



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA.**

TITULO DEL PROYECTO

**Diagnóstico de la influencia de las ventas informales en la zona
urbana del Cantón Milagro en el desarrollo Económico y Social**

Autor(as): Maritza Solis Ramos.

Laura Almeida Suarez.

Tutor: Msc. Raúl Minchala Santander.

Milagro, Abril 2013

Ecuador

ACEPTACIÓN DEL(A) TUTOR(A)

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las Sras. Maritza Azucena Solis Ramos y Lidia Laura Almeida Suarez para optar al título de Economistas y que acepto tutoriar las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 18 días del mes de Abril de 2013

Lcdo. Raúl Minchala Santander, MSc.

DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION

Las autoras de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene 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, 18 días del mes de Abril del 2013

Maritza Azucena Solís Ramos

CI. 120247082-7

Lidia Laura Almeida Suarez

CI. 092798501-0

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Economista,
otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA: []

DEFENSA ORAL: []

TOTAL: []

EQUIVALENTE: []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios por permitirme existir y conseguir mis metas propuestas.

A mí querido y abnegado esposo Johnny Villavicencio A. por ser mi soporte y apoyo incondicional en todo momento para lograr este triunfo.

A mis hijos que son mi razón de existir, por haberles quitado ese tiempo que no pude estar con ellos.

A mis padres que son quienes me guiaron en mis primeros pasos tanto en lo personal como estudiantil.

Y a todos mis seres queridos que me brindaron de una u otra forma su apoyo incondicional.

Maritza Azucena Solis Ramos

DEDICATORIA

Esta tesis dedico a mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moral y psicológicamente.

También la dedico a mi esposo y a mi hijo quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar a ser un ejemplo para ellos.

A mis queridos hermanos por la colaboración prestada porque nos ayudan a ser mejores personas cada día y a todos aquellos seres queridos que creyeron que llegaría hasta mi meta.

Lidia Laura Almeida Suarez

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es primero a Dios por su amor e inmensa bondad por darme la existencia y así concluir con mi meta propuesta.

A mi familia por ser mi pilar fundamental en este proyecto de investigación.

A mis maestros por sus conocimientos otorgados durante mi etapa estudiantil.

A mi tutor por ser un profesional con visión emprendedora que impartió en mí sus magníficos conocimientos.

Maritza Azucena Solis Ramos

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios porque gracias a él tenemos el privilegio de respirar en la tierra, me ha guiado y me a dado la fortaleza de seguir adelante y gracias a él cumplimos cada sueño y aspiración.

A Todos los docentes de la carrera de economía que volcaron sus Conocimientos en mi formación profesional.

Al Msc. Raúl Minchala por toda la paciencia, consejos y conocimientos que han sido inestimables para poder llevar a cabo el presente trabajo así como el esmero en la realización del mismo.

A la UNEMI por la oportunidad que me brindó para obtener este Título.

Gracias....

Lidia Laura Almeida Suarez

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Lcdo. Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer la entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Diagnóstico de la influencia de las Ventas Informales en la zona urbana del Cantón Milagro en el desarrollo Económico y Social y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 18 de Abril de 2013

Maritza Azucena Solís Ramos
CI. 120247082- 7

Lidia Laura Almeida Suarez
CI. 092798501-0

INDICE GENERAL	
Contenido	Pág.
Caratula o Portada	
Carta de Aceptación	ii
Declaración de autoría	iii
Certificación de la defensa	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vii
Cesión de derechos de autor	ix
Índice General	x
Índice de Cuadros	xiii
Índice de Figuras	xv
Resumen	xvi
Abstract	xvii

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I 2
EL PROBLEMA

1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1	Problematización	2
1.1.2	Delimitación del problema	3
1.1.3	Formulación del problema	4
1.1.4	Sistematización del problema	4
1.1.5	Determinación del tema	4
1.2	OBJETIVOS	5
1.2.1	Objetivo general	5
1.2.2	Objetivos específicos	5
1.3	JUSTIFICACIÓN	5

CAPITULO II
MARCO REFERENCIAL

2.1	MARCO TEÓRICO	7
2.1.1	Antecedentes históricos	7
2.1.2	Antecedentes referenciales	8
2.1.2.1	Comerciantes del Mercado de San Roque	10

2.1.2.2 Resultados del Proceso de Reubicación de los Comerciantes de Ipiales.	13
2.1.2.3 El Comercio Informal (Jorge E. Pereira)	15
2.1.2.4 Reubicación de Comerciantes en Milagro	16
2.1.2.5 Comerciantes fueron Reubicados en la Terminal del Cantón Milagro	18
2.1.2.6 Milagro puso fin al caos Comercial	20
2.1.3 Fundamentación	23
2.1.3.1 Fundamentación Sociológica	23
2.1.3.2 Fundamentación Socioeconómica	23
2.1.3.3 Fundamentación Empresarial	23
2.2 MARCO CONCEPTUAL	24
2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES	29
2.3.1 Hipótesis General	29
2.3.2 Hipótesis Particulares	30
2.3.3 Declaración de Variables	30
2.3.4 Operacionalización de las variables	33

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general.	34
3.2 La población y la muestra.	36
3.2.1 Características de la población	36
3.2.2 Delimitación de la población	36
3.2.3 Tipo de muestra	36
3.2.4 Tamaño de la muestra	36
3.2.5 Proceso de selección	37
3.3 Los métodos y las técnicas	37
3.3.1 Métodos teóricos	37
3.3.2 Métodos empíricos	39
3.3.3 Técnicas e instrumentos	39
3.4 El Tratamiento estadístico de la información	40

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual.	41
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas	41
4.3 Resultados	41
4.4 Verificación de hipótesis	51

