



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

PROYECTO:

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN MARKETING

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE ASESORAMIENTO ADMINISTRATIVO,
FINANCIERO Y COMERCIAL DIRIGIDA A LAS MIPYMES DEL CANTÓN
MARCELINO MARIDUEÑA.

AUTORES:

YAGUAL VILLALVA STEFANIA LUCIA
CEVALLOS ANDRADE EVELYN SARA

MILAGRO, SEPTIEMBRE 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por Stefania Lucía Yagual Villalva y Evelyn Sara Cevallos Andrade, para optar al título de Ingeniera en Marketing y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 27 días del mes de Septiembre del 2013

.....
MTF. Edwin Valderrama

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Milagro, a los 27 días del mes de Septiembre del 2013

Stefania Yagual Villalva

Evelyn Cevallos Andrade

Firma de la egresada
CI:092847481-6

Firma de la egresada
CI:092842578-4

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

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

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

En primer lugar lo dedico a Dios, quién supo guiarme en todo momento, dándome fuerzas para seguir adelante y no desmayar en las dificultades que se presentaban, enseñándome a nunca perder la fé y haberme permitido alcanzar la formación profesional deseada.

A mis padres y toda mi familia porque gracias a ellos soy lo que soy brindándome su amor, comprensión, consejos, perseverancia y por apoyarme en todo momento, porque ellos son quienes han sido mi inspiración, motivación, y felicidad.

EVELYN SARA CEVALLOS ANDRADE

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se nos presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la esperanza ni desfallecer en el intento.

Para mis padres Mercedes Villalva Mendoza y Luis Yagual Lindao por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han transmitido todo lo que soy como persona, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mis valores, mi coraje para conseguir mis metas.

A mis hermanos Rossana Yagual Villalva y Alvaro Yagual Villalva por estar siempre presentes, acompañándome para poder realizar mi proyecto. A mis grandes amores, mis sobrinos Bryan y Erick quienes han sido y seguirán siendo mi motivación, inspiración y felicidad.

A nuestro tutor Edwin Valderrama quien tuvo la paciencia, el carisma y la fuerza de darnos ánimos en los momentos que sentíamos desmayar.

A mis familiares, amigos y a quienes recién se sumaron a mi vida para hacerme compañía con su ánimo. A mi compañera y amiga Evelyn porque a lo largo de este trabajo aprendimos que nuestras diferencias se convierten en riqueza cuando existe respeto y verdadera amistad.

STEFANIA LUCIA YAGUAL VILLALVA

AGRADECIMIENTO

Agradecer de manera especial a Dios por estar conmigo en cada paso que doy, por haberme dotado de sabiduría, tolerancia y darme la oportunidad de luchar hasta el final por el logro de mis metas.

A mis padres y toda mi familia por haberme apoyado incondicionalmente en este proceso de mi carrera, siendo ellos mi motor principal para no desmayar a pesar de las dificultades.

A mi director de tesis Ing. Edwin Valderrama por su paciencia, comprensión y apoyo para poder culminar este proyecto.

A cada uno de los docentes por haberme transmitido sus conocimientos y experiencias para poder realizarme profesionalmente.

A mi amiga y compañera de tesis Stefania Yagual por su amistad, comprensión, paciencia y apoyo en todo momento para así poder culminar este proyecto.

EVELYN SARA CEVALLOS ANDRADE

AGRADECIMIENTO

Ante todo primero a Dios, por darme la oportunidad de existir, por mi vida, que la he llevado junto a él. Gracias por iluminarme, darme fuerzas y caminar por tu sendero.

A mi mami Mercedes Villalva, por la inmensidad de tu amor, por tus incansables cuidados y esas palabras que siempre me impulsaban a seguir y no dejarme decaer. Porque si hay alguien que está detrás de todo este trabajo, eres tú mamita, que has sido, eres y serás el pilar de mi vida.

A mi Papa Luis Yagual, por tu incondicional apoyo, tanto al inicio como al final de mi carrera. Gracias por ser ejemplo de arduo trabajo y tenaz lucha en la vida.

A mis hermanos Rossana y Álvaro que me supieron apoyar en la elaboración de mi proyecto. A mis sobrinos Bryan y Erick por ser mi principal motivación en querer formarme profesionalmente.

Agradezco a mi familia y amigos que de una u otra forma estuvieron conmigo, porque cada uno aportó con un granito de arena; y es por ello que a todos y cada uno de ustedes les dedico todo el esfuerzo, sacrificio y tiempo que entregué a esta tesis.

A la UNEMI, y a mis estimados docentes, que, a lo largo de mi carrera, me han transmitido sus amplios conocimientos y sus sabios consejos; especialmente al MTF. Edwin Valderrama, quien muy acertadamente, dirigió nuestra tesis brindándonos sus conocimientos y confianza para realizar nuestro proyecto.

STEFANIA LUCIA YAGUAL VILLALVA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Lcdo. Jaime Orozco Hernández, MSc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos 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 CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ASESORAMIENTO ADMINISTRATIVO, FINANCIERO Y COMERCIAL DIRIGIDA A LAS MIPYMES DEL CANTÓN MARCELINO MARIDUEÑA”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 27 días del mes de Septiembre del 2013

Stefania Yagual Villalva

Evelyn Cevallos Andrade

Firma del egresado (a)

CI: 092847481-6

Firma del egresado (a)

CI: 092842578-4

INDICE GENERAL

INTRODUCCION	1
CAPITULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del problema	3
1.1.1 Problematización	3
1.2 Delimitación del problema	4
1.1.3 Formulación del problema	4
1.1.4 Sistematización del problema	5
1.1.5 Determinación del tema	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo General de la Investigación	5
1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	6
CAPITULO II	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1 MARCO TEÓRICO	7
2.1.1 Antecedentes Históricos	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales	11
2.1.3 Fundamentación	13
2.2 MARCO LEGAL	17
2.3 MARCO CONCEPTUAL	33
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	36
2.4.1 Hipótesis General.	36
2.4.2 Hipótesis Particulares	36
2.4.3 Declaración de variables	37
2.4.4 Operacionalización de variables.	38
CAPITULO III	40
MARCO METODOLÓGICO	40
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA	40

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	41
3.2.1 Características de la población	41
3.2.2 Delimitación de la población	42
3.2.3 Tipo de Muestra	42
3.2.4 Tamaño de la Muestra	42
3.2.5 Proceso de Selección	45
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	45
3.3.1 Métodos Teóricos	45
3.3.2 Métodos Empíricos.	46
3.3.3 Técnicas e instrumentos.	46
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN. ..	46
CAPITULO IV	48
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	48
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	48
4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	92
4.3 RESULTADOS.....	92
4.4 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS	93
CAPITULO V	95
PROPUESTA	95
5.1 TEMA	95
5.2 FUNDAMENTACION	95
5.3 JUSTIFICACION	98
5.4 OBJETIVOS	99
5.4.1 Objetivo General de la propuesta	99
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	99
5.5 UBICACIÓN	99
5.6 FACTIBILIDAD.....	102
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	104
5.7.1 Actividades	104
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.....	121
5.7.3. Impacto	138

5.7.4 Cronograma.....	139
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	140
CONCLUSIONES.....	141
RECOMENDACIONES	142
BIBLIOGRAFÍA	143
LINKOGRAFÍA	145
ANEXOS	146
ANEXO 1	147
ANEXO 2	151
ANEXO 3	152
ANEXO 4	154
ANEXO 5	155

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Operacionalización de las variables.....	38
Cuadro 2. Estratificación de MIPYMES del Cantón Marcelino Maridueña	42
Cuadro 3. Total de MIPYMES a encuestar.....	44
Cuadro 4. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las microempresas	48
Cuadro 5. Empleados de las microempresas	49
Cuadro 6. Clima organizacional entre los empleados de las microempresas.	50
Cuadro 7. Capacitación del personal de las microempresas.....	51
Cuadro 8. Manual de Funciones de las microempresas.....	52
Cuadro 9. Tecnología para el desarrollo competitivo de las microempresas.	53
Cuadro 10. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las microempresas.	54
Cuadro 11. Flexibilidad de las políticas de crédito para las microempresas.	55
Cuadro 12. Tiempo de las microempresas en el mercado.	56
Cuadro 13. Nivel económico de las microempresas.....	57
Cuadro 14. Implementación de estrategias de las microempresas.	58
Cuadro 15. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las pequeñas empresas.	59
Cuadro 16. Empleados de las pequeñas empresas.	60
Cuadro 17. Clima organizacional entre los empleados de las pequeñas empresas.....	61
Cuadro 18. Capacitación del personal de las pequeñas empresas.....	62
Cuadro 19. Manual de Funciones de las pequeñas empresas.....	63
Cuadro 20. Tecnología para el desarrollo competitivo de las pequeñas empresas.....	64
Cuadro 21. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las pequeñas empresas.	65
Cuadro 22. Flexibilidad de las políticas de crédito para las pequeñas empresas.....	66
Cuadro 23. Tiempo de las pequeñas empresas en el mercado.	67
Cuadro 24. Nivel económico de las pequeñas empresas.....	68
Cuadro 25. Implementación de estrategias de las microempresas.	69
Cuadro 26. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las medianas empresas.	70

Cuadro 27. Empleados las medianas empresas.	71
Cuadro 28. Clima organizacional entre los empleados de las pequeñas empresas.	72
Cuadro 29. Capacitación del personal de las pequeñas empresas.	73
Cuadro 30. Manual de Funciones de las medianas empresas.	74
Cuadro 31. Tecnología para el desarrollo competitivo de las medianas empresas.	75
Cuadro 32. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las medianas empresas.	76
Cuadro 33. Flexibilidad de las políticas de crédito para las medianas empresas.	77
Cuadro 34. Tiempo de las medianas empresas en el mercado.	78
Cuadro 35. Nivel económico de las medianas empresas.	79
Cuadro 36. Implementación de estrategias de las medianas empresas.	80
Cuadro 37. Investigación de mercado.	81
Cuadro 38. Grado de satisfacción de la calidad del servicio.	82
Cuadro 39. Formación empresarial.	83
Cuadro 40. Relación Laboral de los negocios del Cantón.	84
Cuadro 41. Respuesta del personal a las inquietudes los clientes.	85
Cuadro 42. Capacitación a los empleados.	86
Cuadro 43. Falta de capital de las MIPYMES.	87
Cuadro 44. Ubicación de los empleados acorde a sus funciones.	88
Cuadro 45. Función de los empleados.	89
Cuadro 46. Fidelidad de los clientes.	90
Cuadro 47. Ahorro de tiempo contando con tecnología.	91
Cuadro 48. Verificación de las hipótesis.	93
Cuadro 49. F.O.F.A.D.O.D.A de ASCEYA.	106
Cuadro 50. Perfil del cargo del Administrador/Contador de la Empresa.	111
Cuadro 51. Perfil del cargo de la secretaria de la Empresa.	112
Cuadro 52. Perfil del cargo del Asesor de la Empresa.	113
Cuadro 53. Lista de precios de los servicios ofertados.	115
Cuadro 54. Inversión del proyecto.	121
Cuadro 55. Depreciación de Activos Fijos.	125
Cuadro 56. Inversión de ASCEYA.	126

Cuadro 57. Depreciación Anual.....	127
Cuadro 58. Financiamiento del proyecto	128
Cuadro 59. Tabla de Amortización del Financiamiento	129
Cuadro 60. Presupuesto de gastos	130
Cuadro 61. Roles de pago.....	130
Cuadro 63.Presupuesto de Ingreso.....	131
Cuadro 64. Estado de Pérdida y Ganancias	132
Cuadro 65. Balance General de ASCEYA.....	133
Cuadro 66. Flujo de Efectivo de ASCEYA.....	134
Cuadro 68. Payback.....	135
Cuadro 69. Tasa de Rendimiento Promedio	136
Cuadro 70. Suma de Flujos Descontados	136
Cuadro 71. Ratios-Riesgo-Razones Financieras.....	137
Cuadro 72. Cronograma del Proyecto	139

ÍNDICE DE FÍGURAS

Figura 1. Fórmula Finita	43
Figura 2. Empleados de las microempresas	49
Figura 3.Clima organizacional entre los empleados de las microempresas	50
Figura 4.Capacitación del personal de las microempresas.	51
Figura 5.Manual de Funciones de las microempresas	52
Figura 6. Tecnología para el desarrollo competitivo de las microempresas.	53
Figura 7. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las microempresas.	54
Figura 8.Flexibilidad de las políticas de crédito para las microempresas.	55
Figura 9.Tiempo de las microempresas en el mercado.	56
Figura 10. Nivel económico de las microempresas.	57
Figura 11.Implementación de estrategias de las microempresas.	58
Figura 12. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las pequeñas empresas	59
Figura 13.Empleados de las pequeñas empresas.....	60
Figura 14.Clima organizacional entre los empleados de las pequeñas empresas.....	61
Figura 15.Capacitación del personal de las pequeñas empresas.	62
Figura 16.Manual de Funciones de las pequeñas empresas	63
Figura 17.Tecnología para el desarrollo competitivo de las pequeñas empresas.....	64
Figura18.Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las pequeñas empresas.	65
Figura 19.Flexibilidad de las políticas de crédito para las pequeñas empresas. ..	66
Figura 20.Tiempo de las pequeñas empresas en el mercado.	67
Figura 21.Nivel económico de las pequeñas empresas.	68
Figura 22.Implementación de estrategias de las microempresas.	69
Figura 23.Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las medianas empresas.	70
Figura 24.Empleados de las medianas empresas.....	71
Figura 25.Clima organizacional entre los empleados de las pequeñas empresas.....	72
Figura 26.Capacitación del personal de las pequeñas empresas.	73

Figura 27. Manual de Funciones de las medianas empresas.	74
Figura 28. Tecnología para el desarrollo competitivo de las medianas empresas.....	75
Figura 29. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las medianas empresas.	76
Figura 30. Flexibilidad de las políticas de crédito para las medianas empresas. .	77
Figura 31. Tiempo de las medianas empresas en el mercado.	78
Figura 32. Nivel económico de las medianas empresas.	79
Figura 33. Implementación de estrategias de las medianas empresas.	80
Figura 34. Investigación de mercado.....	81
Figura 35. Grado de satisfacción de la calidad del servicio.	82
Figura 36. Formación empresarial.....	83
Figura 37. Relación Laboral de los negocios del Cantón.	84
Figura 38. Respuesta del personal a las inquietudes los clientes.	85
Figura 39. Capacitación a los empleados.....	86
Figura 40. Falta de capital de las MIPYMES.	87
Figura 41. Ubicación de los empleados acorde a sus funciones.	88
Figura 42. Función de los empleados.....	89
Figura 43. Fidelidad de los clientes	90
Figura 44. Ahorro de tiempo contando con tecnología.	91
Figura 45. Ubicación de la microempresa ASCEYA.....	100
Figura 46. Distribución de la microempresa ASCEYA.....	101
Figura 47. Matriz Porter.....	107
Figura 48. Organigrama Estructural de la Empresa	110
Figura 49. Anuncio Prensa Escrita (semanario la Última Noticia)	116
Figura 50. Tarjeta de Presentación	117
Figura 51. Tríptico con información de los servicios (1)	117
Figura 52. Tríptico con información de los servicios (2)	118
Figura 53. Cuenta de correo electrónico de la empresa ASCEYA	119
Figura 54. Cuenta en red social Facebook de la empresa ASCEYA.....	119
Figura 55. Página web de la empresa ASCEYA.....	120

RESUMEN

La investigación desarrollada se basa en un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de Asesoramiento Administrativo, Financiero y Comercial dirigida a las MIPYMES del Cantón Marcelino Maridueña, para su desarrollo se han trabajado cinco capítulos con la información que permitió llegar a una propuesta.

A continuación se establecen los aspectos que se estudiaron: En el primer Capítulo (I) se muestra la formulación del problema que responde a ¿De qué manera incide la formación empresarial de los propietarios en la situación socioeconómica de las MIPYMES? A su vez se estableció una sistematización del problema donde busca ratificar si existen otras causas que intervienen en la problemática que da origen a la investigación. En el segundo capítulo (II) se encuentran Los Antecedentes Históricos y Referenciales, anexo con el Marco Teórico, a sí mismo aquí se establecen las Hipótesis con sus correspondientes variables y Operacionalización. En el tercer capítulo (III) se muestra el Marco Metodológico, donde se establece el Tipo de Investigación, también se presentan las técnicas de investigación con sus respectivos instrumentos de recolección de datos, para lo cual se utilizó la encuesta, dirigida a los propietarios de las MIPYMES y a clientes, por último se mencionó el procesamiento que debió seguir todos los datos adquiridos para convertirse en información de primer orden. El cuarto capítulo (IV) comprende los Resultados de la Investigación, expresados en Cuadros y Figuras estadísticas para proceder a la verificación de las hipótesis, las mismas que pudieron ser confirmadas. La Propuesta se presentó como una respuesta a los resultados de la investigación y confirmación de hipótesis, por ello en el quinto capítulo (V) se establece la Creación de una microempresa de Asesoramiento Administrativo, Financiero y Comercial dirigida a las MIPYMES del Cantón Marcelino Maridueña, especificando las actividades, recursos, lineamientos administrativos, mercadológicos y financieros que se pondrán en práctica de manera concisa y con mayor perspectiva de éxito.

Palabras claves: Asesoría, MIPYMES, Emprendedores.

ABSTRACT

The research developed is based on a feasibility study for the creation of a micro-Management Advisory , Financial and Commercial directed to MSMEs Maridueña Marcelino Canton for their development have been worked five chapters with information that allowed reaching a proposal . The following sets out the aspects that were studied: In the first chapter (I) shows the formulation of the problem that answers How training affects business owners in the socioeconomic status of MSMEs?.In turn established a systematization of the problem which seeks reassurance that there are other causes involved in the problem that gives rise to the inquiry. In the second chapter (II) include The Historical Background Reference Center, Annex to the theoretical framework, itself set forth herein with corresponding Hypotheses and Operationalization variables. In the third chapter (III) shows the methodological framework , which establishes the type Research, techniques are also presented their research data collection instruments , for which the survey was used , addressed to the owners of MSMEs and customers, finally mentioned that should continue processing all acquired data to become first-order information . The fourth chapter (IV) includes research results expressed in Tables and Figures statistics to carry out verification of the hypothesis, the same as could be confirmed. The proposal was presented as a response to the results of the investigation and confirmation of hypotheses, so in the fifth chapter (V) establishes the creation of a microenterprise Management Advisory, Financial and Commercial directed to MSMEs Maridueña Marcelino Canton, identifying the activities, resources and administrative guidelines, and financial mercadológicos will be implemented in a concise and more chance of success.

Keywords: Consulting, MSMEs, Entrepreneurs

INTRODUCCION

Debido a la época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios generados en el cambiante mundo del marketing, es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, debido a estas presiones se opta por realizar actividades de mayor productividad como lo es el incremento de MIPYMES.

Los propietarios de estos negocios esperan que estos crezcan de tal manera que aumente su nivel de ingreso y rentabilidad, pero para el logro de este objetivo se requiere de planificación. Muchas de estas MIPYMES han crecido de forma desorganizada haciendo que existan problemas que afecten a su participación en el mercado

Este proyecto tiene como finalidad analizar los principales problemas que afectan al desarrollo socio-económico de las MIPYMES, realizando un estudio de mercado que les permita a los propietarios que administren sus propios negocios como parte de su desarrollo competitivo.

El presente proyecto se encuentra dividido en cuatro capítulos:

El primer capítulo se plantea y ubica el problema en contexto con el análisis de la realidad, también se trata de la importancia en el crecimiento socioeconómico de nuestra sociedad, beneficiando a los propietarios de las MIPYMES del cantón Marcelino Maridueña.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico donde se pone de manifiesto información relevante sobre el sector comercial. En su fundamentación científica se refleja todo lo relacionado al tema planteado, además del marco legal donde se identifica todas las normas regidas.

El tercer capítulo, se refiere a la metodología de investigación la cual es no experimental, analizando las falencias del sector socio-económico, así mismo se detalla el tipo y métodos de investigación que se utilizaron para alcanzar los resultados presentados en el presente proyecto de investigación.

El cuarto capítulo, se refleja los Análisis e Interpretación de Resultados basadas en las encuestas realizadas, las cuales nos permitieron verificar los problemas existentes.

El quinto capítulo, se establece la propuesta a implementar donde podemos mostrar la factibilidad del negocio, las actividades a realizar, los recursos utilizados, su financiamiento y el tiempo en que se realiza el trabajo de investigación. Además de todas las fuentes de donde se obtuvo información para la realización de este análisis.

La investigación de este proyecto es original ya que aporta de manera socio-económica al Cantón Marcelino Maridueña, causando impacto que se reflejará en el desarrollo comercial del mismo.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Problematización

Las MIPYMES son unidades productivas individuales o asociadas que han difundido la oferta de bienes y servicios en el mercado e incluirse en la producción de bienes con mayor valor agregado formando parte activa del mercado.

La mayoría de las MIPYMES nacen pequeñas, algunas crecen por las competencias o los diferentes gustos, otras se mantienen y algunas se detienen o mueren por no tomar las medidas necesarias.

Para explicar este tipo de dificultades que afectan a las micro, pequeñas y medianas empresas se focalizara el estudio en las variables que causa en la actualidad que las MIPYMES se vean acorraladas dentro de los cambios que exige el entorno tecnológico, económico y laboral, la idea es tratar de defender su posición en el mercado, puesto que un gran número de estas se ven obligadas al conformismo.

De aquí podemos reflejar que en Marcelino Maridueña la mayoría de las MIPYMES se mantienen o declinan por su mala administración como principal problema para su desarrollo.

Para profundizar este estudio hay que analizar los efectos que causan o derivan de esta singular deficiencia, los cuales responden a las siguientes variables que provienen de la escasa formación empresarial, mínima base tecnológica, no contar con un manual de funciones, un clima organizacional no favorable para los empleados, una escasa política de financiación o crédito que apoye el desarrollo de las MIPYMES y la falta de capacitación a los empleados.

Problemática que se debe de analizar de manera muy detallada y considerando el entorno siempre evolutivo del medio, rechazando de manera muy efectiva toda situación que genere retrasos en el desarrollo socioeconómico de las MIPYMES, es lo que se busca en esta investigación, para no continuar aumentando negocios que crezcan con expectativa de triunfo y no consigan permanencia en el mercado ni los parámetros financieros propuestos y presupuestados.

Pronóstico

Uno de los principales problemas que presentan los propietarios de los negocios del Cantón Marcelino Maridueña es el poco conocimiento que poseen para administrarlos, los mismos que los lleva a simplemente mantenerse y no surgir u otros que debido a lo mismo quiebran.

Control de Pronóstico

Para contribuir al desarrollo socio económico de las MIPYMES del cantón Marcelino Maridueña podemos sugerir que se realice capacitación empresarial, buscar fuentes de financiamiento o créditos que apoyen al desarrollo socioeconómico de las MIPYMES del cantón.

1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Marcelino Maridueña

Sector: Socio-Económico

Área: Comercial

Tiempo: análisis periodo 2011-2012

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera incide la formación empresarial de los propietarios en la situación socioeconómica de las MIPYMES?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo influye la tecnología en el desarrollo competitivo de las MIPYMES?

¿Cómo afecta el no contar con un manual de funciones en el desarrollo productivo de las MIPYMES?

¿Cómo incide la inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito en el desarrollo competitivo de las MIPYMES?

¿De qué manera influye el clima organizacional en el desempeño de los empleados de las MIPYMES?

¿De qué manera afecta la falta de capacitación del personal en el servicio que se brinda al cliente?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis de la Situación Socio-Económica de las MIPYMES en el Cantón Marcelino Maridueña, periodo 2011-2012.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Analizar como incide la formación empresarial en la situación Socioeconómica de las MIPYMES del cantón Marcelino Maridueña, mediante la recopilación de información y la aplicación de técnicas científicas que permitan establecer directrices que ayuden al progreso del negocio.

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Identificar cómo influye la tecnología en el desarrollo competitivo de las MIPYMES.
- Reconocer como afecta el no contar con un manual de funciones en las MIPYMES en el desarrollo productivo.

- Determinar cómo incide la flexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito de las entidades financieras en el desarrollo competitivo de las MIPYMES.
- Indagar como influye el clima organizacional en el desempeño de los empleados de las MIPYMES.
- Analizar de qué manera afecta la falta de capacitación del personal en el servicio que se brinda al cliente.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación llevada a cabo en el cantón Marcelino Maridueña se desarrollará con un análisis detallado para poder conocer e interpretar los posibles y principales, aspectos y procesos que deben de estar administradas las MIPYMES, con la finalidad de obtener rentabilidad, permanencia y ventaja competitiva en el mercado.

En Marcelino Maridueña cuenta con MIPYMES que han sido creadas con el objetivo de crecimiento de las mismas, pero se observa que muchas de ellas simplemente subsisten e incluso otras declinan, puesto que los propietarios no tiene una buena administración del negocio que afecta el sector socioeconómico de los mismos.

Como podemos observar la importancia de realizar esta investigación de mercado donde permitirá reconocer los factores que afectan el desarrollo comercial de las MIPYMES.

Este proyecto busca mejorar la condición socioeconómica de las MIPYMES y al mismo tiempo satisfacer las necesidades de la población del cantón Marcelino Maridueña, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos e implementarlos en esta problemática.

La ejecución de la investigación, como se la ha mencionado, ayudará en el progreso de los negocios mejorando el desempeño administrativo de las MIPYMES del cantón Marcelino Maridueña, proporcionando alternativas de las actividades económicas y la generación de un buen servicio para la población delimitada.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

En la antigüedad, cada familia vivía en su mundo y tenía que conseguir de alguna manera sus alimentos; hacer su ropa y calzado; elaborar sus instrumentos de trabajo; construir su casa, es decir tenían que ser autosuficientes en la satisfacción de sus necesidades.

Debido a esta difícil situación, cada individuo comenzó a dedicarse a una actividad diferente según sus habilidades, y es aquí en donde se inicia la división del trabajo, el surgimiento del comercio y poco después la aparición de las primeras empresas.

Con el transcurrir del tiempo se han venido presentando diversos tipos de empresas, y son el resultado de las necesidades económicas y sociales de la humanidad hacia una forma más adecuada de progreso.

Durante la Segunda Guerra Mundial la gran parte de las Empresas de Europa fueron devastadas, pero como debían recuperarse de una manera rápida, la solución a este problema fue la creación de pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Desde hace mucho tiempo las PYMES han formado parte de los principales ingresos de muchas familias, ya que por medio de ellas una familia puede sostenerse, sin tener la necesidad de realizar algún trabajo adicional, además constituyen un apoyo para las siguientes generaciones de empresarios, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de las empresas.

Las empresas como si se tratase de un organismo vivo nacen, crecen, se desarrollan y eventualmente mueren.¹

La mayoría nacen pequeñas, algunas se mantienen saludables durante mucho tiempo; otras crecen después por la competencia, o por cambios en los gustos de los consumidores, medidas económicas, otras se detienen por la mala administración y otras mueren porque no toman las medidas necesarias.

Las "MIPYMES" en general y la dedicadas al sector industrial en particular, comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía argentina en los años 50' y 60' durante la vigencia del modelo de sustitución de importaciones, tan criticado como admirado por los distintos autores especializados." Para el caso que hacemos referencia el modelo exhibió gran dinamismo lo que les permitió, en un contexto de economía cerrada y mercado interno reducido realizar un "proceso de aprendizaje" con importantes logros aunque con algunas limitaciones en materia de equipamiento, organización, escala, capacitación, información.²

Estas limitaciones antes comentadas fueron adquiriendo un aspecto lo suficientemente negativo como para afectar tanto la productividad como la calidad de estas empresas, alejándola de los niveles internacionales y provocando que las mismas durante los 70', época de inestabilidad macroeconómica.³

A partir de la década de 1980, a raíz del rápido crecimiento del desempleo y de los altos costos que implica crear un puesto de trabajo en la gran empresa, entre otros factores, las MIPYMES han venido adquiriendo una importancia estratégica cada vez mayor como instrumento de desarrollo económico y social.⁴

Según la Corporación de Desarrollo Empresarial CESDE indica que Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas –MIPYMES- son, en el contexto actual de la

¹SALAZAR, Carvajal y RENNE, Orlando: Creación de una empresa de outsourcing en mercadeo y publicidad, El Cid Editor, Argentina, 2009.

² www.centrogd.com

³ es.scribd.com

⁴RAMIREZ, Elio Fabio y VANEGAS, Bernardo: Gestión de Costos en las PYMES: Problemática y alternativa de solución, Colombia, 2009. Colombia: Universidad Libre, 2009. p 18.

economía mundial, la mejor herramienta que tenemos contra la pobreza y el desempleo.

Estudios realizados tanto en el ámbito oficial como privado desde hace más de quince años, todos han reconocido y reconocen la influencia que tienen las MIPYMES en el desarrollo de la actividad económica mundial, no se diga de nuestro país, donde aún el Estado y peor, la Banca no alcanzan a definir que es una microempresa y cómo hacer para apoyar su crecimiento, ya que este, crecimiento, debe ser transitorio, es decir, no puede quedarse como microempresa toda la vida.

Las MIPYMES desde hace mucho tiempo, han sido aquellas que han difundido la oferta de bienes y servicios en el mercado interno pero, ahora en estos tiempos se están incluyendo la producción de bienes con mayor valor agregado formando parte activamente en el mercado internacional.

En los últimos 10 años, Ecuador experimentó en la economía un impacto cuando se dio inicio a la dolarización por la falta de políticas para ayudar a sectores afectados y menos beneficiados, como fue el caso de los microempresarios.

Porque aquellos requerían de capacidad empresarial, integrar nuevas tecnologías una de ellas la capacitación, y principalmente del financiamiento o crédito.

