrare dicha escritura, las personas designadas para el efecto serán sancionadas por la Superintendencia de Compañías, a solicitud de parte interesada, con una pena igual al máximo del interés convencional señalado por la Ley, computado sobre el valor del capital social y durante todo el tiempo en que hubiere permanecido omiso en el cumplimiento de su obligación; al reintegro inmediato del dinero recibido y al pago de daños y perjuicios.

Art. 159.- Es nula la compañía y no produce efecto ni aún entre los asociados si se hubiere infringido en su constitución cualquiera de las prescripciones de los Arts. 147, 151 y 162. En el caso de constitución por suscripción pública también producirá nulidad la inobservancia de cualquiera de las disposiciones de los Arts. 153, 155 y 156. Los asociados no podrán oponer esta nulidad a terceros.

#### 4. DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía

#### **REQUISITOS PARA LA CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD ANONIMA**

- El nombre, nacionalidad y domicilio de los socio
- La razón social, objeto y dominio de la empresa
- El nombre de los socios, autorizados para obrar administrar y firmar por ella
- La suma de los aportes entregados o por entregar para la constitución de la empresa
- El tiempo de duración de esta

Para determinar el nombre de una empresa es importante que especifique con claridad la razón social, con una denominación objetiva o de fantasía la misma que debe ser aprobado por la Superintendencia de Compañías.

#### **REQUISITOS PARA TRAMITAR LA PATENTE MUNICIPAL (Anual)**

- Razón social
- Copia de cedula del Representante Legal

- RUC del Representante Legal
- Pago del permiso de bomberos

### **PERMISO DEL FUNCIONAMIENTO OTORGADO POR EL CUERPO DE BOMBEROS (Anual)**

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección
- Certificado de Funcionamiento

### **TRAMITES DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (R.U.C.)**

Para obtener el R.U.C. para Sociedades Anónimas se requiere los siguientes requisitos

#### **Original y Copia de:**

- Formulario 101A y 101B
- Constitución de la Sociedad
- Nombramiento del Representante Legal
- Cedula del Representante Legal
- Patente

### **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MINISTERIO SALUD PÚBLICA**

Este documento se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud del Guayas, presentando la siguiente documentación:

- Copia del RUC
- Croquis del negocio
- Croquis de la ubicación del negocio
- Cédula y Papeleta de Votación
- Planilla de servicio básico.
- El carnet de salud del empleador y cada uno de los empleados.



## **Obligaciones del empleador:**<sup>15</sup>

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Sueldo básico que debes pagar es de 292.00 usd (SBU 2012).
- Asumir el porcentaje(11,15%) que corresponde al empleador por la seguridad social
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar los décimos tercero y cuarto
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.

## **Si tú eres un trabajador recuerda que tienes los siguientes derechos laborales:**

- Afiliación a la Seguridad Social desde el primer día de trabajo.
- A percibir como mínimo el sueldo básico(292 usd)
- A percibir horas extras y suplementarias
- A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas establecidas
- A percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo.
- A un periodo de vacaciones laborales remuneradas

## **Jornada de trabajo.**

El Trabajador debe cumplir una jornada laboral (diurna o nocturna). En caso de laborar fuera de dichas jornadas tiene derecho a percibir horas extras o suplementarias, según sea el caso.

## **Terminación de la relación laboral.**

La relación laboral puede darse por terminada por: Renuncia del trabajador o despido por parte del empleador.

---

<sup>15</sup> <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/>

En cualesquiera de los casos, el empleador debe elaborar un **Acta de Finiquito** (El Empleador o Patrono elabora el activo de Finiquito en el Sistema del MRL), en la que debe constar que dan por terminada la relación laboral, el último sueldo percibido por el trabajador, un desglose de los valores que se cancela al trabajador (% por décimos, vacaciones, horas extras y suplementarias, fondos de reserva).

Esta acta que elabora el empleador debe ingresar al Ministerio de Relaciones Laborales; y, una vez que el ministerio lo apruebe deben concurrir el empleador y el trabajador para la firma del Acta y la entrega de los valores.

### **Factibilidad Administrativa**

Comprende a la dirección y control de las actividades internas de la consultora tributaria, contable, así como la coordinación de la contratación del talento humano, con el fin de aplicar las mejores técnicas y herramientas, para una mejor optimización de los procesos y procedimientos.

### **Misión**

Facilitar servicios, contribuyendo al mejoramiento competitivo en el ámbito empresarial, administrativo y económico, desde la perspectiva de la mejora continua, la calidad en la gestión, consiguiendo en todo momento la satisfacción de nuestros clientes.

### **Visión**

Llegar a ser un referente en el sector de la consultoría, con liderazgo en los servicios especializados que brinda, superando las expectativas del cliente.

## **Valores**

- Responsabilidad
- Honestidad
- Tolerancia
- Perseverancia
- Equidad
- Trabajo en equipo
- Puntualidad
- Empoderamiento

## **Objetivos**

### **Objetivo General de la Empresa**

Asesorar a las PYMES del Cantón Milagro en la parte administrativa, contable y tributaria, y contribuir al desarrollo comercial y sostenible del cantón.

### **Objetivo Específico de la Empresa**

- Fomentar una cultura tributaria a los microempresarios del cantón Milagro.
- Mantener ubicación estratégica y afianzar imagen del negocio.
- Fortalecer imagen del negocio y lealtad del cliente mediante el servicio.
- Mantener infraestructura actual y adquirir nuevos bienes para ampliar negocio.

## **Personal**

El diseño organizacional de la empresa Consultora Contable, Tributaria y Administrativa esta agrupado por dos áreas que son las siguientes.

## **1.- Área Administrativa**

Se encargara de gestionar todo el funcionamiento de la empresa en todos los aspectos tanto en la selección del personal, como en realizar actividades necesarias para el buen funcionamiento de la empresa

## **2.- Área Operativa**

Se encargaran del trabajo de campo de la empresa en brindar el adecuado asesoramiento, captación de clientes y demás actividades propuestas por el área administrativa

## **Requerimientos del Personal**

Para la empresa asesora será necesario contar con un personal calificado en el área contable, tributario, administrativo y marketing.

El personal que se requiere será el siguiente:

### **1.- Área Administrativa**

Conformada por el siguiente personal:

- Gerente General
- Secretaria Contador

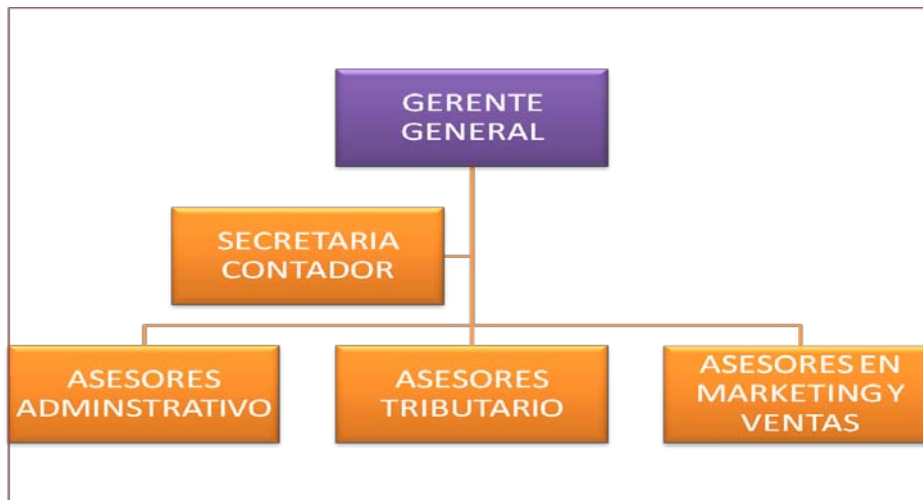
### **2.- Área Operativa**

Conformada por el siguiente personal:

- Asesor Contable
- Asesor Tributario
- Asesor de Ventas.

## Organigrama Estructural

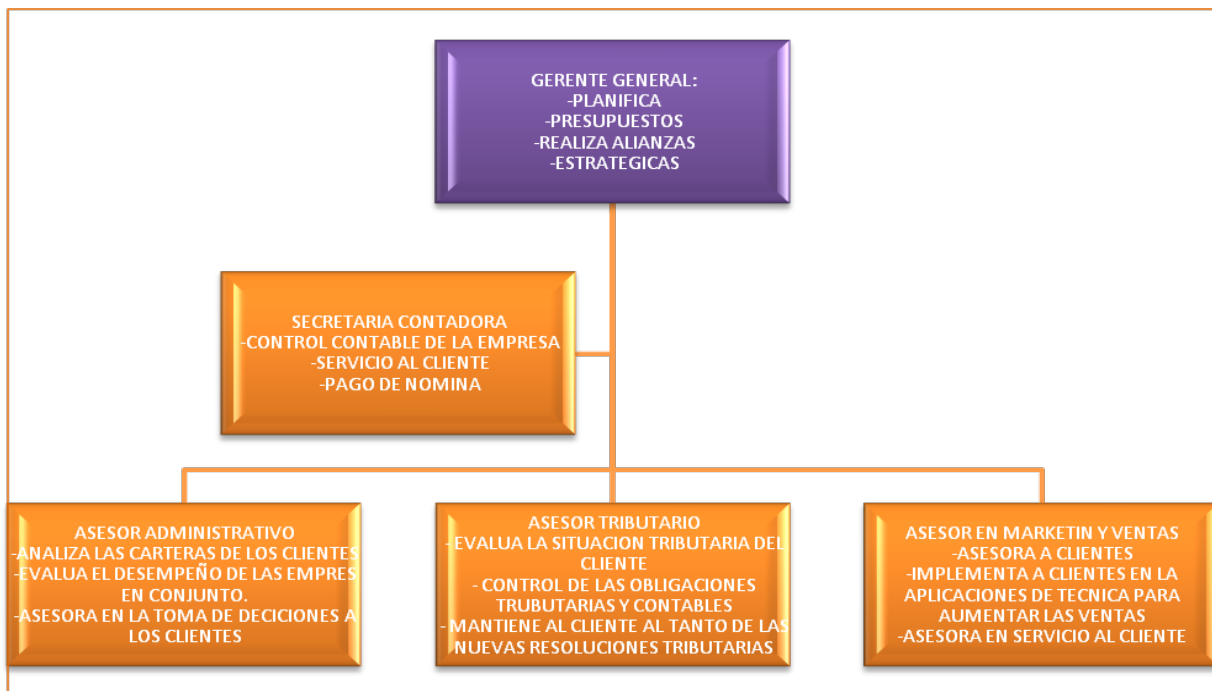
GRAFICO # 5.2



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## Organigrama Funcional

GRAFICO # 5.3



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## **Manual de Funciones**

Dentro del manual de funciones se establecerá los perfiles profesionales, sus competencias específicas y las funciones de cada uno de los integrantes del staff de la compañía.

### **CARGO: GERENTE GENERAL**

#### **Función Básica**

Responsable de planificar, organizar y controlar la administración de la empresa de hacer cumplir las metas de la institución, además de realizar las alianzas estratégicas para conseguir innovación tecnológica y capacitación continua del personal en funciones.