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1	Tema	52
5.2	Justificación de la propuesta	52
5.3	Fundamentación de la Propuesta	53
5.4	OBJETIVOS	
5.4.1	Objetivos Generales de la propuesta	54
5.4.2	Objetivos Específicos de la propuesta	54
5.5	Ubicación	54
5.5.1	Localización	54
5.5.2	Delimitación de la Ubicación	56
5.5.3	Infraestructura	56
5.6	FACTIBILIDAD	57
5.6.1	Razón Social	57
5.6.2	Slogan	57
5.6.3	Logotipo	57
5.6.3.1	Análisis FODA	59
5.6.3.2	Objetivo de la consultoría Solis & Almeida	60
5.6.4	Aspecto administrativo	60
5.6.4.1	Organigrama	60
5.6.4.2	Políticas internas	62
5.6.4.3	Descripción de funciones	62
5.6.5	Aspecto legal	72
5.6.5.1	Permisos legales	73
5.6.5.2	Registro único del contribuyente	73
5.6.5.3	Patente municipal	74
5.6.5.4	Permiso del funcionamiento del local	74
5.6.5.5	Permiso de bombero	75
5.6.6	Factibilidad técnica	76
5.6.7	Factibilidad presupuestaria	76
5.7	Descripción de la propuesta	77
5.7.1	Actividades	77
5.7.2	Recursos, Análisis Financieros	78
5.7.2.1	Inversión Inicial	78
5.7.3	Impacto	95
5.7.4	Cronograma	96
5.7.5	Lineamiento para evaluar la Propuesta	97
	Conclusiones	98
	Recomendaciones	99
	BIBLIOGRAFIA	100
	ANEXOS	102

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Variable de la hipótesis general	30
Cuadro 2: Variable de la hipótesis particular 1	31
Cuadro 3: Variable de la hipótesis particular 2	31
Cuadro 4: Variable de la hipótesis particular 3	31
Cuadro 5: Variable de la hipótesis particular 4	32
Cuadro 6: Variable de la hipótesis particular 5	32
Cuadro 7: Operacionalización de las variables	33
Cuadro 8: Nivel de conocimiento sobre las principales causas por las que se dedican a esta actividad.	42
Cuadro 9: Contribución del comercio informal al desarrollo social y económico del Cantón Milagro	43
Cuadro 10: Nivel de información sobre la falta de incentivos de capital	44
Cuadro 11: Nivel de conocimiento con respecto a la falta de organización de los comerciantes informales en el gremio al cual pertenecen	45
Cuadro 12: Nivel de conocimiento con respecto a pertenecer a una Asociación Gremial	46
Cuadro 13: Nivel de conocimiento sobre el incremento del comercio informal.	47
Cuadro 14: Nivel de información sobre capacitación	48
Cuadro 15: Nivel de conocimiento con respecto a la creación de una consultoría para brindar asesoría a los comerciantes informales del Cantón Milagro.	49
Cuadro 16: Nivel de conocimiento sobre la implementación de un centro comercial exclusivo para comerciantes informales.	50
Cuadro 17: Verificación de las hipótesis	51
Cuadro 18: Distribución Interna de la Asesoría	56
Cuadro 19: Análisis FODA de la Consultoría Solis & Almeida	59
Cuadro 20: Organigrama Estructural de Consultoría Solis & Almeida Cía. Ltda.	60
Cuadro 21: Organigrama Funcional	61
Cuadro 22: Manual de funciones del Gerente General	63
Cuadro 23: Manual de funciones de Secretaria(secretario)	64
Cuadro 24: Manual de funciones del contador(a)	65
Cuadro 25: Manual de funciones de los consultores	66
Cuadro 26: Presupuesto de la Consultoría Solis & Almeida Cía. Ltda	77
Cuadro 27: Inversión del proyecto	78
Cuadro 28: Inventario de activos fijos	79
Cuadro 29: Depreciación de los activos	79
Cuadro 30: Gastos Administrativos	81
Cuadro 31: Gastos Generales	82
Cuadro 32: Gastos de ventas	83

Cuadro 33: Costos de ventas	84
Cuadro 34: Presupuesto de ingreso	84
Cuadro 35: Financiamiento del proyecto	85
Cuadro 36: Tabla de amortización	85
Cuadro 37: Financiamiento a un 1 año	86
Cuadro 38: Punto de equilibrio	87
Cuadro 39: Plano cartesiano	87
Cuadro 40: Análisis de costo	88
Cuadro 41: Activos fijos	89
Cuadro 42: Estado de pérdidas y Ganancias	90
Cuadro 43: Flujo de caja proyectado	91
Cuadro 44: Balance General	92
Cuadro 45: Índice Financiero	93
Cuadro 46: Tasa de descuento	93
Cuadro 47: Suma de flujo	93
Cuadro 48: Ratios Financieros	94
Cuadro 49: Punto de equilibrio	94
Cuadro 50: Capital de trabajo	94
Cuadro 51: Datos	94
Cuadro 52: Rendimiento	95
Cuadro 53: Razones	95
Cuadro 54: Cronograma de actividades de la consultoría Solis & Almeida	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Población de comerciantes informales de San Roque	10
Figura 2: : Población de comerciante informales de Ipiales	13
Figura 3: Población de comerciantes informales en el Cantón Milagro	16
Figura 4: Población de comerciantes informales en el Cantón Milagro	18
Figura 5: Población de comerciantes informales del Cantón Milagro	20
Figura 6: Nivel de conocimiento sobre las principales causas por las que se dedican a esta actividad.	42
Figura 7: Contribución del comercio informal al desarrollo social y económico del Cantón Milagro.	43
Figura 8: Nivel de información sobre la falta de incentivos de capital	44
Figura 9: Nivel de conocimiento con respecto a la falta de organización de los comerciantes informales en el gremio al cual pertenecen.	45
Figura 10: Nivel de conocimiento con respecto a pertenecer a una Asociación Gremial	46
Figura 11: Nivel de conocimiento sobre el incremento del comercio informal.	47
Figura 12: Nivel de información sobre capacitación	48
Figura 13: Nivel de conocimiento con respecto a la creación de una consultoría para brindar asesoría a los comerciantes informales del Cantón Milagro	49
Figura 14: Nivel de conocimiento sobre la implementación de un centro comercial exclusivo para comerciantes informales.	50
Figura 15: Ubicación de la Consultoría	55
Figura 16: Logo de la Consultoría	57
Figura 17: Hoja volante de la consultoría	69
Figura 18: Exterior del díptico de la consultoría	70
Figura 19: Interior del díptico de la consultoría	71
Figura 20: Tarjeta de presentación	71