Por lo tanto eran variables importantes para elevar el nivel de vida de las personas, para poder así combatir la pobreza.

Municipalidad del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Marcelino Maridueña.

Historia.

El cantón Coronel Marcelino Maridueña de la provincia del Guayas, fue establecido por el H. Congreso Nacional del Ecuador, mediante ley expedida el 7 de enero de 1992, siendo su Presidente el Dr. Fabián Alarcón Rivera.

Origen del cantón Marcelino Maridueña

La creación del cantón Marcelino Maridueña está integrado por terrenos de Ingenio San Carlos, las haciendas: Tigresa, Josefina, Pretoria, El Carmelo, La María, que desde la época prehistórica, estuvieron habitadas por parcelas aborígenes que se

instauraron a orillas de los ríos Chimbo, Chanchán, Barranco Alto, patrimoniales de las culturas Milagro Quevedo, Las Tolas, con influencias de otras culturas tanto de la Costa como de la Sierra, según se desprende de los hallazgos arqueológicos son innumerables las tolas, de las que se han extraído valiosas piezas de piedra, cerámica, raspadores de piedra y obsidiana.

En la época colonial, estas tierras, fueron parte de predios y haciendas de familiares influyentes, resididas en la ciudad de Guayaquil, que incursionaban en agricultura y ganadería, despejando la tupida vegetación que cubría estos terrenos. Una buena extensión de este cantón formó parte de la extensa finca de don Vicente Rocafuerte y que fuera escenario de reuniones de patriotas que se complotaron en el movimiento independentista, lo que nos demuestra, que esta zona ya era de importancia, por su ubicación geográfica, como por su producción que era llevada a la ciudad de Guayaquil a través de los ríos que coinciden en el Guayas, La hacienda Tigresa, hoy de pertenencia al Ingenio San Carlos fue un predio que cultivó la familia Maridueña Cornejo, constituyéndose más tarde en el principal asentamiento poblacional en el cual se creó la parroquia coronel Marcelino Maridueña. Los terrenos que dieron origen al Ingenio San Carlos, dieron en un comienzo una pequeña finca de DNH. José Bermeo, en el sitio "Playas de Piedra" ubicado en la margen izquierda del Río Chimbo, quien elaboraba aguardiente, con un trapiche de mijarra, movido por acémilas, su extensión de cultivo era de unas 800 cuadras en la confluencia de los ríos Chimbo, quien y Chanchán. Para 1896, se montó la primera maquinaria para elaborar azúcar y en 1897, se lo bautizó con el nombre de Ingenio San Carlos, siendo sus padrinos el Sr. Francisco Durán, Rivas, Sra. Eulalia Durán, de cuyo acto se conserva una placa de bronce en la administración de Ingenio San Carlos. Para 1912 la producción de este ingenio llegaba a los 30.000 quintales por zafra y se levantó un ramal de ferrocarril para sacar su producción, pasando por un puente metálico sobre el río Chimbo.

Al mismo tiempo que se iba desarrollando la industria azucarera con la modernizando de su maquinaria, iba aumentando la población en el recinto ubicado en la hacienda Tigrera.

Creación de la Parroquia coronel Marcelino Maridueña

El Concejo Cantonal de Yaguachi

Considerando:

Que el movimiento que han tomado varios recintos de la parroquia Yaguachi viejo ha producido el aumento de sus habitantes.

Que la distancia a la que se halla los recintos de la cabecera parroquial citada, hacen que carezcan muchas veces de los auxilios, y la atención de las autoridades parroquiales.

Que el Informe de la comisión nacional juzga de indispensable y urgente necesidad crear una nueva parroquia con parte del territorio de la de Yaguachi Viejo.

Que siendo potestativo del concejo cantonal de conformidad con el artículo 11 inciso 16, de la ley de régimen municipal vigente.

Se crea una nueva parroquia civil, que se denominará coronel Marcelino Maridueña.

Luego de este hecho, se constituyó el comité pro-cantonización de Marcelino Maridueña integrado por el Presidente Xavier Layana, Francisco Moreira Castro Secretario, Dr. Carlos Carabajo Vicepresidente. Ing. Julio Delgado, Tesorero; Julio Portes Castro, Coordinador Administrativo; Edmundo Espinoza, Coordinador de Comisiones y Abg. Julio Vargas Sindico, reunidos en el local del teatro Chao y con el respaldo de todo el pueblo se logra la cantonización el día 7 de enero de 1992, luego de haber conseguido con gran éxito que el H. Congreso Nacional aprobara su cantonización. Sin embargo, sus fiestas se celebran el 24 de octubre de cada año.⁵

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Las MIPYMES en el Ecuador

Los estudios realizados por el Ministerio de Industrias y Competitividad muestran que las micro, pequeñas y medianas empresas en el Ecuador simbolizan un rol

⁵Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Crnel. Marcelino Maridueña,
<http://www.municipiomariduena.gob.ec>.

importante en la economía del país, primordialmente en la generación de empleo, producción de bienes, servicios y riqueza.

Las tendencias de la economía mundial en la actualidad, son internacionalizar el comercio, apertura de mercados y dinámica de negocios con los países denominados “Primer Mundo” (Estados Unidos, Canadá; Australia, Nueva Zelanda; Alemania, Austria, Suiza, Francia, Italia, España, Portugal, Japón, Escandinavia y Reino Unido.)

Las MIPYMES en el contexto económico del país, son generadoras de empleo, lo cual componen la fuerza laboral que promueve el desarrollo de actividades productivas, aportando para una mejor distribución de ingresos en los estratos de clase media y baja.

Las micro, pequeñas y medianas empresas en el Ecuador tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPYMES. La cual se convierte en un dato importante que tienen estas empresas para contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional.

Las micro, pequeñas y medianas empresas del Ecuador no toman en cuenta lo importante que es invertir en capacitación, pero si dan prioridad a invertir en materia prima. Las MIPYMES tienen ciertas debilidades en cuanto a políticas de un mejor ambiente laboral, pero se considera que Ecuador es un semillero de empresas exitosas que están impulsadas el emprendimiento.

La situación de las MIPYMES en Ecuador no ha podido expandir sus productos para el mercado internacional por falta de información, asistencia técnica, crédito y modernización de los organismos oficiales.

La situación de las MIPYMES en el Ecuador es que tienen un escaso acceso al crédito productivo, porque los bancos facilitan financiamiento a aquellas empresas que pueden otorgar garantías superiores y hasta hipotecarias.

Lo cual esta realidad obliga a estas empresas a buscar su capital de trabajo en fuentes externas al sector financiero formal. Debido a esta situación resulta difícil

mejorar los sistemas de producción, tecnificación, resignándose a puestos muy rezagados dentro de la competitividad.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Científica

Durante los últimos cincuenta años, el estudio de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) ha levantado grandes debates e intereses políticos, aunque si bien la preocupación por la MIPYMES no ha estado presente de manera predominante en la teoría económica que acompañó dicho proceso, desde mediados de los ochenta las MIPYMES comienzan a tener un mayor predominio en el imaginario colectivo.⁶

A mediados de los años cincuenta las MIPYMES ya eran bien conocidas. Por lo que sí se destacaba el trabajo intensivo en mano de obra, su adaptabilidad, la utilización de factores productivos locales, y la reducción de la dependencia de las importaciones, como los beneficios más importantes.

Aun así, se consideraba que las empresas de menor tamaño eran solo temporales y podían ser útiles solo en países que se encontraban en el comienzo del proceso de industrialización, el cual se solicitaba, eventualmente, la conformación de grandes empresas de producción en serie.

Estas empresas de menor tamaño no encontraban lugar dentro del sistema de producción, por la ausencia de inversión que implicaba adquirir bienes necesarios para la producción. Esto les jugo un imposible para considerar a las MIPYMES como economías industrializadas.

Antecedentes Históricos de Administración

La administración nace con la necesidad del ser humano de organizarse para subsistir y aparece cuando este empieza a trabajar en sociedad. El ser humano es social por naturaleza, por tanto tiende a cooperar y organizarse con sus semejantes. La historia de la humanidad se puede describir a través del avance de

⁶ALVAREZ, Mariano y DURAN, Lima José: Manual de la Micro, Pequeña y Mediana empresa, San Salvador, Diciembre 2009

las entidades sociales partiendo en la época prehispánica por tribus nómadas, donde empieza la organización para la recolección de frutas y la caza de animales, y después con el descubrimiento de la agricultura que dio paso a la creación de las pequeñas comunidades.

Fundamentación Empresarial

Definición de Empresa

Es una entidad u organización conformada por personas, bienes materiales, capacidades técnicas y financieras; que le permiten dedicarse a la producción y transformación de productos y/o prestación de servicios para satisfacer necesidades existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

Importancia de una empresa

Es importante porque se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y organización porque son factores indispensables para la producción y para promover el desarrollo o crecimiento.

Definición de microempresa

Se considera microempresa, como aquellas empresas de tamaño pequeño que se dedican a actividades económicas y pueden ser de tipo individual o familiar.

Características de las microempresas

- Total máximo hasta 10 personas.
- Se encargan de la producción y comercialización de bienes y/o servicios.
- Poco adiestramiento técnico y gerencial.
- Registrada en la Cámara de Microempresas Cantonal, Parroquial, comunal u organización filial, local, regional o nacional.

Objetivos de las microempresas

- Generar fuentes de trabajo.
- Promover la cultura emprendedora.
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero en las actividades económicas.

Ventajas de las microempresas

- Es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida
- Requiere menores costos de inversión
- Utiliza insumos y materias primas nacionales.
- Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado.

Desventajas de las microempresas

- Dificultad de acceso a crédito.
- Carencia de conocimientos y técnicas para unaproduktividad más eficiente
- La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.

Definición de pequeña empresa

La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias, las cuales no superan ventas anuales y poca cantidad de personal.

Características de las pequeñas empresas

- Total máximo de 50 personas.
- Mayor división del trabajo.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional.

Objetivos de las pequeñas empresas

- Aumentar el empleo productividad y rentabilidad.
- Ganar participación de mercado.
- Reducir costos de producción.

Ventajas de las pequeñas empresas.

- Motiva a los empleados a formar empresas propias.
- Generación de empleos.
- Fomentar la innovación.
- Poseen organización y estructura simples.

Desventajas de las pequeñas empresas.

- Sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo, por tener un bajo nivel de educación.
- Pocas posibilidades de financiamiento.
- Menor poder de negociación con los proveedores, por bajos volúmenes de venta.

Definición de mediana empresa

La mediana empresa es aquella entidad económica con la oportunidad de desarrollar su competitividad para la mejora de su organización y procesos, así como de mejorar sus habilidades empresariales.

Características de las medianas empresas

- Total máximo de 100 personas.
- Falta de acceso de capital.
- Posee un nivel de complejidad en materia de coordinación y control.

Objetivos de las medianas empresas

- Extender el mercado interno y de exportaciones.
- Aumentar el empleo productividad y rentabilidad.

Ventajas de las medianas empresas

- Mayor adaptabilidad de tecnología a bajo costo de infraestructura.
- Mayor capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva.
- Posibilidad de especializarse en un nicho de mercado.

Desventajas de las medianas empresas

- Carencia del nivel de calificación en la mano de obra ocupada.
- Dificultades para desarrollar planes de investigación.

2.2 MARCO LEGAL

CÒDIGO ORGANICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN,

Fecha: 19 Octubre 2010

Sección IX

IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES Y METROPOLITANAS

Art. 546.- Impuesto de Patentes.- Se establece el impuesto de patentes municipales y metropolitanos que se aplicará de conformidad con lo que se determina en los artículos siguientes.

Art. 547.- Sujeto Pasivo.- Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Art. 548.- Base Imponible.- Para ejercer una actividad comercial, industrial o financiera, se deberá obtener una patente anual, previa inscripción en el registro que mantendrá, para estos efectos, cada municipalidad. Dicha patente se la deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician esas actividades, o dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año.

El concejo, mediante ordenanza establecerá la tarifa del impuesto anual en función del patrimonio de los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón. La tarifa mínima será de diez dólares y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América.

Art. 549.- Reducción del impuesto.- Cuando un negocio demuestre haber sufrido pérdidas conforme a la declaración aceptada en el Servicio de Rentas Internas, o porfiscalización efectuada por la predicha entidad o por la municipalidad o distrito metropolitano, el impuesto se reducirá a la mitad. La reducción será hasta de la tercera parte, si se demostrare un descenso en la utilidad de más del cincuenta por ciento en relación con el promedio obtenido en los tres años inmediatos anteriores.

Art. 550.- Exención.- Estarán exentos del impuesto únicamente los artesanos calificados como tales por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Las municipalidades podrán verificar e inspeccionar el cumplimiento de las condiciones de la actividad económica de los artesanos, para fines tributarios.

Art. 551.- Impuesto de patentes como requisito.- El Servicio de Rentas Internas, previo a otorgar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), exigirá el pago del impuesto de patentes municipales.

Sección X

IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES

Art. 552.- Sujeto Activo.- Son sujetos activos de este impuesto las municipalidades y distritos metropolitanos en donde tenga domicilio o sucursales los comerciantes, industriales, financieros, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Art. 553.- Sujeto Pasivo.- Son sujetos pasivos del impuesto del 1.5 por mil sobre los activos totales, las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal, que ejerzan permanentemente actividades económicas y que estén obligados a llevar contabilidad, de acuerdo con lo que dispone la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y su Reglamento.

Para efectos del cálculo de la base imponible de este impuesto los sujetos pasivos podrán deducirse las obligaciones de hasta un año plazo y los pasivos contingentes.

Los sujetos pasivos que realicen actividades en más de un cantón presentarán la declaración del impuesto en el cantón en donde tenga su domicilio principal, especificando el porcentaje de los ingresos obtenidos en cada uno de los cantones donde tenga sucursales, y en base a dichos porcentajes determinarán el valor del impuesto que corresponde a cada Municipio.

Para el pago de este impuesto por parte de las empresas de prestación de servicios para la exploración y explotación de hidrocarburos, se tendrá en cuenta lo dispuesto en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Para la declaración y pago de este impuesto por parte de los sujetos pasivos que tengan actividades permanentes en la provincia de Galápagos se estará a lo dispuesto en la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos.

Cuando los sujetos pasivos de este impuesto tengan su actividad en una jurisdicción distinta al Municipio o Distrito Metropolitano en el que tienen su domicilio social, el impuesto se pagará al Municipio del lugar en donde se encuentre ubicada la fábrica o planta de producción.

Art. 554.- Exenciones.- Están exentos de este impuesto únicamente:

- a) El gobierno central, consejos provinciales y regionales, las municipalidades, los distritos metropolitanos, las juntas parroquiales, las entidades de derecho público y las entidades de derecho privado con finalidad social o pública, cuando sus bienes o ingresos se destinen exclusivamente a los mencionados fines y solamente en la parte que se invierta directamente en ellos;
- b) Las instituciones o asociaciones de carácter privado, de beneficencia o educación, las corporaciones y fundaciones sin fines de lucro constituidas legalmente, cuando sus bienes o ingresos se destinen exclusivamente a los mencionados fines en la parte que se invierta directamente en ellos;
- c) Las empresas multinacionales y las de economía mixta, en la parte que corresponda a los aportes del sector público de los respectivos Estados. En el caso de las empresas de economía mixta, el porcentaje accionario determinará las partes del activo total sujeto al tributo;
- d) Las personas naturales que se hallen amparadas exclusivamente en la Ley de Fomento Artesanal y cuenten con el acuerdo interministerial de que trata el artículo décimo tercero de la Ley de Fomento Artesanal;
- e) Las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad agropecuaria, exclusivamente respecto a los activos totales relacionados directamente con la actividad agropecuaria; y,

f) Las cooperativas de ahorro y crédito. Para el impuesto sobre el activo total no se reconocen las exoneraciones previstas en leyes especiales, aún cuando sean consideradas de fomento a diversas actividades productivas.

Art. 555.- Plazo para el pago.- El impuesto del 1.5 por mil corresponderá al activo total del año calendario anterior y el período financiero correrá del 1 de enero al 31 de diciembre. Este impuesto se pagará hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta.⁷

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

Título Primero

IMPUESTO A LA RENTA

Capítulo I

NORMAS GENERALES

Art. 1.- Objeto del impuesto.- Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Art. 2.- Concepto de renta.- Para efectos de este impuesto se considera renta:

1.- Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y

2.- Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98 de esta Ley.

⁷CÒDIGO ORGÀNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÌA Y DESCENTRALIZACIÓN, Octubre 2010.

Art. 3.- Sujeto activo.- El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

Art. 4.- Sujetos pasivos.- Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.

Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma

Art. (...)- Partes relacionadas.- Para efectos tributarios se considerarán partes relacionadas a las personas naturales o sociedades, domiciliadas o no en el Ecuador, en las que una de ellas participe directa o indirectamente en la dirección, administración, control o capital de la otra; o en las que un tercero, sea persona natural o sociedad domiciliada o no en el Ecuador, participe directa o indirectamente, en la dirección, administración, control o capital de éstas.

Se considerarán partes relacionadas, los que se encuentran inmersos en la definición del inciso primero de este artículo, entre otros casos los siguientes:

1) La sociedad matriz y sus sociedades filiales, subsidiarias o establecimientos permanentes.

2) Las sociedades filiales, subsidiarias o establecimientos permanentes, entre sí.

3) Las partes en las que una misma persona natural o sociedad, participe indistintamente, directa o indirectamente en la dirección, administración, control o capital de tales partes.

4) Las partes en las que las decisiones sean tomadas por órganos directivos integrados en su mayoría por los mismos miembros.

5) Las partes, en las que un mismo grupo de miembros, socios o accionistas, participe indistintamente, directa o indirectamente en la dirección, administración, control o capital de éstas.

6) Los miembros de los órganos directivos de la sociedad con respecto a la misma, siempre que se establezcan entre éstos relaciones no inherentes a su cargo.

7) Los administradores y comisarios de la sociedad con respecto a la misma, siempre que se establezcan entre éstos relaciones no inherentes a su cargo.

8) Una sociedad respecto de los cónyuges, parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad de los directivos; administradores; o comisarios de la sociedad.

9) Una persona natural o sociedad y los fideicomisos en los que tenga derechos.

Para establecer la existencia de algún tipo de relación o vinculación entre contribuyentes, la Administración Tributaria atenderá de forma general a la participación accionaria u otros derechos societarios sobre el patrimonio de las sociedades, los tenedores de capital, la administración efectiva del negocio, la distribución de utilidades, la proporción de las transacciones entre tales contribuyentes, los mecanismos de precios usados en tales operaciones.

También se considerarán partes relacionadas a sujetos pasivos que realicen transacciones con sociedades domiciliadas, constituidas o ubicadas en una jurisdicción fiscal de menor imposición, o en Paraísos Fiscales.

Así mismo, la Administración Tributaria podrá establecer partes relacionadas por presunción cuando las transacciones que se realicen no se ajusten al principio de plena competencia. Podrá considerar también partes relacionadas por presunción a los sujetos pasivos y a la persona natural, sociedad, o grupo económico con quien realice ventas o compras de bienes, servicios u otro tipo de operaciones, en los porcentajes definidos en el Reglamento.

Serán jurisdicciones de menor imposición y paraísos fiscales, aquellos que señale el Servicio de Rentas Internas.

En el reglamento a esta Ley se establecerán los términos y porcentajes a los que se refiere este artículo.

Art. 5.- Ingresos de los cónyuges.- Los ingresos de la sociedad conyugal serán imputados a cada uno de los cónyuges en partes iguales, excepto los provenientes del trabajo en relación de dependencia o como resultado de su actividad profesional, arte u oficio, que serán atribuidos al cónyuge que los perciba. Así mismo serán atribuidos a cada cónyuge los bienes o las rentas que ingresen al haber personal por efectos de convenios o acuerdos legalmente celebrados entre ellos o con terceros. De igual manera, las rentas originadas en las actividades empresariales serán atribuibles al cónyuge que ejerza la administración empresarial, si el otro obtiene rentas provenientes del trabajo, profesión u oficio o de otra fuente. A este mismo régimen se sujetarán las sociedades de bienes constituidas por las uniones de hecho según lo previsto en el artículo 38 de la Constitución Política de la República.

Art. 6.- Ingresos de los bienes sucesorios.- Los ingresos generados por bienes sucesorios indivisos, previa exclusión de los gananciales del cónyuge sobreviviente, se computarán y liquidarán considerando a la sucesión como una unidad económica independiente.

Art. 7.- Ejercicio impositivo.- El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1o. de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1o. de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.⁸

CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

Ley # 0

Status: Vigente

Publicado: Registro Oficial Suplemento # 351

Fecha: 29-12-2010

ASAMBLEA NACIONAL

Of. No. SAN-010-2038 Quito, 22 DIC 2010

Señor Ingeniero

Hugo Del Pozo

DIRECTOR DEL REGISTRO OFICIAL

⁸Codificación de la Ley de Régimen Tributario Interno,
<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec051es.pdf>.

LIBRO III

DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS

Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACION DE LA PRODUCCION.

TITULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y

Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Capítulo II

De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;

- b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;
- d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;
- e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;
- f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
- g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
- h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
- i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
- j. Las demás que establezca la Ley.

Capítulo III

De los Mecanismos de Desarrollo Productivo

Art. 55.- Compras públicas.- Las instituciones públicas estarán obligadas a aplicar el principio de inclusión en sus adquisiciones. Para fomentar a las MIPYMES, el Instituto Nacional de Compras Públicas deberá incentivar y monitorear que todas las entidades contratantes cumplan lo siguiente:

- a. Establezcan criterios de inclusión para MIPYMES, en los procedimientos y proporciones establecidos por el Sistema Nacional de Contratación Pública;
- b. Otorguen todas las facilidades a las MIPYMES para que cuenten con una adecuada información sobre los procesos en los cuales pueden participar, de manera oportuna;
- c. Procurar la simplificación de los trámites para intervenir como proveedores del Estado; y,
- d. Definan dentro del plan anual de contrataciones de las entidades del sector público los bienes, servicios y obras que puedan ser suministrados y ejecutados por las MIPYMES.

El Instituto Nacional de Compras Públicas mantendrá un registro actualizado de las compras realizadas a la economía popular y solidaria y a las MIPYMES y divulgará estos beneficios a la ciudadanía, así como los planes futuros de compras públicas a efectuarse por el Estado y sus instituciones. Las mismas obligaciones y parámetros técnicos para las compras inclusivas se deberán aplicar para beneficiar a los actores de la economía popular y solidaria.

Capítulo IV

Del Registro Único de MIPYMES y Simplificación de Trámites

Art. 56.- Registro Único de las MIPYMES.- Se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos

los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente.

Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código. De igual manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen de programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES.

Únicamente, para efectos de monitoreo de las políticas públicas que se implementen en este sector, el Ministerio administrador del Registro, podrá solicitar a las MIPYMES que consten en la base de datos, información relacionada con su categorización, en los términos que se determinará en el reglamento.

TITULO II

De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción

Art. 57.- Democratización productiva.- En concordancia con lo establecido en la Constitución, se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos e instrumentos que generen la desconcentración de factores y recursos productivos, y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas.

El Estado protegerá a la agricultura familiar y comunitaria como garantes de la soberanía alimentaria, así como también a la artesanía, al sector informal urbano y al micro, pequeña y mediana empresa, implementando políticas que regulen sus intercambios con el sector privado.

El Estado promoverá políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.

Art. 58.- De la implementación de procesos de Democratización de la transformación productiva.- El Consejo Sectorial de la Producción diseñará y vigilará la efectiva implementación de la política de democratización de la transformación productiva, a través del diseño e implementación de programas específicos que permitan el acceso efectivo a los factores de producción como la tierra y el capital, entre otros.

Art. 59.- Objetivos de democratización.- La política de democratización de la transformación productiva tendrá los siguientes objetivos:

a. Fomentar y facilitar el acceso de los ciudadanos ecuatorianos a la propiedad y transformación de los medios productivos;

b. Facilitar la ciudadanización de empresas, a través del diseño e implementación de herramientas que permitan el acceso de ciudadanos a las acciones de empresas en manos del Estado;

c. Apoyar el desarrollo de la productividad de las MIPYMES, grupos o unidades productivas organizadas, por medio de la innovación para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y nuevos procesos productivos;

d. Fomentar el cumplimiento de las éticas empresariales que promueve el Gobierno

Nacional, a través de la creación de un sello de gestión de reconocimiento público, que permita alentar e incentivar a las empresas que realizan sus actividades respetando el medio ambiente; cumpliendo con sus empleados y trabajadores en sus obligaciones laborales y de seguridad social; y, con la comunidad, con el pago oportuno de sus obligaciones tributarias, conforme a la legislación aplicable;

e. Apoyar el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, a través del diseño e implementación de herramientas que permitan a las empresas ser más eficientes y atractivas, tanto en el mercado nacional como en el internacional;

f. Incentivar y atraer inversiones que generen desarrollo local y territorial, mayores encadenamientos productivos con equidad, una inserción estratégica en el mercado internacional, empleo de calidad, innovación tecnológica y democratización del capital;

- g. La territorialidad de las políticas públicas;
- h. Promover la desconcentración de factores y recursos productivos;
- i. Implementar medidas dirigidas especialmente a las y los agricultores familiares, mujeres y comunidades pueblos y nacionalidades para erradicar la desigualdad y la discriminación;
- j. Incentivar la redistribución y eliminación de desigualdades en el acceso a los factores de producción, entre los sectores discriminados;
- k. Promover medidas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción;
- l. Fomentar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción;
- m. Apoyar el fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética que genere empleo y valor agregado; y,
- n. Desarrollar servicios financieros públicos para la democratización del crédito que faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas, especialmente de los grupos tradicionalmente excluidos de estos servicios financieros.

Las iniciativas que se buscan fomentar con estos mecanismos serán aquellas que realicen transformación productiva y agregación de valor. El reglamento a este Código establecerá los parámetros técnicos y requisitos que deberán cumplir los particulares y las empresas que se involucren en estos procesos.

Art. 60.- De los incentivos para la apertura del capital empresarial.- Para el cumplimiento de los objetivos señalados en el artículo anterior, el organismo rector en materia de política de desarrollo productivo, impulsará y vigilará, en coordinación con el Servicio de Rentas Internas, el Ministerio rector de la política laboral, la Superintendencia de Compañías, la Superintendencia de Bancos y Seguros, entre otras entidades gubernamentales, la implementación de los siguientes mecanismos:

- a. Diversificación de la participación accionaria de empresas en las que el Estado sea propietario exclusivo o de una parte del capital social, a favor de los trabajadores de dichas empresas. La adquisición de los paquetes accionarios se podrá realizar a través de los mecanismos del sistema nacional de mercado de valores u otros mecanismos reconocidos por la ley. Este mecanismo no es aplicable para las empresas públicas;
- b. El Estado podrá invertir, temporalmente, en el capital de las empresas de transformación productiva, privadas o mixtas, para, posteriormente, financiar a los trabajadores en la compra de sus paquetes accionarios, con créditos y programas de financiamiento preferenciales; y,
- c. Impulsará la apertura del capital de las empresas privadas, a favor de los trabajadores de dichas empresas, a través de la aprobación de los incentivos fiscales y financieros que se crean en este Código.

El reglamento a este Código establecerá los parámetros que deberán cumplir las empresas y los trabajadores que participen en los procesos de apertura de capital de empresas, de manera especial, los mecanismos que limiten la vinculación entre los participantes y cualquier acto de simulación de la masificación del capital empresarial.

De igual manera, se establecerán las facultades especiales de las autoridades competentes para garantizar la transparente difusión de estos procesos a la sociedad en general y la evaluación adecuada de los objetivos alcanzados por los mismos.

Capítulo I

De la Tierra

Art. 61.- Del acceso a la tierra y de su fomento integral.- El Estado, a través de sus órganos gubernamentales competentes, fomentará y facilitará el acceso a la tierra a las familias y comunidades campesinas carentes de ella, dándoles preferencia en los procesos de redistribución de la tierra, mediante mecanismos de titulación, transferencia de tierras estatales, mediación para compra venta de tierras

disponibles en el mercado, reversión, u otros mecanismos establecidos en la Constitución y la Ley.

Para garantizar que estas acciones redunden en mejoras de productividad y de acceso a mercados, se realizarán también las siguientes actividades:

- a. Incentivará mecanismos de comercialización alternativos para que, a la vez que se procura el mejoramiento de los ingresos de las familias campesinas productoras, se garantice el abastecimiento de los mercados locales y regionales;
- b. Apoyará la soberanía alimentaria del país, por medio del fomento a la producción de alimentos para el consumo nacional, incentivando además de la productividad, la producción de bienes que favorezcan la nutrición adecuada de las familias ecuatorianas, especialmente de la niñez; y,
- c. Promoverá prácticas productivas que aseguren la conservación y manejo sustentable de la tierra, en especial de su capa fértil que prevenga su degradación, en particular la provocada por la contaminación y erosión. Los recursos para estos programas se asignarán anualmente del presupuesto general del Estado.

Capítulo II

Del financiamiento y del capital

Art. 62.- Acceso a la banca pública.- El Consejo Sectorial de la Política Económica determinará y vigilará el acceso de todos los actores productivos al financiamiento de la banca pública; establecerá los lineamientos e incentivos para apoyar el acceso al financiamiento privado, en particular de los actores de la economía popular y solidaria, de las micro, pequeñas y medianas empresas; y, determinará los mecanismos para fomentar la profundización del mercado de valores, para incentivar el acceso de todos los actores de la producción y procurar la reducción de los costos de intermediación financiera.

La autoridad competente en materia de financiamiento público podrá establecer programas de crédito especiales para estos sectores, con la participación del sistema financiero privado.