#### **Funciones Específicas**

- Desarrollar estrategias para cumplir las metas trazadas por la empresa
- Aprobar programas de desarrollo y presupuestos fijadas por las empresas
- Analizar los estados financieros
- Establecer la correcta asignación y utilización de los recursos
- Promocionar capacitaciones de los clientes de acuerdo al área comercial en donde se desempeña.
- Establecer un cronograma para las visitas a clientes especiales
- Supervisar el cumplimiento de las políticas y normas de la empresa
- Definir directrices y perfiles para el reclutamiento y selección de personal
- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gente
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Estar al tanto de los cambios tecnológico o burocráticos en relación a las necesidades de los clientes.

#### **Perfil del Cargo**

- Edad: 28 años en adelante
- Genero indistinto

- Estado Civil indistinto

## **COMPETENCIA TÉCNICA**

Profesional con título universitario en carreras de Tributación y Administración, C.P.A. o carreras afines. Experiencia mínima de 2 años en cargos similares

## **Capacitación y conocimientos requeridos**

- Capacitación en programas aplicativos de contabilidad
- Ley de régimen tributario actualizado
- Asesorar en relación con la aplicación e interpretación de la legislación tributaria
- Herramientas de control de gerencial, financiero y contable

## **CARGO: SECRETARIA CONTADOR**

### **Función Básica**

Responsable de atender a los clientes que lleguen a la oficina y direccionar y establecer las rutas de las visitas a los asesores correspondientes, llevar la contabilidad de la empresa, pago de cuentas, nómina y presentar los informes correspondientes.

### **Funciones Específicas**

- Recepcionista.
- Contabilidad integral, correspondencia
- Presentar informes, presupuestos, otros
- Tramitar documentaciones
- Agendar las reuniones con clientes
- Asistente del gerente general

### **Perfil del Cargo**

- Edad: entre los 25 en adelante
- Género femenino
- Estado Civil indistinto

## **COMPETENCIA TÉCNICA**

Formación académica con título de Ing. en CPA y asociada al colegio de contadores.

### **Capacitación y conocimientos requeridos**

- Manejo de documentos y administración de la oficina de los asesores, además de ser custodia de la caja chica.

## **CARGO: ASESOR ADMINISTRATIVO**

### **Función Básica**

Responsable de asesorar al cliente en todo lo referente a la gestión administrativa mediante capacitaciones, que se realizaran en el lugar de trabajo de los clientes, los cuales se realizaran en forma personal y con relación al tipo de negocio del cliente.

### **Funciones Específicas**

- Diseñar estrategias para el manejo del recurso humano de los diferentes segmentos del mercado según las necesidades de específicas de los potenciales clientes
- Coordinar con la gerencia la elaboración de nuevos productos y servicios del área de gestión de personal
- Realizar visitas , asesorías a los clientes de las empresas
- Capacitar a los clientes según la modalidad y método que los clientes soliciten
- Realizar trabajos de campo
- Evaluar mensualmente las actividades y los progresos de los clientes
- Realizar proyecciones del trabajo a realizar
- Realizar informes para la empresa y para los clientes
- Supervisar las actividades implementadas a los clientes
- Implementar modelos de registros para uso de la empresa y clientes
- Analizar el desempeño de los clientes

### **Perfil del Cargo**

- Edad: 28 años en adelante
- Genero indistinto
- Estado Civil indistinto



## **COMPETENCIA TÉCNICA**

Formación académica Título de Tercer Nivel en Administración de empresas, Comercial, CPA o afines

### **Capacitación y conocimientos requeridos**

- Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel
- Uso de programas computacionales como herramientas para el desarrollo de su gestión.

## **CARGO: ASESOR CONTABLE - TRIBUTARIO**

### **Función Básica**

Responsable de asesorar al cliente en el área contable y tributaria ayudando a crear programas, sistemas acordes a su negocio.

### **Funciones Específicas**

- Diseñar propuestas de asesoramiento en el área contable de costos y tributario para los diferentes segmentos del mercado según necesidades específicas de los potenciales clientes
- Coordinar con la gerencia la elaboración de nuevos productos y servicios del área contable y tributaria
- Realizar visitas , asesorías a los clientes de las empresas
- Capacitar a los clientes según la modalidad y método que soliciten los usuarios
- Hacer auditorías periódicas dentro de las empresas de los clientes
- Hacer trabajo de campo
- Declaración de impuestos para personas naturales o sociedades
- Evaluar mensualmente las actividades y los progresos de los clientes
- Realizar informes para la empresa y para los clientes
- Supervisar las actividades implementadas a los clientes
- Implementar modelos de registros para uso de la empresa y clientes
- Analizar el desempeño de los clientes

## **Perfil del Cargo**

- Edad: 28 años en adelante
- Genero indistinto
- Estado Civil indistinto

## **COMPETENCIA TÉCNICA**

Profesional con título universitario en carreras C.P.A. o Ing. en auditoría pública. Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

## **Capacitación y conocimientos requeridos**

- Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel
- Conocimiento del marco conceptual de la contabilidad, normas internacionales sus principios y normas técnicas de aplicación y manejo.
- Manejo de la LORTI y demás leyes relacionadas con la parte tributaria y normas de trabajo en el país.
- Manejo de sistemas operativos para implementar a los clientes

## **CARGO: ASESOR DE MARKETING Y VENTAS**

### **Función Básica**

Responsable de asesorar al cliente en todo lo referente a la gestión de marketing y ventas mediante capacitaciones y demás técnicas que le faciliten al cliente

### **Funciones Específicas**

- Diseñar estrategias para el manejo del recurso humano de los diferentes segmentos del mercado según las necesidades de específicas de los potenciales clientes
- Coordinar con la gerencia la elaboración de nuevos productos y servicios del área de gestión de personal
- Dar tutorías, asesorías a los clientes de las empresas
- Capacitar a los clientes según la modalidad y método que los clientes soliciten
- Realizar trabajos de campo

- Evaluar mensualmente las actividades y los progresos de los clientes
- Realizar proyecciones del trabajo a realizar
- Realizar informes para la empresa y para los clientes
- Supervisar las actividades implementadas a los clientes
- Implementar modelos de registros para uso de la empresa y clientes
- Analizar el desempeño de los clientes

### **Perfil del Cargo**

- Edad: 28 años en adelante
- Genero indistinto
- Estado Civil indistinto

### **COMPETENCIA TÉCNICA**

Formación académica Título de Tercer Nivel en Administración de empresas, Comercia, marketing o afines

### **Capacitación y conocimientos requeridos**

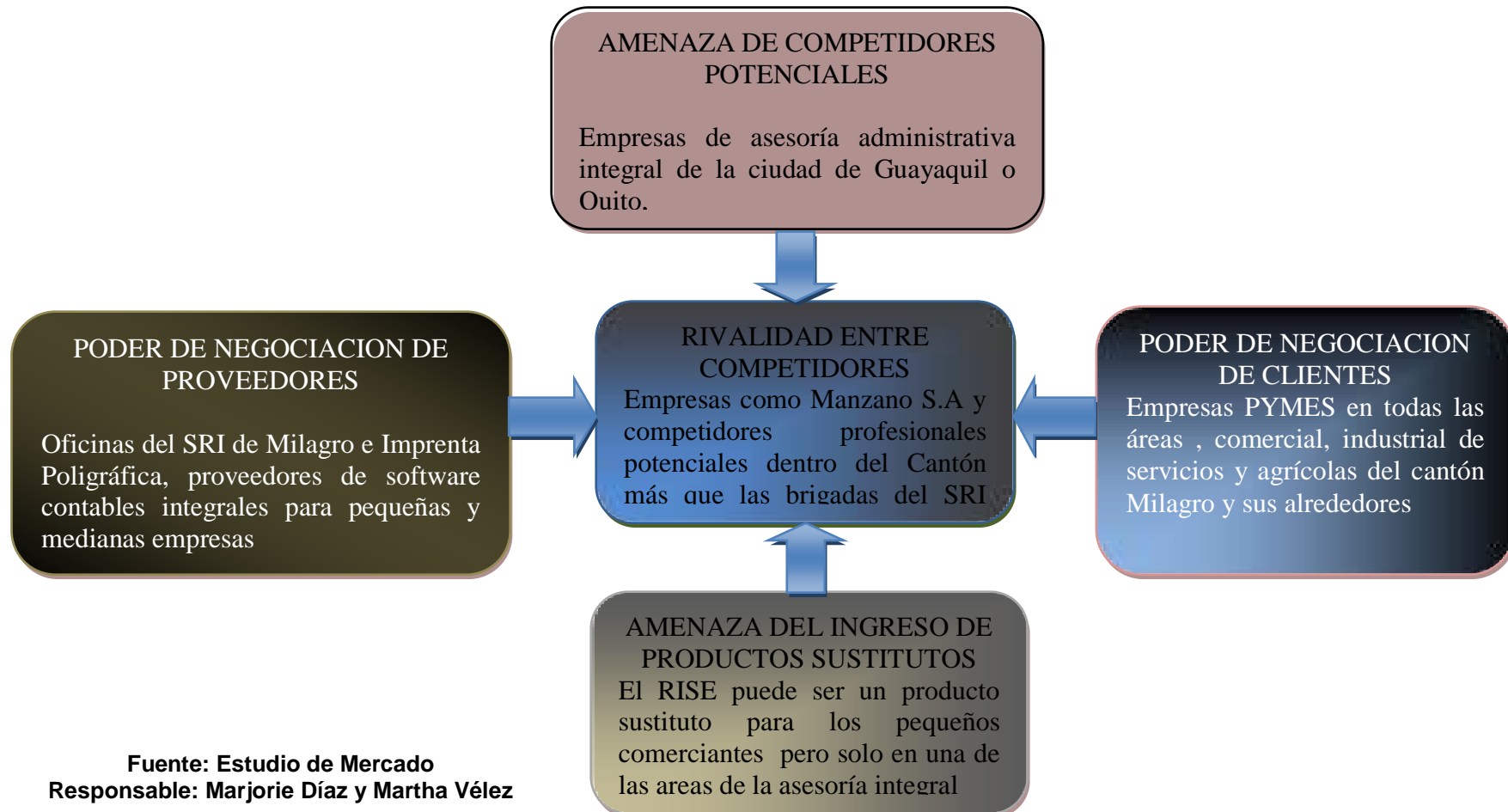
- Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel
- Conocimiento del marco conceptual de la administración, normas internacionales sus principios y normas técnicas de aplicación y manejo
- Conocimientos en técnicas de publicidad y venta
- Manejo de programas de publicidad.

## 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

### ANÁLISIS DEL MERCADO

Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter.

GRAFICO # 5.4



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

Para realizar el análisis externo de nuestra empresa se implementó el modelo de las cinco fuerzas de Porter dentro del estudio de mercado, para lo cual se evaluara a la empresa desde sus objetivos y recursos disponibles frente a la demanda potencial del producto o servicio entregado.