RESUMEN

El presente trabajo de investigación estudia y trata de explicar, varios factores que influyen en el Comercio Informal mediante esto se requiere una consultoría dedicada a los comerciantes informales del Cantón Milagro debido a que ellos desean y están dispuestos administrar su dinero y por ende incrementar sus ventas, es por ello que se considera factible invertir en este tipo de proyecto. Con el desarrollo de una consultoría en el cantón Milagro se busca ofrecer a los comerciantes, un lugar en donde puedan asesorarse y satisfacer sus necesidades ofreciendo un servicio de calidad.

Es por esta razón que se ha dividido la investigación en cinco capítulos, primer capítulo va el planteamiento y descripción del problema en donde se analizan todas los puntos a tratar en el tema y para establecer objetivos que permita llegar a definir el estudio. En el segundo capítulo se indica el marco teórico donde se analizan los antecedentes, hipótesis, teorías relacionadas y utilizados en la investigación. En el tercer capítulo se establecen los métodos investigativos que se van a utiliza para definir las técnicas que se ejecutaran al momento de realizar la investigación. En el cuarto capítulo se muestran los resultados obtenidos al momento que se aplicaron las encuestas, para comprobar y verificar las hipótesis planteadas. El capítulo cinco del estudio trata sobre la propuesta donde se determina si el negocio generará ingresos como beneficios, a los comerciantes, para poder alcanzar resultados positivos se requerirán de una buena, cuidadosa administración y de un adecuado manejo financiero y así de esta manera se llegará a lograr lealtad por parte de los clientes, garantizando el éxito del negocio.

Palabras claves: Comercio informal, Consultoría, Capacitaciones

ABSTRACT

The present research studies and tries to explain, several factors influence through informal trade this requires a consultancy dedicated to informal traders Miracle Canton because they want and are willing to manage their money and thus increase sales, which is why it is considered feasible to invest in this type of project. With the development of a consulting Miracle Canton merchants looking to offer a place where they can seek advice and meet your needs by providing a quality service. It is for this reason that research is divided into five chapters, the first chapter will approach and problem description which analyze all the items on the subject and to set targets that would lead to defining the study. The second chapter describes the theoretical framework that analyzes the background, hypothesis, theories related and used in research. In the third chapter provides the research methods to be used to define the techniques that were implemented at the time of the investigation. In the fourth chapter presents the results obtained at the time the surveys were used to check and verify the hypotheses. Chapter five deals with the study proposal which determines whether the business will generate revenue and profits, traders, in order to achieve positive results require a good, careful management and adequate financial management and so in this way can to achieve loyalty from customers, ensuring business success.

Keywords: Informal Trade, Consultancy, Training

INTRODUCCIÓN

La informalidad muestra su problema desde su propia definición. En los diferentes estudios realizados en el sector informal, se observa que este término suele usarse como sinónimo de mercado ambulante, sin formalidad, sin seguridad pública ni prestaciones, no obstante, el sentido más generalizado es el de considerar al sector informal como el conjunto de trabajadores que no tiene seguridad social. Se les conoce por varios nombres, ambulantes, artesanos, gremiales, microempresarios y otros.

Se ubican en las esquinas del centro de la ciudad, en los mercados. Tomando en cuenta estos problemas la población ha comenzado a tomar conciencia de la necesidad de mejorar su calidad de vida, recibiendo asesoría comercial y financiera para incrementar sus ventas y poder administrar su negocio, es decir los comerciantes operan con poco capital pero aportan mucho a la economía de nuestro país. Este sector abarca prácticamente todo el espectro de actividades productivas, de servicios y proporciona más empleo que cualquier otro sector.

En Ecuador, la informalidad ocupa un lugar importante en la generación de empleo en varias ramas de negocios y se convierte, de este modo, en un factor de la economía del país, por esto, se considera necesario analizar a profundidad las características generales del sector con el fin de determinar los campos de actuación de la informalidad y el subempleo, los ingresos que genera, la ocupación por género, ramas de actividad, condiciones de los trabajadores, nivel de educación, edad y horas que éstos dedican a la actividad.

CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En el Cantón Milagro el empleo informal se ha vuelto un problema muy serio, es muy común observar a muchas personas trabajando en las calles debido al crecimiento de la economía y a la escasez de fuentes de trabajo. Esto ha provocado una decadencia en el desarrollo de la economía a nivel local.

Las ventas informales en el sector urbano se han convertido en un serio problema para las autoridades de turno y para el público en general, por las constantes molestias que ocasionan al instalarse en las calles, aceras, parques en las afueras de instituciones como Bancos, Registro civil entre otros que sería largo de mencionar, obstaculizando el paso tanto vehicular como para el peatón que se ve en la necesidad de transitar por dichos lugares.

Una de las causas entre ellas la más importante a considerar sería la escases de fuentes de trabajo en nuestro Cantón lo que a ocasionado un incremento en el comercio informal apoderándose de espacios públicos como los ya mencionado en el párrafo anterior, convirtiéndolos en mercadillos para realizar sus ventas y así alcanzar sus fines privados, cambiando la imagen de nuestro Cantón convirtiéndolo en un pequeño pueblo, limitando las posibilidades de superación y alcanzar la tan anhelada provincialización.