Art. 63.- Registro.- Las entidades financieras, públicas y privadas, obligatoriamente, crearán y mantendrán un registro de las operaciones para las empresas calificadas como MIPYMES y reportarán periódicamente al órgano ejecutor de las políticas de MIPYMES.

Art. 64.- Garantías.- La autoridad reguladora financiera establecerá un régimen especial de garantías para el financiamiento privado y público de las MIPYMES, y para el desarrollo de iniciativas de capital de riesgo, tanto públicas como privadas.

Art. 65.- Fondo Nacional de Garantías.- Se crea el fondo nacional de garantías, de carácter público, para facilitar el acceso de las MIPYMES al financiamiento de sus actividades. Para efectos financieros, las garantías que respaldan este fondo serán consideradas como garantías auto liquidable y cuya cobertura respecto del crédito garantizado será de uno a uno. El Fondo formará parte del sistema de garantía crediticia del Ecuador, bajo la regulación de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

La operatividad de este fondo será determinada en el reglamento.

Art. 66.- Normativa para MIPYMES.- La autoridad reguladora del mercado de valores desarrollará una normativa especial para el acceso individual y asociativo de las MIPYMES, al financiamiento a través del mercado de valores. Los inversionistas institucionales públicos determinarán una normativa especial y facilitadora que permita la compra de los títulos de valor generados por las MIPYMES.

Art. 67.- Otras formas de financiamiento.- El organismo con la competencia de fomento y regulación de las micro finanzas populares establecerá los mecanismos para potenciar el financiamiento de las micro y pequeñas empresas en todo el territorio nacional, sobre todo en las regiones de menor cobertura financiera y para mejorar la eficiencia y acceso a tecnologías especializadas de los operadores privados del sistema.

El gobierno nacional implementará un programa de capital de riesgo que permita el acceso de las MIPYMES a estas modalidades, necesarias para la innovación y

transformación productiva, así como un programa integral de emprendimiento para todo el ciclo de pre-inversión e inversión.

Art. 68.- Crédito para apertura de capital e inversión.- Las empresas privadas que requieran financiamiento para desarrollar nuevas inversiones, y que a su vez quisieran ejecutar un programa de apertura de su capital, en los términos de esta legislación, podrán beneficiarse de los programas de crédito flexible que implementará el gobierno nacional para la masificación de estos procesos, con tasas de interés preferenciales y créditos a largo plazo.⁹

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Analítico.- es la desmembración de un todo, descomponiéndolo en partes o elementos que permitan observar las causas, la naturaleza y los efectos. La importancia del análisis reside en que para comprender la esencia de un todo hay que conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia. Se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

Causa.- señala a aquello que se considera como el fundamento o el origen de algo. También puede ser la razón o el motivo para obrar. En este caso, se trata de aquello que impulsa a actuar. Así mismo, puede ser el litigio o pleito judicial.

Comercialización.-es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada organización y su objetivo principal es hacer llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor.

Consecuencia.- Es lo que acontece con necesidad lógica como resultado de un hecho o situación. Algunas consecuencias son productos de hechos naturales y por lo tanto se constituyen en casos fortuitos o de fuerza mayor y excluida de responsabilidad. Son considerados accidentes y pueden ser positivas.

Deducción: Es un tipo de razonamiento que nos lleva de lo general a lo particular o de lo complejo a lo simple. El razonamiento deductivo es una herramienta del conocimiento científico, si el avance de la ciencia se diera sólo en función de él, éste

⁹ Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, <http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2010/diciembre/code/19782/registro-oficial-no-351---miercoles-29-de-diciembre-de-2010-suplemento>.

sería muy pequeño. Esto se debe a que nuestra experiencia como humanos es limitada, depende de nuestros sentidos y de nuestra memoria. El proceso de inferencia inductiva consiste en exhibir la manera cómo los hechos particulares están conectados a un todo.

Desarrollo Comercial.-una empresa puede encontrar integrados y perfectamente clasificados, aquellos recursos que se consideren estratégicos para su desarrollo integral, conforme a los valores corporativos del negocio.

Desarrollo Socioeconómico.- es un proceso en el cual da como resultado una mejor calidad de vida para los individuos que conforman un país o que están dentro de un mismo territorio, para eso es necesaria una explotación racional de los recursos, siempre y cuando sea destinada para beneficio de la humanidad de tiempo presente y futuro.

Diseño.- se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la ejecución de algo. También se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

Efecto.-es aquello que se consigue como consecuencia de una causa. Es también la impresión que un acontecimiento o una circunstancia deja en el ánimo de las personas. Otra definición de efecto, se refiere a aquellos sucesos que son desencadenados de forma sistemática cuando un hecho recibe el impacto temporal y adquiere consecuencias importantes. Es necesario que se presente previamente un hecho primario que se desarrolle en una determinada ubicación, este hecho es el encargado de inducir otros hechos secundarios, que afectan a una situación secundaria y que aumentan las consecuencias del hecho primario.

Emprendimiento.-es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos proyectos, término aplicado a empresarios que innovadores o que agregan valor a un producto o proceso ya existente.

Hipótesis.- es una suposición, es una respuesta tentativa al porqué de los problemas de las ciencias. Podemos decir que es una conjetura que parte de hechos científicos anteriormente conocidos. Se la plantea considerando totalmente los aspectos del problema a investigarse.

Importancia.- Permite hacer referencia a algo o alguien relevante, destacado o de mucha entidad. Un hecho relevante que causa interés. Su propia existencia tiene consecuencias profundas capaces de modificar la realidad.

Inducción.-se refiere al movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares a afirmaciones de carácter general. Esto implica pasar de los resultados obtenidos de observaciones o experimentos al planteamiento de hipótesis y teorías que abarcan no solamente los casos de los que se partió, sino a otros de la misma clase. Puede decirse que las conclusiones obtenidas a través de la inducción tienen un carácter probable, el cual aumenta a medida que se incrementa el número de hechos particulares que se analizan.

Método.- es el conjunto de operaciones ordenadas con el cual se puede llegar a tener un resultado o también el modo de proceder que cada uno tiene y observa. Es el procedimiento para ordenar la actividad de alcanzar un objetivo.

Metodología.- es la teoría del método. Por lo tanto es el estudio científico que nos enseña a descubrir nuevos conocimientos.¹⁰

Paradigma.- Se utiliza en la vida cotidiana como un sinónimo de ejemplo o para hacer referencia a algo que se toma como modelo. Los alcances de la noción se ampliaron y se utiliza en expresiones epistemológicas cuando se hace necesario hablar de modelos o patrones.

Pronóstico.- Es un cálculo estimado del nivel de la demanda de un producto o servicio por un período de tiempo futuro. Todo pronóstico por ende es una hipótesis, pero mediante el empleo de ciertas técnicas suele ser algo más significativo que dará un parámetro para tomar decisiones. Tiene varias visiones y variables en general como el tiempo, el espacio y el producto.

¹⁰Psic. Educ. Alfredo Barrios R., Metodología de la Investigación.

Técnica.- puede ser aplicada en cualquier ámbito humano: ciencias, arte, educación, etc. Requiere de destreza manual o intelectual, básicamente con el uso de herramientas. Las técnicas se transmiten de persona a persona las cuales las pueden adaptar a sus gustos o necesidades y puede mejorarlas. Surgió de la necesidad humana de modificar un medio. Es por tanto el ordenamiento de la conducta utilizando herramientas como un medio para alcanzar un fin determinado.

Variable.- pueden tener cambios, sea cualitativa o cuantitativa. Son los distintos aspectos desde los cuales pueden ser analizadas las hipótesis.

Variable Dependiente.- se la conoce también como de criterio porque es el fenómeno el que le interesa al investigador. Pretende mostrar el resultado de dicho fenómeno.

Variable Independiente.- es la propiedad o característica acerca de la cual si se lo altera de alguna manera produce un cambio en algún otro atributo, propiedad o característica. Se explica las causas de fenómeno.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General.

La formación empresarial de los propietarios de los negocios coincide en la situación socioeconómica de las MIPYMES del cantón Marcelino Maridueña.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- La aplicación de tecnología ayudara en el desarrollo competitivo de las MIPYMES
- Contar con un manual de funciones guiara a los empleados a realizar un mejor trabajo obteniendo un mayor desarrollo productivo de las MIPYMES.
- La flexibilización de las políticas de financiamiento o créditos de las entidades financieras aportarían al desarrollo competitivo de las MIPYMES.
- Mantener una buena relación entre los empleados mejorara el desempeño de la MIPYMES.

- La capacitación del personal contribuirá a brindar un mejor servicio para el cliente.

2.4.3 Declaración de variables

Hipótesis General

Variable Independiente: Formación empresarial

Variable Dependiente: Situación socioeconómica

Hipótesis Particulares

Hipótesis Particular N° 1

Variable Independiente: Tecnología

Variable Dependiente: Desarrollo Competitivo

Hipótesis Particular N° 2

Variable Independiente: Manual de funciones

Variable Dependiente: Desarrollo Productivo

Hipótesis Particular N° 3

Variable Independiente: Políticas de financiamiento o créditos

Variable Dependiente: Desarrollo Competitivo

Hipótesis Particular N° 4

Variable Independiente: Clima Organizacional

Variable Dependiente: Desempeño

Variable Independiente: Capacitación

Variable Dependiente: Servicio

2.4.4 Operacionalización de variables.

Cuadro 1. Operacionalización de las variables

Variable	Conceptualización	Indicador	Medio de Verificación
Formación empresarial	Un proceso de potenciación y desarrollo del individuo en relación con su profesión.	Rentabilidad del negocio.	Encuesta
Situación Socioeconómica	Es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo.	Fuente de ingreso	Encuesta
Tecnología	Un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas.	Eficiencia Recursos Tecnológicos	Encuesta
Desarrollo Competitivo	El proceso de incrementar la capacidad intelectual de la organización y su capacidad física con un único objetivo: optimizar la formulación y la implementación de la estrategia competitiva de una organización de cualquier tipo, tamaño, sector o país.	Participación en el mercado Aumento de cartera de clientes	Encuesta
Manual de funciones	Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas.	Responsabilidad de los procesos o actividades.	Organigrama
Desarrollo Productivo	Actividades generadoras de inversión y del máximo valor agregado posible; que redunde en mejoras sustantivas en materia de empleo, bienestar social y convivencia democrática.	Rentabilidad	Encuesta
Política	Transacción comercial	Capital	Encuesta

decrédito.	basada en la confianza que se les otorga a los clientes en fechas determinadas.		
Desarrollo Competitivo	Proceso de incrementar la capacidad intelectual de la organización y su capacidad física con un único objetivo: optimizar la formulación y la implementación de la estrategia competitiva de una organización de cualquier tipo, tamaño, sector o país.	Participación en el mercado Aumento de cartera de clientes	Encuesta
Clima Organizacional	Es la expresión personal de la percepción que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen y que incide directamente en el desempeño de la organización	Desempeño de la Organización	Encuesta
Desempeño	Desarrollo de las tareas y actividades de un empleado, en relación con los estándares y los objetivos deseados por la organización.	Cumplimiento de metas	Encuesta
Capacitación	Proceso educativo a corto plazo a través del cual el personal administrativo de una empresa adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas.	Servicio al cliente	Encuesta
Servicio	El conjunto de actividades que lleva a cabo internamente una empresa para poder responder y satisfacer las necesidades de un cliente	Calidad	Encuesta

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA

Para el desarrollo de esta investigación se aplicará los siguientes tipos de investigación:

Investigación teórica o aplicada

Este diseño investigativo permite utilizar los conocimientos en las prácticas para aplicarlos en provechos de la sociedad o MIPYMES, logrando así, conocer cómo actuar y obtener mayor interés de las consecuencias existentes de la problemática obteniendo un mejor desempeño investigativo.

Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación permite llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos, objetos y personas del Cantón Marcelino Maridueña, este diseño se basa en la recolección de datos sobre la base de una hipótesis o teoría, señalando características y propiedades de las MIPYMES que contribuya a una indagación profunda de los hechos.

Investigación Correlacional o Explicativa.

Mediante este tipo de investigación, se trata dar cuenta del porqué de los hechos determinando las causas y efectos de la baja rentabilidad que tienen las MIPYMES mediante la prueba de hipótesis obteniendo resultados que aporten en los conocimientos para dar posibles soluciones.

Investigación de campo

Este tipo de investigación se apoya básicamente en informaciones adquiridas en entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Esta información sirve para realizar un análisis profundo sobre la rentabilidad de las MIPYMES por lo que se la realiza directamente al lugar específico o al hecho, se conjunta con el tipo de investigación documental por lo que esto ayuda a que este análisis de la problemática no se haya dado antes.

Investigación no experimental

Para ejecutar este proceso investigativo se utiliza este diseño de acuerdo a la relación de causas y efectos, ya que se analiza en primer lugar la baja rentabilidad que está influyendo en el desarrollo de estos negocios. No se realiza un análisis con profundidad debido al largo tiempo que se requiere.

Investigación Bibliográfica

Llamada también documental, es uno de los tipos de investigación más utilizados por lo que se basa en otros documentos como punto de partida. Es aplicada a la problemática porque la investigación se basa en documentos bibliográficos que pueden ayudar a una mejor comprensión y dar información concreta y precisa.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

El presente proyecto de investigación se realizará en el cantón Marcelino Maridueña y está dirigida a las MIPYMES del cantón. Se caracteriza por poseer gran riqueza agrícola en la que se destacan los cultivos de caña de azúcar, plantaciones de banano y otras frutas. En sus zonas se cría ganado vacuno, caballar de razas seleccionadas y aves de corral. La comida típica de este Cantón es el arroz con menestra y carne asada. Sus fiestas patronales son el 4 de Noviembre en honor a su patrono San Carlos Borromeo, su cantonización es el 24 de Octubre.

La principal actividad económica de la población proviene de la dedicación a la industria azucarera que abastece el mercado y proporciona fuente de trabajo para miles de obreros y técnicos procedentes de diversos lugares del país.

Así mismo, en el cantón existen variedades de negocios dedicados a la comercialización de productos o servicios que ayudan al desarrollo socio-económico.

3.2.2 Delimitación de la población

Marcelino Maridueña consta con un total de 365 MIPYMES:

Cuadro 2. Estratificación de MIPYMES del Cantón Marcelino Maridueña

Microempresas	Pequeñas	Medianas	Total
344	19	2	365
94%	5%	1%	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: GAD Municipal del Cantón

Según el INEC del año 2010 en el Cantón Marcelino Maridueña cuenta con un total 12033 habitantes, diferidos en 5768 mujeres y 6265 hombres. A la vez constan con negocios comprendidas entre 365 micros, pequeñas, medianas y 19 grandes empresas.

3.2.3 Tipo de Muestra

La Muestra es no probabilística por lo que todos los individuos u objetos a investigar serán seleccionados por el investigador, esto quiere decir que las personas a encuestar será de acuerdo al perfil que se necesite para realizar la investigación.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

El Cantón Marcelino Maridueña cuenta con 365 MIPYMES y con 7371 habitantes comprendidos entre 18 y 60 años, por lo que la información se refiere a una población finita.

Utilizando la fórmula del reglamento para la elaboración del diseño del proyecto y tesis resulta un valor de 187 propietarios de los negocios y 365 habitantes los cuales deben ser encuestados.

Formula:

Figura 1. Fórmula Finita

$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$	<p>Simbología</p> <p>n = Tamaño de la Muestra</p> <p>N= Tamaño de la Población</p> <p>p= Posibilidad de que ocurra un evento, p=0,5</p> <p>q= posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5</p> <p>E= Error, se considera el 5%; E = 0,05</p> <p>Z= nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1,96</p>
---	---

Fuente: Reglamento para la presentación del diseño, ejecución y sustentación del proyecto de investigación, previo a la obtención del título del tercer nivel.

PROPIETARIOS

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

$$n = \frac{(365)(0.5)(0.5)}{\frac{(365-1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{91.25}{\frac{(364)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.25)}$$

$$n = \frac{91.25}{\frac{(364)(0.0025)}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{91.25}{\frac{0.91}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{74.5}{0.486880466}$$

$$n = 187.4176647$$

$$n = 187$$

Cuadro 3. Total de MIPYMES a encuestar.

Microempresas	Pequeñas	Medianas	Total
176	10	1	187
94%	5%	1%	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: GAD Municipal del Cantón

CLIENTES

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

$$n = \frac{(7371)(0.5)(0.5)}{\frac{(7371-1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{1842.75}{\frac{(7370)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.25)}$$

$$n = \frac{1842.75}{\frac{(7370)(0.0025)}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{1842.75}{\frac{18.425}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{1842.75}{4.7961787 + (0.25)}$$

$$n = \frac{1842.75}{5.0461787}$$

$$n = 365.17732$$

$$n = 365$$

3.2.5 Proceso de Selección

La Muestra que se utiliza es no probabilística, por tal se optará como método.

Muestra por cuotas.-Este tipo de muestra se ha seleccionado porque trata de construir una muestra idéntica a la población a estudiar en términos de propiedades. Se basa en la distribución conocida de una población. Una vez determinada la dimensión del sondeo que se desea efectuar, se procede a calcular el número de individuos por cada criterio elegido. Este método se basa en la hipótesis de la información que deseamos obtener este correlacionada con la población. Pero es solo una hipótesis de representatividad difícilmente demostrable. La elección de los individuos seleccionados por los investigadores en este método no permite calcular probabilidades de pertenencia a la muestra.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Método Histórico-Lógico.- Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su proceso cronológico, para conocer la evolución y desarrollo socioeconómico de las MIPYMES.

Mediante este método se estudia específicamente la trayectoria de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia.

Método Analítico Sintético.

Método Analítico.-Este método implica el análisis , quiere decir, la descomposición de un todo en sus partes constitutivas para describir o explicar las causas de los hechos que constituyen el todo.

Método Sintético.-Implica la síntesis, quiere decir la unión de los elementos para formar un todo facilitando la comprensión del asunto estudiado o analizado.

Estos Métodos son esenciales para poder comprender y explicar las causas y efectos de la problemática a investigar.

Método Inductivo- Deductivo

Inductivo.- Cuando el problema estudiado se presenta por medio de casos particulares, para lograr el descubrimiento el principio general.

Deductivo.- Porque se estudia la generalidad de comportamiento para poder obtener las consecuencias particulares del hecho conocido.

Método hipotético-deductivo: se utiliza este método porque parte de procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer que su actividad sea una práctica científica.

En el presente trabajo se han planteado algunas hipótesis basadas en datos empíricos resultado de los problemas y sub-problemas determinados.

3.3.2 Métodos Empíricos.

Se utilizó el método de observación, la cual es una percepción visual de aquello que queremos analizar, mediante esta técnica se pudo captar la mayor cantidad de información sobre la problemática de estudio y dar posibles soluciones.

3.3.3 Técnicas e instrumentos.

Encuesta: Esta se caracteriza por la recopilación de datos basada en un cuestionario formal con el propósito de averiguar datos o hechos específicos.

El Muestreo: Porque es una herramienta de la investigación científica, que determina que parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

La muestra debe lograr una representación adecuada de la población, en la que se detalle los rasgos esenciales de dicha población importantes para la investigación.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Luego de la recolección de datos e información selecta realizada mediante las encuestas, las cuales proporcionan resultados en porcentajes e índices importantes para comprobar o dar veracidad las hipótesis planteadas. El procesamiento de datos se los realiza a través del programa de Excel, el cual a más de tabular permite

presentar mediante gráficos la información obtenida de las encuestas realizada a los propietarios de las MIPYMES del cantón.

Para la realización de las técnicas para procesar datos utilizamos el software Excel que facilita la realización de cálculos matemáticos especificando los datos con mayor veracidad.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Resultado de encuestas a los emprendedores: MICROEMPRESAS

1. ¿Cómo considera usted su nivel de formación empresarial?

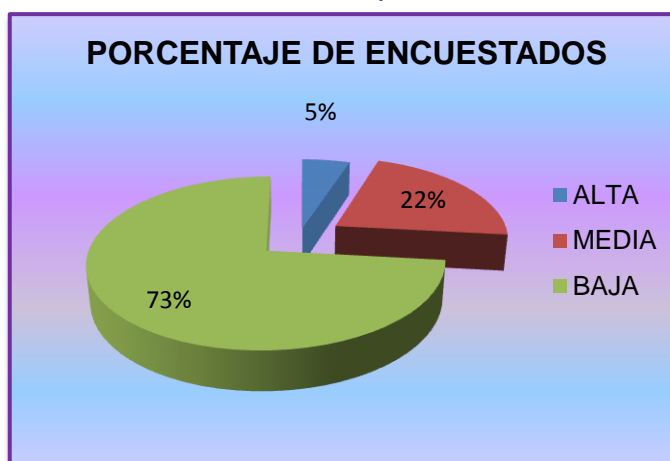
Cuadro 4. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las microempresas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
ALTA	9	5%
MEDIA	38	22%
BAJA	129	73%
Total	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 1. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las microempresas



Interpretación.-De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los emprendedores el 73% poseen un bajo nivel de formación empresarial debido a que no han tomado ningún tipo de preparación (seminarios u otros), seguido de un

22% de los encuestados quienes indicaron que tienen un nivel medio de formación y un 5 % nos revelaron que tienen un alto nivel de formación puesto que ellos si han adquirido conocimientos a través de seminarios, etc. Por lo tanto se considera que este es uno de los principales problemas que presentan los emprendedores en el campo administrativo y dirección de los negocios.

2. ¿Con cuántos empleados cuenta su negocio?

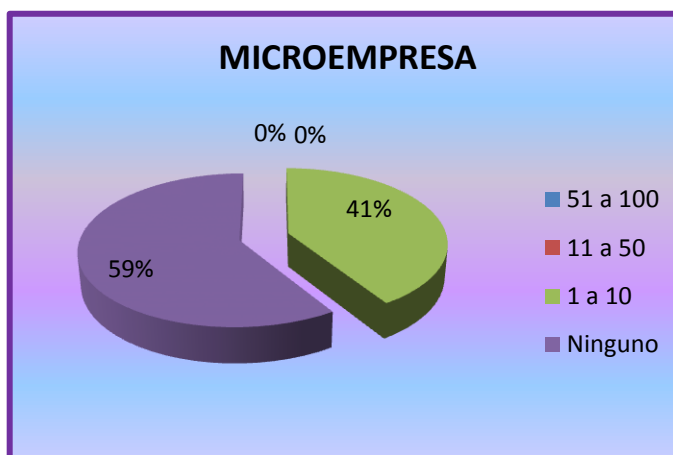
Cuadro 5. Empleados de las microempresas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
51 a 100	0	0%
11 a 50	0	0%
2 a 10	72	3%
Ninguno	104	59%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 2. Empleados de las microempresas



Interpretación.- De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los microempresarios 59% manifestaron que no constan con empleados en su empresa puesto que ellos laboran en su propio negocio, 41% indica que constan d 1 a 10 empleados, por lo cual se identifica que la mayoría de las microempresas no constan con empleados puesto que sus negocios son atendidos por los propios dueños.

3. ¿Considera Usted que mantener un buen clima organizacional contribuirá al desempeño de los empleados?

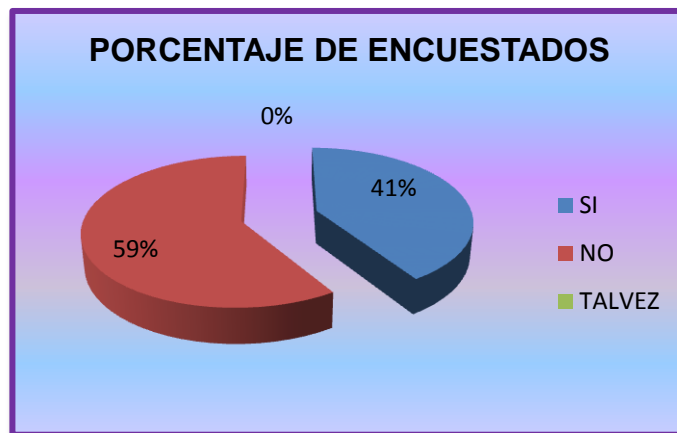
Cuadro 6. Clima organizacional entre los empleados de las microempresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	72	41%
NO	104	59%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 3. Clima organizacional entre los empleados de las microempresas



Interpretación.- De los resultados obtenidos de las preguntas realizadas a los emprendedores se obtuvo que el 41% considera que tener un buen clima organizacional ayudara aún mejor desempeño, sin embargo el 59 % indicó que no constan con empleados, por lo tanto se comprueba que la mayoría de las empresas no mantiene ningún tipo de clima organizacional por no contar con empleados mientras que otros consideran que si les favorece mantener un buen clima organizacional puesto que obtienen una relación más armoniosa reflejándola en los clientes.

4. ¿El personal que labora en la empresa recibe capacitación para brindar un mejor servicio al cliente?

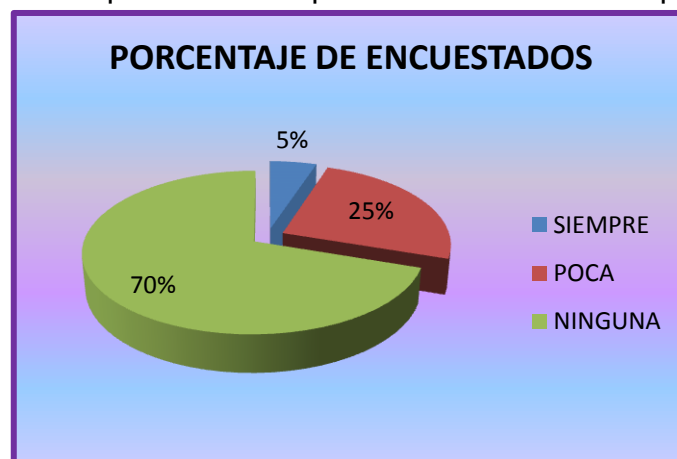
Cuadro 7. Capacitación del personal de las microempresas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	9	5%
POCA	44	25%
NINGUNA	123	70%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 4. Capacitación del personal de las microempresas.



Interpretación.- Como se puede observar los resultados obtenidos de los encuestados manifestaron un 70% no capacitan al personal puesto que no tiene el capital necesario para invertir en capacitación, el 25% tienen poca capacitación y en un 5% indicaron que si reciben capacitaciones. Por lo cual se determina que los empleados de las microempresas no están capacitados para el servicio que ofrecen haciendo que obtengan un deficiente desempeño en el negocio.

5. ¿Cuenta su negocio con un manual de funciones?

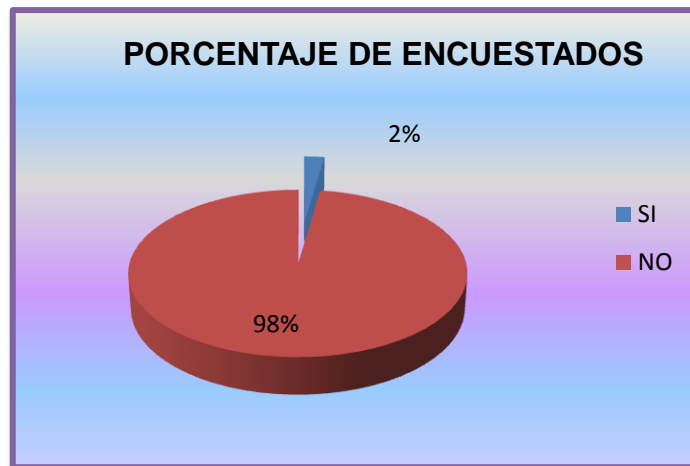
Cuadro 8. Manual de Funciones de las microempresas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	4	2%
NO	172	98%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 5. Manual de Funciones de las microempresas



Interpretación.- Según los resultados obtenidos de las encuestas podemos apreciar que el 93 % no poseen un manual de funciones lo que conlleva a no tener identificadas sus funciones y en un 7 % si lo manejan lo que les permite ofrecer un mejor servicio. Por lo cual se determina que al no contar con un manual de funciones afecta a que los empleados no estén ubicados en su área específica dentro de la organización provocando un mal servicio al cliente.

6. ¿El negocio cuenta con tecnología de punta para su desarrollo competitivo?

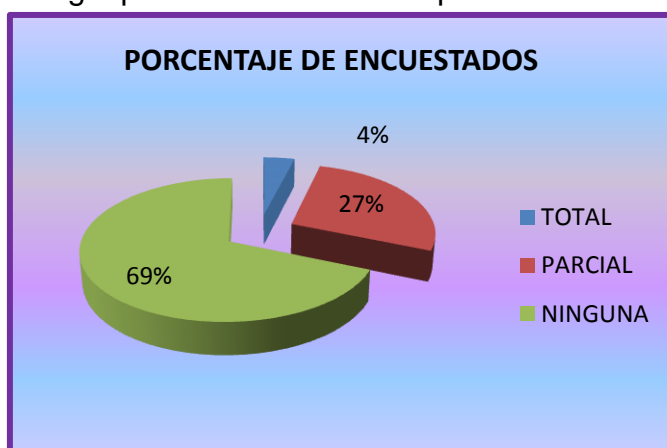
Cuadro 9. Tecnología para el desarrollo competitivo de las microempresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTAL	7	4%
PARCIAL	48	27%
NINGUNA	121	69%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 6. Tecnología para el desarrollo competitivo de las microempresas.



Interpretación.- Como se puede apreciar en los resultados de las encuestas el 69% indicaron que no tienen a su disposición tecnología de punta, el 27% manifestó que cuentan con tecnología parcial, a diferencia de un 4% que si utilizan plenamente sistemas actualizados. Por lo tanto se expresa que la mayoría de las microempresas no cuentan con herramientas tecnológicas lo que les impide dar mejor calidad del servicio y ahorrar tiempo impidiendo dar un paso muy importante para su desarrollo, asociado a dar una respuesta ágil y oportuna a sus clientes.