Existen cinco fuerzas dentro de una industria, las cuales son las siguientes:

- Amenaza de la entrada de nuevos competidores
- Rivalidad entre competidores existentes
- Amenaza de producto/servicio sustituto
- Poder de negociación de los compradores/clientes
- Poder de negociación de los proveedores

#### **F1. AMENAZA DE ENTRADA DE POTENCIALES COMPETIDORES**

Ingresar al mercado dependerá de una serie de barreras creadas por los competidores que existan, aunque en la actualidad dentro del cantón Milagro existen empresas que ofrecen asesoría contable, tributaria y financiera, pero no dan un servicio personalizado y en el lugar de trabajo pero nuestra empresa tiene la experiencia y un posicionamiento del mercado o segmento lo que no será atractivo ni fácil de superar por los nuevos participantes que desean apoderarse de un segmento del mercado. Aunque dentro del cantón no existen empresas grandes o referenciales que podemos establecer como competencia fuerte, existen en los cantones cercanos a Milagro y tal el caso de los cantones, El Triunfo y Guayaquil que son los que cuentan con empresas que ofrecen estos servicios de asesoría contable, tributaria y financiera y los que podrían expandirse a nuestro sector.

De las barreras que se presentan a continuación serán las que los nuevos competidores deberán pasar para poder entrar al mercado.

##### **1.- Disponibilidad de tecnología**

La empresa debe contar con un sistema informático adecuado el cual le permitirá realizar un trabajo eficiente para los clientes, contar con un servicio de

internet y paquetes promocionales para poder trabajar con los clientes quienes podrán mejorar sus servicios con la asesoría que le podríamos brindar por lo que es una barrera muy importante e indispensable ya que en la actualidad podremos encontrar usuarios que deseen actualizar sus métodos de llevar sus cuentas y demás procesos.

## **2.- Reglamento de Leyes**

Toda empresa debe tener a primera instancia sus principales políticas o lineamientos con los que se debe regir y como es una empresa de asesoría contable, tributaria y financiera debe tener los conocimientos adecuados y actualizados de los servicios que va a prestar entre estos podemos citar:

- Ley de régimen tributario interior
- NIF para Pymes
- Ley de compañías
- Ley general de instituciones del sistema financiero
- Ley de Régimen Tributario Interno, etc.

Las cuáles son las bases para poder dar nuestro servicio y que deben ser aplicadas con una responsabilidad para así poder tener a nuestros clientes satisfechos.

## **3.- Canales de Distribución**

Al ser una empresa de prestación de servicios se debe contar con un canal de distribución el mismo que nos permitirá entregar la información requerida por nuestros clientes cuando lo soliciten y a si poder brindar una atención para nuestros usuarios quienes se sentirán que tienen a su lado a una empresa muy confiable y les permitirá tomar decisiones oportunas para su negocio.

## **F2. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES**

Nuestra empresa sería la primera que incursiona con este tipo de servicio personalizado dentro del cantón Milagro, tiene la ventaja, que va a diversificar y no se centrara en solo tipo de producto si no por lo contrario ayudara en todas

las ares al desarrollo integral de las PYMES , hasta llegar a un posicionamiento en el mercado.

Sin embargo las los que dan sus servicios profesionales en tributación para el llenado de formularios seria un problema de competencia que a la larga no tendría mayor competencia

### **F3. AMENAZA DE PRODUCTO SUSTITUTO**

Podemos mencionar que si existieran empresas que presten servicios que desempeñen la misma función o sean alternativos a los del sector que estamos ingresando en pocas que puedan satisfacer de la misma manera las necesidades de los clientes, lo que puede ocasionar cambio con los precios de los servicios y el cliente considere más la calidad, desempeño y beneficios que desea obtener.

Entonces podemos aprovechar que no existen empresas que ofrezcan el servicio de asesoría contable, tributaria y financiera para abarcar con la población comercial del cantón Milagro y ser líderes de este sector, a pesar de esto en el segmento tributario podemos hacer mención del RISE o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes.

### **F4. PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES**

Es la capacidad de negociación de los clientes con sus proveedores lo que se puede interpretar que si hay pocos compradores podemos observar que la capacidad de negociación es mayor ya que al no haber mucha demanda de los servicios que se ofrecen ellos pueden exigir precios bajos pero en vista que somos la primera empresa de asesoría contable, tributaria y financiera y contamos con una demanda grande podemos mantener nuestros costos los que serán adecuados para nuestros clientes.

Dentro de la población comercial del cantón tenemos muchas actividades y el sector turístico es uno de los más grandes y que está fortaleciendo con la llegada del tren lo que generara nuevas empresas que se convertirán en nuestros futuros clientes.

## **F5. PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES**

Cabe mencionar que nuestros proveedores son pocos tendrán a su mano una ventaja de poder aumentar sus costos y una desventaja que sus servicios deben satisfacer todas nuestras necesidades por lo que podemos tener una herramienta para realizar una negociación adecuada y beneficiosa para nuestra empresa.

Entre los que podemos mencionar y uno de los principales con el que tendremos un contacto directo es el Servicio de Rentas Internas quienes nos proveerán de las normativas vigentes para la declaración de impuestos y demás aspectos que son indispensables para nuestros clientes así mismo tenemos a las imprentas entre la que podemos citar a la imprenta Poligráfica quien nos proporcionara de los insumos necesarios tales como Formularios Factureros, Liquidación de Compras entre otros y a la vez a nuestros clientes

Sin embargo nuestra empresa deberá tener un proveedor de software ya que nuestros clientes también desearan contar con estos sistemas, así podemos mencionar las empresas proveedoras como son Symantec; Cliksof; quienes tendrán a su mano una herramienta para el buen manejo y mejoramiento de su actividad comercial.



## Análisis FODA

**Cuadro 5.1**

<p><b>FORTALEZAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Servicio diferenciado con un enfoque especial para el desarrollo de los microempresarios del cantón Milagro</li> <li>+ Manejo de áreas claves como Contabilidad, Finanzas , ventas Marketing búsqueda de nichos comerciales y créditos estatales y privados</li> <li>+ Alto grado de confidencialidad y calidad con el servicio</li> <li>+ Contar con herramientas tecnológicas e innovación constante para el uso de tecnologías y procesos de punta en relación con las necesidades de los clientes.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Buenas expectativas de ingresos económicos.</li> <li>+ Mayor control de parte de entes de recaudación estatales SRI</li> <li>+ Bajo conocimiento de los microempresarios para implementar una idea de negocio.</li> <li>+ Poca continuidad de las ideas de los microempresarios.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Nuevos en el mercado.</li> <li>+ Bajo nivel de confiabilidad de los clientes.</li> <li>+ Carencia de una infraestructura (oficina) propia.</li> <li>+ Cartera de clientes reducida</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Capacitación constante del SRI en el cantón</li> <li>+ Competencia desleal</li> <li>+ Crecimiento de la competencia de la misma magnitud que la nuestra.</li> <li>+ Bajo nivel de liquidez del mercado</li> </ul>

Fuente: Estudio de Mercado  
 Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## Análisis de la Matriz FODA

Cuadro 5.2

<p style="text-align: center;"><b>FACTOR INTERNO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>FACTOR EXTERNO</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Servicio diferenciado con un enfoque especial para el desarrollo de los microempresarios del cantón Milagro</li> <li>✚ Manejo de áreas claves como Contabilidad, Finanzas , ventas Marketing búsqueda de nichos comerciales y créditos estatales y privados</li> <li>✚ Alto grado de confidencialidad y calidad con el servicio</li> <li>✚ Contar con herramientas tecnológicas e innovación constante para el uso de tecnologías y procesos de punta en relación con las necesidades de los clientes.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Nuevos en el mercado.</li> <li>✚ Falta de confiabilidad de los clientes.</li> <li>✚ Carencia de una infraestructura (oficina) propia.</li> <li>✚ Cartera de clientes reducida</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Buenas expectativas de ingresos económicos.</li> <li>✚ Mayor control de parte de entes de recaudación estatales SRI</li> <li>✚ Bajo conocimiento de los microempresarios para implementar una idea de negocio.</li> <li>✚ Poca continuidad de las ideas de los microempresarios.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Implementar servicios adecuados para aprovechar el mercado que demanda una atención de calidad</li> <li>➤ Impulsar la creación de técnicas que ayuden al manejo adecuado de los microempresarios</li> <li>➤ Mejorar las iniciativas de los empresarios e impulsar sus iniciativas con calidad</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fomentar una cultura de tributación para la seguridad de los empresarios</li> <li>➤ Analizar la estrategia más adecuada para obtener una infraestructura propia</li> <li>➤ Organizar conferencias para dar a conocer los beneficios que ofrece nuestra empresa</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ <b>Capacitación constante del SRI en el cantón</b></li> <li>✚ <b>Competencia desleal</b></li> <li>✚ <b>Crecimiento de la competencia de la misma magnitud que la nuestra.</b></li> <li>✚ <b>Bajo nivel de liquidez del mercado</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fortalecer nuestros servicios para mantenernos líderes</li> <li>➤ Capacitación del personal de las nuevas normativas que se presenten</li> <li>➤ Utilizar estrategias de marketing adecuadas para llegar a nuestros clientes.</li> <li>➤ Realizar en seguimiento de las políticas económicas del país</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Negociar a largo plazo los costos del local para que no se vea afectado nuestros ingresos</li> <li>➤ Implementar estrategias para captar a nuevos clientes.</li> <li>➤ En base a los resultados obtenidos proyectar una imagen confiable hacia nuevos clientes</li> </ul>

**Fuente: Estudio de Mercado**  
**Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez**

## Marketing Mix

### Las 5 P del Marketing Mix

Cuadro 5.3

<b>Producto:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Paquete Corporativo</li><li>➤ Paquete Empresarial</li><li>➤ Paquete Pymes</li><li>➤ Paquete Emprendedor</li><li>➤ Diseño de Proyectos</li></ul>
<b>Precio:</b>	El costos mensuales por los servicios son: Corporativo \$60; Empresarial \$50; Pymes \$30;
<b>Plaza:</b>	La distribución de nuestro servicio será en el cantón Milagro y pudiendo tener una expansión a los cantones aledaños como son Naranjito y Bucay en donde existe un pequeño sector comercial al cual podemos incorporar nuestros servicios.
<b>Promoción:</b>	Al empezar nuestros servicios ofreceremos una capacitación gratuita de los temas básicos para iniciar las actividades tanto contables, tributarias y financieras e incentivar una cultura de manejos adecuados de sus negocios.
<b>Personas:</b>	La calidad del servicio al cliente será un factor importante ya que será nuestra carta de presentación la comunidad y los emprendedores establecerán la necesidad del servicio

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

### Producto

Nuestra compañía prestara el servicio de asesoría integral en el área contable, tributaria, administrativa, ventas y marketing a los Microempresarios y nuevos

emprendedores del cantón Milagro con lo cual nuestros clientes se sentirán satisfechos por contar con nuestros servicios.

A continuación detallaremos los servicios que ofreceremos a la PYMES del cantón Milagro no sin antes identificar el nombre comercial de nuestra empresa.