El problema generado por los comerciantes informales ha originado que este se convierta en un tema de mucha importancia para los gobiernos locales. Es el caso del sector de la zona urbana del Cantón Milagro.

Las respuestas a la problemática de la venta en la vía pública se han centrado principalmente en el ordenamiento y traslado de las ventas en las calles a lugares definidos por la municipalidad, ha sido marcado por serios enfrentamientos entre los vendedores y las autoridades locales, de tal manera que las soluciones no han sido sostenibles, los comerciantes que intentaron ser trasladados, han regresado de nuevo a las calles.

Las autoridades locales con el fin de dar una buena imagen a los visitantes que nos llegan de diferentes lugares de nuestro país e incluso de extranjeros se han visto en la obligación de ubicar a los comerciantes informales en lugares ya establecidos para ellos es el caso de los mercados de la Av. Colón o mercado de la Colón, mercado de la 22 de Noviembre e incluso fue creado un nuevo mercado denominado Bahía Mi Lindo Milagro que esta ubicada en los patios de la Terminal Terrestre Martha Bucaram donde se encuentran asentados un sinnúmero de comerciantes en su mayoría son los que se encontraban a lo largo de la calle García Moreno.

La renovación urbana que se esta logrando de parte de las autoridades de turno de mejorar las fachadas de los edificios y de los locales establecidos como formales, brinden una buena imagen a los visitantes que nos llegan de diferentes lugares a través del paso del Tren Turístico por la Av. Principal del Cantón Milagro.

En otros palabras se trata de que los comerciantes informales concienticen a cerca del buen ornato que se quiere dar a nuestro Cantón y se ubiquen en los lugares designados por las autoridades y aquellos que no deseen acatar dicha ordenanza serán sancionados con multas e incluso se les retiraran sus artículos en el caso de continuar ocupando espacios públicos.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador.
Región: Costa
Provincia: Guayas

Cantón: Milagro
Zona: Urbana
Área: Socio-económica

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo influyen los comerciantes informales de la zona urbana al desarrollo económico y social del Cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del Problema

¿Cómo incide la falta de educación en cultura tributaria en la administración financiera de los negocios?

¿De qué manera influye la falta de capacitación en el nivel de educación de los comerciantes informales al sector comercial?.

¿De qué forma impacta el bajo incentivo de prestación de capitales en los comerciantes informales?

¿En qué perjudica el poco interés de los comerciantes informales en la organización de la zona urbana comercial del Cantón Milagro?

¿De qué manera incide la inexistencia de una organización gremial en los comerciantes informales?

1.1.5 Determinación del Tema

Diagnóstico de la influencia de las ventas informales en la zona urbana del Cantón Milagro en el desarrollo Económico y Social.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la investigación

Realizar un estudio de campo en el sector comercial del Cantón Milagro, con la utilización de técnicas de investigación adecuadas, orientadas a determinar la influencia del comercio informal en el desarrollo Económico y Social de la ciudad.

1.2.2 Objetivos Específicos de la investigación

- Analizar como incide la falta de educación en cultura tributaria de los comerciantes informales.
- Identificar cómo influye la falta de capacitación de los comerciantes informales en la administración comercial y financiera de sus negocios.
- Analizar el bajo incentivo de prestación de capitales en los comerciantes informales.
- Determinar los factores que inciden en la inexistencia de una organización gremial por parte de los comerciantes informales.
- Analizar la falta de asesoría en la parte administrativa y financiera para incrementar sus negocios.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Para algunos entendidos en la materia el comercio informal es una actividad ilícita, ya que ellos manifiestan que acarrea problemas financieros para la municipalidad y con los comercios establecidos como formales debido a la evasión de impuestos.

Por otra parte, también se considera que el comercio informal se vuelve un gran problema debido a que ellos se ubican en medio de las calles obstaculizando el paso peatonal y vehicular obstruyendo la vía pública principalmente en las vías urbanas del Cantón Milagro.

Es por esta razón que es necesario investigar este tipo de problema para comprobar en qué grado afecta a la sociedad y a la economía el comercio informal y como se puede dar algunas posibles soluciones.

Las personas que realizan este tipo de actividades casi siempre son personas sumergidas en la pobreza, con una familia numerosa, madres solteras, etc. Y se ven en la obligación de realizar esta actividad para traer el sustento a sus familias.

Existe una característica importante de los vendedores informales, esto es que la mayoría de los vendedores informales o ambulantes venden los mismos artículos de temporada.

Es importante considerar la búsqueda de alguna posible solución para que de alguna manera las personas practicante de estas ventas informales puedan integrarse a la Población Económicamente Activa (PEA) del Ecuador.

CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El concepto del sector informal se empieza a utilizar desde comienzos del siglo pasado, al descubrirse que gran parte del trabajo de jóvenes y adultos no estaba contabilizado por las estadísticas oficiales, posteriormente y desde los inicios de la década de los setenta se comienza a tratar más sistemáticamente y adquiere una mayor relevancia en los análisis del comportamiento de mercado de trabajo a través de investigaciones realizadas por la OIT (Organización Internacional del Trabajo).

El trabajo informal sin duda alguna es uno de los fenómenos sociales y económicos de mayor importancia en América Latina, pero de manera muy especial con ciertas estructura socio-económicas como el caso de Ecuador. No es nada difícil encontrarse en ciertos sectores de las ciudades más importantes del Ecuador, una variedad de vendedores que ofrecen las mercaderías y los servicios más variados como: refresqueros, lustrabotas, vendedores ambulantes de ropa y calzado como también vemos a sastres que reparan prendas de vestir, etc.