7. ¿Considera Usted que la inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito interfiere en el progreso de su negocio?

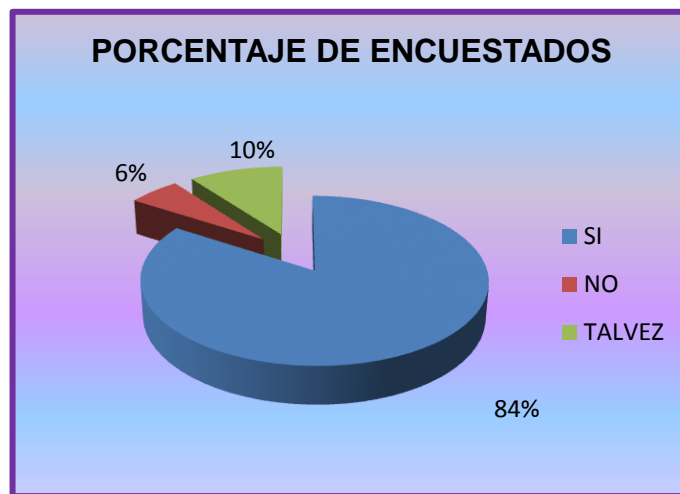
Cuadro 10. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las microempresas.

ALTERNATIVA	FRACUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	148	84%
NO	10	6%
TALVEZ	18	10%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 7. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las microempresas.



Interpretación.-La gráfica demuestra que los emprendedores consideran en un 84% que la inflexibilidad de créditos les dificulta su desarrollo, el 10% considera que en parte puede interferir en el progreso del negocio, mientras que un 6% indica que no incide la inflexibilidad en el desarrollo del negocio. Por lo tanto se considera que las políticas para obtener un financiamiento o crédito es una de las principales barreras que les dificulta a los emprendedores a obtener sus objetivos de crecimiento y desarrollo del negocio.

8. ¿Cree usted que la flexibilidad de las políticas de crédito les permitirá diversificar los productos?

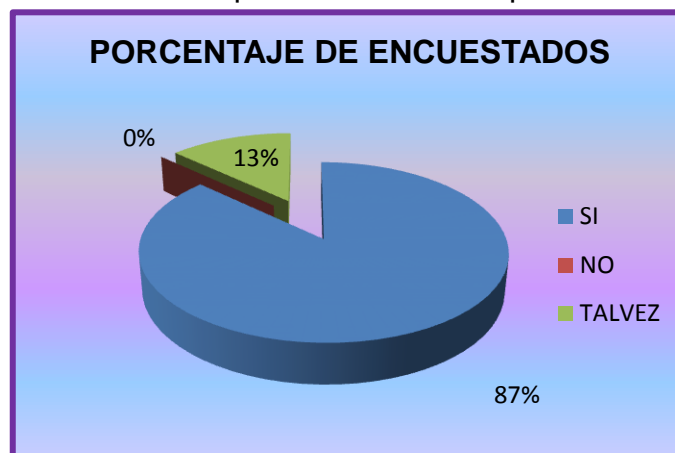
Cuadro 11. Flexibilidad de las políticas de crédito para las microempresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	153	87%
NO	0	0%
TALVEZ	23	13%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 8. Flexibilidad de las políticas de crédito para las microempresas.



Interpretación.- De los resultados obtenidos de la encuesta realizada el 87% de los administradores consideran que el tener facilidad de financiamiento les permitirá diversificar sus productos, sin embargo el 13 % considera que puede ser posible que teniendo apalancamiento financiero podrá diversificar sus productos. Por lo tanto se comprueba que las microempresas necesitan tener facilidad de acceso a estos créditos o financiamientos para poder invertir en la diversificación de sus productos logrando los objetivos de la microempresa.

9. ¿Cuál es el tiempo que tiene el negocio en el mercado?

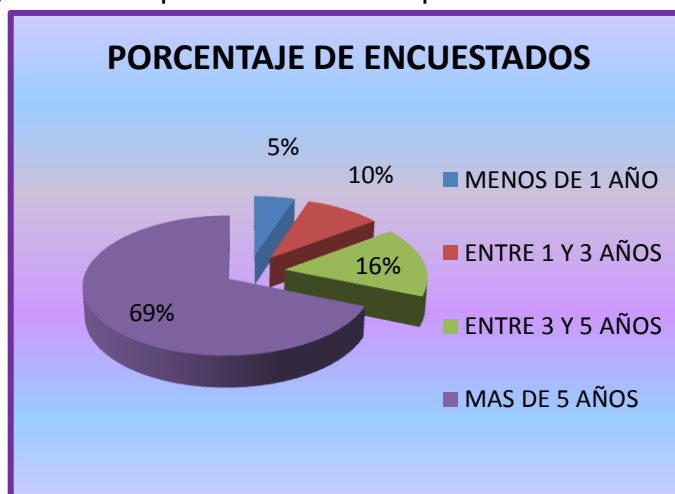
Cuadro 12. Tiempo de las microempresas en el mercado.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MENOS DE 1 AÑO	9	5%
ENTRE 1 Y 3 AÑOS	17	10%
ENTRE 3 Y 5 AÑOS	29	16%
MAS DE 5 AÑOS	121	69%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 9. Tiempo de las microempresas en el mercado.



Interpretación.-De acuerdo con los resultados obtenidos de los microempresarios encuestados del tiempo que lleva el negocio en el mercado el 69% expresa que se encuentran ejerciendo en el mercado más de 5 años, el 16%, tienen entre 3 a 5 años en este mercado, seguido del 10% de negocios que llevan entre 1 a 3 años establecidos, por último el 5 % que lleva menos de 1 año esto indica que tiene poco tiempo en esta franja comercial, por lo que se determina que una gran parte de los negocios se han mantenido en el mercado sin ningún progreso haciendo que estos simplemente laboren por subsistencia y no se motiven a realizar algún tipo de estrategia que les permita crecer.

10. ¿Cómo considera usted que se encuentra el nivel económico de la empresa?

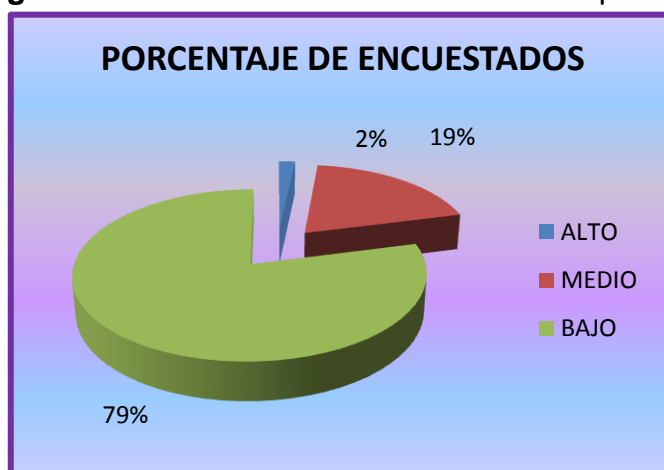
Cuadro 13. Nivel económico de las microempresas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
ALTO	3	2%
MEDIO	34	19%
BAJO	139	79%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 10. Nivel económico de las microempresas.



Interpretación.-De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los propietarios de los negocios de esta localidad nos da a conocer sobre el nivel económico de las microempresas podemos observar que el 79 % considera que se encuentra en un bajo nivel económico, mientras que el 19% indica que su economía está en un nivel medio, y una mínima cantidad revela que su ámbito económico es alto debido a su negocio ha ido progresando. Por lo tanto se comprueba que el estatus socioeconómico de las microempresas en general es insuficiente debido a que los negocios no están realizando una mejor labor sintiéndose inconformes ante su progreso y su estimación de obtener una mejor rentabilidad.

11. ¿Considera usted que ha implementado las estrategias necesarias para mantener su participación en el mercado?

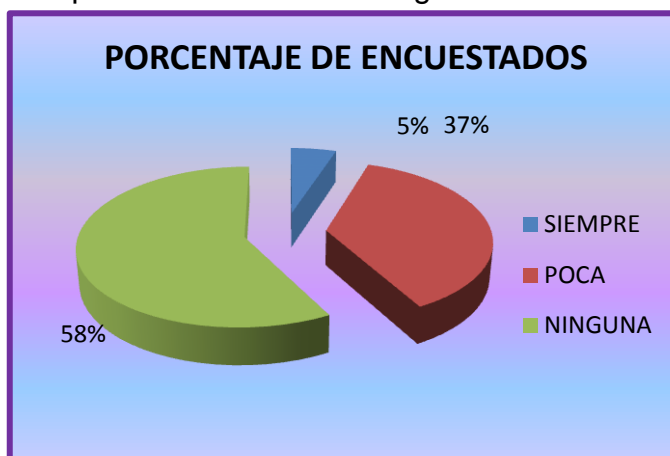
Cuadro 14. Implementación de estrategias de las microempresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	9	5%
POCA	65	37%
NINGUNA	102	58%
TOTAL	176	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 11. Implementación de estrategias de las microempresas.



Interpretación.-De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas podemos apreciar que un 58% de propietarios encuestados no aplican ningún tipo de estrategia para mantenerse en el mercado, mientras que el 37% realiza poca implementación de estrategias, sin embargo, en un mínimo porcentaje (5%) nos muestra que siempre aplica tácticas para su permanencia. Esta información demuestra que la gran parte de las microempresarios desconocen sobre la importancia de utilizar todo los recursos necesarios para aplicar estrategias en la organización teniendo como consecuencia que estos negocios no sean reconocidos o no impacten en el mercado.

Resultado de encuestas a los emprendedores: PEQUEÑAS

1. ¿Cómo considera usted su nivel de formación empresarial?

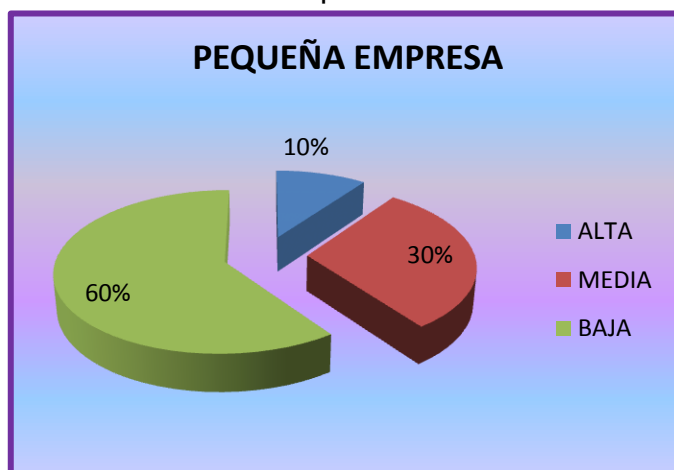
Cuadro 15. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las pequeñas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
ALTA	1	30%
MEDIA	3	60%
BAJA	6	10%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 12. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las pequeñas empresas



Interpretación.-De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los emprendedores nos muestra que el 60% de las pequeñas empresas tienen un bajo nivel de formación empresarial, en un 30% indica que poseen nivel medio de formación, mientras que en un 10% califica su nivel de formación como alto ya que han recibido la preparación adecuada para administrar los negocios. Esta información nos revela que el segmento de pequeños empresarios no está formado para administrar los negocios teniendo como consecuencia no poder mejorar las competencias y calificaciones indispensables para fortalecer la situación competitiva de las empresas.

2. ¿Con cuántos empleados cuenta su negocio?

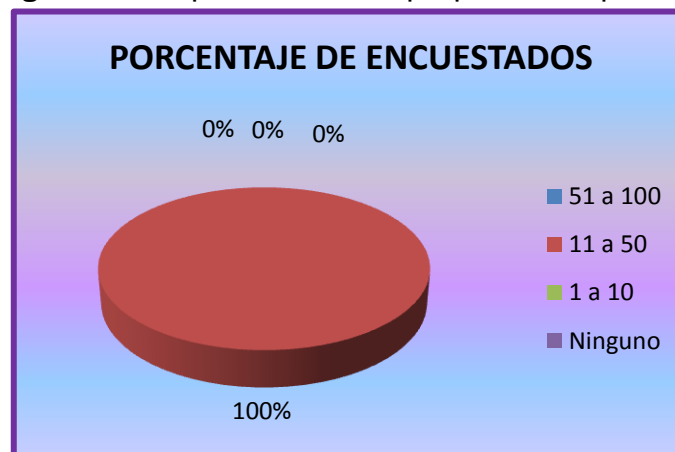
Cuadro 16. Empleados de las pequeñas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
51 a 100	0	0%
11 a 50	10	100%
1 a 10	0	0%
Ninguno	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 13. Empleados de las pequeñas empresas.



Interpretación.- En los resultados obtenidos de la pregunta podemos apreciar que el 100% de las pequeñas empresas cuentan con personal de un rango de 10 a 50 empleados haciendo que estas pequeñas empresas deban cumplir con los desafíos de utilizar menos recursos que las empresas grandes. Además que deben de invertir en los beneficios de los empleados para mejorar las actividades de las mismas.

3. ¿Considera Usted que mantener un buen clima organizacional contribuirá al desempeño de los empleados?

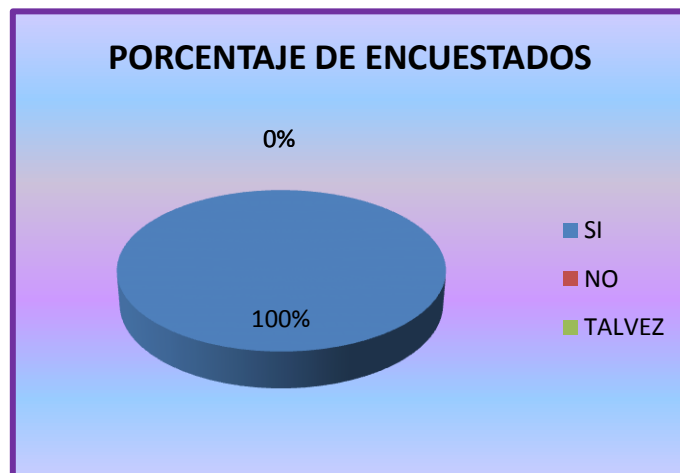
Cuadro 17. Clima organizacional entre los empleados de las pequeñas empresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	10	100%
NO	0	0%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 14. Clima organizacional entre los empleados de las pequeñas empresas.



Interpretación.- Como observamos en el grafico el 100% de los encuestados están en completo acuerdo que mantener un buen clima organizacional contribuirá a que sus empleados obtengan un mejoramiento continuo del desempeño puesto que ellos forman parte de los atributos de una organización dándoles como resultados un excelente ambiente laboral y un brindar un mejor servicio a sus clientes.

4. ¿El personal que labora en la empresa recibe capacitación para brindar un mejor servicio al cliente?

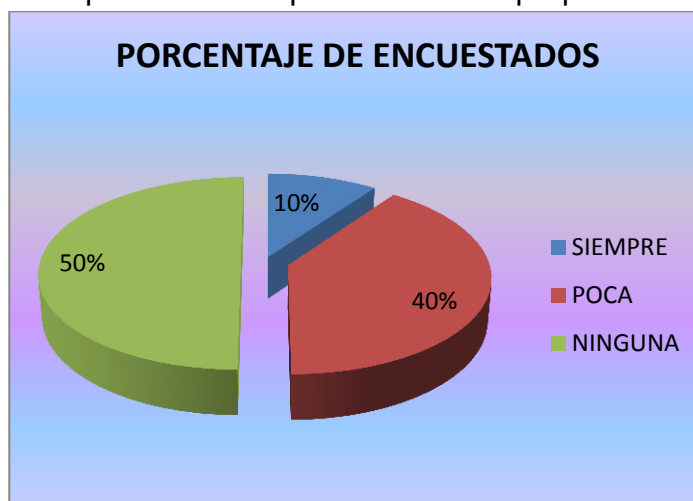
Cuadro 18. Capacitación del personal de las pequeñas empresas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	1	10%
POCA	4	40%
NINGUNA	5	50%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 15. Capacitación del personal de las pequeñas empresas.



Interpretación.- Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los pequeños empresarios muestran que el 50% de los encuestados no reciben capacitación para mostrar un mejor desempeño laboral, el 40% recibe poca capacitación, mientras que el 10% están siendo capacitados. Por lo tanto se establece que no se está proporcionando a los empleados las habilidades que necesitan para realizar su trabajo, siendo este proceso de mayor importancia porque conlleva a la mejora continua y viene a agilizar los procesos otorgando a la empresa un valor agregado.

5. ¿Cuenta su negocio con un manual de funciones?

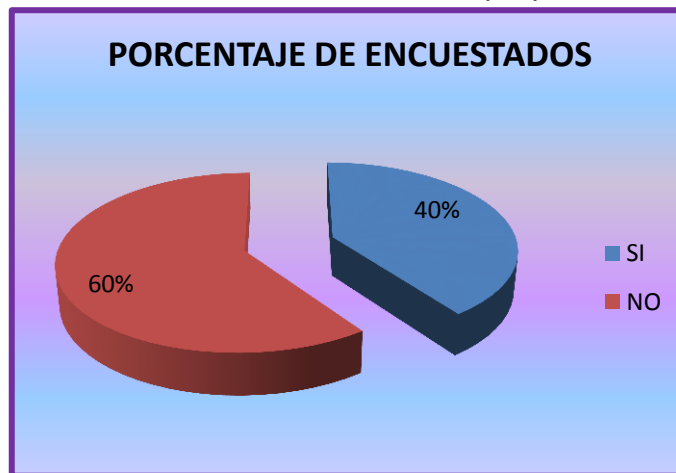
Cuadro 19. Manual de Funciones de las pequeñas empresas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	4	40%
NO	6	60%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 16. Manual de Funciones de las pequeñas empresas



Interpretación.- De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los pequeños empresarios muestran que el 60% no constan con un manual de función, mientras que el 40% si ha elaborado su manual de función, por lo tanto se determina que si estos negocios no constan con dicho manual no están orientando a sus empleados acorde a su labor siendo esto transcendental ante el uso interno de la empresa porque permite minimizar los conflictos de áreas, marcar responsabilidades, dividir el trabajo y fomentar el orden plasmándolo en la organización y que sirve como guía para todo el personal.

6. ¿El negocio cuenta con tecnología de punta para su desarrollo competitivo?

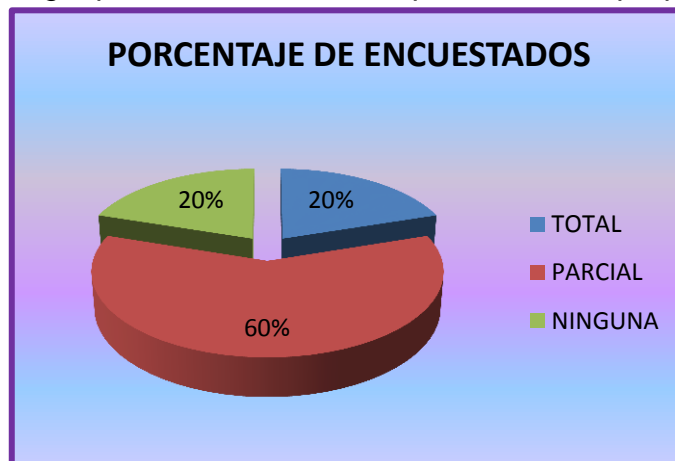
Cuadro 20. Tecnología para el desarrollo competitivo de las pequeñas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTAL	2	20%
PARCIAL	6	60%
NINGUNA	2	20%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 17. Tecnología para el desarrollo competitivo de las pequeñas empresas.



Interpretación.- El 60% de los propietarios encuestados expresan que utilizan parcialmente herramientas tecnológicas, mientras que un 20% manifestó que utilizan todos recursos tecnológicos en su negocio, sin embargo el otro 20% de encuestados indican que no utilizan ningún tipo de tecnología. Se determina que estos negocios no utilizan completamente las herramientas tecnológicas en el manejo y control de la empresa dando como resultado no ser lo suficientemente competitivo a nivel local.

7. ¿Considera Usted que la inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito interfiere en el progreso de su negocio?

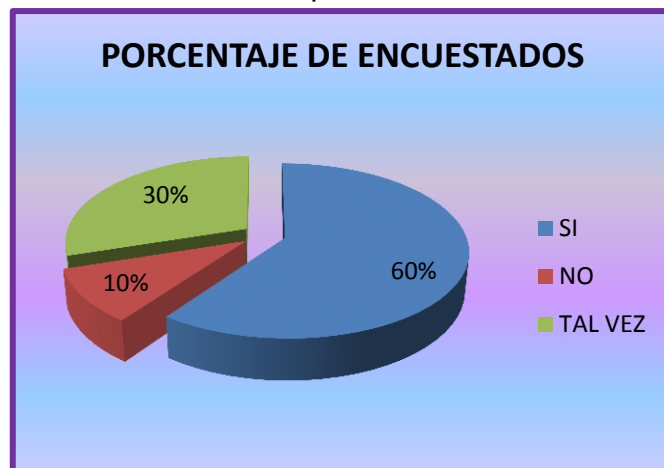
Cuadro 21. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las pequeñas empresas.

ALTERNATIVAS	FRACUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	6	60%
NO	1	10%
TAL VEZ	3	30%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura18. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las pequeñas empresas.



Interpretación.- Según el gráfico expuesto de las encuestas realizadas a los emprendedores nos demuestra que el 60 % consideran que la inflexibilidad de las políticas de crédito es un obstáculo en el progreso de su negocio, mientras que un 30% indicaron que están inseguros que interfieran en el avance, sin embargo un 10% considera que no. Por lo tanto, se establece que la inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito induce a que el negocio no sea productivo de tal manera que no puedan cumplir sus objetivos de crecimiento.

8. ¿Cree usted que la flexibilidad de las políticas de crédito les permitirá diversificar los productos?

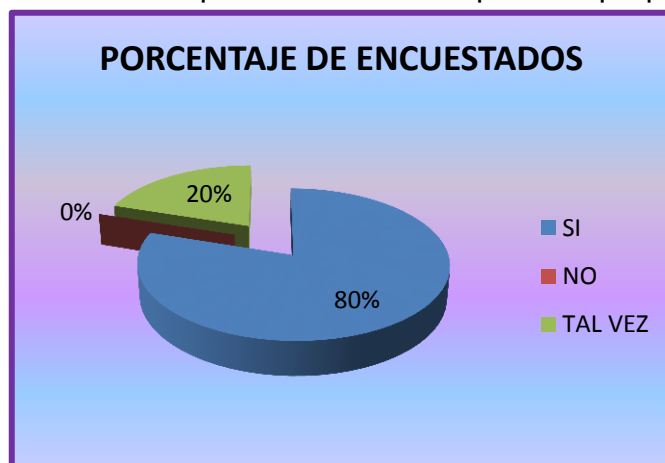
Cuadro 22. Flexibilidad de las políticas de crédito para las pequeñas empresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	8	80%
NO	0	0%
TAL VEZ	2	20%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 19. Flexibilidad de las políticas de crédito para las pequeñas empresas.



Interpretación.- según el grafico de la flexibilidad de las políticas de crédito indica que el 80 % de los encuestados consideran que si les beneficia en la diversificación de los productos, en cuanto al 20 % muestran que probablemente incidirá en la renovación de sus productos. Se determina que si los pequeños negocios tuvieran accesibilidad a los créditos podrán variar los productos acorde a la demanda de los clientes logrando cubrir las necesidades y captando mayor mercado.

9. ¿Cuál es el tiempo que tiene el negocio en el mercado?

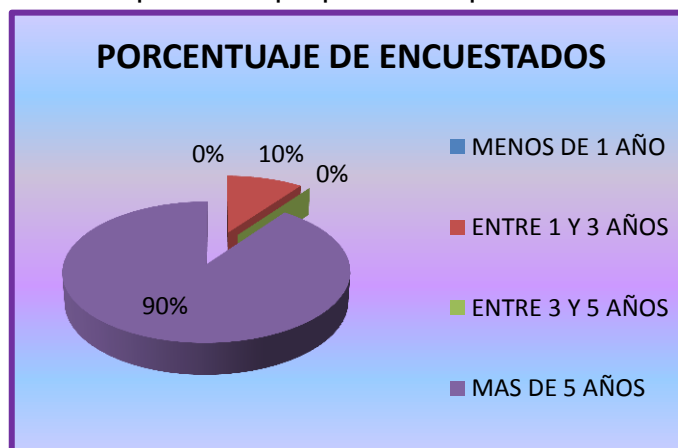
Cuadro 23. Tiempo de las pequeñas empresas en el mercado.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MENOS DE 1 AÑO	0	0%
ENTRE 1 Y 3 AÑOS	1	10%
ENTRE 3 Y 5 AÑOS	0	0%
MAS DE 5 AÑOS	9	90%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 20. Tiempo de las pequeñas empresas en el mercado.



Interpretación.- Como se muestra en los gráficos el 90% de los encuestados indicaron que llevan ejerciendo en el mercado más de 5 años y un 10 % se encuentra entre 1 y 3 años establecidos. Se determina que a pesar que las pequeñas empresas llevan tiempo establecido no han realizado ningún tipo de innovación puesto que solo se mantienen por subsistencia dejando que la situación comercial del negocio no sea rentable.

10. ¿Cómo considera usted que se encuentra el nivel económico de la empresa?

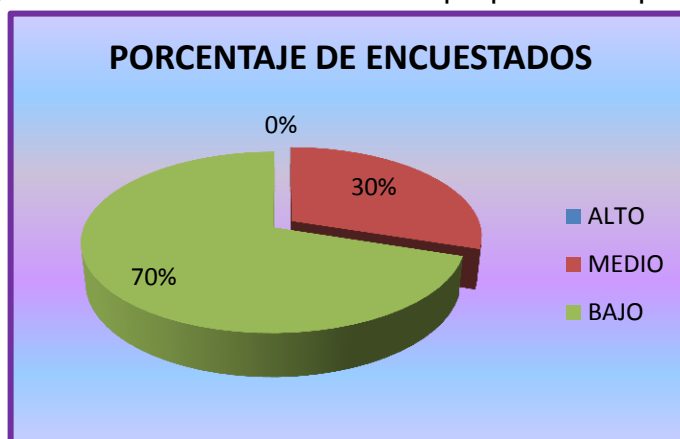
Cuadro 24. Nivel económico de las pequeñas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
ALTO	0	0%
MEDIO	3	30%
BAJO	7	70%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 21. Nivel económico de las pequeñas empresas.



Interpretación.- Podemos apreciar que el 70% de los encuestados nos indicaron que el negocio se encuentra en un bajo nivel económico, mientras que el 30% considera que su nivel económico es medio. Por lo tanto, se comprueba que las pequeñas empresas no están realizando una excelente labor que les permita crecer en el ámbito comercial y obtener un mayor ingreso.

11. ¿Considera usted que ha implementado las estrategias necesarias para mantener su participación en el mercado?

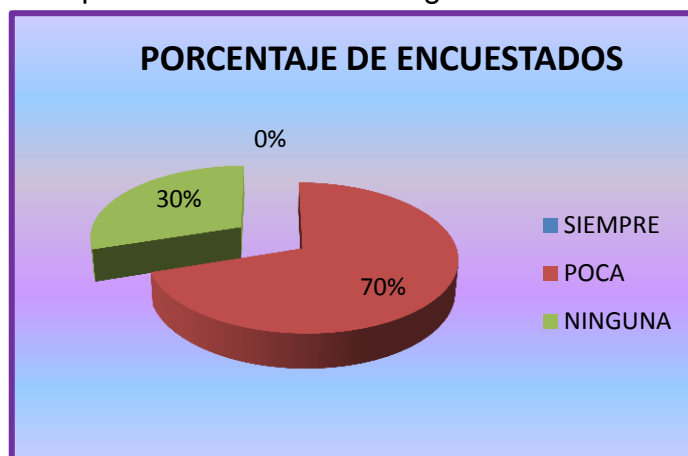
Cuadro 25. Implementación de estrategias de las microempresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	0	0%
POCA	7	70%
NINGUNA	3	30%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 22. Implementación de estrategias de las microempresas.



Interpretación.- de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los emprendedores tenemos como deducción que el 70% han aplicado estrategias pero no las suficientes para incrementar su rentabilidad y el 30% no lo han hecho. Se determina que se debe lograr el desarrollo sostenido de las empresas ante los distintos retos que enfrentan a diario para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado cada vez más competitivo.

Resultado de encuestas a los emprendedores: Mediana

1. ¿Cómo considera usted su nivel de formación empresarial?

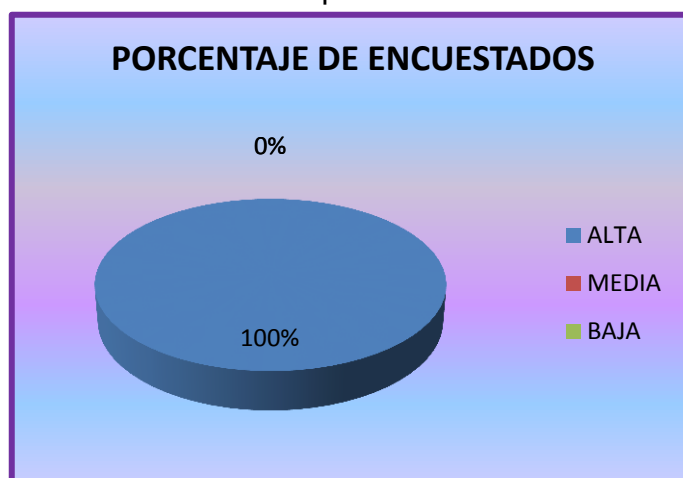
Cuadro 26. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las medianas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
ALTA	0	0%
MEDIA	1	100%
BAJA	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 23. Nivel de formación empresarial de los emprendedores de las medianas empresas.