### “ASINSA Asesoría integral S. A.”

Figura 5.2



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Consultoría Contable, Tributaria, Administrativa**

**Declaración de Impuestos**

*JUNTOS POR EL DESARROLLO DE SU EMPRESA.*

Nuestro servicio de asesoría tributaria es el siguiente:

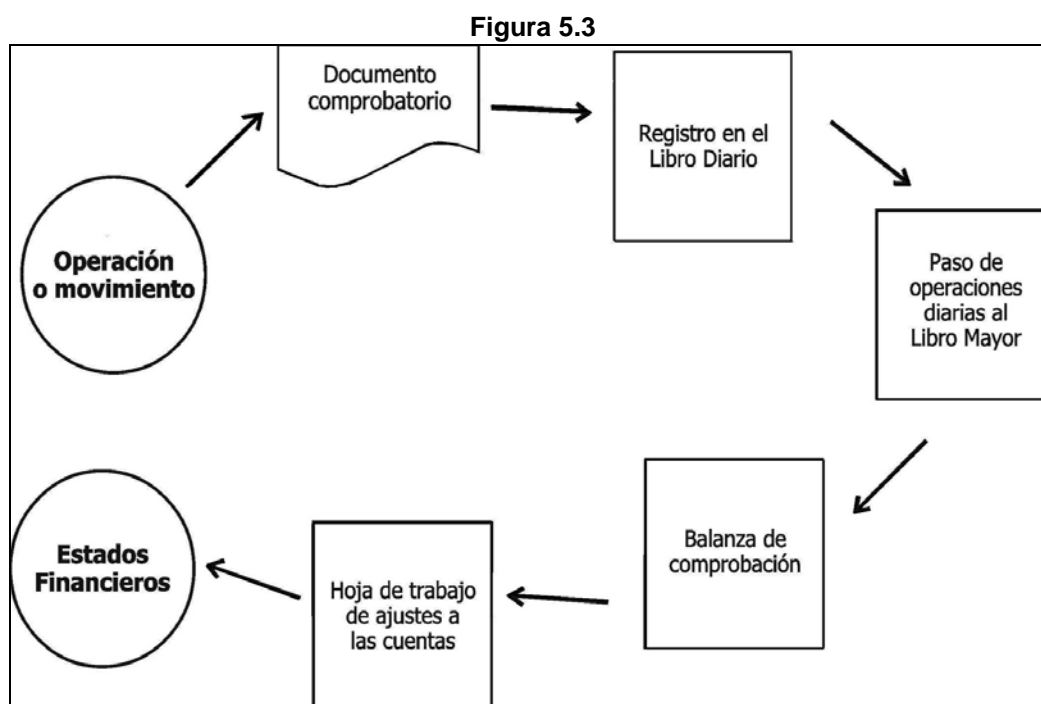
- Retirar sus documentos,
- Procesar la información
- Preparar un resumen de su movimiento económico

- Elaborar la declaración de impuestos
- Cancelar los valores por impuestos

**ASINSA** ofrece también la elaboración de una planificación tributaria.

- Declaración de impuestos
- Declaración de Anexos
  - Anexos transaccionales
  - Anexos de Gastos Personales
- Reclamos Administrativos (pago indebido o pago en exceso)
  - Devolución de Impuesto a la Renta
  - Devolución de IVA
- Declaración Patrimonial

### Asesoría Contable – Financiera



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**ASINSA** entregara a su empresa de forma mensual:

- Balance de Situación
- Balance de resultados

Y de ser necesario y según sus requerimientos se le entregara otra información financiera como:

- Flujos de Caja
- Análisis de Cuentas
- Informes personalizados
- Otros

Ofrecemos soluciones con el desarrollo de los siguientes productos: Planificación estratégica, Mejoramiento de procesos y sistemas de información que constituyen herramientas administrativas y financieras que permiten tener una visión íntegra de la realidad económica de los negocios.

Los productos que **ASINSA** ofrece en esta área son:

- Planificación Estratégica
- Mejoramiento de procesos
- Soluciones informáticas

### **Asesoría en Ventas**

**ASINSA** ofrece el desarrollo de un plan de marketing para su producto o servicio.

Los Productos ofrecidos por la consultoría son:

### **Paquete Corporativo**

Tendrá una cobertura total de los servicios que posee **ASINSA** el cual le permitirá al empresario tener un manejo adecuado de toda su empresa y sin preocuparse por no tener una asesoría en todos los aspectos fundamentales de su negocio

### **Paquete empresarial**

Le permitirá contar una asesoría contable, tributaria y de ventas lo que el empresario tendrá que utilizar esta información para tomar las decisiones financieras adecuadas para el funcionamiento de su empresa

## Paquete Pymes

Cuenta con una asesoría Contable Administrativo completa con un auspicio de marketing y le proporcionara información adecuada para que pueda presentar sus declaraciones y tomar las decisiones acordes para la empresa

**Precio:** Los costos que se pondrán en los servicios de **ASINSA** Asesores Contables, Tributarios y Financieros serán costos vasados en una estrategia de penetración el cual consiste en colocar los servicios con un costo bajo hasta captar a los clientes y poder incrementarlos de acuerdo a las expectativas del mercado y sin llegar a que los clientes sientan un servicio muy elevado. Para la proyección de nuestras ventas para el primer año nos basaremos en la investigación realizada para tener un análisis del mercado con el que podremos trabajar para dicha proyección.

Tomando en cuenta que tenemos una población comercial según el INEC. Para el censo 2010 de alrededor de 2808 PYMES de lo cual la muestra de la investigación es de 337 pero utilizaremos el valor global del cual tomaremos el 20% de la población para captar el primer Año y poder realizar nuestra proyección de ventas. Lo cual nos da un valor de 562 negocios de los cuales nuestra captación para los paquetes que promocionamos lo podremos detallar en el cuadro siguiente con la proyección de las ventas.

**Cuadro 5.4**

DESCRIPCION DE LOS PAQUETES	CANT. CLIENTES ANUAL	PRECIO DEL SERVICIO MENSUAL	PRECIO DEL SERVICIO ANUAL	TOTAL VENTAS ANUAL
Corporativo	70	60,00	720,00	50400,00
Empresarial	300	50,00	600,00	180000,00
Pymes	192	30,00	360,00	69120,00
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>562</b>			<b>299520,00</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

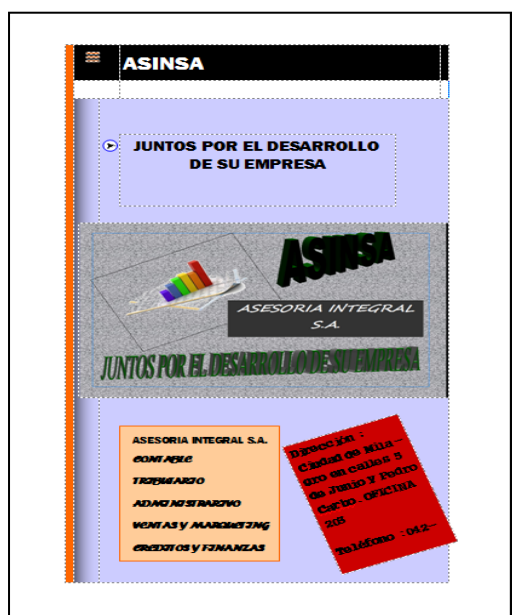
**Plaza:** Esto tiene lugar en la población de PYMES del cantón Milagro ya que nuestros servicios se los realizara en su mayor parte en nuestras oficinas solo queda pendiente el traslado de la información procesada hacia nuestros

clientes quienes están cerca y no es dispensable contratar alguna línea de distribución.

**Promoción:** Para poder hacernos conocer de la manera más rápida y adecuada se hará una promoción dentro del cantón y de la misma forma persuadir e informar a todos nuestros clientes sobre los servicios que ofrecemos en **ASINSA** Asesores Contables, Tributarios y Financieros para lo cual presentamos el plan de publicidad el mismo que consiste en:

- Colocación de afiches promocionales en distintos puntos de la zona comercial del cantón

Figura 5.4



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

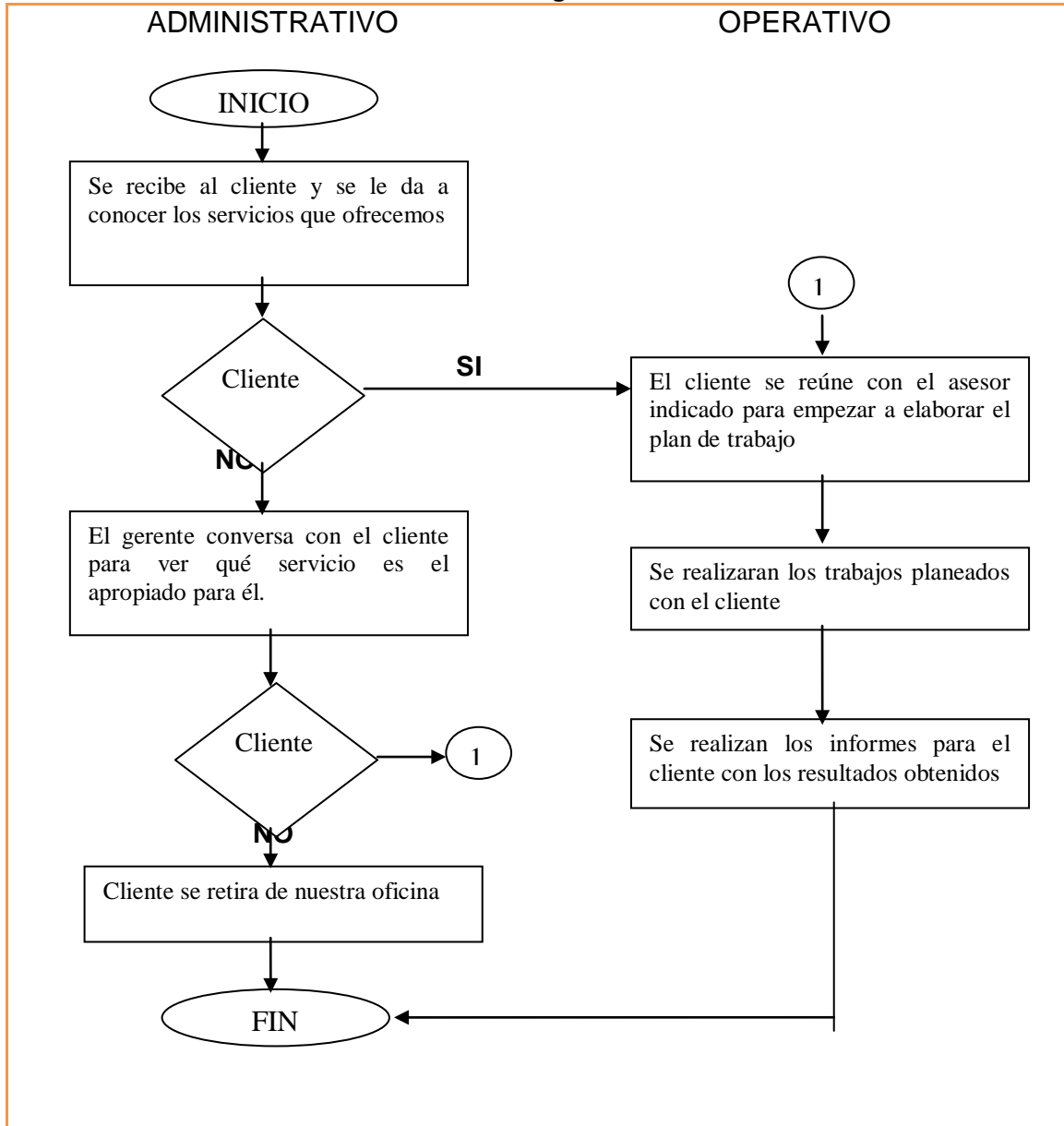
- Publicidad por los medios de televisión local como es “TV Milagro” en horas estratégicas

### 5.7.1 Actividades

Proceso de atención y recepción de clientes se la realizara de acuerdo al siguiente flujo en la que podremos apreciar la secuencia que se seguirá para poder brindar la atención adecuada y poder tener un servicio de calidad.