El fenómeno de la informalidad es bastante complejo tanto en su génesis como en su situación actual, pero sin duda guarda estrecha relación con el desempleo y sobre todo con el subempleo, razón por la cual en el presente trabajo se tratara de presentar una visión concreta de la magnitud actual del sector Informal del Cantón Milagro, partiendo de los niveles de desempleo y subempleo registrados en los últimos años. Para una mejor comprensión de la situación se realizara a

continuación una breve revisión teórica sobre la conceptualización del sector informal.¹

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Se denomina economía informal a la actividad económica oculta solo por razones de elusión fiscal o de control meramente administrativo por ejemplo, el trabajo doméstico no declarado, la venta ambulante espontánea, la infravaloración del precio escriturado en una compraventa inmobiliaria.

La economía informal o irregular forma parte de la economía sumergida, junto con las actividades económicas ilegales por ejemplo, la facturación falsa o falseada, el tráfico de drogas, el tráfico de armas, la prostitución, el blanqueo de capitales.

La economía sumergida resulta incluida parcialmente en la estimación del Producto Interior Bruto (PIB) como consecuencia del ajuste de los métodos complementarios empleados para calcularlo.

Aunque la economía informal se ha asociado frecuentemente a países en desarrollo y economías emergentes, todos los sistemas económicos, sin excepción, participan de ella.

La economía sumergida no solamente causa un daño patrimonial a los ingresos del Estado, con el consiguiente quebranto económico, sino que sirve a menudo para disfrutar indebidamente de beneficios sociales, subvenciones y subsidios, al ocultar una parte de la renta de los contribuyentes, convirtiéndolos así en acreedores de unos derechos que de otro modo no podrían disfrutar.

Por último, cabe reseñar que la economía sumergida es un importante supuesto de competencia desleal entre profesionales, ya que abarata artificialmente los costes de producción de quien la práctica.²

¹ (biblio2, 2012)

² (wikipedia, 2012)

El Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC, calcula datos sobre informalidad basados en recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo, OIT. Actualmente, el indicador del sector informal se deriva de la distribución de la PEA en: sector formal, sector informal, hogares, desempleados y ocupados no clasificados.

Específicamente, la Medición del sector informal considera recomendaciones de la Decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal, 1993, pág. 4, donde se define al sector informal como: “las muy pequeñas unidades de producción y distribución de bienes y servicios situadas en las zonas urbanas de los países en desarrollo; dichas unidades pertenecen casi siempre a productores independientes y trabajadores independientes que a veces emplean a miembros de la familia o a algunos asalariados o aprendices. Estas unidades disponen de muy poco o de ningún capital; utilizan técnicas rudimentarias y mano de obra escasamente calificada, por lo que su productividad es reducida; quienes trabajan en ellas suelen obtener ingresos muy bajos e irregulares y su empleo es sumamente inestable”.

Esta definición no refleja las diferentes formas del fenómeno del trabajo informal para países en desarrollo, sin embargo según la OIT, en su informe VI de la 90ª reunión (2002) de la Conferencia Internacional del Trabajo indica que no existe ningún conjunto internacionalmente acordado de subcategorías de la situación en el Empleo para el empleo informal, ya que este aspecto crucial del fenómeno todavía no ha sido definido ni abordado adecuadamente en las estadísticas nacionales.

El Ecuador acoge las recomendaciones de la OIT en las decimoquinta y decimoséptima conferencias del Trabajo CIET y calcula al sector informal como la población de 10 años y más que trabaja en empresas de menos de 10 empleados que no llevan registros contables y no tienen RUC, clasificando a la población económicamente activa de acuerdo al tamaño del establecimiento y la legalidad del mismo.

En el Ecuador, en diciembre del 2008 el sector informal representa el 43.6% de la fuerza laboral.

NACIONAL URBANO	2007 (Diciembre)	2008 (Diciembre)
Tasa Sector Formal	41,4%	40,1%
Tasa Sector Informal	42,1%	43,6%
Hogares	4,0%	3,9%
Desempleo	6,1%	7,3%
Ocupados no clasificados	6,5%	5,1%

Este indicador refleja la realidad nacional, al cual no se incorporan criterios de seguridad social en vista de que su cobertura es deficiente.

En este sentido, existe una incongruencia entre la publicación de la OECD y las estadísticas oficiales congruentes con la OIT. Sin embargo, se debe señalar que desde el punto de vista tributario, en Ecuador se han realizado importantes esfuerzos por la incorporación de informales en el RUC.³

2.1.2.1 COMERCIANTE DEL MERCADO DE SAN ROQUE EN EL CENTRO DE QUITO REALIZAN UNA PROTESTA EN RECHAZO A SU TRASLADO HACIA EL SECTOR DE CALDERÓN.

Figura 1. Población de comerciantes informales de San Roque



Fuente: Diario Expreso

³(el ciudadano, 2012)

Dos marchas protagonizadas por los casi 3.000 comerciantes de 18 asociaciones del reconocido mercado, buscan entablar un diálogo con el alcalde para que escuche sus demandas.

En el sector de la Plaza de San Francisco los comerciantes fueron impedidos de seguir por la Policía Nacional y la Policía Metropolitana.

La marcha pacífica logró avanzar hasta la Plaza Grande, frente al Palacio Municipal. Los comerciantes aseguraron que no quieren que se los reubique sino que se mejore las instalaciones del mercado.

Ellos exigen el endurecimiento de las penas y sanciones contra los actos delictivos, la reubicación de las trabajadoras sexuales a casas de tolerancia, acogimiento y vestimenta de los mendigos y alcohólicos en casas de reposo o albergues.

Más de 1.200 comerciantes del Mercado de San Roque serían reubicados el próximo año en un lote que está por definirse en el sector Calderón. Cinco asociaciones de mayoristas (23 de Abril, 10 de Agosto, 2 de Diciembre, Los Choclos y Grupos de Comerciantes Independientes) solicitaron, en marzo pasado, al Municipio su deseo de trasladarse a otro sector porque, según sus dirigentes, sus ingresos habrían disminuido un 60%.