Interpretación.-Como podemos apreciar en la figura el nivel de formación empresarial de los propietarios de la mediana empresa lo consideran medioya que han recibido la formación necesaria considerando que ellos han sobresalido en el negocio por la práctica realizada. Podemos determinar que una persona será competente en algo cuando tenga los conocimientos necesarios, sepa ponerlos en práctica, esté dispuesto a hacerlo y obtenga en su realización un buen resultado, por lo tanto la formación constituye una técnica poderosa en la empresa que debe estar orientada a la rentabilidad

2. ¿Con cuántos empleados consta el negocio?

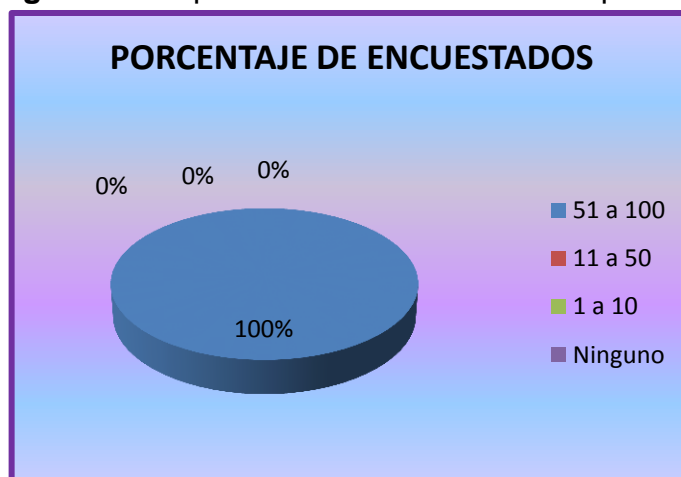
Cuadro 27. Empleados las medianas empresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
51 a 100	1	100%
11 a 50	0	0%
1 a 10	0	0%
Ninguno	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 24. Empleados de las medianas empresas.



Interpretación.-respecto a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los emprendedores se obtuvo que esta empresa consta con 98 empleados por lo tanto esta empresa tiene mayor capacidad para realizar mejor el trabajo puesto que consta con muchos elementos para formar un excelente equipo de trabajo, así mismo debe de invertir mucho más para mejorar el desempeño de los mismos y la empresa en general.

3. ¿Considera Usted que mantener un buen clima organizacional contribuirá al desempeño de los empleados?

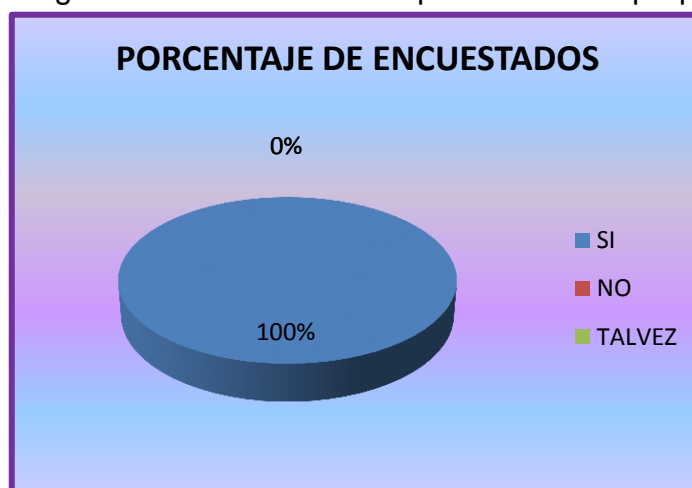
Cuadro 28. Clima organizacional entre los empleados de las pequeñas empresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	1	100%
NO	0	0%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 25. Clima organizacional entre los empleados de las pequeñas empresas.



Interpretación.- Como podemos observar en el grafico expuesto el encuestado considera que si es necesario mantener un excelente ambiente laboral acompañado de una cultura empresarial que promueva el sentido de pertenencia y el compromiso con las labores, siendo siempre una ventaja competitiva para las empresas, ya que la calidad, la productividad y el mejor desempeño de los trabajadores, tiene una relación directa con el ambiente que gira a su alrededor, además conforma un pilar fundamental para apoyar a todas las organizaciones que quieren hacerse competitivas.

4. ¿El personal que labora en la empresa recibe capacitación para brindar un mejor servicio al cliente?

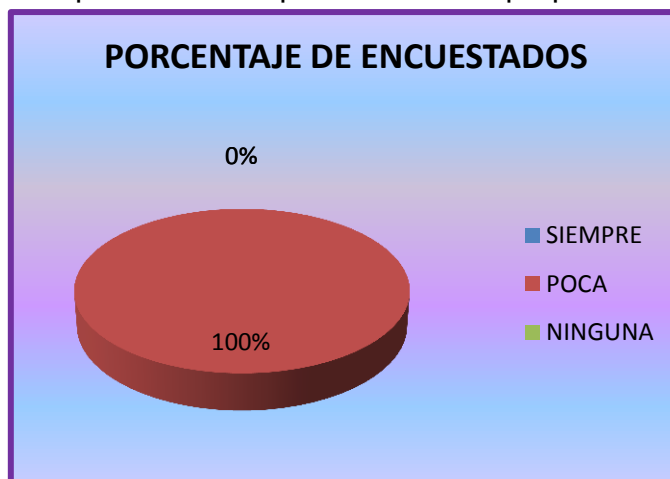
Cuadro 29. Capacitación del personal de las pequeñas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	0	0%
POCA	1	100%
NINGUNA	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 26. Capacitación del personal de las pequeñas empresas.



Interpretación.-Como resultado de las encuestas realizadas a los administradores de los negocios se tiene que los empleados reciben poca capacitación (100%) sin embargo se necesita capacitar constantemente a subordinados.Por lo tanto, se determina que las empresas deben encontrar mecanismos que den a su personal los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo, por lo tanto la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas de contar con un personal calificado y productivo.

5. ¿Cuenta su negocio con un manual de funciones?

Cuadro 30. Manual de Funciones de las medianas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	1	100%
NO	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 27. Manual de Funciones de las medianas empresas.



Interpretación.- Según la investigación realizada a los emprendedores de la mediana empresa manifestó que si cuentan con un manual de funciones. Por lo tanto, se establece que las empresas al inicio, no conocen el verdadero valor de esta herramienta, pero a medida que se elabora el manual se van resolviendo algunos problemas que se tenían y que en algunos casos los ha llevado a sufrir algunos golpes fuertes, afectando la rentabilidad del negocios por ello que su uso interno y diario, minimiza los conflictos de áreas, marca responsabilidades, divide el trabajo y fomenta el orden, etc.

6. ¿El negocio cuenta con tecnología de punta para su desarrollo competitivo?

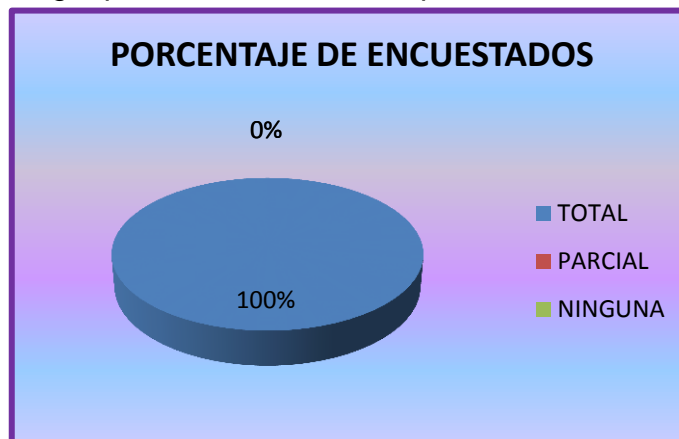
Cuadro 31. Tecnología para el desarrollo competitivo de las medianas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTAL	1	100%
PARCIAL	0	0%
NINGUNA	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 28. Tecnología para el desarrollo competitivo de las medianas empresas.



Interpretación.- De acuerdo a la investigación realizada a los administradores se establece que si manejan la tecnología requerida en su empresa puesto que cualquier empresario toma conciencia que en el campo donde se desenvuelve va a competir con empresas que se encuentran fuertemente armadas con tecnología de punta, lo que les permitirá de manera eficiente optimizar costos, estandarizar sistemas, tener información eficiente y oportuna para la toma de decisiones incrementando el nivel de desarrollo competitivo de la empresa.

7. ¿Considera Usted que la inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito interfiere en el progreso de su negocio?

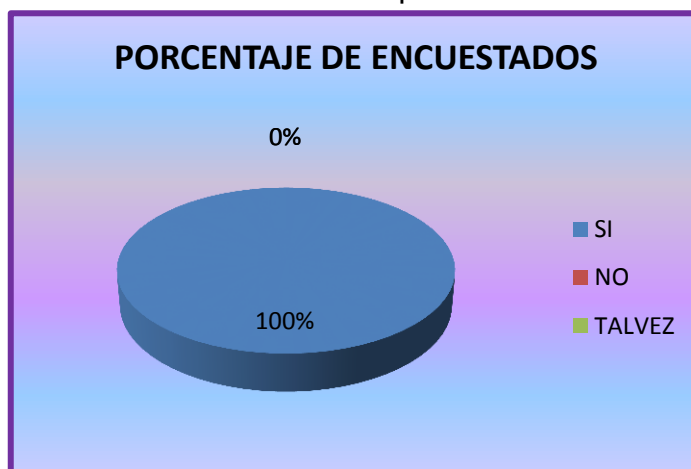
Cuadro 32. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las medianas empresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	1	100%
NO	0	0%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 29. Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito para las medianas empresas.



Interpretación.-como resultado de las encuestas realizadas al administrador de la mediana empresa nos indica que la inflexibilidad de las políticas de crédito o financiamiento si les dificulta el avance del negocio. Se determina que la limitación del crédito puede obstaculizar los procesos de inversión para ampliar la capacidad de producción o realizar innovaciones y, en casos más extremos, incluso puede implicar el cierre de las empresasprovocando el incumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa estancada en solo querer realizar actividades y no poder ejecutarlo.

8. ¿Cree usted que la flexibilidad de las políticas de crédito les permitirá diversificar los productos?

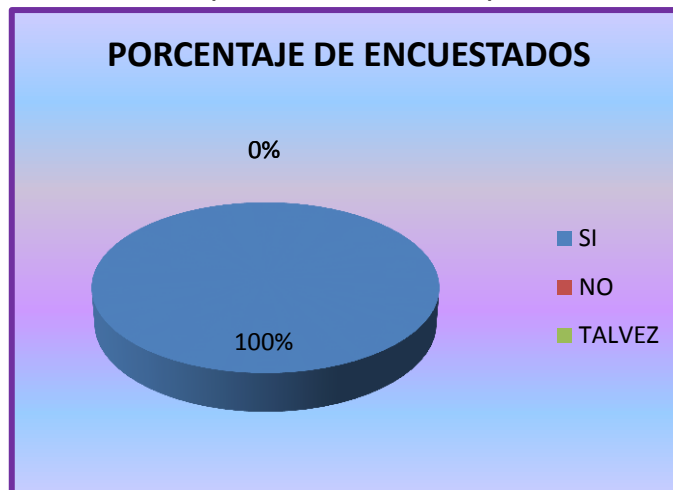
Cuadro 33. Flexibilidad de las políticas de crédito para las medianas empresas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	1	100%
NO	0	0%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villaiva

Fuente: Encuesta

Figura 30. Flexibilidad de las políticas de crédito para las medianas empresas.



Interpretación.- Como podemos observar en las encuestas realizadas a los emprendedores nos indican el 100% que si se tuviera facilidad de crédito o financiamiento muchas de las empresas podrían invertir en realizar distintos tipos de estrategias e innovar los productos de la empresa obteniendo variedad de ofertas e incrementar su desarrollo productivo.

9. ¿Cuál es el tiempo que tiene el negocio en el mercado?

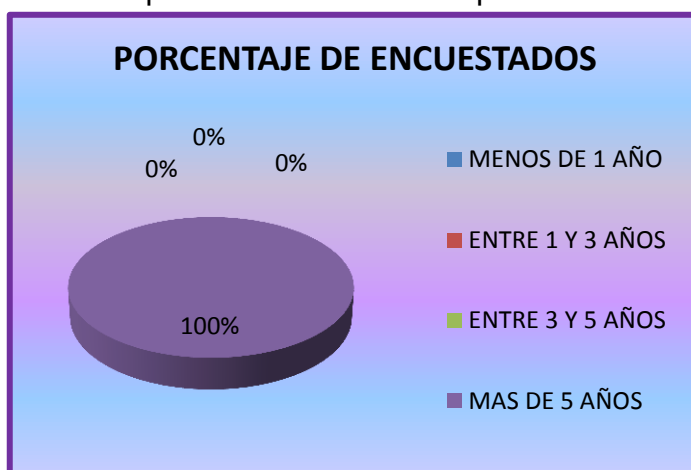
Cuadro 34. Tiempo de las medianas empresas en el mercado.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MENOS DE 1 AÑO	0	0%
ENTRE 1 Y 3 AÑOS	0	0%
ENTRE 3 Y 5 AÑOS	0	0%
MAS DE 5 AÑOS	1	100%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 31. Tiempo de las medianas empresas en el mercado.



Interpretación.- En la indagación realizada a los emprendedores de la mediana empresa hemos podido constatar que lleva más de 5 años establecido en el mercado. Por lo tanto se comprueba que esta empresa se ha considerado como una alternativa de empleo y dentro de esta perspectiva se han diseñado políticas para el mejoramiento de su productividad y posicionamiento en los mercados, lo que resulta muy importante para analizar los modelos y estrategias de crecimiento, y ver la posibilidad de incorporar los planes empresariales de los nuevos emprendedores, mejorando las posibilidades de éxito y supervivencia de su negocio.

10. ¿Cómo considera usted que se encuentra el nivel económico de la empresa?

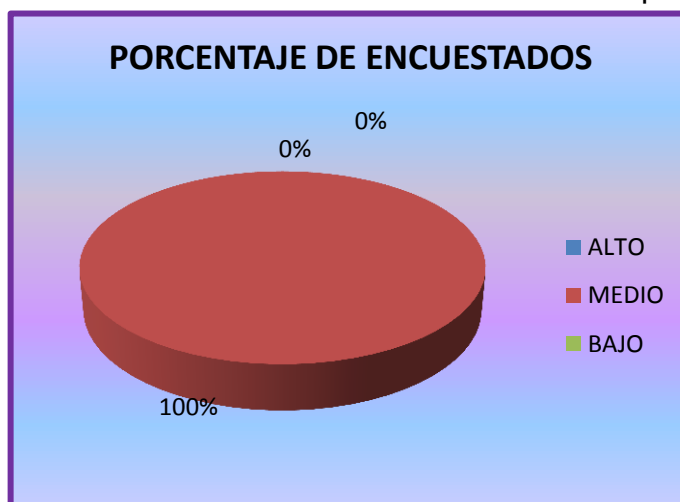
Cuadro 35. Nivel económico de las medianas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
ALTO	0	0%
MEDIO	1	100%
BAJO	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 32. Nivel económico de las medianas empresas.



Interpretación.- según la encuesta realizada a los emprendedores de la mediana empresa indicó que se encuentran en un nivel económico medio. Por lo tanto se establece que la empresa es una entidad compuesta por elementos técnicos y financieros que están combinados para alcanzar objetivos pero de los cuales la empresa se encuentra en constante mejoría puesto que aún existen algunas falencias que les impiden lograr mayor rentabilidad y mejorar sus niveles de ingreso.

11. ¿Considera usted que ha implementado las estrategias necesarias para mantener su participación en el mercado?

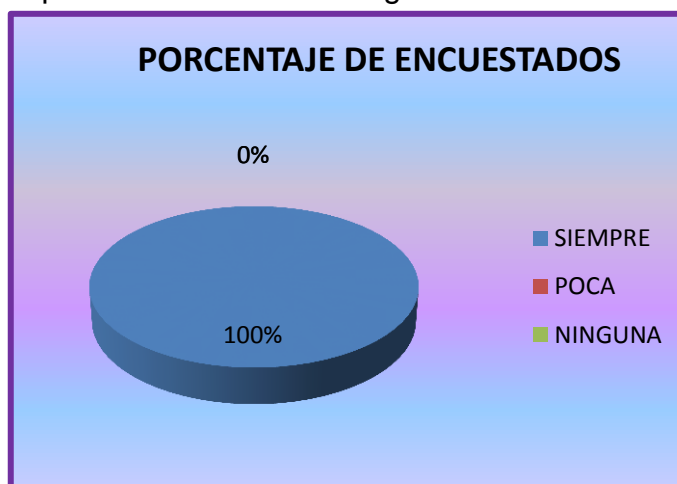
Cuadro 36. Implementación de estrategias de las medianas empresas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	1	100%
POCA	0	0%
NINGUNA	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 33. Implementación de estrategias de las medianas empresas.



Interpretación.- Según el grafico muestra que la investigación realizada a la mediana empresa indico que se mantienen en constante aplicación de estrategias donde incluyen inversiones en diversificación, adquisiciones y la asignación de recursos donde les permita cumplir con los principales objetivos que son de asegurar la supervivencia, y la prosperidad de la compañía a largo plazo accediendo a una mayor participación en el mercado.

Resultado de Encuestas a los Consumidores

1. ¿Cree usted que los negocios deberían realizar una investigación de mercado para saber las necesidades de los clientes?

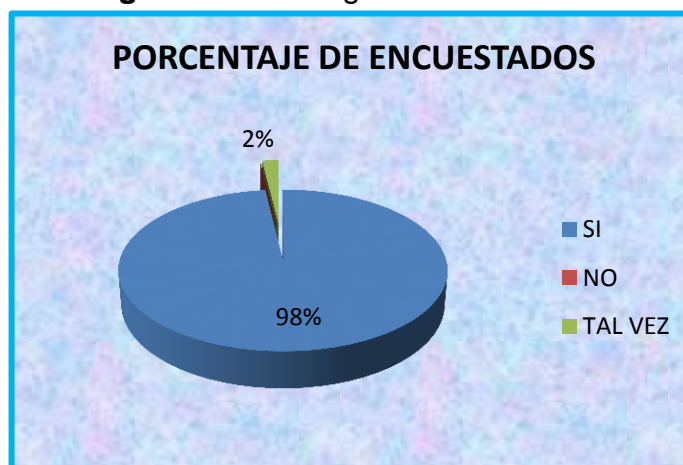
Cuadro 37. Investigación de mercado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	358	98%
NO	0	0%
TAL VEZ	7	2%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 34. Investigación de mercado



Interpretación.- Como podemos observar en el gráfico la mayoría de los encuestados (98%) indicó que sí es necesario realizar una investigación de mercado para poder identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, mientras que un 2% considera que sí puede ser importante realizar esta investigación. Por lo tanto, se determina que las personas consideran importante la investigación de mercado por ser una herramienta de salvación para los emprendedores quienes están encargados de lograr el buen funcionamiento de la mercadotecnia y direccionarlos para la toma adecuada de decisiones y establecer así una correcta política de mercado.

2. ¿Cuál es su grado de satisfacción en cuanto a la calidad del servicio que le ofrecen la MIPYMES del cantón?

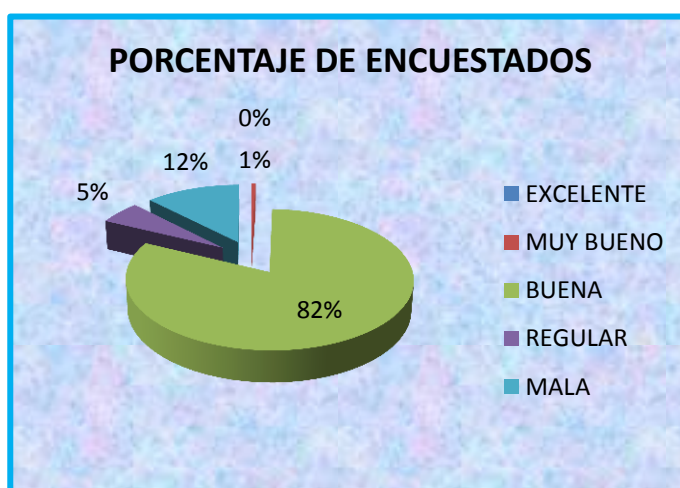
Cuadro 38. Grado de satisfacción de la calidad del servicio.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	2	1%
BUENA	297	82%
REGULAR	20	5%
MALA	45	12%
TOTAL	364	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 35.Grado de satisfacción de la calidad del servicio.



Interpretación.- La gráfica expuesta nos muestra que el 82% de las personas encuestadas consideran que su grado de satisfacción en cuanto a la calidad de servicio que les brindan los negocios del cantón es buena, mientras que un 12% indica que es mala, y un 5 % considera que es regular puesto que ellos consumen por necesidad o en ciertos negocios que cumplen su satisfacción. Por lo tanto se comprueba que el grado de satisfacción de los servicios no es lo suficiente como para alcanzar un excelente grado de fidelidad por parte de los clientes puesto que ellos realizan sus compras en otros sectores afectando el estatus socioeconómico de las MIPYMES.

3. ¿Cree usted que los emprendedores deberían tener formación empresarial para poder administrar sus negocios?

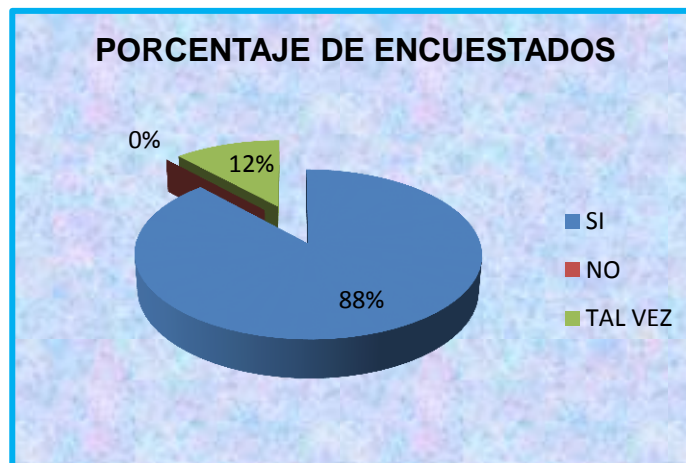
Cuadro 39. Formación empresarial.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	322	88%
NO	0	0%
TALVEZ	43	12%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 36. Formación empresarial.



Interpretación.- Como se puede apreciar en el grafico el 88% de los encuestados consideran que si se debe tener formación empresarial para poder administrar bien los negocios, mientras que un 12% indica que puede ser considerado tener formación. Por lo tanto se establece que las personas consideran de mucha importancia que los emprendedores reciban formación empresarial porque por medio de ellos es que se realizan una mejor administración de los negocios reflejándolo en la calidad del servicio que se presta a la comunidad.

4. ¿Cómo califica usted la relación laboral actual en los negocios del cantón?

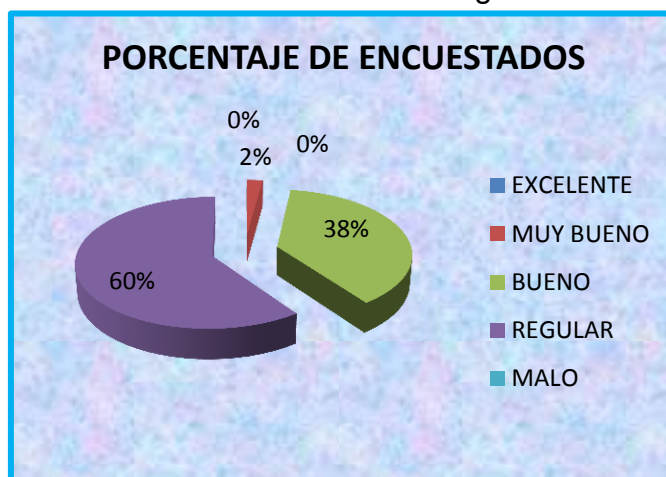
Cuadro 40. Relación Laboral de los negocios del Cantón.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	8	2%
BUENO	138	38%
REGULAR	219	60%
MALO	0	0%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 37. Relación Laboral de los negocios del Cantón.



Interpretación.- Como podemos observar en el gráfico expuesto nos muestra que el 60 % de los encuestados opinan según su punto de vista que los negocios mantienen una relación laboral regular, tomando en cuenta que lo que ellos observan es superficial, el 38% revela que el trato laboral es bueno pero no lo suficiente como para brindar un mejor servicio, mientras que el 2 % consideran que es muy bueno. Se determina que el trato entre los empleados desde el punto de vista de los clientes que el ambiente en que ellos se relacionan no es bueno haciendo que el trato no sea el adecuado para mantener un excelente calidad de atención al cliente.

5. ¿Considera usted que el personal de los negocios responde a las quejas o inquietudes expuestas por los clientes?

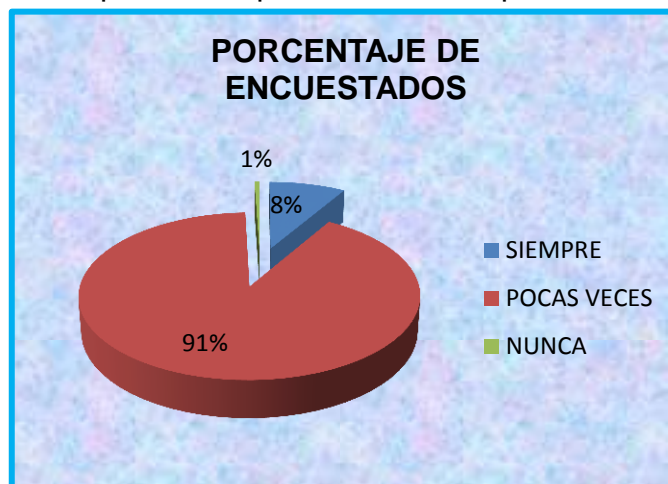
Cuadro 41. Respuesta del personal a las inquietudes los clientes.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	31	8%
POCAS VECES	332	91%
NUNCA	2	1%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 38. Respuesta del personal a las inquietudes los clientes.



Interpretación.- En la gráfica se puede apreciar que el 91 % de las personas encuestadas consideran que muy pocas veces el personal que labora en los negocios responde a sus inquietudes haciendo que estos no cumplan con sus necesidades, mientras que un 8 % indica que si les han contestado a sus quejas, y el 1% muestra que nunca han contestado a sus preguntas expuestas para compensar sus necesidades. Se comprueba que el personal que labora en los negocios no está lo suficientemente capacitado para atender a los clientes logrando la menor captación de clientes y la baja rentabilidad de la organización.

6. **¿Considera usted que los empleados deben recibir capacitación para brindarle un mejor servicio al cliente?**

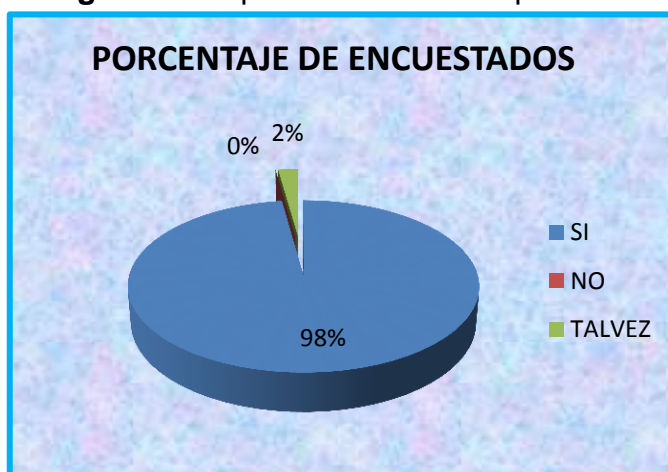
Cuadro 42. Capacitación a los empleados.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	357	98%
NO	0	0%
TALVEZ	8	2%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 39. Capacitación a los empleados.



Interpretación.- Según lo expuesto en el gráfico el 98 % de los encuestados indican que si es indispensable capacitar a los empleados para que les brinden un servicio de calidad, mientras que el 2 % considera de poca importancia capacitar al personal mientras que exista el producto que requieren. Se establece que las personas consideran de mucha relevancia el capacitar a los empleados porque son un pilar fundamental para la atracción del cliente haciendo que mejore la calidad del servicio y sus ingresos.

7. ¿Cree Usted que la falta de capital de la MIPYMES del cantón afecte en la diversificación de los productos?

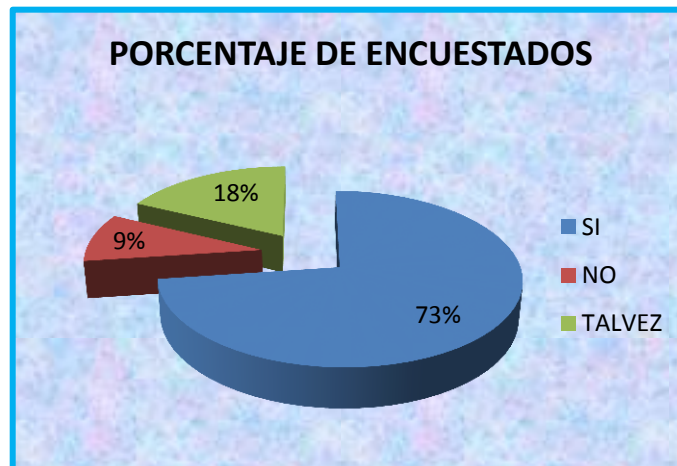
Cuadro 43. Falta de capital de las MIPYMES.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	266	73%
NO	34	9%
TALVEZ	65	18%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 40. Falta de capital de las MIPYMES.