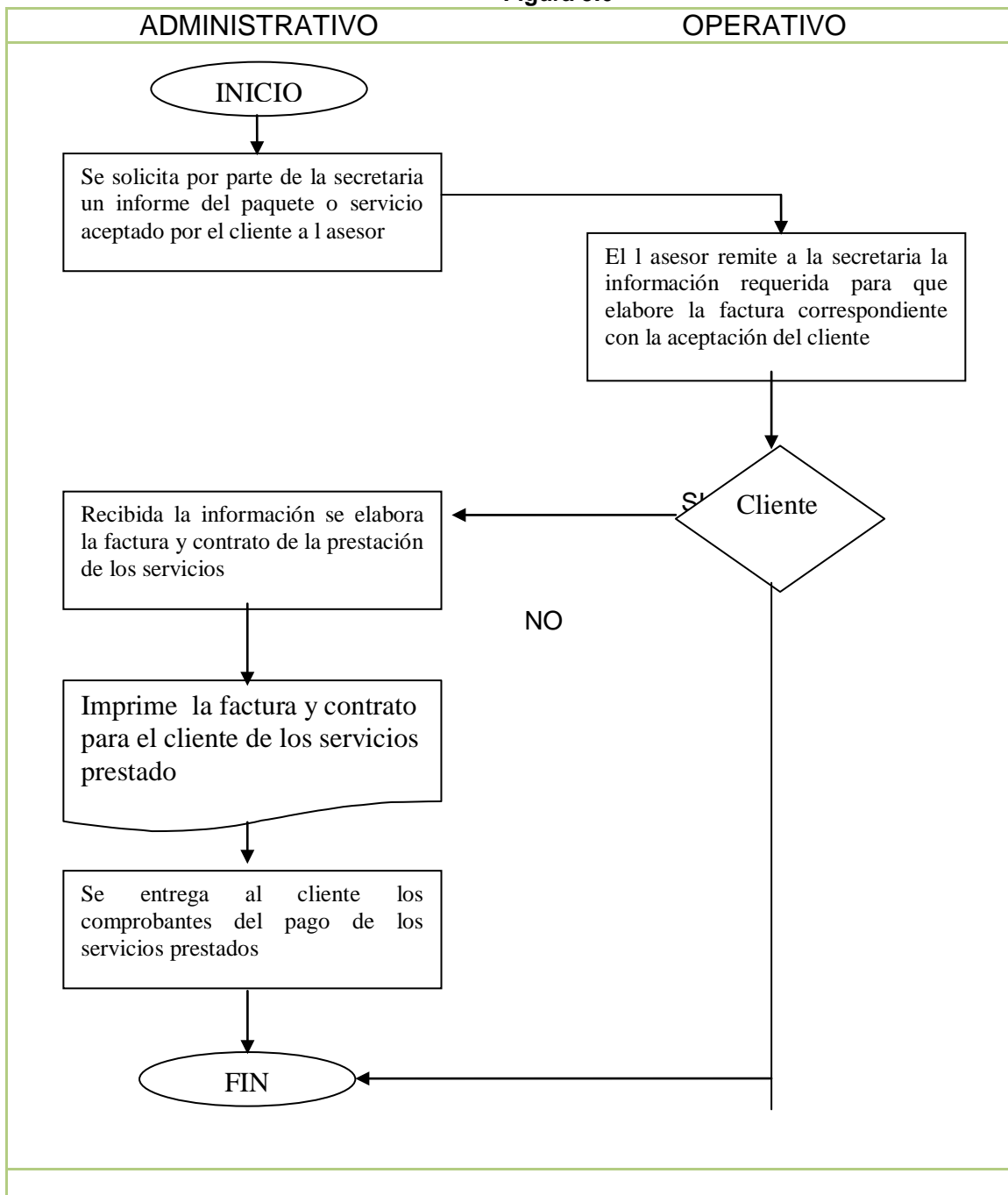
Figura 5.5



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

Proceso de facturación al momento de realizar la atención de los clientes se podrán verificar con el siguiente flujo de procesos el que nos servirá para ver como se realizara este proceso que es uno de los principales en nuestra empresa.

Figura 5.6



Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## 5.7.2 EVALUACION FINANCIERA

Indicaremos los recursos con los que se deberá contar para el inicio de las actividades de **ASINSA** y posteriormente indicares los estados financieros proyectados.

**Cuadro 5.5**

MUEBLES DE OFICINA			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Juego de estar	2	900,00	1800,00
Escritorios	8	150,00	1200,00
Sillas giratorias	8	95,00	760,00
Archivero vertical	4	135,00	540,00
Archivero horizontal	2	160,00	320,00
Papelera de escritorio	8	20,00	160,00
TOTAL			<b>4780,00</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Cuadro 5.6**

EQUIPO DE COMPUTO			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Computadoras	8	800,00	6400,00
impresora multifunción	2	110,00	220,00
teléfono	1	25,00	25,00
teléfono fax	1	50,00	50,00
cartuchos o toner	2	60,00	120,00
TOTAL			<b>6815,00</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

**Cuadro 5.7**

<b>MATERIALES DE OFICINA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Resma de papel A4	5,00	10,00	50,00
Grapadora	5,00	4,00	20,00
Caja de grapas	5,00	0,30	1,50
Saca grapas	5,00	0,35	1,75
Perforadora	5,00	4,00	20,00
caja de clip pequeño	6,00	0,30	1,80
caja de clip mariposa	6,00	0,80	4,80
porta clip	4,00	1,50	6,00
carpetas de cartón	100,00	0,40	40,00
Vinchas para carpeta	100,00	0,08	8,00
carpetas con agarradera	25,00	2,20	55,00
caja de lápices	24,00	0,60	14,40
caja de esferos	1,00	6,00	6,00
cuadernos académicos	10,00	1,20	12,00
sobres manila	50,00	0,20	10,00
cuadernos pequeño	10,00	0,75	7,50
Regla	5,00	0,30	1,50
Tijera	5,00	0,35	1,75
goma en barra	6,00	0,70	4,20
Sacapuntas	5,00	0,25	1,25
Resaltador	15,00	0,50	7,50
Corrector	12,00	0,50	6,00
<b>TOTAL</b>			<b>280,95</b>

**Fuente: Estudio de Mercado**  
**Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez**

**Cuadro 5.8**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
MUEBLES DE OFICINA	4780,00
EQUIPO DE COMPUTO	6815,00
MATERIALES DE OFICINA	280,95
GASTOS DE PRE OPERACIÓN	948,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>12823,95</b>

**Fuente: Estudio de Mercado**  
**Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez**

Cuadro 5.9

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCION	VALOR	
<b>NOMINA</b>		<b>6113,71</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2110,36	
MANO DE OBRA DIRECTA	4003,35	
SERVICIOS BASICOS		<b>653,50</b>
ARRIENDO	400,00	
AGUA	3,50	
ENERGIA ELECTRICA	100,00	
TELEFONO	50,00	
INTERNET	100,00	
INSUMOS		<b>147,55</b>
FORMULARIOS TRIBUTARIOS	75,00	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	72,55	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>6914,76</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

Cuadro 5.10

**ASINSA ASESORES CONTABLES, TRIBUTARIOS Y FINANCIEROS**  
**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (Expresado en Dólares)**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	% DE CRESIMIENTO		5,00%	TOTAL
			AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
(+) VCENTAS	228240,00	239652,00	251634,60	264216,33	277427,15	1261170,08
(-) COSTO DE VENTAS	71715,00	75300,75	79065,79	83019,08	87170,03	396270,65
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>156525,00</b>	<b>164351,25</b>	<b>172568,81</b>	<b>181197,25</b>	<b>190257,12</b>	<b>864899,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	25324,36	25324,36	25324,36	25324,36	25324,36	126621,80
(-) GASTOS GENERALES	12897,20	12897,20	12897,20	12897,20	12897,20	64486,00
(-) GASTOS DE DEPRECIACION	2646,60	2646,60	2646,60	462,00	462,00	8863,80
(-) GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	948,00	948,00	948,00	948,00	948,00	4740,00
(-) GASTO DE VENTA	4460,00	4460,00	4460,00	4460,00	4460,00	22300,00
<b>(=) TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>46276,16</b>	<b>46276,16</b>	<b>46276,16</b>	<b>44091,56</b>	<b>44091,56</b>	<b>227011,60</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>110248,84</b>	<b>118075,09</b>	<b>126292,65</b>	<b>137105,69</b>	<b>146165,56</b>	<b>637887,83</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	701,43	584,73	449,27	292,03	109,52	2136,98
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PART E.IMP.</b>	<b>109547,41</b>	<b>117490,36</b>	<b>125843,38</b>	<b>136813,66</b>	<b>146056,04</b>	<b>635750,85</b>
(X) PARTICION EMPLEADOS 15%	16432,11	17623,55	18876,51	20522,05	21908,41	95362,63
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>93115,30</b>	<b>99866,81</b>	<b>106966,88</b>	<b>116291,61</b>	<b>124147,63</b>	<b>540388,22</b>
(X) IMPUESTO RENTA 25%	23278,82	24966,70	26741,72	29072,90	31036,91	135097,06
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>69836,47</b>	<b>74900,10</b>	<b>80225,16</b>	<b>87218,71</b>	<b>93110,73</b>	<b>405291,17</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

El estado de Resultado es de mucha importancia su análisis debido a que nos muestra el desempeño operativo de una empresa en un periodo determinado, en nuestro caso podemos observar que nuestros ingresos por servicios prestados equivalen en el primer año a **\$69836,47** lo cual me permite cubrir todos los gastos operativos generados por la empresa. El margen de utilidad operacional con relación a las ventas equivale a un 48%. Mientras que la Utilidad Neta es del 31% del total de las ventas. En cuanto a los gastos, el rubro más alto es de los gastos administrativos con un 11% con relación a las ventas.