La reducción de sus ventas se agudizó aseguraron cuando empezó a funcionar el Corredor Sur Occidental, hace cuatro meses. Iván Guanoluisa, representante de la comisión de vendedores, considera que se trata de “un derecho tener un sitio digno para trabajar. Por ello solicitamos el traslado”.

Alioska Guayasamín, coordinadora de la Agencia Distrital de Comercio, señaló que el reordenamiento del Mercado de San Roque “es un tema en construcción”. “Ante la solicitud se organizó una mesa institucional que ha escuchado los diferentes planteamientos de los comerciantes y en conjunto hemos recorrido ocho lotes para buscar la mejor alternativa. Tres de ellos fueron mocionados por los mismos comerciantes”, informó.

La última opción que las cinco asociaciones de comerciantes aceptaron hay un oficio del 4 de septiembre pasado llevar un mapa adjunto en el que se propone la ubicación del mercado en el sector de Carapungo, entre la avenida Simón Bolívar y la Panamericana Norte, junto al establecimiento Mega Santa María (ver figura 1).

Mientras se concreta el traslado, Manolo Chiriboga, administrador del Mercado de San Roque, aseguró que la situación ahí es “insostenible”. “El mercado es un foco de ‘infección’ que padece de cinco males: inseguridad, acumulación de basura, alcantarillado, tendido de la red eléctrica y agua potable. En definitiva la cuestión estructural del mercado es deplorable”, sentenció.

Chiriboga comenta que el caos se generó porque originalmente la edificación fue construida hace 31 años para albergar a 600 u 800 comerciantes y actualmente existen aproximadamente 3.000. “La situación es más crítica los sábados, porque llegan más de 5.000 personas, lo que ocasiona un caos, tanto vehicular como delincuencial”, agregó.

Por otra parte, otro grupo de vendedores minoristas no están de acuerdo con el traslado. Solina de Gonzales, por ejemplo, vende huevos en la zona por más de 25 años y aseguró que si los obligan a dejar el mercado ella optará por montar su propio negocio en otra zona de la ciudad.

Guayasamín manifestó que planificación tomará en cuenta dos frentes: la reubicación de los comerciantes que quieran ir al nuevo terreno, al norte de Quito, y la rehabilitación del mercado para los que decidan quedarse. “Estamos trabajando primero en la regularización de los comerciantes para luego conocer quién se va, quién se queda”. En la segunda fase se construirán obras emergentes, como alcantarillado, agua potable, el desalojo de ventas en las calles aledañas, campaña delincuencial, etc.

La funcionaria aseveró que la delincuencia, cachinerías, venta de drogas, basurales, congestión vehicular, son problemas innegables en la zona. “Trabajamos en un plan que no sea solo un ‘parche’. Al momento de trasladar el mercado no

llevaremos los problemas y la rehabilitación del Mercado de San Roque es un asunto emergente”, aseguró.

Para los clientes, se trata de cambios urgentes que no solo garantizarán su seguridad, sino que también beneficiarán a la ciudad.⁴

2.1.2.2 RESULTADOS DEL PROCESO DE REUBICACIÓN DE LOS COMERCIANTES DE IPIALES.

Figura 2: Población de comerciante informales de Ipiales



Fuente: Diario Expreso

Los resultados del proceso de reubicación del comercio minorista del centro histórico fueron: la recuperación del espacio público, la modernización del centro histórico, la restauración de los bienes patrimoniales deteriorados por la vida cotidiana del comercio minorista y popular, la reconstrucción de la infraestructura de energía eléctrica y redes telefónicas. Además, se solucionaron en gran medida problemas urbanos que no permitían transformar a Quito en una ciudad competitiva en la región a causa de problemas de movilidad, salubridad, inseguridad, ilegalidad, y de otros ligados al patrimonio oficial de la nación, que representa en su gran mayoría los símbolos arquitectónicos del centro histórico.

⁴ (expreso, 2012)

Los resultados del proceso de reubicación serán descritos a partir de los relatos del representante de una organización de los comerciantes del mercado de Ipiales, junto a los otros comerciantes a través de los cuales se ha constituido parte de este capítulo.

Estas entrevistas son un fragmento de la memoria de los comerciantes sobre el proceso de reubicación del comercio minorista. Los próximos párrafos darán cuenta de la percepción de los vendedores sobre los resultados de la reubicación del comercio minorista en el nuevo centro comercial popular Ipiales-Mires y El Hermano Miguel.

Los vendedores que trabajan en este centro comercial en su gran mayoría son los antiguos comerciantes del mercado de Ipiales ubicado en el sector del Tejar en el centro histórico de Quito.

En la entrevista al representante de la organización de comerciantes del mercado de Ipiales, la mayoría de respuestas del narrador giraron en torno a los problemas de su actual vida laboral en el nuevo centro comercial Ipiales-Mires. Su vida laboral es producto de los resultados de la reubicación y narra el recuerdo del proceso de reubicación a partir de sus necesidades actuales y la interpretación de las estrategias diseñadas por parte de los nuevos administradores de los centros comerciales para la sostenibilidad de los mismos.

Cuando indagué sobre los resultados de la modernización del comercio minorista, el cual era parte de los objetivos de la reubicación, el comerciante y ex-representante de una organización del mercado de Ipiales respondió lo siguiente:

Anteriormente esto era informal. Como la palabra lo dice: informal. Los vendedores vendían en la calle. Obviamente todos creíamos que al modernizar, llámemelo a esto y al tener la comodidad del usuario, digamos el dueño de los locales, como también el cliente.

Creíamos que iba a tener una funcionalidad del 100%. Es así, por cuanto los clientes no tienen la facilidad de venir y hacer sus compras. Usted sabe que en Estados Unidos dicen: no parking, no bisnes. Entonces, eso significa de que aquí todavía, digamos está en un caos completamente por la falta de parqueaderos, eso sería lo principal.