Interpretación.- Como se logra observar en el grafico la mayoría de los encuestados (73%) manifestaron que la falta de capital si es un factor muy importante que les impide a los negocios variar sus productos, mientras que un 18 % considera posible que este sea una causa para impedir la diversificación de los productos, sin embargo el 2% manifiesta que la falta de capital no es un factor importante en la variación de los productos. Por lo tanto los clientes consideran que la falta de capital para las MIPYMES les afecta directamente porque no les permite realizar la innovación de los productos y del servicio incidiendo así mismo en la satisfacción del cliente.

8. ¿Considera Usted que ubicar a los empleados de acuerdo a sus funciones contribuirá a un mejor desarrollo productivo?

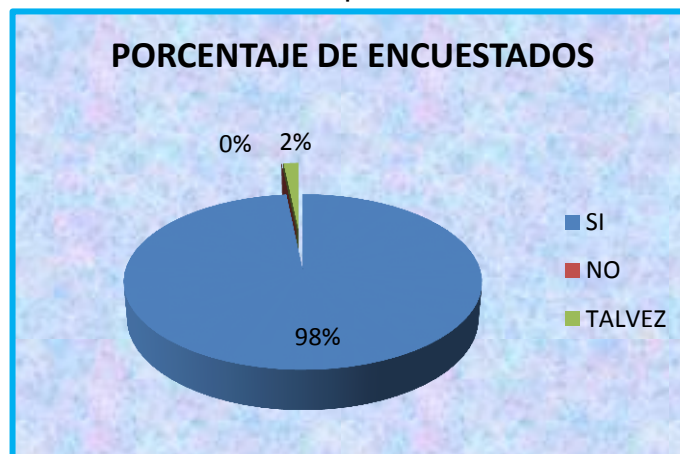
Cuadro 44. Ubicación de los empleados acorde a sus funciones.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	359	98%
NO	0	0%
TALVEZ	6	2%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 41. Ubicación de los empleados acorde a sus funciones.



Interpretación.- Según los datos mostrados el 98 % de los encuestados indican que ubicar a los empleados acorde a sus funciones contribuirá a un mejor desarrollo productivo, mientras que el 2 % considera la posibilidad de que este factor incida en el progreso del negocio. Se determina, según el criterio de los clientes, que al otorgar a los empleados una función acorde a su formación mejoraran el desempeño en la organización por lo tanto contribuyen al el desarrollo productivo e incrementan las utilidades del negocio.

9. ¿Cree Usted que los empleados cumplen a cabalidad su función?

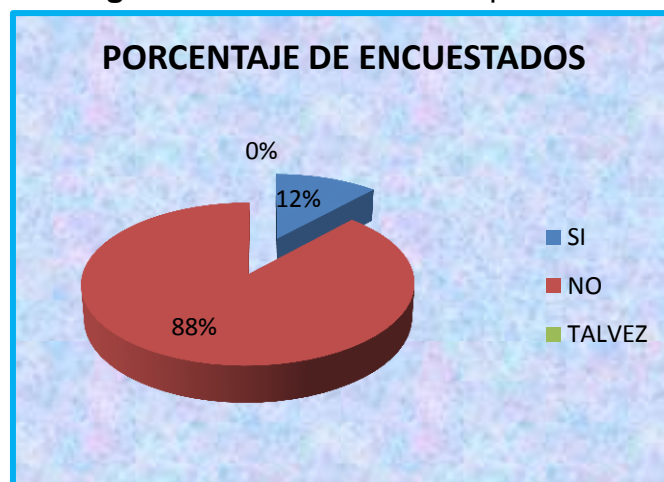
Cuadro 45. Función de los empleados.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	43	12%
NO	322	88%
TALVEZ	0	0%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 42. Función de los empleados.



Interpretación.- como podemos apreciar en el grafico el 88% de los encuestados opinan desde su punto de vista que los empleados no cumplen a cabalidad su función, sin embargo un 12% considera que si cumplen todas sus funciones logrando un mejor servicio. Se comprueba que los empleados no realizan su función adecuada provocando que la organización no funcione eficientemente y que los clientes se sientan insatisfechos por no cumplir con sus requerimientos optando por buscar otros sitios y minimizar el grado de fidelidad de los consumidores.

10. ¿Usted realiza sus compras en un mismo lugar?

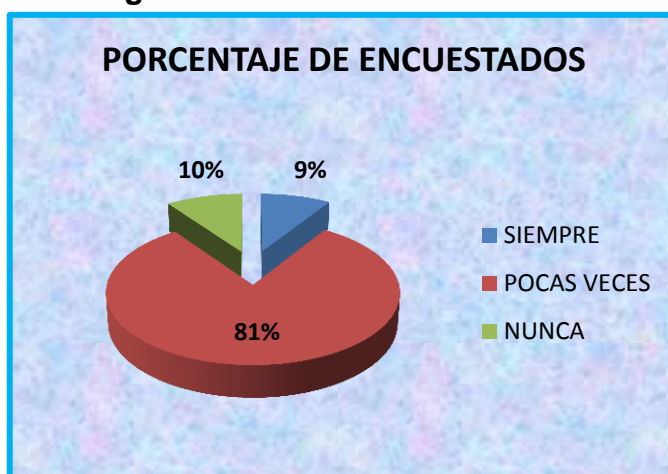
Cuadro 46. Fidelidad de los clientes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SIEMPRE	33	9%
POCAS VECES	296	81%
NUNCA	36	10%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 43. Fidelidad de los clientes



Interpretación.- En el grafico podemos apreciar que el 81 % de las personas encuestadas realiza sus compras pocas veces en un mismo lugar, mientras que un 10 % no realiza las compras en ningún negocio del cantón, sin embargo un 9 % siempre realiza sus compras en un mismo lugar. Por lo tanto, se determina que los consumidores realizan sus adquisiciones en distintos negocios por varios factores como lo son los precios altos, costumbres, la falta de interés, no encontrar el producto que requieren y un mal servicio que les ofrecen provocando la infidelidad de los clientes.

11. ¿Considera Usted que contar con tecnología en los negocios le ahorraría tiempo al momento de facturar?

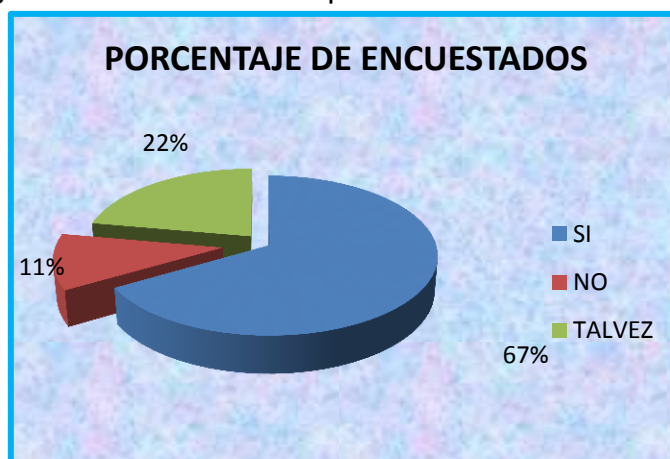
Cuadro 47. Ahorro de tiempo contando con tecnología.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	243	67%
NO	41	11%
TALVEZ	81	22%
TOTAL	365	100%

Elaborado por: Evelyn Cevallos Andrade
Stefania Yagual Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 44. Ahorro de tiempo contando con tecnología.



Interpretación.- el gráfico expuesto muestra que 67% de los encuestados consideran que contar con tecnología les permitirá ahorrar tiempo al momento de realizar la facturación, mientras que el 22% indicó que puede ser posible que esto les ayude al momento de facturar pero este tipo de tecnología se aplica de acuerdo al tipo de negocio, sin embargo el 11% no considera necesario contar con tecnología. Se comprueba que para los consumidores es factible que los negocios cuenten con tecnología para brindar un servicio más eficaz y eficiente.

4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

El sector productivo del cantón Marcelino Maridueña mantiene una serie de negocios de diferentes actividades comerciales, las cuales constan con empresas reconocidas de esta localidad y otras que por su cantidad de empleados se las toma como Micro, pequeñas y medianas empresas en las cuales se realiza un análisis en base a la situación socioeconómica que están atravesando estos negocios.

La falta de conocimientos sobre una adecuada administración ha hecho que estos negocios no se desarrollen, manteniéndose con un nivel medio de ingresos sin la más mínima intención de progresar, aunque muchas veces han tenido que cerrar sus negocios.

Muchas de las causas se han dado por la falta de una ética organizacional bien definida, manual de funciones, mínima base tecnológica, falta de capacitación a empleados, etc., estas herramientas son fundamentales para el desarrollo de estas micro, pequeñas y medianas empresas, es por ello, que se ha enfocado el estudio de este trabajo en asesorar a estas organizaciones con el objetivo de que permanezcan en el mercado con altos niveles de rentabilidad, presagiando así un sector progresista digno de este cantón. Razón por la cual se ha realizado una investigación de mercado para identificar como proceden los emprendedores en relación al control y manejo de sus negocios a través de los siguientes análisis de resultados.

4.3 RESULTADOS

El estudio de mercado permitió conocer que las MIPYMES establecidas en este sector comercial tienen más de 5 años, pero estos negocios no poseen una estructura organizacional bien definida por lo que no cuentan con un manual de funciones ya que en su mayoría son microempresas que constan con un propietario quien se encarga de todas las funciones del negocio y que además poseen conocimientos medios que no alcanzan para mantener un mejor funcionamiento de los negocios, de igual manera no cuentan con personas altamente capacitadas para mantener un correcto control de sus actividades y un mejor servicio al cliente, y a esto se les suma que no reciben una capacitación para enriquecer sus conocimientos.

Otro de los factores que afecta a la mayoría de los negocios (microempresas) es la tecnología, ya que es una herramienta importante para el desarrollo de toda empresa, sin embargo, cuentan con una mínima base tecnológica lo cual entorpece el manejo de la información y le impide desarrollarse competitivamente, este tipos de falencias se originan por el poco capital que poseen, por lo que ellos consideran muy importante la posibilidad de acceder a un crédito o financiamiento que les permitirá hacer cambios tanto en la parte administrativa como operativa.

4.4 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS

Cuadro 48. Verificación de las hipótesis

HIPOTESIS GENERAL	VERIFICACION
La formación empresarial de los propietarios de los negocios incide en la situación socioeconómica de las MIPYMES en el cantón Marcelino Maridueña.	La evaluación realizada respecto a la formación empresarial de los propietarios de los negocios nos da como resultado que si incide en la situación socioeconómica de las MIPYMES. Podemos comprobar en la pregunta 1, 10, 11 de las encuestas a los propietarios.
Hipótesis Particular 1.- La aplicación de tecnología ayudara en el desarrollo competitivo de las MIPYMES	Evidentemente la aplicación de tecnología en las MIPYMES incide en el desarrollo competitivo, sin embargo, la mayoría de estos establecimientos no cuentan con esta herramienta, según datos de la pregunta 6 del cuestionario.
Hipótesis Particular 2.- Contar con un manual de funciones guiara a los empleados a realizar un mejor trabajo obteniendo un mayor desarrollo productivo de las MIPYMES.	La encuesta realizada nos muestra que la mayoría de las MIPYMES no cuentan con un manual de funciones en las que se determine a cada empleado acorde a su función consiguiendo que no se obtenga un mayor desarrollo productivo, podemos comprobar en la pregunta 5.
Hipótesis Particular 3.- La flexibilización de las políticas de financiamiento o créditos de las entidades financieras aportarían al desarrollo competitivo de las MIPYMES.	Enfocándonos en los resultados de las encuestas podemos comprobar en la pregunta 7 y 8 que la flexibilización de las políticas de financiamiento o créditos de las entidades financieras influye en el desarrollo competitivo de las MIPYMES.
Hipótesis Particular 4.- Mantener una buena relación entre los	La evaluación realizada ha mostrado como resultado en la pregunta 2 y 3

empleados mejorara el desempeño de la MIPYMES.	que para las MIPYMES el tener un mejor ambiente y conservar un buen trato entre los empleados así mismo con los empleadores les contribuirá a brindar un mejor servicio al cliente, basándonos en las empresas que trabajan con 2 o más empleados.
Hipótesis Particular 5.- La capacitación del personal contribuirá a brindar un mejor servicio para el cliente.	Hemos analizado esta hipótesis detallando las micros, pequeñas y medianas empresas donde obtuvimos como resultado que la mayoría en la microempresas trabajan solos por lo tanto ellos no capacitan personal sin embargo en las pequeña y medianas están realizando poca capacitación.

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa de Asesoramiento Administrativo, Financiero y Comercial dirigida a las MIPYMES del Cantón Marcelino Maridueña.

5.2 FUNDAMENTACION

Definición de Empresa

Es una entidad u organización conformada por personas, bienes materiales, capacidades técnicas y financieras; que le permiten dedicarse a la producción y transformación de productos y/o prestación de servicios para satisfacer necesidades existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

Importancia de una empresa

Es importante porque se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y organización porque son factores indispensables para la producción y para promover el desarrollo o crecimiento.

Definición de microempresa

Se considera microempresa, como aquellas empresas de tamaño pequeño que se dedican a actividades económicas y pueden ser de tipo individual o familiar.

Características de las microempresas

- Total máximo hasta 10 personas.
- Se encargan de la producción y comercialización de bienes y/o servicios.
- Poco adiestramiento técnico y gerencial.

- Registrada en la Cámara de Microempresas Cantonal, Parroquial, comunal u organización filial, local, regional o nacional.

Objetivos de las microempresas

- Generar fuentes de trabajo.
- Promover la cultura emprendedora.
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero en las actividades económicas.

Ventajas de las microempresas

- Es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida
- Requiere menores costos de inversión
- Utiliza insumos y materias primas nacionales.
- Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado.

Desventajas de las microempresas

- Dificultad de acceso a crédito.
- Carencia de conocimientos y técnicas para unaproduktividad más eficiente
- La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.

Definición de pequeña empresa

La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias, las cuales no superan ventas anuales y poca cantidad de personal.

Características de las pequeñas empresas

- Total máximo de 50 personas.
- Mayor división del trabajo.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional.

Objetivos de las pequeñas empresas

- Aumentar el empleo productividad y rentabilidad.

- Ganar participación de mercado.
- Reducir costos de producción.

Ventajas de las pequeñas empresas.

- Motiva a los empleados a formar empresas propias.
- Generación de empleos.
- Fomentar la innovación.
- Poseen organización y estructura simples.

Desventajas de las pequeñas empresas.

- Sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo, por tener un bajo nivel de educación.
- Pocas posibilidades de financiamiento.
- Menor poder de negociación con los proveedores, por bajos volúmenes de venta.

Definición de mediana empresa

La mediana empresa es aquella entidad económica con la oportunidad de desarrollar su competitividad para la mejora de su organización y procesos, así como de mejorar sus habilidades empresariales.

Características de las medianas empresas

- Total máximo de 100 personas.
- Falta de acceso de capital.
- Posee un nivel de complejidad en materia de coordinación y control.

Objetivos de las medianas empresas

- Extender el mercado interno y de exportaciones.
- Aumentar el empleo productividad y rentabilidad.

Ventajas de las medianas empresas

- Mayor adaptabilidad de tecnología a bajo costo de infraestructura.
- Mayor capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva.

- Posibilidad de especializarse en un nicho de mercado.

Desventajas de las medianas empresas

- Carencia del nivel de calificación en la mano de obra ocupada.
- Dificultades para desarrollar planes de investigación.

Asesoría

Es una actividad en la cual se brinda apoyo a personas o empresas que lo requieren para poder desarrollarse en diferentes tipos de actividades. El principal beneficio de una asesoría es resolver dificultades y dudas específicas en el área de interés.

Tipos de asesoría

Existen varios tipos de asesoría, a continuación se detallan los más principales:

Asesoría Legal o Jurídica.- Se encarga de brindar información para la resolución de asuntos que tienen que ver con la aplicación de leyes, normativas, reglamentos en cualquier materia del Derecho.

Asesoría Financiera.- Se encarga de brindar apoyo en las decisiones que debes tomar en el área de Finanzas.

Asesoría Administrativa.- Se encarga de brindar apoyo para una mejor toma de decisiones y un adecuado manejo de la empresa.

Asesoría Comercial.- Se encarga de ayudar a desarrollar estrategias en ventas y marketing para una correcta y exitosa comercialización.

5.3 JUSTIFICACION

Esta propuesta tiene como propósito establecer una organización orientada a brindar asesoría administrativa, financiera y comercial a las MIPYMES del Cantón Marcelino Maridueña con el fin de obtener beneficios económicos que les permita posicionarse como un grupo de emprendedores capacitados que operaran a través de esta actividad. El propósito de esta propuesta se origina por la necesidad de mejorar los servicios que ofrecen actualmente las MIPYMES en esta localidad y lo más relevante es la poca participación en el desarrollo socio económico del cantón, donde se ha podido visualizar el incremento de negocios sin una adecuada administración, debido

a que cuentan con poco conocimientos administrativos, financieros y comerciales necesarios para fortalecer la competitividad de los negocios, se ha propuesto realizar un estudio de factibilidad para la creación de una organización de asesoría administrativa, financiera y comercial, la misma que tendrá la finalidad de potencializar las actividades comerciales de los emprendedores marcelinenses.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Determinar los factores relevantes en las MIPYMES del Cantón Marcelino Maridueña que originen la creación de una microempresa de asesoría administrativa, financiera y comercial en la cual permita a los emprendedores brindar un mejor servicio a los clientes y mejorar la situación socioeconómica de los negocios.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.

- Fortalecer el desarrollo competitivo de las MIPYMES del cantón Marcelino Maridueña mediante el uso de la tecnología.
- Desarrollar un programa en el que les permita a todas las MIPYMES poseer un manual de funciones contribuyendo al desarrollo productivo del negocio.
- Contribuir al mejoramiento financiero empresarial de Marcelino Maridueña.
- Brindar Seminarios de relación laboral para un mejor desempeño de los empleados de las MIPYMES.
- Ofrecer cursos de capacitación de atención al cliente.

5.5 UBICACIÓN

La microempresa de asesoramiento administrativo, financiero y comercial será ubicada en el país Ecuador, provincia del Guayas, Cantón Marcelino Maridueña, ciudadela Barrio Nuevo frente al Parque Central. Se tiene ventaja por encontrarse ubicada en la parte céntrica del cantón. La estructura del local es pequeña de una sola planta, será conocida como "ASCEYA "

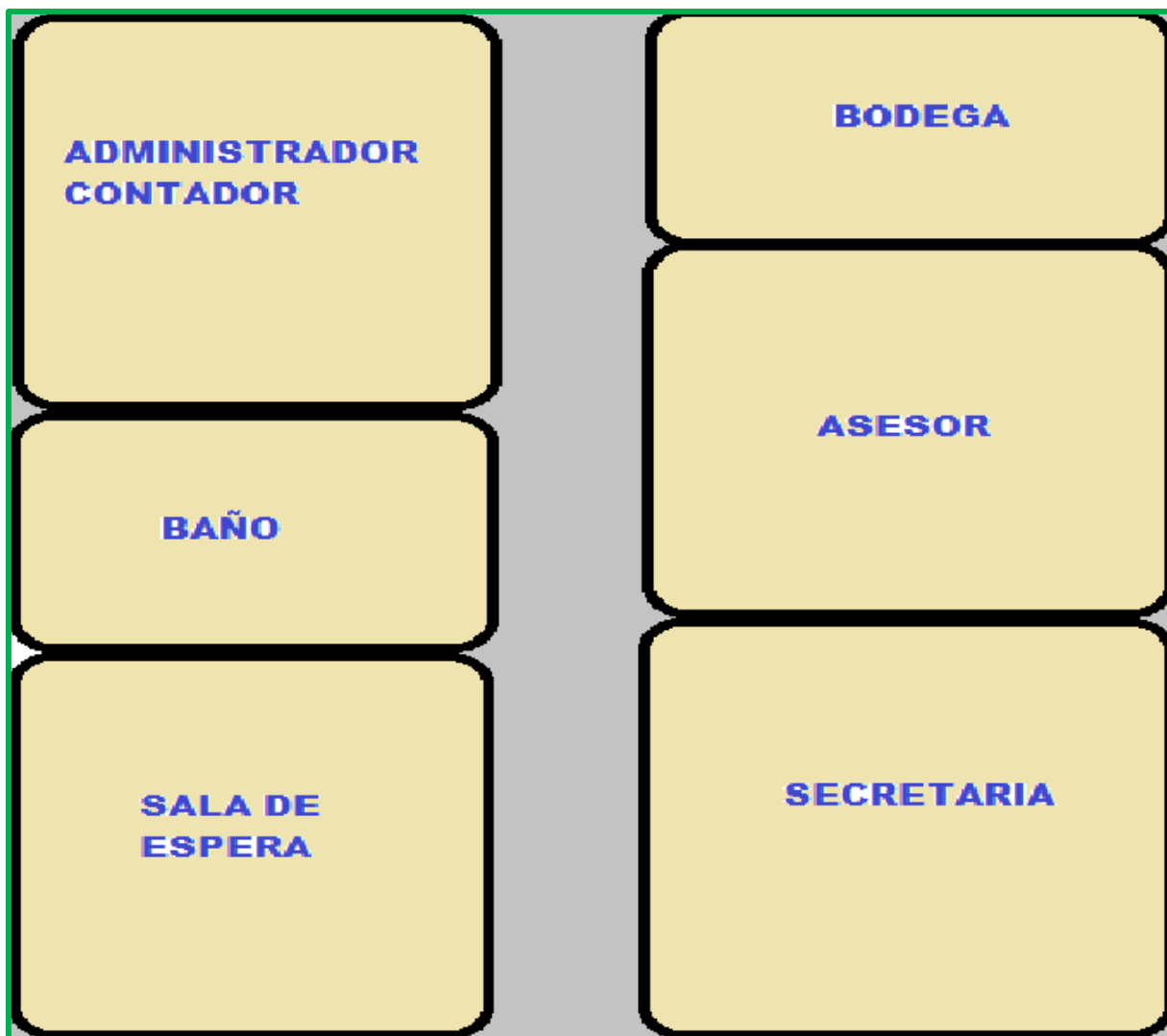
Figura 45. Ubicación de la microempresa ASCEYA



Fuente: Google Maps

Estructura organizacional de la asesoría administrativa.

Figura 46. Distribución de la microempresa ASCEYA.



5.6 FACTIBILIDAD

Administrativo

La propuesta es factible porque principalmente se inicia con una investigación de mercado, que se compone con un servicio de calidad acorde a las necesidades de los clientes y donde se manejarán precios relativamente bajos para lograr penetrar en el mercado. Además, contar con una manual de funciones que determina las funciones del talento humano acorde a su preparación, para de esta manera cada uno cumpla con su labor eficientemente y fomentando una cultura organizacional de cambio.

Legal

La propuesta es factible porque se debe atender a requerimientos establecidos por la ley, de tal forma que es importante seguirla de una manera precisa para que las actividades propuestas puedan efectuarse de forma correcta.

A continuación se establecen los requerimientos para crear una microempresa dedicada a ofertar servicios de asesoría:

Requisitos para la Obtención del Registro Único del Contribuyente (RUC)

- Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.

Requisitos para la Obtención de la Patente Municipal

- Solicitud para registro de patente.
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.

Requisitos para obtener certificado de funcionamiento (Bomberos)

- 1.- Solicitud de inspección de establecimiento comercial.

2.- Original y copia de cédula de propietario o representante legal.

3.-Copia de RUC.

4.- Original y copia del carnet de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (si es afiliado).

5.- Realizada la Inspección, se debe cumplir con las recomendaciones dadas por los Señores Inspectores y agregar los siguientes requisitos.

- Presentar el informe de Inspección.
- Original y la copia de factura de compra o recarga de extintores y otros.

Al constituir el proyecto como una Microempresa, se necesitan cumplir los siguientes requerimientos:

- Aprobación del nombre del negocio por la Superintendencia de compañía.
- Escritura de la constitución de la Microempresa y presentarla a la Superintendencia de compañía.
- Certificado de aporte de capital (apertura de cuenta en el banco de la empresa en proceso de constitución y presentar depósito).
- Inscripción de la Empresa en el registro mercantil.
- Afiliación a la cámara de industrias o Cámara de Comercio de la Localidad.
- Inscripción del nombramiento del representante legal del a Empresa.

Presupuestario

Presupuestariamente el negocio es factible para emprenderlo, así se demuestra en las proyecciones donde se evidencia una rentabilidad, la cual se mostrara más adelante. Existen grandes probabilidades de obtener niveles de rentabilidad que permitan la sostenibilidad del negocio a largo plazo y crecer en el mercado.

Técnico

Tecnológicamente es realizable debido a que se puede adquirir los implementos técnicos necesarios para emprender el negocio y satisfacer totalmente las necesidades y requerimientos de los clientes mediante la oferta de servicios de calidad. Teniendo en cuenta que esto es permitido con el capital para la inversión a través de la flexibilidad del sector bancario para otorgar el crédito.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades

Las actividades que se realizarán en esta propuesta se detallan a continuación:

Análisis FODA y las 5 Fuerzas de Porter que ayudarán a determinar el contexto de mercado en que se operará el negocio.

Análisis FODA

Hemos realizado este análisis porque nos permitirá conocer la situación actual interna y externa de nuestra empresa "ASCEYA", en lo que respecta a sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, las mismas que nos ayudarán a tomar decisiones acordes con los objetivos formulados.

Fortalezas (Interno)

- 1.- Alto grado de confidencialidad y calidad con el servicio.
- 2.- Talento humano capacitado en conocimientos administrativos, financieros y comerciales.
- 3.- Ubicación estratégica.
- 4.- Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.

Oportunidades (Externo)

- 1.- Pioneros por lo cual podemos posesionarnos en el mercado como una empresa líder en la prestación de servicios de asesoría administrativa, financiera y comercial.
- 2.- Incremento de MIPYMES.
- 3.- Segmento de mercado desatendido.
- 4.- Falta del conocimiento necesario de los emprendedores para implementar una idea de negocio.

Debilidades (Interno)

- 1.- Negocio nuevo en el mercado.

2.- No contar con infraestructura propia.

3.- Débil imagen en el mercado.

4.- Escasos recursos económicos.

Amenazas (Externo)

1.- Poca aceptación de nuestros servicios debido al costumbrismo y el desconocimiento sobre los beneficios de asesoramiento.

2.- Situación política y económica del país.

3.- Ingreso de nuevas empresas competidoras.

4.- Fenómenos naturales.

Cuadro 49. F.O.F.A.D.O.D.A de ASCEYA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ESTRATEGIAS FO.FA.DO.DA	F1: Alto grado de confidencialidad y calidad con el servicio.	D1: Negocio nuevo en el mercado.
	F2: Talento humano capacitado en conocimientos administrativos, financieros y comerciales.	D2: No contar con infraestructura propia.
	F3: Ubicación estratégica.	D3: Débil imagen en el mercado.
	F4: Asesoramiento personalizado acorde a los requerimientos del cliente.	D4: Escasos recursos económicos.
OPORTUNIDADES	FO	DO
O1: Pioneros por lo cual podemos posesionarnos en el mercado como una empresa líder en la prestación de servicios de asesoría administrativa, financiera y comercial.	F1-O1): Captar y fidelizar la mayor cantidad de clientes, basándonos en la excelente innovación y calidad en los servicios.	(D2-O1): Invertir en la compra de un inmueble para uso del negocio.
O2: Incremento de MIPYMES.	(F3-O2): Darle una identidad y originalidad al negocio que marca diferencia aprovechando el punto estratégico donde este se encuentra.	(D1-O2): Lograr la adaptación al medio aprovechando las tendencias de los consumidores.
O3: Segmento de mercado desatendido.	(F2-O3): Implementar planificaciones estratégicas en equipo para atender de manera eficaz y eficiente a los clientes satisfaciéndolos totalmente y así posicionarnos.	(D3-O3): Impacto de la imagen corporativa de la empresa.
O4: Falta del conocimiento necesario de los emprendedores para implementar una idea de negocio.	(F4-O4) Aprovechar la tecnología para difundir los servicios y sus precios altamente competitivos para tener mayor afluencia de clientes.	(D4-O4): Asesoría permanente y la disminución de los costos para los empresarios se contará con una asesoría en línea (página WEB).
AMENAZAS	FA	DA
A1: Poca aceptación de nuestros servicios debido al costumbrismo y el desconocimiento sobre los beneficios de asesoramiento.	(F2-A1): Comunicar a los clientes sobre la importancia de considerar nuestros servicios de asesoramiento y su impacto para el negocio considerando costo/beneficio que este le genera.	(D1-A1): Analizar el mercado para identificar la ausencia del servicio y tomar medidas correctivas.
A2: Situación económica del país.	(F4-A2). Brindar servicios a precios asequibles.	(D-A2) Diversificar los servicios para los diferentes tipos de empresas a precios fijados de acuerdo a su capacidad económica.
A3: Ingreso de nuevas empresas competidoras.	(F1-A3). Innovar el portafolio de servicios e implementar programas de ofertas especiales para lograr un mayor posicionamiento.	(D3-A3): Establecer programa de comunicación masiva (publicidad) con el fin de fomentar la utilización de nuestros servicios.
A4: Fenómenos naturales.		