**Cuadro 5.11**

**ASINSA ASESORES CONTABLES, TRIBUTARIOS Y FINANCIEROS  
BALANCE GENERAL (Expresado en Dólares)**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja – Banco	6914,76	118382,81	197966,17	282887,77	373409,84	469015,05
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>6914,76</b>	<b>118382,81</b>	<b>197966,17</b>	<b>282887,77</b>	<b>373409,84</b>	<b>469015,05</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>						
Muebles de Oficina	4780,00	4780,00	4780,00	4780,00	4780,00	4780,00
Equipo de Computo	6815,00	6815,00	6815,00	6815,00	6815,00	6815,00
Equipo de Oficina	280,95	280,95	280,95	280,95	280,95	280,95
(-)Depreeciacion Acumulada		2646,60	5293,20	7939,80	8401,80	8863,80
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>11875,95</b>	<b>9229,35</b>	<b>6582,75</b>	<b>3936,15</b>	<b>3474,15</b>	<b>3012,15</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>						
Pre Operación	948,00	948,00	948,00	948,00	948,00	948,00
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>948,00</b>	<b>948,00</b>	<b>948,00</b>	<b>948,00</b>	<b>948,00</b>	<b>948,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>19738,71</b>	<b>128560,16</b>	<b>205496,92</b>	<b>287771,92</b>	<b>377831,99</b>	<b>472975,20</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
15 % Participacion Emp.		16432,11	17623,55	18876,51	20522,05	21908,41
Impuesto a ala Renta por pagar		23278,82	24966,70	26741,72	29072,90	31036,91
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>	<b>39710,94</b>	<b>42590,26</b>	<b>45618,23</b>	<b>49594,95</b>	<b>52945,31</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>						
Prestamo Bancario	5000,00	4274,04	3431,37	2453,25	1317,88	0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>5000,00</b>	<b>43984,97</b>	<b>46021,63</b>	<b>48071,47</b>	<b>50912,83</b>	<b>52945,31</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Aporte de Capital	14738,71	14738,71	14738,71	14738,71	14738,71	14738,71
Utilidad del Ejercicio		69836,47	74900,10	80225,16	87218,71	93110,73
Utilidad Años Anteriores			69836,47	144736,58	224961,73	312180,44
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>14738,71</b>	<b>84575,19</b>	<b>159475,29</b>	<b>239700,45</b>	<b>326919,16</b>	<b>420029,88</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>19738,71</b>	<b>128560,16</b>	<b>205496,92</b>	<b>287771,92</b>	<b>377831,99</b>	<b>472975,20</b>

Cuadro 5.12

**ASINSA ASESORES CONTABLES, TRIBUTARIOS Y FINANCIEROS  
FLUO DE EFECTIVO PROYECTADO (Expresado en Dólares)**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS		228240,00	239652,00	251634,60	264216,33	277427,15
<b>(A) TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>0,00</b>	<b>228240,00</b>	<b>239652,00</b>	<b>251634,60</b>	<b>264216,33</b>	<b>277427,15</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
INVERCION INICIAL	19738,71					
GASTO ADMINISTRATIVO		25324,36	25324,36	25324,36	25324,36	25324,36
GASTO DE VENTA		4460,00	4460,00	4460,00	4460,00	4460,00
GASTOS GENERALES		13845,20	13845,20	13845,20	13845,20	13845,20
COSTO VARIABLE		71715,00	75300,75	79065,79	83019,08	87170,03
15% PARTICIPACION EMPLEADOS			16432,11	17623,55	18876,51	20522,05
25% IMPUESTO A LA RENTA			23278,82	24966,70	26741,72	29072,90
<b>(B) TOTAL EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>19738,71</b>	<b>115344,56</b>	<b>158641,25</b>	<b>165285,60</b>	<b>172266,86</b>	<b>180394,54</b>
<b>(C) FLUJO OPERATIVO (A-B)</b>	<b>-19738,71</b>	<b>112895,44</b>	<b>81010,75</b>	<b>86349,00</b>	<b>91949,47</b>	<b>97032,60</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
PRESTAMO BANCARIO	5000,00					
<b>(D) TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>5000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
INVERSIONES						
PAGO CAPITAL		725,96	842,66	978,13	1135,37	1317,88
PAGO INTERESES		701,43	584,73	449,27	292,03	109,52
<b>(E) TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>0,00</b>	<b>1427,40</b>	<b>1427,40</b>	<b>1427,40</b>	<b>1427,40</b>	<b>1427,40</b>
<b>(F) FLUJO NETO NO OPERATIVO (D-E)</b>	<b>5000,00</b>	<b>-1427,40</b>	<b>-1427,40</b>	<b>-1427,40</b>	<b>-1427,40</b>	<b>-1427,40</b>
<b>(G) FLUJO NETO GENERADO</b>	<b>-14738,71</b>	<b>111468,04</b>	<b>79583,36</b>	<b>84921,60</b>	<b>90522,07</b>	<b>95605,21</b>
<b>(H) SALDO INICIAL DE CAJA</b>		<b>6914,76</b>	<b>118382,81</b>	<b>197966,17</b>	<b>282887,77</b>	<b>373409,84</b>
<b>(I) FLUJO ACUMULADO (G+H)</b>		<b>118382,81</b>	<b>197966,17</b>	<b>282887,77</b>	<b>373409,84</b>	<b>469015,05</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## SITUACION FINANCIERA

### Análisis de Rentabilidad.

Cuadro 5.13

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$19.739	\$111.468	\$79.583	\$84.922	\$90.522	\$95.605
<i>Flujo Acumulado</i>		\$111.468	\$191.051	\$275.973	\$366.495	\$462.100

Tasa de Descuento mensual	1,25%
Tasa de Descuento anual	15,0%
<b>INDICES NOMINALES</b>	

<b>Payback (Recuperación de la Inversión)</b>	<b>(Menor al plazo)</b>
---	-------------------------

Año de Recuperación de la Inversión	Año	2	
Diferencia con Inversión Inicial	\$19.739	\$191.051	-\$171.313
Flujo Mensual Promedio Año Siguiendo	\$84.922	12	\$7.077
Número de Meses	-\$171.313	\$7.077	5

**PAYBACK**

2

Año (s)

-17

Mes(es)

<b>Tasa de Rendimiento Promedio</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>
-------------------------------------	-----------------------------

<i>Sumatoria de Flujos</i>	\$462.100
<i>Años</i>	5
<i>Inversión Inicial</i>	\$19.739

**TRP**

468,2%

Con la información recolectada de los estados financieros podemos realizar los análisis de rentabilidad lo que podemos observar a primera instancia que la recuperación de la inversión inicial de \$ **19738,71** se lo hará en 5 meses. Con una tasa de rendimiento promedio muy alta

Cuadro 5.14

<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>(Positivo)</b>	<b>\$249.799</b>
<b>Indicé de Rentabilidad (IR)</b>	<b>(Mayor a 1)</b>	<b>13,66</b>
<b>Rendimiento Real (RR)</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>1266%</b>
<b>Tasa Interna de Retorno (Tir)</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>540%</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez



Así también podemos ver que el valor actual neto VAN de una inversión es la diferencia entre su valor en el mercado y su costo. El criterio del VAN manifiesta que se debe aceptar o emprender un proyecto si el VAN nos da como resultado un valor positivo en nuestro caso es de \$249.799 positivo

### 5.7.3 Razones Financieras

Cuadro 5.15

<b>Punto de Equilibrio</b>	<i>En U\$</i>	<b>\$67.478</b>
	<i>En %</i>	<b>28%</b>
	<i>En unid.</i>	<b>0</b>
<b>Valor Agregado sobre Ventas</b>	<b>(Menor a 50%)</b>	<b>11%</b>
<b>Indicé de Empleo</b>	<b>(Mayor al 50%)</b>	<b>385%</b>
<b>Riesgo de Iliquidez</b>	<b>(Menor a 50%)</b>	<b>4%</b>
<b>Margen Neto de Utilidad</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>32%</b>
<b>Rotación de Activos</b>	<b>(Mayor a 1)</b>	<b>2,7</b>
<b>Dupont</b>	<b>Aprox. al 100%</b>	<b>86%</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

Cuadro 5.16

<b>ANALISIS DE LIQUIDEZ</b>		
<b>LIQUIDEZ GENERAL</b>	<b>2,98</b>	<b>VECES</b>
<b>PRUEBA ACIDA</b>	<b>2,61</b>	<b>VECES</b>
<b>PRUEBA DEFENSIVA</b>	<b>269,14%</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>78671,87</b>	<b>DOLARES</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

Cuadro 5.17

#### ANALISIS DE LA GESTIÓN O ACTIVIDAD

<b>ROTACION DE ACTIVOS TOTALES</b>	<b>1,78</b>	<b>VECES</b>
<b>ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO</b>	<b>24,73</b>	<b>VECES</b>
<b>ANALISIS DE SOLVENCIA</b>		
<b>ESTRUCTURA DEL CAPITAL</b>	<b>0,52006947</b>	<b>DOLARES</b>
<b>RAZON DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>0,54322018</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>COBERTURA DE GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1,2175234</b>	<b>VECES</b>
<b>COBERTURA DE GASTOS FIJOS</b>	<b>1,52877406</b>	<b>VECES</b>
<b>ANALISIS DE RENTABILIDAD</b>		
<b>RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO</b>	<b>0,82573241</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN</b>	<b>0,54322018</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>UTILIDAD ACTIVO</b>	<b>1,2175234</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>UTILIDAD VENTAS</b>	<b>0,68579127</b>	<b>PORCENTAJE</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

En el cuadro podemos observar los resultados obtenidos de las razones financieras de las mismas que podemos mencionar que:

Según el análisis de liquidez contamos con 2.98 dólares por cada dólar para pagar nuestras deudas y contamos con un capital de trabajo de \$78671.87

El de solvencia se puede apreciar que cifras muy claras para que nuestro proyecto pueda estar en curso tal como lo vemos en la rentabilidad del rendimiento de inversión y de la utilidad tanto de activos como de las ventas.

#### **5.7.4 Impacto**

- Realizar un análisis persistente del comportamiento del cliente para establecer estrategias comerciales que satisfagan las exigencias de los mismos, a tal punto de ganar confianza con la calidad de nuestros servicios.
- Es importante que más de brindar una asesoría Contable se oriente al microempresario a utilizar elementos de marketing, debido a que son herramientas que ayudan a posicionar en un corto tiempo a todo negocio.
- Se realice continuas capacitaciones, ilustrando de esa manera al administrador, para que se optimice las actividades internas y externas de las microempresas.
- Implementar un sistema Contable que se amolde a las necesidades de la microempresa, logrando de esta manera un mejor control tributario y a su vez altos niveles de rentabilidad.