Un sentido del significado de modernización del comercio minorista, que se desprende de la memoria de los comerciantes, se refiere a la comodidad de los consumidores de los nuevos centros comerciales populares para hacer sus compras. Sin embargo, no se detiene a describir la nueva infraestructura y la administración de los nuevos centros comerciales, producto del proceso de reubicación y modernización del comercio minorista y el centro histórico.

El recuerdo del proceso de reubicación y el sentido de ese tipo de pasado emerge a partir de las necesidades de la nueva vida laboral de los vendedores en los nuevos centros comerciales y de la percepción de su evaluación de los resultados del proceso de modernización del comercio minorista.

En la mayoría de preguntas dirigidas a que el narrador representante describiera su versión del proceso de reubicación y sus resultados, fueron persistentes las alusiones a la ausencia de clientes en los centros comerciales debido a la falta de parqueaderos para los consumidores.⁵

2.1.2.3 EL COMERCIO INFORMAL (Jorge E. Pereira)

El comerciante informal, es un microempresario, un emprendedor, un individualista, que ejerce un capitalismo muy sui géneris en medio de las "venas abiertas" de nuestras principales ciudades. Pero, a la larga, capitalismo puro y simple. Con mucha audacia, honestidad, orden y trabajo incesante muchos de estos comerciantes ambulantes han llegado a convertirse en dueños de empresas de tamaño respetable.⁶

⁵ (expreso, 2012)

⁶ (mercadeo, 2013)

2.1.2.4 REUBICACIÓN DE COMERCIANTES EN MILAGRO

Figura 3. Población de comerciantes informales en el Cantón Milagro



Fuente: Diario prensa la verdad

El comercio informal, sin duda ha sido una de las principales características de la ciudad. Por años ha ido aumentando el número de personas que se ubican en los exteriores de la avenida García Moreno y no ha existido autoridad municipal que pueda controlar esta situación.

Ahora luce sin un solo comerciante informal. Se circula por dos carriles y un tercero sirve para parqueos. “Es un enorme paso que ha dado la ciudad. Antes por esta lugar no se podía transitar”, dijo la guayasense Lourdes Andrade, quien salía de una farmacia del lugar. El burgomaestre Assán explicó que después de reuniones de socialización con los comerciantes que laboraban en la zona se los reubicó en la Terminal Terrestre. También, en los mercados Colón y 22 de Noviembre, en el Malecón.

El Gobierno Municipal de Milagro liderado por el Alcalde Paco Asan por medio del Departamento de Justicia y Vigilancia ha socializado en el salón de la ciudad varias ordenanzas con los comerciantes en las que establecen la forma correcta de trabajo.

Wilson Murillo coordinador de mercados del municipio invitó a todas las personas que han realizado los trámites y que tienen legalmente registrada su documentación para solicitar puestos en el mercado Colón.

Básicamente se trata sobre la reubicación de los comerciantes que venden legumbres, frutas, mariscos, cangrejos, lácteos, pollos, cárnicos, entre otros, para entregarles una numeración e ir distribuyéndolos de acuerdo a la actividad comercial que desarrollan.

“Como municipio estábamos esperando poder tener una capacidad instalada para poder ofertar los espacios a los comerciantes y garantizar el derecho al trabajo de la gente”, indicó Murillo.

Primero se hará un traslado aproximadamente de 150 comerciantes ya que hasta ahora, están disponibles 75 puestos en el mercado La Dolorosa y 75 para el mercado 22 de noviembre. Conforme finalice la obra del mercado Colón también se ubicarán ahí, solo para mercados tenemos 220 sitios de trabajo.

Dentro de la planificación que lleva en marcha el cabildo también se ubicará una feria libre que funcionará junto al tanque elevado del sistema sur que acogerá 250 comerciantes. ⁷

⁷ (diario prensa la verdad, 2012)

2.1.2.5 COMERCIANENTES FUERON REUBICADOS EN LA TERMINAL DEL CANTÓN MILAGRO.

Figura 4: Población de comerciantes informales en el Cantón Milagro



Fuente: Diario prensa la verdad

MILAGRO, Guayas. Los andenes de entrada a la terminal, por la calle Babahoyo, están llenos de vendedores informales.

Venta de comida preparada, zapatos, ropa, artesanías, juguetes, cosméticos de belleza, pilas, linternas y otros artículos, es la actividad que se desarrolla desde hace 20 días en los andenes de la terminal terrestre de Milagro, por la calle Babahoyo.

Esto, debido a que cerca de mil comerciantes informales que se instalaban en la av. García Moreno fueron reubicados en la terminal por el Cabildo del cantón, ya que en dicha vía se efectúan trabajos para rehabilitar el ferrocarril.

La coordinadora de una de las compañías de transporte, quien prefirió la reserva, dijo que en este sector de la estación que ahora está copada, llegaban buses de las cooperativas Km 26, Tum, Marcelino Maridueña y otras desde la Sierra. “Dejaban ahí a los pasajeros, pero ahora como todo está ocupado no sé adónde los dejarán”, sostuvo.

El pasado jueves, cerca de las 10:30, un bus de la cooperativa Marcelino Maridueña ingresó por la calle Babahoyo a la estación y dejó a unos 25 pasajeros al costado

derecho. La situación fue presenciada por un vigilante de tránsito que solo se limitó a ver el hecho. “Esto se ve feo, tanta gente amontonada aquí y uno tiene que quedarse en media calle habiendo un lugar para estar más seguro”, se quejó una usuaria al bajar de la unidad.

Con ella coincidió Jacinto Pazmiño, otro pasajero. Aunque él se mostró solidario con los comerciantes porque, a su juicio, no tienen dónde trabajar.

Para los comerciantes la reubicación no ha sido fácil, pues implica reducción de ventas debido a que aún no todos los clientes conocen dónde se encuentran. Asimismo, hay vendedores que no están de acuerdo con trabajar dentro de la terminal. Uno de ellos dijo que había visto en otros cantones que hay unos mercados bien bonitos. Que primero los construyen y luego los reubican.