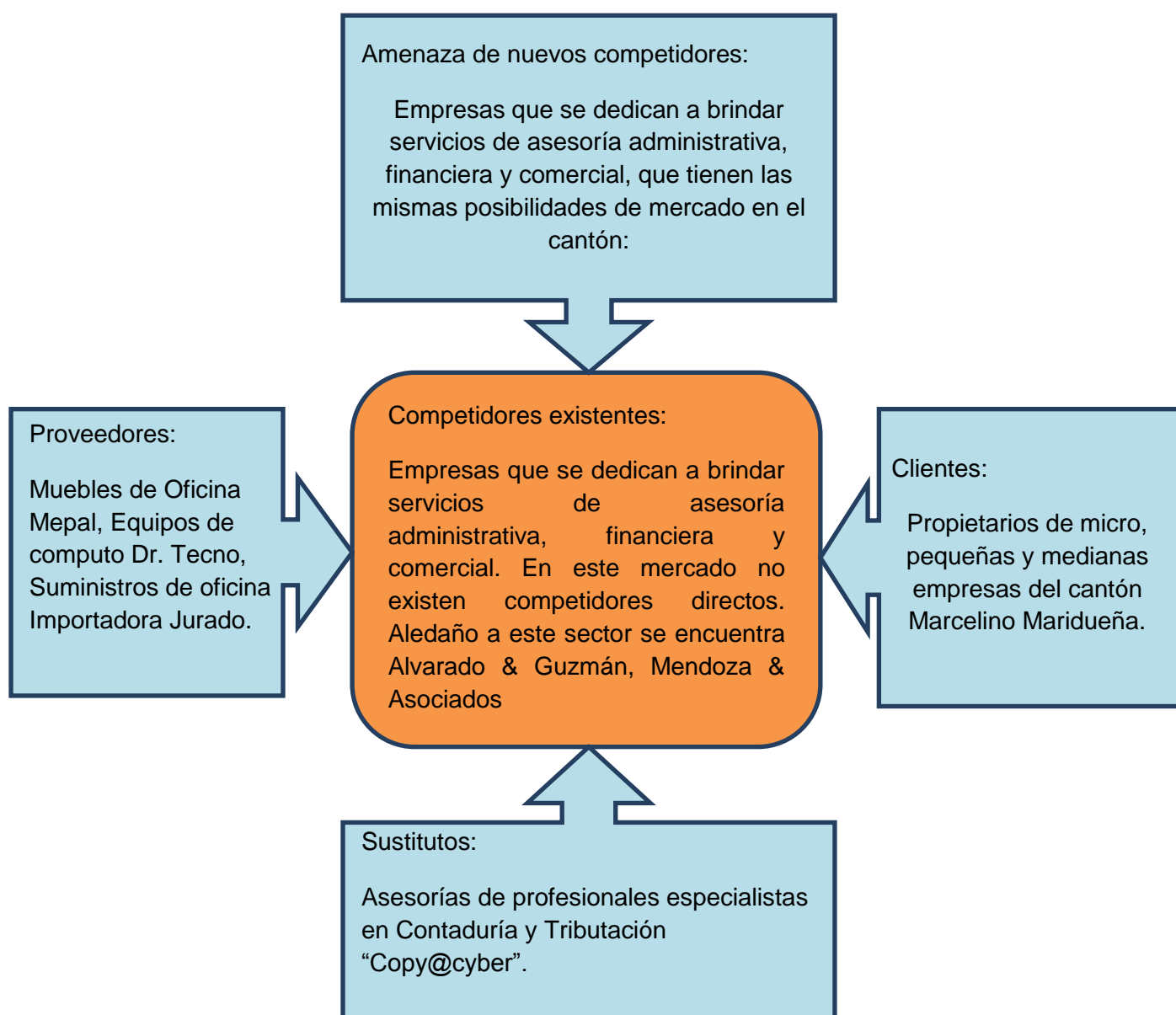
Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Análisis Porter

Las 5 fuerzas de Porter nos determinan la intensidad competitiva (atractividad de mercado) y la rentabilidad que se espera de una empresa. El fin de este análisis es evaluar la posición estratégica de la empresa.

Las 5 fuerzas de Porter comprenden un conjunto de competidores potenciales, clientes actuales, proveedores, servicios sustitutos y la amenaza de nuevos competidores.

Figura 47. Matriz Porter



Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Rivalidad entre los competidores

Los competidores actuales son empresas asesoras grandes, y se enfocan en compañías y desarrolladas y con experiencia. Las empresas consultoras están en boga, la demanda está creciendo, por eso razón "ASCEYA" se ha enfocado en MIPYMES, diferenciándose de esa manera de la competencia.

El grado de rivalidad es moderado, ya que hay un factor diferenciador entre nuestra compañía y las demás existentes.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores es alta ya que no se necesita de mucha inversión para crear esta microempresa, además que existe un notable incremento de negocios sin la administración requerida.

Para tratar de evitar que ingresen nuevos competidores, debemos aplicar estrategias diferenciadoras como es dar un servicio eficaz, precios asequibles, calidad, accesibilidad.

Amenaza de servicios sustitutos

La amenaza de servicios sustitutos es baja porque existen escasos negocios que brinden un servicio similar al de asesoramiento.

Poder de negociación con los proveedores

El poder de negociación con los proveedores es bajo porque existen muchos distribuidores que nos pueden abastecer con los materiales necesarios para poder llevar a cabo esta actividad.

Poder de negociación con los clientes

Siendo la única empresa dedicada a esta actividad de asesoramiento se puede manejar el trato con los clientes puesto que la calidad de servicio a ofertar permitirá obtener aumento de clientes. Por otro lado un punto a nuestro favor es que brindamos servicios para MIPYMES, y esto es un factor diferenciador.

5.7.1.2 Filosofía Corporativa

Misión

Brindar asesoramiento administrativo, financiero y comercial, eficaz y eficiente que permita el desarrollo de MIPYMES del Cantón Marcelino Maridueña, contando con un equipo altamente calificado que aporte a los negocios para que estos puedan alcanzar un posicionamiento en el sector y mantengan su permanencia en el tiempo, en beneficio de la organización y del desarrollo local.

Visión

Liderar el mercado como un referente en calidad en nuestra actividad de asesoramiento administrativo, financiero y comercial, con un alto potencial en el mercado garantizando el crecimiento de sus negocios.

Valores Corporativos

Trabajo en equipo.

Responsabilidad.

Profesionalismo.

Perseverancia.

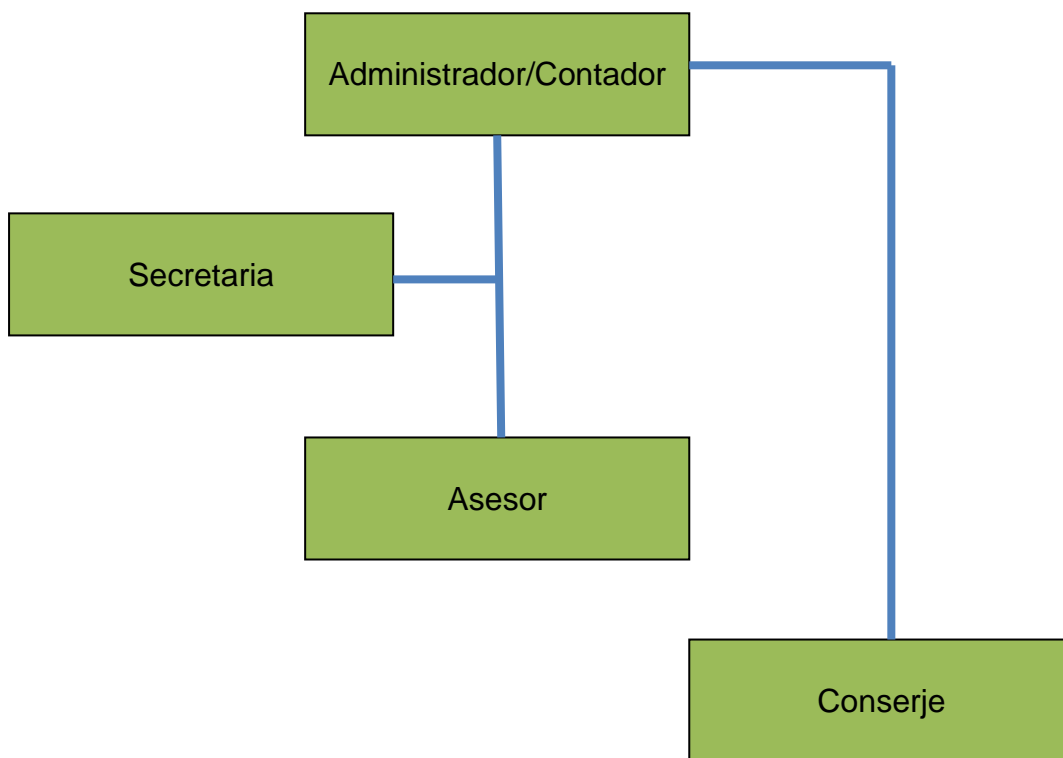
Honestidad.

Confianza.

Estructura, funciones y procedimientos

Organigrama Estructural

Figura 48 .Organigrama Estructural de la Empresa



Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual.

Manual de Funciones

Cuadro 50. Perfil del cargo del Administrador/Contador de la Empresa

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Administrador/Contador
Supervisa a:	▪Secretaria
	▪Asesor
	▪Conserje
Objetivo del cargo:	Ejercer labores de planeación, coordinación y control en actividades administrativas. Responsable en la toma de decisiones de la empresa.Responsable del área contable con el fin de cumplir los principios de contabilidad.
Funciones Específicas:	▪ Desarrollar programas de capacitación para potenciar las capacidades del personal.
	▪ Ejercer un liderazgo eficaz y eficiente para el cumplimiento de metas.
	▪ Efectuar los análisis de mercado y financieros de la empresa.
	▪ Apoyar en las actividades que realiza el asesor.
	▪Recibe y clasifica documentos debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).
	▪ Prepara los estados financieros y balances de pérdidas y ganancias.
	▪Lleva el control bancario de los ingresos de la empresa.
	▪ Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
Perfil del cargo:	▪Edad: 25 a 30 años
	▪Sexo: Indistinto
	▪Título profesional, especialmente en administración de empresas, contador/a público o ingeniería comercial.
	▪Tener conocimientos, experiencia en Planificación, Marketing, conocimientos contables, fiscales y financieros.

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual.

Cuadro 51. Perfil del cargo de la secretaria de la Empresa

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Secretaria
Supervisa a:	Ninguno
Objetivo del cargo:	Coordinar y ejecutar todas las actividades pertinentes al área secretarial de la empresa.
Funciones Específicas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪Atender al cliente que solicite los servicios. ▪ Hacer y recibir llamadas telefónicas. ▪Realizar, receptar oficios y archivar documentos. ▪ Programar citas y organizar la agenda del gerente y el personal.
Perfil del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> ▪Edad: 20 a 30 años ▪Sexo: Mujer ▪Bachiller Contable. ▪Poseer conocimientos de tecnología informática moderna.

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual.

Cuadro 52. Perfil del cargo del Asesor de la Empresa

Descripción del cargo	
Denominación del cargo	Asesor
Supervisa a:	Ninguno
Objetivo del cargo:	Brindar apoyo y asistencia en el área administrativa, financiera y comercial dando solución a la hora de tomar decisiones que beneficien a la empresa.
Funciones Específicas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ayudar a crear reglamentos laborales. ▪ Brindar capacitación a empleados diagnosticando fortalezas y debilidades. ▪ Direccionar y elaborar el diseño de manual de funciones, organigrama y descripción de cargos. ▪ Gestión de préstamos bancarios, líneas de crédito y compra de activos. ▪ Capacitación a la fuerza de ventas. ▪ Crear estrategias de mercadeo.
Perfil del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad: Mayor de 30 años ▪ Sexo: Indistinto ▪ Licenciado en Administración de empresas. ▪ Conocimiento en procedimientos administrativos, financieros y comerciales.

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual.

Estrategias mercadológicas, utilizando las 4P's del Marketing Mix.

Todo plan de mercado debe incluir un marketing mix para cumplir con los objetivos de la empresa, el cual consiste en especificar cada uno de sus cuatro componentes: producto, precio, plaza o distribución y promoción/comunicación, los cuales se detallan a continuación:

Estrategia de Producto/Servicio

Ofrecer a las empresas servicios de asesoría administrativa, financiera y comercial, entregando soluciones para que nuestros clientes puedan enfocarse en crecer y ser más competitivos.

- **Asesoría Administrativa**

Brindar apoyo a nuestros clientes para una mejor toma de decisiones y un adecuado manejo de la empresa. Los servicios de asesoría que se ofrecerán en esta área son:

- ✓ Planificación Estratégica.
- ✓ Estructura Organizacional.
- ✓ Ambiente laboral.

- **Asesoría Financiera**

Conocer la situación financiera y económica de la empresa, orientando a resolver inquietudes específicas para un mejor manejo en las finanzas. Los servicios de asesoría que se ofrecerán en esta área son:

- ✓ Ordenar las cuentas de Ingresos y Egreso de una manera precisa.
- ✓ Obtención de financiamiento o crédito.
- ✓ Análisis de Estados financieros.

- **Asesoría Comercial**

Ayudar y aportar soluciones tácticas para optimizar el departamento comercial de la empresa.

- ✓ Servicio al cliente.
- ✓ Investigación de mercado.
- ✓ Estrategias de venta.

Estrategia de Precio

“ASCEYA” es una empresa nueva en el mercado lo cual hará que se aplique una estrategia de precio de penetración, el cual consiste en fijar un precio inicial bajo para atraer un gran número de clientes y conseguir una gran cuota de mercado.

Cuadro 53. Lista de precios de los servicios ofertados

Detalle	P.V.P
Planificación Estratégica	46,00
Estructura Organizacional	32,00
Ambiente laboral	30,00
Ordenar las cuentas de Ingresos y Egreso de una manera precisa	35,00
Obtención de financiamiento o crédito	56,00
Análisis de Estados financieros	80,00
Investigación de mercado	75,00
Servicio al cliente	60,00
Estrategias de venta	68,00

Estrategia de Plaza y canal de Distribución

La empresa “ASCEYA” estará ubicada en la ciudadela Barrio Nuevo frente al Parque Central, y estará dirigida a las micro, pequeñas y medianas empresas del cantón Marcelino Maridueña, por lo cual existirá un contacto directo con los propietarios y personal de los negocios.

Estrategia de Promoción

Promoción de ventas

- Descuento del 10 % en la primera asesoría.
- Descuento del 8% por traer un cliente nuevo.
- Al cliente que adquiera más de 3 servicios al mismo tiempo recibirá la próxima asesoría al 50% de descuento, valido durante el lapso de 6 meses.

Publicidad: El objetivo de esta estrategia es informar, convencer y recordar al cliente todos los servicios y beneficios que ofrece nuestra empresa. A continuación detallamos los medios publicitarios a utilizar.

- ✓ Creación de correo electrónico, Facebook y página web.
- ✓ Tarjetas de presentación.
- ✓ Trípticos.
- ✓ Anuncio en prensa escrita (semanario la Última Noticia)

Figura 49. Anuncio Prensa Escrita (semanario la Última Noticia)

The advertisement features a stylized figure of a person in a suit running upwards, symbolizing growth, next to a large red arrow pointing upwards. The company name "ASCEYA" is prominently displayed in large, red, 3D-style letters. Below the name is the tagline "Cuidamos tu presente, mejoramos tu futuro." A central banner reads "OFRECEMOS Servicios de Asesoría". Three service categories are listed: "Financiera", "Administrativa", and "Comercial". At the bottom, there is a silhouette of a group of business professionals and contact information: "Cda.: Barrio Nuevo frente al Parque Central", "correo: asceya@hotmail.com", and "www.asceya.com".

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual.

Figura 50. Tarjeta de Presentación



Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Figura 51. Tríptico con información de los servicios (1)



Figura 52. Tríptico con información de los servicios (2)

Valores Corporativos

- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Profesionalismo.
- Perseverancia.
- Honestidad.
- Confianza.
- Eficiencia.

Servicios de Asesoría

- Asesoría Administrativa
- Asesoría Financiera
- Asesoría Comercial

Asesoría Administrativa

Brindar apoyo a nuestros clientes para una mejor toma de decisiones y un adecuado manejo de la empresa. Los servicios de asesoría que se ofrecerán en esta área son:

- Planificación Estratégica.
- Estructura Organizacional.
- Ambiente laboral.

Asesoría Financiera

Conocer la situación financiera y económica de la empresa, orientando a resolver inquietudes específicas para un mejor manejo en las finanzas. Los servicios de asesoría que se ofrecerán en esta área son:

- Obtención de financiamiento o crédito.
- Análisis de Estados financieros.

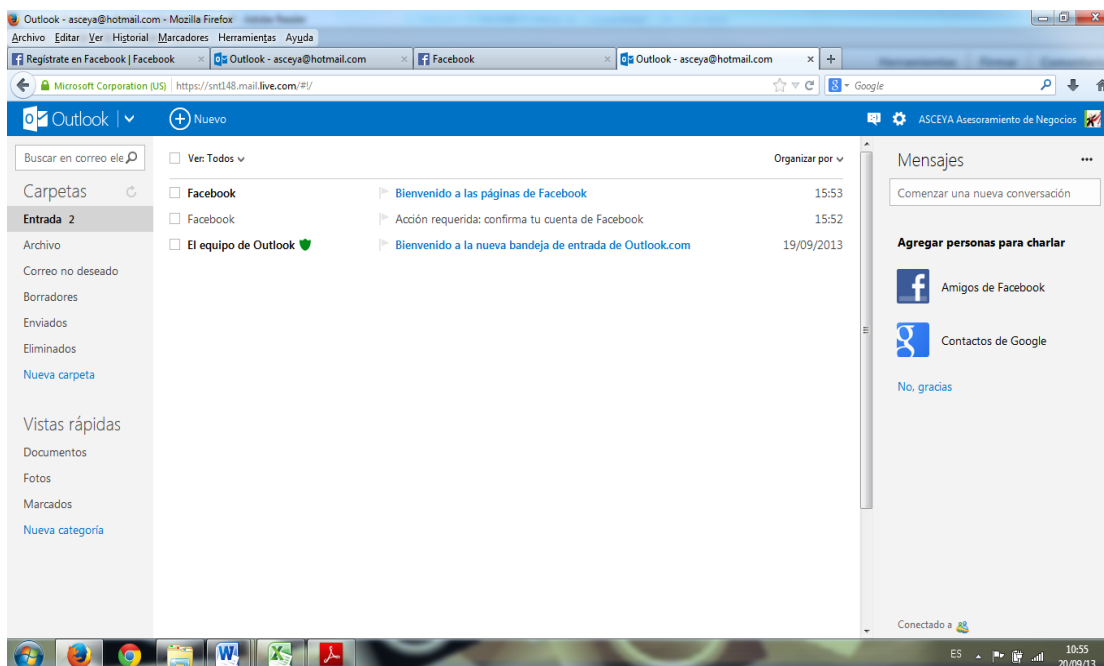
Asesoría Comercial

Ayudar y aportar soluciones tácticas para optimizar el departamento comercial de la empresa.

- Investigación de mercado
- Atención al cliente
- Estrategias de venta

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Figura 53. Cuenta de correo electrónico de la empresa ASCEYA



Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Figura 54. Cuenta en red social Facebook de la empresa ASCEYA



Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Figura 55. Página web de la empresa ASCEYA.



Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Efectuar las proyecciones financieras sobre la rentabilidad del negocio.

Cuadro 54. Inversión del proyecto

MUEBLES DE OFICINA			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Silla triple	1	99,00	99,00
Escritorios	3	180,00	540,00
Sillas giratorias	3	79,00	237,00
Archivero	2	100,00	200,00
Calculadora Científica	1	25,00	25,00
TOTAL			1101,00

Maquinarias y Equipos			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Computadoras	2	359,00	718,00
Impresora multifunción	1	145,00	145,00
Teléfono	1	51,00	51,00
Teléfono fax	1	50,00	50,00
Aire acondicionado	1	496,00	496,00
TOTAL			1460,00

MATERIALES DE OFICINA			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Resma de papel A4	4,00	6,00	24,00
Grapadora	2,00	4,00	8,00
Caja de grapas	4,00	0,30	1,20
Saca grapas	4,00	0,35	1,40
Perforadora	2,00	4,00	8,00
caja de clip pequeño	6,00	0,30	1,80
caja de clip mariposa	2,00	0,80	1,60
porta clip	3,00	1,50	4,50
carpetas de carton	100,00	0,40	40,00
Vinchas para carpeta	4,00	2,00	8,00
carpetas con agarradera	25,00	2,20	55,00
caja de lapices	1,00	0,60	0,60
caja de esferos	1,00	6,00	6,00
cuadernos academicos	3,00	1,20	3,60
sobres manila	50,00	0,20	10,00
cuadernos pequeño	3,00	0,75	2,25
regla	2,00	0,30	0,60
tijera	2,00	0,35	0,70
goma en barra	2,00	0,70	1,40
sacapunta	2,00	0,25	0,50
resaltador	2,00	0,50	1,00
corrector	2,00	0,50	1,00
TOTAL			181,15

SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	MENSUAL
trapeador	1	1,5	1,50
escoba	1	1	1,00
balde	1	1,5	1,50
desinfectante	1	2	2,00
cloro	1	1,00	1,00
guante	1	1,50	1,50
toallas	3	0,75	2,25
papel higiénico	3	0,50	1,50
fundas de basura	1	1,10	1,10
tachos de basura	2	3,00	6,00
TOTAL			19,35

SUMINISTROS DE OFICINA			
CONCEPTO	CANTIDAD	P UNITARIO	TOTAL
Resma de papel A4	2,00	6,00	12,00
Caja de grapas	2,00	0,30	0,60
caja de clip pequeño	2,00	0,30	0,60
caja de clip mariposa	2,00	0,80	1,60
carpetas de carton	100,00	0,40	40,00
Vinvhas para carpeta	4,00	2,00	8,00
carpetas con agarradera	25,00	2,20	55,00
caja de lapices	2,00	0,60	1,20
caja de esferos	1,00	6,00	6,00
cuadernos academicos	3,00	1,20	3,60
sobres manila	50,00	0,20	10,00
cuadernos pequeño	2,00	0,75	1,50
goma en barra	2,00	0,70	1,40
sacapunta	2,00	0,25	0,50
resaltador	2,00	0,50	1,00
corrector	2,00	0,50	1,00
TOTAL			144,00

PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANT	VALOR	AÑO 1
LETRERO PRINCIPAL	1	50	50
LETRERO EXTERIOR	1	40	40
SITIO WEB	1	18	18
TRIPTICO	1	120	120
TARJETAS DE PRESENTACION	1	50	50
Publicidad en radio	1	70	70
Publicidad en prensa	4	45	180
TOTAL			528

GASTOS GENERALES			
SERVICIOS BASICOS	CANT	MENSUAL	AÑO 1
ARRIENDO	1	150	1800
LUZ	1	30	360
TELEFONO	1	15	180
INTERNET	1	30	360
TOTAL			2700

FUNCIONAMIENTO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
patente municipal	12	12	12	12	12
permiso cuerpo de bomberos	15	18	22	28	30
permiso municipal	5	5	5	5	5
TOTAL	32	35	39	45	47

Cuadro 55. Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACION					
DESCRIPCION	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DE DEPRECIACION	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES DE OFICINA					
Silla Triple	99,00	5	10%	0,83	9,90
Escritorios	540,00	5	10%	4,50	54,00
Sillas giratorias	237,00	5	10%	1,98	23,70
Archivero aereo	200,00	5	10%	1,67	20,00
SUB TOTAL	1076,00			8,97	107,60
EQUIPODE COMPUTO					
Computadoras	718,00	3	33%	19,75	236,94
impresora multifucion	145,00	3	33%	3,99	47,85
SUB TOTAL	863,00			23,73	284,79
TOTAL	1939,00			32,70	392,39
				0,00	0,00
SUB TOTAL	7000,00			116,67	1400,00
DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	392,39	392,39	392,39	107,60	107,60

Cuadro 56. Inversión de ASCEYA

ACTIVOS FIJOS	VALOR
MUEBLES DE OFICINA	1101,00
EQUIPO DE COMPUTO	1460,00
MATERIALES DE OFICINA	181,15
GASTOS DE PRE OPERACIÓN	32,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	2774,15

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCION		VALOR
NOMINA		1569,48
GASTOS ADMINISTRATIVOS	319,20	
MANO DE OBRA DIRECTA	1250,28	
SERVICIOS BASICOS		218,50
ARRIENDO	150,00	
AGUA	3,50	
ENERGIA ELECTRICA	30,00	
TELEFONO	15,00	
INTERNET	20,00	
INSUMOS		19,35
FORMULARIOS TRIBUTARIOS	0,00	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	19,35	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		1807,33

INVERSION DEL PROYECTO	
ACTIVO FIJO	2774,15
CAPITAL DE TRABAJO	1803,01
TOTAL	4577,16

Cuadro 57. Depreciación Anual

DEPRECIACION					
DESCRIPCION	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DE DEPRECIACION	PORCENTAJE DE	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES DE OFICINA					
Sillas triple	99,00	5	10%	0,83	9,90
Escritorios	540,00	5	10%	4,50	54,00
Sillas giratorias	237,00	5	10%	1,98	23,70
Archivero vertical	200,00	5	10%	1,67	20,00
	0,00	0	0%	0,00	0,00
SUB TOTAL	1076,00			8,97	107,60
EQUIPODE COMPUTO					
Computadoras	718,00	3	33%	19,75	236,94
Aire acondicionado	496,00	4	25%	10,33	124,00
impresora multifucion	145,00	3	33%	3,99	47,85
SUB TOTAL	1359,00			34,07	408,79
TOTAL	2435,00			43,03	516,39
DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	516,39	516,39	516,39	107,60	107,60

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Cuadro 58. Financiamiento del proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
ACTIVO FIJO	2774,15
CAPITAL DE TRABAJO	1807,33
TOTAL	4581,48

INVERSION	
FINANCIAMIENTO	3200,00
APORTE DE SOCIOS	1381,48
	4581,48

TABLA DE AMORTIZACION DATOS			
CLIENTE	Banco Pacífico		
Valor Financiar	\$ 3.200,00		
Tasa de Interés Anual	16,30%	Tasa de Interés Mensual	1,36%
Plazo Meses	60		
Dividendo	\$ 78,33		
Fecha Primer Pago	1-October-2013		

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Nota.- Las tasas de interés se utilizan para determinar el valor futuro de una inversión realizada en el presente. En el nivel del ahorro: una elevación de la tasa incentiva el ahorro, en tanto que una disminución lo desalienta. En la asignación de recursos: dado que las entidades sólo desarrollan los proyectos cuya tasa de retorno supera al costo del financiamiento, una tasa de interés más alta incrementa el nivel de exigencia, obligándolos a elaborar exclusivamente los proyectos más rentables, es decir, los mejores.

Cuadro 59. Tabla de Amortización del Financiamiento

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACION				
CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO
1	3200,00	43,47	34,86	78,33
2	3165,14	42,99	35,34	78,33
3	3129,80	42,51	35,82	78,33
4	3093,99	42,03	36,30	78,33
5	3057,68	41,53	36,80	78,33
6	3020,89	41,03	37,30	78,33
7	2983,59	40,53	37,80	78,33
8	2945,79	40,01	38,32	78,33
9	2907,48	39,49	38,84	78,33
10	2868,64	38,97	39,36	78,33
11	2829,28	38,43	39,90	78,33
12	2789,38	37,89	40,44	78,33
13	2748,94	37,34	40,99	78,33
14	2707,95	36,78	41,55	78,33
15	2666,41	36,22	42,11	78,33
16	2624,30	35,65	42,68	78,33
17	2581,61	35,07	43,26	78,33
18	2538,35	34,48	43,85	78,33
19	2494,50	33,88	44,45	78,33
20	2450,06	33,28	45,05	78,33
21	2405,01	32,67	45,66	78,33
22	2359,35	32,05	46,28	78,33
23	2313,07	31,42	46,91	78,33
24	2266,16	30,78	47,55	78,33
25	2218,61	30,14	48,19	78,33
26	2170,42	29,48	48,85	78,33
27	2121,57	28,82	49,51	78,33
28	2072,06	28,15	50,18	78,33
29	2021,88	27,46	50,86	78,33
30	1971,01	26,77	51,56	78,33
31	1919,46	26,07	52,26	78,33
32	1867,20	25,36	52,97	78,33
33	1814,23	24,64	53,69	78,33
34	1760,55	23,91	54,41	78,33
35	1706,13	23,17	55,15	78,33
36	1650,98	22,43	55,90	78,33
37	1595,08	21,67	56,66	78,33
38	1538,41	20,90	57,43	78,33
39	1480,98	20,12	58,21	78,33
40	1422,77	19,33	59,00	78,33
41	1363,77	18,52	59,80	78,33
42	1303,96	17,71	60,62	78,33
43	1243,35	16,89	61,44	78,33
44	1181,91	16,05	62,27	78,33
45	1119,63	15,21	63,12	78,33
46	1056,51	14,35	63,98	78,33
47	992,53	13,48	64,85	78,33
48	927,69	12,60	65,73	78,33
49	861,96	11,71	66,62	78,33
50	795,34	10,80	67,53	78,33
51	727,81	9,89	68,44	78,33
52	659,37	8,96	69,37	78,33
53	590,00	8,01	70,31	78,33
54	519,68	7,06	71,27	78,33
55	448,41	6,09	72,24	78,33
56	376,18	5,11	73,22	78,33
57	302,96	4,12	74,21	78,33
58	228,74	3,11	75,22	78,33
59	153,52	2,09	76,24	78,33
60	77,28	1,05	77,28	78,33

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Cuadro 60. Presupuesto de gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
CARGO	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
CONSERJE	319,20	3830,39
	0,00	0,00
	TOTAL	3830,39

GASTOS GENERALES		
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ARRIENDO	150,00	1800,00
PUBLICIDAD		528,00
SUMINISTROS DE OFICINA	144,00	1728,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	19,35	232,20
	TOTAL	4288,20

TOTAL COSTOS INDIRECTOS	8118.59
--------------------------------	----------------

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Cuadro 61. Roles de pago

GASTOS ADMINISTRATIVOS											
CARGO	SUELDO	APORTE IESS 9,35%	HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL 11,15%	13ro	14 to	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IECE 0,50%	RET IR	TOTAL
CONSERJE	325,00	30,39	0,00	36,24	27,08	24,33	27,08	13,54	1,63	14,41	319,20
TOTAL	325,00	30,39	0,00	36,24	27,08	24,33	27,08	13,54	1,63	14,41	319,20
MANO DE OBRA DIRECTA											
CARGO	SUELDO	APORTE IESS 9,35%	HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL 11,15%	13ro	14 to	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IECE 0,50%	RET IR	TOTAL
ADMINISTRADOR	500,00	46,75	0,00	55,75	41,67	24,33	41,67	20,83	2,50	0,00	513,25
SECRETARIA	318,00	29,73	0,00	35,46	26,50	24,33	26,50	13,25	1,59	0,00	326,43
ASESOR	400,00	37,40	0,00	44,60	33,33	24,33	33,33	16,67	2,00	0,00	410,60
		0,00	0,00	0,00	101,50	73,00	101,50	50,75	6,09	0,00	1250,28
TOTAL	1218,00	113,88	0,00	135,81	203,00	146,00	203,00	101,50	12,18	0,00	2500,55
TOTAL	1543,00	144,27	0,00	172,04	230,08	170,33	230,08	115,04	13,81	14,41	2819,75

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Cuadro 63. Presupuesto de Ingreso

DESCIPCION DE LOS PAQUETES	CANT. CLIENTES ANUAL	PRECIO DEL UNITARIO	PRECIO DEL SERVICIO ANUAL	TOTAL VENTAS ANUAL
Planificación Estratégica	54	46,00		2484,00
Estructura Organizacional	71	32,00		2272,00
Ambiente laboral	31	30,00		930,00
Ordenar las cuentas de Ingresos y Egreso de una manera precisa	58	35,00		2030,00
Obtención de financiamiento o crédito	56	56,00		3136,00
Análisis de Estados financieros	48	80,00		3840,00
Investigación de mercado	52	75,00		3900,00
Atención al cliente	45	60,00		2700,00
Estrategias de venta	64	68,00		4352,00
TOTAL VENTAS				25644,00

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Nota.-El presupuesto de ingreso que se espera obtener está basado en las encuestas puesto que estas constan con preguntas que relacionan los sub problemas con los servicios que vamos a ofrecer, por lo tanto al tener dicha falencia los motivara a los emprendedores a adquirir nuestros servicios reflejando en las respuestas la estimación de clientes que se quiere obtener para brindar los servicios.