## 5.7.5 Cronograma

**Cuadro 5.18**

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.**

Nº	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2			
		SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 5	SEM 6	SEM 7	SEM 8
1	CONTRATO DE LOCAL	■							
2	ADECUACION DEL LOCAL	■							
3	COMPRA DE MOBILIARIO	■							
4	COMPRA DE SUMS OFIC	■							
5	GESTION DE PRESTAMO BANC.		■						
6	OBTENCION DEL RUC		■						
7	PERMISOS MUNICIPALES		■						
8	ASOC CAM COMERCIO		■						
9	PERMISO DE BOMBEROS		■						
10	PERMISO DE MIN SALUD		■						
11	CERTIF DE SUPER. COMP			■					
12	SELECCIÓN DE PERSONAL			■					
13	CONTRATACION DE PERSONAL			■					
14	DISTRIBUCION DE FUNCIONES			■					
15	GASTOS EN INFRAESTRUCTURA				■				
16	COMPRA DE EQUIP COMPUTO				■				
17	ALIANZAS ESTRATEGICAS CON EMPRESAS PROVEEDORAS DE SOWARE					■			
18	PROVEEDORES VARIOS					■			
19	PUBLICIDAD EN MEDIOS						■		
20	INTERNET						■		
21	TELEVISION						■		
22	RADIO						■		
23	PRENSA						■		
24	INAGURACION DEL ESTABLECIMIENTO						■	■	
25	EJECUCION DE LA PROPUESTA						■	■	
26	RESULTADOS DEL 1 MES								■

Fuente: Estudio de Mercado  
Responsable: Marjorie Díaz y Martha Vélez

## 5.7.6 Lineamiento para evaluar la propuesta

La aplicación de la consultoría entre los micro y pequeños empresarios de la ciudad de milagro ayudara a desarrollar sus negocios mejorando su calidad de vida de ellos y de sus empleados.

Impulsar el desarrollo de los mercados estableciendo los nichos hacia dónde dirigir los productos y los servicios en forma personalizada garantizando así la sostenibilidad del negocio dentro del mercado.

Garantizar el desarrollo micro empresarial sin problemas financieros ni contables para nuestros clientes.

### **5.7.7 Conclusiones.**

Luego de haber finalizado de analizar y redactar el presente proyecto de tesis de grado, es preciso mencionar los beneficios que se va obtener con la propuesta:

- Podemos indicar que dentro del cantón Milagro según el CENSO económico realizado por el INEC en el 2010 existen alrededor de 2808 empresas dedicadas a actividades comerciales , industriales y agrícolas , es un mercado grande y no explotado en donde se puede aprovechar el desarrollo y la pujanza de los milagreños y mejorar su nivel económico expectativas productivas del mismo.
- En el cantón Milagro no existen muchas empresas de gran tamaño , por lo contrario una gran cantidad de pequeñas empresas se puede aprovechar su diversidad de las mismas , reducir el margen de Riesgo por la diversificación de capitales
- Los servicios que ofrecerá ASINSA estará acorde a las necesidades de la PYMES del cantón
- El proyecto de inversión posee las condiciones necesarias para poder lograr un posicionamiento del mercado

### **5.7.8 Recomendaciones**

- Desarrollar estrategias integradoras entre empresas de la misma rama para fomentar el desarrollo en conjunto.

- Implementar estrategias de publicidad para dar a conocer los beneficios que ofrece nuestra empresa de asesoramiento contable, tributario y financiero
- Realizar una investigación de que otras necesidades tienen nuestros clientes para poder cubrir con nuevos servicios a futuro
- Diseñar y ejecutar para el personal de la empresa planes de capacitación continúa en relación a las necesidades que tiene el cantón Milagro en sus áreas productivas, gestión, administración, créditos y tributación.

## BIBLIOGRAFIA

- ARTEAGA, J. R.** (1997). *Nociones Fundamentales De Derecho Tributario*. En J. R. Arteaga, *Nociones fundamentales de derecho tributario* (págs. 374- 195).
- JAIME, J. J.** (2008). *Contabilida Financiera 1*. En J. J. Jaime, *contabilida financiera 1*.
- MIRANDA**, *Control Fiscal y Auditoria de estado en Colombia* (pág. 83).
- NACIONAL, H. C.** (5 de Noviembre de 1999). *Ley de Compañías*.
- SAMANIEGO, J. D.** (2008). *asminisatracion financiera 2*. En J. D. Samaniego, *asminisatracion financiera 2* (pág. 244).
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS.** (17 de Noviembre 2004). *Ley de Regimen Tributario Interno*.
- WESTER, A.** (2009). *Estadistica aplicada a los negocios y la economia*. Mexico: McGraw-hill.
- ÁVILA, JOUSTINE:** *Principios De La Administración*, Ediciones Eudecor. Córdoba, 1998.
- HOLGUÍN CABEZAS Rubén.** *Elementos De Economía Cuarta Edición*, Editorial Ediciones Holguín S.A.
- JUMBOL, FRANCHESCO:** *Investigación Integral De Mercados*, Tercera
- VILLALBA Carlos.** *Guía De Elaboración De Anteproyecto Y Proyectos*, Editorial Sur Editores.
- VOLPENTESTA, JORGE ROBERTO:** *Organizaciones Y Estructuras*. Osmar D. Buyatti, Buenos Aires.
- ZAMORA MIGUEL ÁNGEL.** *Temática Estudiantil*. Editorial: Copyright
- GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE BUCAY** *Catastro de patentes del cantón Bucay al 2011*
- LEVIN, RICHARD,** *Estadística para Administradores*, Editorial Prentice Hall, Sexta Edición. Año 2008.

## LINCOGRAFÍAS

- <http://microempresa.blogdiario.com/1206741300/>
- [www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11434/1/Asesoramiento%20Administrativo%20y%20financiero%20MIPYMES%20\(1\).pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11434/1/Asesoramiento%20Administrativo%20y%20financiero%20MIPYMES%20(1).pdf)
- [sparcosac.com/microempresa.html](http://sparcosac.com/microempresa.html)
- [www.emprender-online.com.ar/10-ideas-de-microemprendimientos-rentables](http://www.emprender-online.com.ar/10-ideas-de-microemprendimientos-rentables)
- [www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no11/controlinterno.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no11/controlinterno.htm)
- [www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r70757.DOC](http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r70757.DOC)
- [www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/](http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/)
- [www.acens.com/articulo/como-mejorar-la-productividad-de-su-empresa-innovacion-y-flexibilidad-en-los-procesos-de-negocio.html](http://www.acens.com/articulo/como-mejorar-la-productividad-de-su-empresa-innovacion-y-flexibilidad-en-los-procesos-de-negocio.html)

**ANEXOS**







# UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

## UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

### CARRERA: INGENIERIA EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA – C.P.A. ENCUESTA DIRIGIDA A: MICROEMPRESARIOS DEL CANTÓN MILAGRO

**OBJETIVO:** Analizar como incide el incumplimiento de normas tributarias por parte de los microempresarios en Milagro, en el desarrollo socioeconómico.

#### INSTRUCCIONES

En las siguientes preguntas marca con una "X" en el cuadro la respuesta que usted escoja

**SEXO:** MASCULINO  FEMENINO

#### INSTRUCCIÓN DE ESTUDIO:

PRIMARIA  SECUNDARIA  NIVEL SUPERIOR  POSTGRADO   
OTROS

**EDAD :** 18 - 28  29 - 39  40 en adelante

#### 1.- Usted es:

Nativo y Residente de la Ciudad de Milagro

No Nativo y Residente

No Nativo No Residente pero realiza actividad laboral y/o comercial en Milagro

#### 2.- ¿Qué tiempo tiene en funcionamiento el negocio?

1 a 5

5 a 10

10 a más

#### 3.- La actividad que realiza en su negocio corresponde al sector:

COMERCIAL  INDUSTRIAL  AGRICOLA  SERVICIOS

#### 4.- ¿Su cargo en la microempresa es?

ADMINISTRADOR

DUEÑO

**5.- ¿Cómo visualiza usted el desarrollo socioeconómico del cantón Milagro en los últimos 5 años?**

- Lo mismo   
Lento desarrollo   
Mucho desarrollo

**6.-Considera usted que los microempresarios del Cantón Milagro con respecto a la Cultura Tributaria, tienen:**

- Mucho conocimiento   
Poco conocimiento   
Nada de conocimiento

**7.- Considera usted que la cultura Tributaria en los microempresarios del cantón Milagro, ayuda en el progreso del mismo:**

- Mucho   
Poco   
Nada

**8.- ¿Las declaraciones de impuestos de su negocio son hechas por?**

- Administrador  Contador de la empresa   
Contador externo  No realiza

**9.- ¿Qué tipo de impuestos declara en su negocio?**

- IVA  RICE   
IR  NINGUNO   
ICE

**10.-EN ALGUN MOMENTO SU NEGOCIO A INCURRIDO EN ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SANCIONES**

- Clausura de negocio   
Pago de multas   
Nada

**11.- Con respecto a la capacitación tributaria usted la realiza:**

Siempre

Rara vez

Nunca

**12.- Con respecto al asesoramiento ¿Cuál considera usted que sería de ayuda para mejorar los márgenes de ganancia de su microempresa?**

Tributaria

Contable

Financiera

Administrativa

Marketing

Ninguna

<b>PROYECTO</b>	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CONSULTORA CONTABLE, TRIBUTARIA, ADMINISTRATIVA DIRIJIDO A LAS PYMES DEL CANTON MILAGRO</b>
-----------------	--

<b>Promotor</b>	<b>Marjorie Díaz y Martha Vélez</b>
-----------------	-------------------------------------

## 1. ESTUDIO TECNICO

### 1.1. VENTAS

DESCIPCION DE LOS PAQUETES	CANT. CLIENTES ANUAL	PRECIO DEL SERVICIO MENSUAL	PRECIO DEL SERVICIO ANUAL	TOTAL VENTAS ANUAL
<b>Corporativo</b>	70	50,00	600,00	42000,00
<b>Empresarial</b>	300	40,00	480,00	144000,00
<b>Pymes</b>	192	18,33	220,00	42240,00
	0	0,00	0,00	0,00
	0	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>562</b>			<b>228240,00</b>

### 1.2 COSTOS DIRECTOS

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		
<b>CARGO</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>
ASESOR CONTABLE - TRIBUTARIO	1642,40	19708,80
ASESOR ADMINISTRATIVO	1642,40	19708,80
ASESOR DE MARKETING Y VENTAS	1644,40	19732,80
PERSONAL DE LIMPIEZA	718,55	8622,60
	<b>TOTAL</b>	<b>67773,00</b>

<b>INSUMOS DIRECTOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>UNIDADES ANUALES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
ENERGIA ELECTRICA	1	12	100,00	1200,00
AGUA	1	12	3,50	42,00
TELEFONO	1	12	50,00	600,00
INTERNET	1	12	100,00	1200,00
FORMULARIOS TRIBUTARIOS	100	1200	0,75	900,00
<b>TOTAL</b>				<b>3942,00</b>

<b>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</b>	<b>71715,00</b>
---------------------------------	-----------------

### 1.3. COSTOS INDIRECTOS

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>CARGO</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>
GERENTE GENERAL	1494,46	17933,56
SECRETARIA CONTADOR	615,90	7390,80
	<b>TOTAL</b>	<b>25324,36</b>

<b>GASTOS GENERALES</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
ARRIENDO	400,00	4800,00
PUBLICIDAD		4460,00
SUMINISTROS DE OFICINA	230,55	2766,60
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	72,55	870,60
	<b>TOTAL</b>	<b>12897,20</b>

<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>38221,56</b>
--------------------------------	-----------------

#### 1.4. INVERSIONES DEL PROYECTO

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
MUEBLES DE OFICINA	4780,00
EQUIPO DE COMPUTO	6815,00
MATERIALES DE OFICINA	280,95
GASTOS DE PRE OPERACIÓN	948,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>12823,95</b>

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>VALOR</b>
<b>DESCRIPCION</b>		
<b>NOMINA</b>		<b>6113,71</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2110,36	
MANO DE OBRA DIRECTA	4003,35	
<b>SERVICIOS BASICOS</b>		<b>653,50</b>
ARRIENDO	400,00	
AGUA	3,50	
ENERGIA ELECTRICA	100,00	
TELEFONO	50,00	
INTERNET	100,00	
<b>INSUMOS</b>		<b>147,55</b>
FORMULARIOS		
TRIBUTARIOS	75,00	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	72,55	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>6914,76</b>

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
ACTIVO FIJO	12823,95
CAPITAL DE TRABAJO	6914,76
<b>TOTAL</b>	<b>19738,71</b>

## 1.5 DEPRECIACION ANUAL

DEPRECIACION					
DESCRIPCION	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DE DEPRECIACION	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>					
Juego de estar	1800,00	5	10%	15,00	180,00
Escritorios	1200,00	5	10%	10,00	120,00
Sillas giratorias	760,00	5	10%	6,33	76,00
Archivero vertical	540,00	5	10%	4,50	54,00
Archivero horizontal	320,00	5	10%	2,67	32,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>4620,00</b>			<b>38,50</b>	<b>462,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>					
Computadoras	6400,00	3	33%	176,00	2112,00
impresora multifucion	220,00	3	33%	6,05	72,60
<b>SUB TOTAL</b>	<b>6620,00</b>			<b>182,05</b>	<b>2184,60</b>
<b>TOTAL</b>	<b>11240,00</b>			<b>220,55</b>	<b>2646,60</b>

DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2646,60	2646,60	2646,60	462,00

## 1.6. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

INVERSION DEL PROYECTO	
ACTIVO FIJO	12823,95
CAPITAL DE TRABAJO	6914,76
<b>TOTAL</b>	<b>19738,71</b>

INVERSION	
FINANCIAMIENTO	5000,00
APORTE DE SOCIOS	14738,71
	<b>19738,71</b>

## TABLA DE AMORTIZACION DATOS

CLIENTE	Contrif
Valor Financiar	\$ 5.000,00
Tasa de Interes Anual	15,00%
Plazo Meses	60
Dividendo	\$ 118,95
Fecha Primer Pago	1-ago-2012

## TABLA DE AMORTIZACION

CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO
1	5000,00	62,50	56,45	118,95
2	4943,55	61,79	57,16	118,95
3	4886,40	61,08	57,87	118,95
4	4828,53	60,36	58,59	118,95
5	4769,93	59,62	59,33	118,95
6	4710,61	58,88	60,07	118,95
7	4650,54	58,13	60,82	118,95
8	4589,72	57,37	61,58	118,95
9	4528,14	56,60	62,35	118,95
10	4465,80	55,82	63,13	118,95
11	4402,67	55,03	63,92	118,95
12	4338,75	54,23	64,72	118,95
13	4274,04	53,43	65,52	118,95
14	4208,51	52,61	66,34	118,95
15	4142,17	51,78	67,17	118,95
16	4075,00	50,94	68,01	118,95
17	4006,98	50,09	68,86	118,95
18	3938,12	49,23	69,72	118,95
19	3868,40	48,35	70,59	118,95
20	3797,80	47,47	71,48	118,95
21	3726,33	46,58	72,37	118,95
22	3653,96	45,67	73,28	118,95
23	3580,68	44,76	74,19	118,95
24	3506,49	43,83	75,12	118,95
25	3431,37	42,89	76,06	118,95
26	3355,31	41,94	77,01	118,95
27	3278,31	40,98	77,97	118,95



28	3200,34	40,00	78,95	118,95
29	3121,39	39,02	79,93	118,95
30	3041,46	38,02	80,93	118,95
31	2960,53	37,01	81,94	118,95
32	2878,58	35,98	82,97	118,95
33	2795,62	34,95	84,00	118,95
34	2711,61	33,90	85,05	118,95
35	2626,56	32,83	86,12	118,95
36	2540,44	31,76	87,19	118,95
37	2453,25	30,67	88,28	118,95
38	2364,96	29,56	89,39	118,95
39	2275,57	28,44	90,50	118,95
40	2185,07	27,31	91,64	118,95
41	2093,43	26,17	92,78	118,95
42	2000,65	25,01	93,94	118,95
43	1906,71	23,83	95,12	118,95
44	1811,59	22,64	96,30	118,95
45	1715,29	21,44	97,51	118,95
46	1617,78	20,22	98,73	118,95
47	1519,05	18,99	99,96	118,95
48	1419,09	17,74	101,21	118,95
49	1317,88	16,47	102,48	118,95
50	1215,40	15,19	103,76	118,95
51	1111,65	13,90	105,05	118,95
52	1006,59	12,58	106,37	118,95
53	900,23	11,25	107,70	118,95
54	792,53	9,91	109,04	118,95
55	683,49	8,54	110,41	118,95
56	573,08	7,16	111,79	118,95
57	461,29	5,77	113,18	118,95
58	348,11	4,35	114,60	118,95
59	233,51	2,92	116,03	118,95
60	117,48	1,47	117,48	118,95

### GASTOS ADMINISTRATIVOS

Número de Empleados	CARGO	SUELDO	APORTE IESS 9,35%	HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL 11,15%	13ro	14 to	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IECE 0,50%	RETIRO	TOTAL
	GERENTE GENERAL	1500,00	140,25	0,00	167,25	125,00	24,33	125,00	62,50	7,50	45,29	1494,46
	SECRETARIA CONTADOR	600,00	56,10	0,00	66,90	50,00	24,33	50,00	25,00	3,00	0,00	615,90
	<b>TOTAL</b>	<b>2100,00</b>	<b>196,35</b>	<b>0,00</b>	<b>234,15</b>	<b>175,00</b>	<b>48,67</b>	<b>175,00</b>	<b>87,50</b>	<b>10,50</b>	<b>45,29</b>	<b>2110,36</b>

### MANO DE OBRA DIRECTA

Número de Empleados	CARGO	SUELDO	APORTE IESS 9,35%	HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL 11,15%	13ro	14 to	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IECE 0,50%	RETIRO	TOTAL	TOTAL 2
2	ASESOR CONTABLE -TRIBUTARIO	800,00	74,80	0,00	89,20	66,67	24,33	66,67	33,33	4,00	0,00	821,20	1642,40
2	ASESOR ADMINISTRATIVO	800,00	74,80	0,00	89,20	66,67	24,33	66,67	33,33	4,00	0,00	821,20	1642,40
2	ASESOR DE MARKETING Y VENTAS	800,00	74,80	1,00	89,20	66,67	25,33	66,67	33,33	4,00	0,00	822,20	1644,40
2	PERSONAL DE LIMPIEZA	350,00	32,73	0,00	39,03	29,17	24,33	29,17	14,58	1,75	0,00	359,28	718,55
	<b>TOTAL</b>	<b>2750,00</b>	<b>257,13</b>	<b>1,00</b>	<b>306,63</b>	<b>229,17</b>	<b>98,33</b>	<b>229,17</b>	<b>114,58</b>	<b>13,75</b>	<b>0,00</b>	<b>2823,88</b>	<b>5647,75</b>

<b>TOTAL</b>	<b>4850,00</b>	<b>453,48</b>	<b>1,00</b>	<b>540,78</b>	<b>404,17</b>	<b>147,00</b>	<b>404,17</b>	<b>202,08</b>	<b>24,25</b>	<b>45,29</b>	<b>4934,24</b>
--------------	----------------	---------------	-------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------	--------------	----------------

**CALCULO DEL IMPUESTO A LA RENTA**

CARGO	SUELDO	DEDUCIBLE		TOTAL DEDUCIBLE	BASE IMPONIBLE		FRECCION		IMPUESTO			IR ANUAL	IR MEN SUAL
		APORTE IESS 9,35%	GASTOS PERSONALES		MEN SUAL	ANUAL	BASICA	EXEDE NTE	F. BASIC A	%	F. EXEDE NTE		
GERENTE GENERAL	1500,00	140,25		140,25	1359,75	16317,00	15480,0	837,00	443,00	0,12	100,44	543,44	45,29
SECRETARIA CONTADOR	600,00	56,10		56,10	543,90	6526,80	0,0	6526,8	-0-	0,00	0,00	0	0,00
ASESOR CONTABLE – TRIBUTARIO	800,00	74,80		74,80	725,20	8702,40	0,0	8702,4	-0-	0,00	0,00	0	0,00
ASESOR ADMINISTRATIVO	800,00	74,80		74,80	725,20	8702,40	0,0	8702,4	-0-	0,00	0,00	0	0,00
PERSONAL DE LIMPIEZA	350,00	32,73		32,73	317,28	3807,30	0,0	3807,3	-0-	0,00	0,00	0	0,00

<b>TABLA DE IR 2012</b>			
<b>FRACCION</b>		<b>IMPUESTO</b>	
<b>BASICA</b>	<b>EXEDENTE</b>	<b>F. BASICA</b>	<b>F. EXEDENTE</b>
0	9720	-0-	0%
9720	12380	0	5%
12380	15480	133	10%
15480	18580	443	12%
18580	37160	815	15%
37160	55730	3602	20%
55730	74320	7316	25%
74320	99080	11962	30%
99080	100000	19392	35%
	EN ADELANTE		

<b>PUBLICIDAD</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>
LETRERO PRINCIPAL	1	200	200
LETRERO EXTERIOR	1	50	50
BANNER	1	150	150
HOJAS VOLANTES O AFICHES	6	50	300
TARJETAS	4	40	160
TV LOCAL	12	300	3600
	0		0
<b>TOTAL</b>			<b>4460</b>

<b>GASTOS GENERALES</b>			
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	<b>CANT</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>
ARRIENDO	1	400	4800
LUZ	1	100	1200
TELEFONO	1	50	600
INTERNET	1	100	1200
<b>TOTAL</b>			<b>7800</b>

FUNCIONAMIENTO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
patente municipal	300	300	300	300	300
permiso cuerpo de bomberos	18	18	22	28	30
escritura pública de Const.	80				
registro mercantil	50				
Honorarios Profesionales	500				
<b>TOTAL</b>	<b>948</b>	<b>318</b>	<b>322</b>	<b>328</b>	<b>330</b>

DEPRECIACION					
DESCRIPCION	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DE DEPRECIACION	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>					
Juego de estar	1800,00	5	10%	15,00	180,00
Escritorios	1200,00	5	10%	10,00	120,00
Sillas giratorias	760,00	5	10%	6,33	76,00
Archivero vertical	540,00	5	10%	4,50	54,00
Archivero horizontal	320,00	5	10%	2,67	32,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>4620,00</b>			<b>38,50</b>	<b>462,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>					
Computadoras	6400,00	3	33%	176,00	2112,00
impresora multifucion	220,00	3	33%	6,05	72,60
<b>SUB TOTAL</b>	<b>6620,00</b>			<b>182,05</b>	<b>2184,60</b>
<b>TOTAL</b>	<b>11240,00</b>			<b>220,55</b>	<b>2646,60</b>

DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2646,60	2646,60	2646,60	462,00	462,00