Cuadro 64. Estado de Pérdida y Ganancias
ASCEYA ASESORES ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS Y COMERCIALES PARA MIPYMES
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
Expresado en Dólares

				% DE CRECIMIENTO		5,00%	
	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
(+)	VENTAS	25644,00	26926,20	28272,51	29686,14	31170,44	141699,29
(-)	COSTO DE VENTAS	15825,32	16616,59	17447,42	18319,79	19235,78	87444,90
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	9818,68	10309,61	10825,09	11366,34	11934,66	54254,38
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS	3830,39	3830,39	3830,39	3830,39	3830,39	19151,95
(-)	GASTOS GENERALES	4288,20	4288,20	4288,20	4288,20	4288,20	21441,00
(-)	GASTOS DE DEPRECIACION	516,39	516,39	516,39	107,60	107,60	1764,37
(-)	GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	32	32	32	32	32	160,00
(-)	GASTO DE VENTA	528	528	528	528	528	2640,00
(=)	TOTAL GASTOS OPERATIVOS	9194,98	9194,98	9194,98	8786,19	8786,19	45157,32
	UTILIDAD OPERACIONAL	623,70	1114,63	1630,11	2580,16	3148,47	9097,06
(-)	GASTOS FINANCIEROS	488,89	409,62	316,41	206,83	77,99	1499,73
(=)	UTILIDAD ANTES DE PART E.IMP.	134,81	705,01	1313,70	2373,33	3070,49	7597,34
(x)	PARTICION EMPLEADOS 15%	20,22	105,75	197,05	356,00	460,57	1139,60
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	114,59	599,26	1116,64	2017,33	2609,91	6457,74
(x)	IMPUESTO RENTA						0,00
(=)	UTILIDAD NETA	114,59	599,26	1116,64	2017,33	2609,91	6457,74

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Nota.-Según el Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno en el Art. ...(23.1).- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas nos indica que por ser una empresa nueva en el mercado estamos exentos de pagar impuesto a la renta durante los primeros 5 años y por encontrarnos fuera de las ciudades de Guayaquil y Quito. Además, que la utilidad no supera la fracción básica para pagar el impuesto, esto lo podemos encontrar en la Tabla Impuesto a la Renta 2013, Personas Naturales.

Cuadro 65. Balance General de ASCEYA

ASCEYA ASESORES ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS Y COMERCIALES PARA MIPYMES						
BALANCE GENERAL						
Expresado en Dolares						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja - Banco	1807,33	2007,47	2678,32	3779,12	5329,88	7290,01
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1807,33	2007,47	2678,32	3779,12	5329,88	7290,01
ACTIVO FIJO						
Muebles de Oficina	1101,00	1101,00	1101,00	1101,00	1101,00	1101,00
Equipo de Computo	1460,00	1460,00	1460,00	1460,00	1460,00	1460,00
Equipo de Oficina	181,15	181,15	181,15	181,15	181,15	181,15
(-)Depreeciacion Acumulada		516,39	1032,78	1549,17	1656,77	1764,37
TOTAL ACTIVO FIJO	2742,15	2225,76	1709,37	1192,98	1085,38	977,78
ACTIVO DIFERIDO						
Pre Operación	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
TOTAL ACTIVO	4581,48	4265,23	4419,69	5004,10	6447,26	8299,79
PASIVO CORRIENTE						
15 % Participacion Emp.		20,22	105,75	197,05	356,00	460,57
Impuesto a ala Renta por pagar		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0,00	20,22	105,75	197,05	356,00	460,57
PASIVO LARGO PLAZO						
Prestamo Bancario	3200,00	2748,94	2218,61	1595,08	861,96	0,00
TOTAL PASIVO	3200,00	2769,16	2324,36	1792,13	1217,96	460,57
PATRIMONIO						
Aporte de Capital	1381,48	1381,48	1381,48	1381,48	1381,48	1381,48
Utilidad del Ejercicio		114,59	599,26	1116,64	2017,33	2609,91
Utilidad Años Anteriores			114,59	713,85	1830,49	3847,82
TOTAL PATRIMONIO	1381,48	1496,06	2095,33	3211,97	5229,30	7839,21
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	4581,48	4265,23	4419,69	5004,10	6447,26	8299,79

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Nota.-Con los pequeños excedentes de dinero en la cuenta Caja-Banco, se podrá permanecer solvente en caso de acontecimientos adversos,imprevisto o algún pago por realizar, invertir en los activos para la empresa, en mayor publicidad por lo tanto no se debe dejar en 0 por estar exentos a cualquier situación de la misma manera en la que puede llegar a cumplir con el presupuesto de ingresos proyectados.

Cuadro 66. Flujo de Efectivo de ASCEYA

ASCEYA ASESORES ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS Y COMERCIALES PARA MIPYMES						
FLUO DE EFECTIVO PROYECTADO						
Expresado en Dolares						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS		25644,00	26926,20	28272,51	29686,14	31170,44
(A) TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	0,00	25.644,00	26.926,20 €	28272,51	29686,14	31.170,44
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERCION INICIAL	4581,48					
GASTO ADMINISTRATIVO		3830,39	3830,39	3830,39	3830,39	3830,39
GASTO DE VENTA		528,00	528,00	528,00	528,00	528,00
GASTOS GENERALES		4320,20	4320,20	4320,20	4320,20	4320,20
COSTO VARIABLE		15825,32	16616,59	17447,42	18319,79	19235,78
15% PARTICIPACION EMPLEADOS			20,22	105,75	197,05	356,00
IMPUESTO A LA RENTA			0,00	0,00	0,00	0,00
(B) TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	4581,48	24503,91	25315,40	26.231,76	27.195,44	28270,37
(C) FLUJO OPERATIVO (A-B)	-4581,48	1140,09	1610,80	2040,75	2490,70	2900,07
INGRESOS NO OPERATIVOS						
PRESTAMO BANCARIO	3200,00					
(D) TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	3200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EGRESOS NO OPERATIVOS						
INVERSIONES						
PAGO CAPITAL		451,06	530,33	623,53	733,12	861,96
PAGO INTERESES		488,89	409,62	316,41	206,83	77,99
(E) TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	0,00	939,95	939,95	939,95	939,95	939,95
(F) FLUJO NETO NO OPERATIVO (D-E)	3200,00	-939,95	-939,95	-939,95	-939,95	-939,95
(G) FLUJO NETO GENERADO	-1381,48	200,14	670,85	1100,80	1550,75	1960,13
(H) SALDO INICIAL DE CAJA		1807,33	2007,47	2678,32	3779,12	5329,88
(I) FLUJO ACUMULADO (G+H)		2007,47	2678,32	3779,12	5329,88	7290,01

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Cuadro 67. Índices Financieros

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$4.581	\$1.140	\$1.611	\$2.041	\$2.491	\$2.900
Flujo Acumulado		\$1.140	\$2.751	\$4.792	\$7.282	\$10.182

Tasa de Descuento mensual	1,46%
Tasa de Descuento anual	17,5%

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Comentario.- La tasa de descuento es referencial puesto que la manera más práctica de obtenerla es utilizar la tasa de rentabilidad de proyectos similares o de la actividad sectorial, con la misma se trabajara para poder sacar el VAN y el TIR. Se la utiliza para actualizar los flujos de Ingresos y Costos Futuros del proyecto de Inversión, con el fin de expresar el Valor monetario de esos flujos en obligaciones de un período determinado. Esta tasa de descuento representa la preferencia en el tiempo y la rentabilidad esperada de los inversionistas.

ÍNDICES NOMINALES

Cuadro 68. Payback

Payback(Recuperación de la Inversión)		(Menor al plazo)	
Año de Recuperación de la Inversión	Año	3	
Diferencia con Inversión Inicial	\$4.581	\$2.751	\$1.831
Flujo Mensual Promedio Año Siguiete	\$2.041	12	\$170
Número de Meses	\$1.831	\$170	11

PAYBACK

3
 Año (s)
 11
 Mes(es)

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Cuadro 69. Tasa de Rendimiento Promedio

Tasa de Rendimiento Promedio		(Mayor a la T. Dcto)
<i>Sumatoria de Flujos</i>		\$10.182
<i>Años</i>		5
<i>Inversión Inicial</i>		\$4.581

TRP

44,5%

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Cuadro 70. Suma de Flujos Descontados

INDICES DESCONTADOS	
<i>Suma Flujos Descontados</i>	\$4.643

Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$1.415,05
Indice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	1,01
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	1%
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	28,35%

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

Cuadro 71. Ratios-Riesgo-Razones Financieras

Punto de Equilibrio		<i>En U\$</i>	\$24.015	
		<i>En %</i>	89%	
		<i>En unid.</i>	0	
Valor Agregado sobre Ventas	(Menor a 50%)		16%	
Indice de Empleo	(Mayor al 50%)		224%	
Riesgo de Iliquidez	(Menor a 50%)		39%	
Margen Neto de Utilidad	(Mayor a la T. Dcto)		5%	
Rotación de Activos	(Mayor a 1)		17,1	
Dupont	Aprox. al 100%		78%	
ANALISIS DE LIQUIDEZ				
LIQUIDEZ GENERAL			99,27	VECES
PRUEBA ACIDA			30,96	VECES
PRUEBA DEFENSIVA			72,49%	PORCENTAJE
CAPITAL DE TRABAJO			1987,25	DOLARES
LIQUIDEZ DE LAS CUENTAS POR COBRAR				NO APLICABLE NO TENEMO
ANALISIS DE LA GESTIÓN O ACTIVIDAD				
ROTACIÓN DE CARTERA(CUENTAS POR COBRAR)				NO APLICABLE NO TENEMO
ROTACIÓN DE LOS INVENTARIOS				PER AL SECTOR SERVICIOS
ROTACIÓN DE LOS INVENTARIOS				NO APLICABLE NO TENEMO
PERIODO PROMEDIO DE PAGO A PROVEEDORES				NO APLICABLE NO TENEMO
ROTACION DE CAJA Y BANCOS			28,18	DIAS
ROTACION DE ACTIVOS TOTALES			6,01	VECES
ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO			11,52	VECES
ANALISIS DE SOLVENCIA				
ESTRUCTURA DEL CAPITAL			1,85096532	DOLARES
RAZON DE ENDEUDAMIENTO			0,02686562	PORCENTAJE
COBERTURA DE GASTOS FINANCIEROS			2,30202896	VECES
COBERTURA DE GASTOS FIJOS			0,45180513	VECES
ANALISIS DE RENTABILIDAD				
RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO			0,07659296	PORCENTAJE
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN			0,02686562	PORCENTAJE
UTILIDAD ACTIVO			2,30202896	PORCENTAJE
UTILIDAD VENTAS			0,38288395	PORCENTAJE

Elaborado por: Evelyn Cevallos y Stefania Yagual

5.7.3. Impacto

La creación de la microempresa tendrá un impacto positivo en el mercado, generando beneficios a los socios, los mismos que verán reflejados en el retorno de la inversión. Asimismo, entre los beneficiarios estarán los propietarios de las MIPYMES del Cantón al tener a su alcance servicios de asesoría administrativa, financiera y comercial que les permitirán un mayor posicionamiento y permanencia en el mercado, lo que producirá la maximización de sus niveles de rentabilidad.

Desde el punto de vista económico, la Microempresa ASCEYA, ayudará al fortalecimiento de las MIPYMES, contribuyendo al desarrollo socio-económico y generar impactos positivos en la población económicamente activa del Cantón Marcelino Maridueña, ya que creará fuentes de empleos, causando cambios cualitativos en sus condiciones de vida.

La comunidad Marcelinense disfrutará de un excelente servicio logrando la captación y fidelización de los clientes.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 72. Cronograma del Proyecto

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (SEMANAS)																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Elaboración del árbol de problemas.	X																			
Previo paneo de observación de campo a las MIPYMES del cantón MARCELINO MARIDUEÑA.		X																		
CAPITULO I desarrollo del planteamiento del problema.			X	X																
Desarrollo de la formulación, sistematización del problema y determinación del tema.				X	X															
Elaboración de los objetivos y justificación.					X	X														
Desarrollo del CAPITULO II marco referencial.							X	X												
Elaboración de hipótesis y variables.								X	X											
Desarrollo del CAPITULO III Marco metodológico.										X										
Procesamiento estadístico										X	X									
CAPITULO IV Análisis e Interpretación de resultados.											X	X								
Análisis de la situación actual.												X								
Análisis Comparativo, Evolución, tendencia y perspectivas.													X							
Resultados.														X						
CAPITULO V Propuesta															X	X				
Estudio de factibilidad y descripción de la propuesta																	X	X		
Conclusiones.																		X		
Revisión Final.																			X	
Entrega de tesis.																				X

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Los indicadores que se utilizarán para la valoración de la Microempresa son los siguientes:

- ❖ Nivel de ventas del negocio.- Esta medida contable recoge los ingresos que aumenta con el transcurso de la actividad durante un período determinado de tiempo e irá mejorando en función de la aplicación de estrategias que aplicaremos para cumplir las expectativas o requerimientos de los clientes.
- ❖ Liquidez.- Es la facilidad que tenemos para intercambiar un activo por productos y servicios, siendo el dinero en efectivo el activo de mayor liquidez ya podemos utilizarlo de forma inmediata para cualquier transacción económica.
- ❖ Aumentos en los niveles de rentabilidad.- Es un condicionante decisivo de la solvencia que también analiza los dos niveles de rentabilidad de la empresa como es rentabilidad económica y rentabilidad financiera, implicando que la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa.
- ❖ Márgenes de utilidad en la microempresa.- Mediante este ratio se señala cuán bien la empresa se formó manteniendo sus ganancias como utilidades. Esto mide como un porcentaje, cuánto de cada dólar de utilidad es retenido por la empresa.
- ❖ Usuarios satisfechos.- Se lo realizará mediante estrategias que permitan conocer las expectativas o requerimientos de los clientes ofreciendo un excelente servicio.
- ❖ Altos niveles de competitividad.- Es la capacidad que tiene la micro empresa para producir los servicios destinados al mercado donde compite, donde se aumenta o incrementa la cuota de participación relativa en ellos y se obtiene una renta con la que se compensa a los propietarios todos los recursos implicados.
- ❖ Persistencia a largo plazo (mayor a 5 años).- Se lo aplicará para poder mantenerse en el mercado superando obstáculos que nos impidan incumplir con el objetivo.

CONCLUSIONES

Mediante el proceso de investigación desarrollado, se pudo definir las siguientes conclusiones:

- Los propietarios de las micro, pequeñas y medianas empresas del cantón Marcelino Maridueña poseen bajos niveles de conocimiento para administrar de manera adecuada un negocio, lo cual no le permite desarrollarse y mantenerse en el mercado, afectando el nivel socioeconómico de dicha empresa.
- Las micro, pequeñas y medianas empresas del cantón carecen de un personal calificado que cumplan a cabalidad sus funciones, para un eficiente desempeño en el negocio y un mejor servicio al cliente.
- La mayoría de los negocios no constan con un manual de funciones, por lo cual no están orientando a sus empleados acorde a su labor siendo esto primordial, porque permite minimizar los conflictos de áreas, marcar responsabilidades, dividir el trabajo y fomentar el orden plasmándolo en la organización y que sirve como guía para todo el personal.
- La limitación del crédito es uno de los factores que obstaculiza a las MIPYMES del cantón en el proceso de inversión para ampliar la capacidad de producción o realizar innovaciones, lo cual puede implicar el cierre de las empresas provocando el incumplimiento de los objetivos propuestos.
- En el cantón no existe una empresa que brinde asesoría administrativa, financiera y comercial.

RECOMENDACIONES

Mediante el proceso de investigación desarrollado, se pudo precisar las siguientes recomendaciones:

- Crear una microempresa dedicada a asesorar en el área administrativo, financiero y comercial a las micro, pequeñas y medianas empresas del cantón Marcelino Maridueña.
- Los propietarios de las micro, pequeñas y medianas empresas deben estar en constante capacitación para un manejo adecuado en la administración de la empresa y una acertada toma de decisiones en el momento oportuno.
- Los propietarios deben incentivar al personal de la empresa para recibir constante capacitación que les permitirá trabajar en equipo y brindar un mejor servicio al cliente.
- Implementar estrategias de marketing y ventas que les permita una mayor captación de clientes, logrando posesionarse en el mercado aumentando la rentabilidad de la empresa.
- Promover el uso de herramientas tecnológicas que les permitirá de manera eficiente optimizar costos, tener información eficiente y oportuna para la toma de decisiones incrementando el nivel de desarrollo competitivo de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

ARMSTRONG, Gary y KOTLER, Philip: *Fundamentos de Marketing*, Pearson Education, México, 2013.

BARRIOS, Alfredo: *Metodología de la Investigación*.

BATEMAN, Thomas: *Administración. Liderazgo y Colaboración en un mundo competitivo*, McGraw-Hill, México, 2009.

CLOW, Kenneth y BAACK, Donald: *Publicidad, promoción y comunicación integral en Marketing*, Pearson Education, México, 2010.

CÓRDOBA, Marcial: *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2008.

CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES: *Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno*, Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2009.

DESS, Gregory y LUMPKIN, G.: *Dirección Estratégica*, McGraw-Hill, España, 2003.

DESSLER, Gary y VARELA, Ricardo: *Administración de Recursos Humanos*, Pearson Education, México, 2011.

EMERY, Douglas y FINNERTY, John: *Administración Financiera Corporativa*, Pearson Education, México, 2000

FERRELL, O. y HARTLINE, Michael: *Estrategia de Marketing*, CengageLearning, México, 2012.

RAMIREZ, Elio Fabio y VANEGAS, Bernardo: *Gestión de Costos en las PYMES: Problemática y alternativa de solución*, Colombia, 2009.

ROBBINS, Stephen y COUTLER, Mary: *Administración*, Pearson Education, México, 2010.

SALAZAR, Carvajal y RENNE, Orlando: *Creación de una empresa de Outsourcing en mercadeo y publicidad*, El Cid Editor, Argentina, 2009.

LINKOGRAFÍA

ALVAREZ, Mariano y DURAN, José: *Manual de la micro, pequeña y mediana empresa*, <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/20558/Manual%20de%20la%20Micro%2c%20Peque%c3%b1a%20y%20Mediana%20Empresa.pdf?sequence=2>, extraído el 16 de mayo del 2013.

Antecedentes de las Pymes en el mundo, <http://es.scribd.com/doc/69389452/Antecedentes-de-Las-Pymes-en-El-Mundo>, extraído el 14 de mayo del 2013.

Codificación de la Ley de Régimen Tributario Interno, <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec051es.pdf>, extraído el 23 de mayo del 2013

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, <http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registrosoficiales/2010/diciembre/code/19782/registro-oficial-no-351---miercoles-29-de-diciembre-de-2010-suplemento>, extraído el 28 de mayo 2013.

CÒDIGO ORGÀNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÌA Y DESCENTRALIZACIÓN, Octubre 2010, extraído el 27 de mayo del 2013.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Crnel. Marcelino Maridueña, <http://www.municipiommariduena.gob.ec/>, extraído el 25 de mayo del 2013.

GROSS, Manuel: *Tipos de investigación*, <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>, extraído el 06 de junio del 2013.

Las mipymes y su evolución, <http://www.centrogl.com/a/que-son-las-mipymes-y-su-evolucion>, extraído el 13 de mayo del 2013.

Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, <http://www.produccion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>, extraído el 30 de mayo del 2013.

Tu mercado.com: *¿Que es comercialización?*, <http://www.tumercadeo.com/2010/02/que-es-comercializacion.html>, extraído el 06 de junio del 2013.

ANEXOS

ANEXO 1
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales
Carrera de Ingeniería en Marketing

Encuesta dirigida a los Propietarios de MIPYMES del cantón Marcelino Maridueña con el objetivo de obtener información oportuna para el análisis de la permanencia de los negocios que influye al desarrollo socio económico de este sector.

Marque con un " ✓ " en los recuadros según su criterio

Encuesta a los Emprendedores

SEXO DEL RESPONSABLE LEGAL:

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Masculino

NIVEL DE FORMACION:

Femenino

PRIMARIO

BACHILLERATO

UNIVERSITARIO

1. ¿Cómo considera usted su nivel de formación empresarial?

Alto

Medio

Bajo

2. ¿Con cuántos empleados cuenta su negocio?

51 a 100

11 a 50

1 a 10

Ninguno

3. ¿Considera usted que mantener un buen clima organizacional contribuirá al desempeño de los empleados?

Si

No

Tal vez

4. ¿El personal que labora en la empresa recibe capacitación para brindar un mejor servicio al cliente?

Siempre

Poca

Ninguna

5. ¿Cuenta su negocio con un manual de funciones?

Si

No

6. ¿El negocio cuenta con tecnología de punta para su desarrollo competitivo?

Total

Parcial

Ninguna

7. ¿Considera usted que la inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito interfiere en el progreso de su negocio?

Si

No

Tal vez

8. ¿Cree usted que la flexibilidad de las políticas de crédito les permitirá diversificar los productos?

Si

No

Tal vez

9. ¿Cuál es el tiempo que tiene el negocio en el mercado?

Menos de un año

Entre 1 a 3 años.

Entre 3 a 5 años.

Más de 5 años.

10. ¿Cómo considera usted que se encuentra el nivel económico de la empresa?

Alto

Medio

Bajo

11. ¿Considera usted que ha implementado las estrategias necesarias para mantener su participación en el mercado?

Siempre

Poca

Ninguna

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales
Carrera de Ingeniería en Marketing

Encuesta dirigida a los clientes de MIPYMES del cantón Marcelino Maridueña con el objetivo de obtener información oportuna para el análisis de la permanencia de los negocios que influye al desarrollo socio económico de este sector.

Marque con un " ✓ " en los recuadros según su criterio

Encuesta a los clientes

SEXO DEL RESPONSABLE LEGAL:

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA:

Masculino:

NIVEL DE FORMACION:

Femenino:

PRIMARIO BACHILLERATO UNIVERSITARIO

1. ¿Cree usted que los negocios deberían realizar una investigación de mercado para saber las necesidades de los clientes?

Si

No

Tal vez

2. ¿Cuál es su grado de satisfacción en cuanto a la calidad del servicio que le ofrecen las MIPYMES del Cantón?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

3. ¿Cree usted que los emprendedores deberían tener formación empresarial para poder administrar los negocios?

Si

No

Tal vez

4. ¿Cómo califica usted la relación laboral actual en los negocios del cantón?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

5. **¿Considera usted que el personal de los negocios responden a las quejas o inquietudes expuestas por los clientes?**

Siempre

Pocas veces

Nunca

6. **¿Considera usted que los empleados deben recibir capacitación para brindarle un mejor servicio?**

Si

No

Tal vez

7. **¿Cree usted que la falta de capital de las MIPYMES del Cantón afecte en la diversificación de los productos?**

Si

No

Tal vez

8. **¿Considera usted que ubicar a los empleados de acuerdo a sus funciones contribuirá a un mejor desarrollo productivo?**

Si

No

Tal vez

9. **¿Cree usted que los empleados cumplen a cabalidad su función?**

Si

No

Tal vez

10. **¿Usted realiza sus compras en un mismo lugar?**

Siempre

Pocas veces

Nunca

11. **¿Considera usted que contar con tecnología en los negocio le ahorraría tiempo al momento de facturar?**

Si

No

Tal vez

ANEXO 2

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2013, PERSONAS NATURALES

Fracción Basica	Exceso hasta	Impuesto a la Fraccion Basica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,180	0	
10,180	12,970	0	5%
12,970	16,220	140	10%
16,220	19,470	465	12%
19,470	38,930	855	15%
38,930	58,390	3,774	20%
58,390	77,870	7,666	25%
77,870	103,810	12,536	30%
103,810	En adelante	20,318	35%

Resolución: NAC-DGERCGC12-00835

ANEXO 3

PERMISO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

I. MUNICIPALIDAD MARCELINO MARIDUENA

PATENTE
Partida 1.1.07.04.0
Lunes, 12 de Marzo del 2012

COMPROBANTE : 10-001373

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE : MILTON BORBOR ASENCIO
DIRECCION : CDLA. BRASILIA
ACTIVIDAD ECONOMICA : COMERCIAL
REGISTRO NUMERO : 0903459469
CONCEPTO DEL PAGO : CABINAS "SEBASTIAN" AÑO 2012

DOCUMENTO VALIDO DESDE : Lunes, 12 de Marzo del 2012
HASTA : Lunes, 31 de Diciembre del 2012

VALOR USD\$: 10.00
COSTO DE EMISION USD\$: 2.00
=====

VALOR TOTAL USD\$: 12.00

SON : DOCE 00/100 DOLARES

CANCELADO
12 MAR 2012



Jefe de Tesoreria

I. MUNICIPALIDAD MARCELINO MARIDUENA

INGRESO NO ESPECIFICADO
Partida 1.1.07.99.0
Lunes, 12 de Marzo del 2012

COMPROBANTE : 07-000851

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE : MILTON BORBOR ASENCIO
CONCEPTO DEL PAGO : PERMISO MUNICIPAL AÑO 2012

DOCUMENTO VALIDO DESDE : Lunes, 12 de Marzo del 2012
HASTA : Lunes, 31 de Diciembre del 2012

VALOR TOTAL USD\$: 5.00

SON : CINCO 00/100 DOLARES

CANCELADO
12 MAR 2012



Jefe de Tesoreria

Cuerpo de Bomberos del Cantón "Marcelino Maridueña"

R.U.C.: 0968559660001

Por: \$ 8,75

Permiso **0000731**

Fecha: 7 de Julio del 2009

Son: Ocho con 75/100

Correspondiente al Sr. (s): Hectón Borbor

De conformidad con la inspección efectuada en su establecimiento de Cobinas

ubicado en las calles calle Prusiliá

Se le concede el **PERMISO DE SEGURIDAD Y FUNCIONAMIENTO** por el año 2009 según el

Art. No. 35 de la Ley de Defensa Contra Incendios.

Este permiso caduca 31 de Diciembre del 2009

"Abnegación y Disciplina"

Guido Fios Vergara
T.N.T.E. CORONEL

Primer Jefe



CANCELADO

ANEXO 4
ESTIMACIÓN DE PRESUPUESTO BASADO EN LAS ENCUESTAS

Falencias	Servicios	Porcentaje de emprendedores	Porcentaje estimado	Cantidad anual
Bajo nivel de formacion empresarial	Planificación Estratégica.	72%	26%	49
Empresas que tienen empleados	Estructura Organizacional.	45%	20%	37
Mantener un buen clima Organizacional	Ambiente laboral.	42%	17%	31
El personal de los negocios no reciben capacitacion	Servicio al cliente.	68%	24%	45
No cuentan con un manual de funciones	Estructura Organizacional.	43%	19%	36
No tienen a disposicion tecnologia	Estrategias de venta.	90%	34%	64
Inflexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito	Obtención de financiamiento o crédito.	83%	30%	56
Flexibilidad de las políticas de financiamiento o crédito	Ordenar las cuentas de Ingresos y Egreso de una manera precisa.	86%	31%	58
Tiempo de los negocios establecidos en el Mercado sin ningun progreso.	Investigación de mercado.	85%	31%	58
Bajo nivel economico de los negocios	Análisis de Estados financieros.	78%	28%	52
No han implementado estrategias para la participacion en el mercado	Estrategias de venta.	89%	32%	60

ANEXO 5
FOTOGRAFIAS