A Martha Soriano le preocupan las pocas ventas. Contó que el miércoles solo vendió \$ 6, cuando en la av. García Moreno en un día “bajo” obtenía \$ 40. Otros han invertido \$ 500 en adecuaciones de locales.

Varios de los comerciantes consultados desconocen cuánto tiempo van a permanecer en la terminal. “Se escucha decir que por seis meses. No sabemos adónde nos van a reubicar de nuevo”, señaló Soriano.

La masiva concurrencia de comerciantes en la terminal, quienes con sus propios recursos han improvisado quioscos de estructuras metálicas y paredes de zinc, contrasta con la av. García Moreno, una de las vías principales de Milagro. Allí la congestión vehicular desapareció y las veredas están despejadas. No obstante, a propietarios de locales comerciales y moradores del sector les producen molestias las nubes de polvo que se generan todos los días por los trabajos de rehabilitación del ferrocarril.

A lo largo de dicha calle ya se han colocado los durmientes, rieles y unas capas de piedra que aún no se compactan. También se levantan pequeños muros divisorios de la línea férrea en ambos sentidos de la vía.

El alcalde de Milagro, Francisco Assan, manifestó que optó por reorganizar a los comerciantes en la terminal, porque el área donde actualmente se encuentran estaba desocupada.

Dijo que esta decisión se “adelantó” porque el Municipio recibió la propuesta de una empresa guayaquileña para construir la nueva terminal terrestre a cambio de la administración del área comercial que habría en la estación. Sostuvo que con la reubicación de los vendedores se ha habilitado una puerta para ingreso y salida para las taxis. “Estamos adaptándonos a las necesidades y a las circunstancias”, indicó.⁸

2.1.2.6 MILAGRO PUSO FIN AL CAOS COMERCIAL

La principal vía de la urbe aparece hoy sin comerciantes informales. El Cabildo hizo la reubicación pacífica y la ciudadanía destaca este logro.

Figura 5: Población de comerciantes informales del Cantón Milagro



Fuente:Diario prensa la verdad

La popular calle del ferrocarril, la García Moreno que atraviesa el centro de Milagro (Guayas) hoy se muestra distinto. Para propios y extraños, es algo irreconocible, caracterizada por el intenso movimiento comercial, si bien esa tónica no se ha perdido, sí se evidencia un marcado orden, con aceras y calles despejadas. Esa calle reflejaba la esencia de Milagro como ciudad comercial, ligada al paso del

⁸ (diario prensa la verdad, 2012)

tren. Pero también del caos. Algo bromista, Andrea Torres luego de realizar compras en la concurrida calle se pregunta sonriente: “¿En verdad estoy en el centro de Milagro?”.

Antes del pasado 3 de Agosto era simplemente una odisea circular por allí, a pie o en vehículo. Los comerciantes informales se habían apoderado de calle y aceras. Ese día, personal del departamento de Justicia y Vigilancia del Municipio no permitió que se instalaran los puestos. Se vendía de todo: ropa, zapatos, bisutería, discos, carne, pollo, legumbres, frutas, medicina natural, comida...

Luego de dos años y tras varias reuniones entre el Municipio y los comerciantes, en las que se hizo hincapié en la necesidad ordenar el comercio, la reubicación se hizo efectiva.

Esta vez fue con orden, en muchos casos con resignación, aunque también hubo comerciantes que se rehusaban a salir de allí. Incluso organizaron marchas de protesta. Diez años atrás, un intento de desalojo terminó con dos equipos municipales incendiados, varios heridos y detenidos.

“Ya era hora, Milagro se merecía tener una mejor presentación. Esta calle tenía un aspecto pueblerino, donde no había ley ni control”, comenta Alicia Burgos, dependiente de un almacén.

Según el Cabildo había más de 1 200 comerciantes, de los cuales no todos eran informales. Se pudo detectar que de muchos almacenes sacaban mercadería para venderla en la calle.

“Detectamos que un 40% de los comerciantes no vivía en Milagro sino que venía a diario de Guayaquil, Durán, Naranjito, Yaguachi... Son gente que buscaba hacer negocio, pero no les importaba la ciudad”, opina Francisco Asan, alcalde de Milagro.

El censo determinó que 755 comerciantes eran los que debían ser reubicados. La mayor parte de comercio de bazar pasó al parqueo de la Terminal Terrestre.

Para los vendedores de abastos, carnes, frutas y legumbres se regeneraron los mercados de las calles Colón y la 22 de Noviembre.

Pero el proceso de reordenamiento no ha concluido. Asan explica que aún está pendiente la reubicación de comerciantes de abastos de la calle 24 de Mayo, paralela a la García Moreno. Ellos entrarán luego de la remodelación del Centro Comercial y Mercado Central de la ciudad.

Los vendedores tienen diversas perspectivas del cambio. Carlos, como se identificó un comerciante de bisutería, se quejó de que en el parqueo de la terminal no vende ni el 50% de lo que lo hacía en la García Moreno. “Creo que falta más promoción y que la gente se acostumbre a venir acá”. En tono molesto, una comerciante de ropa gritaba que “aquí no se saca ni para el almuerzo”.

Pero hay quienes creen que hay que tener paciencia. “El negocio sí se mueve. El 85% de mis clientes que iban a mi puesto por La Dolorosa, donde estuve por 25 años, viene ahora acá. Me tocó invertir USD 1 500 en montar el local de metal, pero todo se va recuperando”, dice Johnny Mera, comerciante de ropa de mujer.

Con él concuerda Luis López, para quien ahora en el Centro Comercial Popular Mi Lindo Milagro ya no se tiene que pagar USD 5 diarios por el cargador y USD 80 mensuales por bodega.

Unos 20 metros más adelante, en cambio, Manuel Zambrano tararea la salsa Carro de fuego. Él es uno de los 11 comerciantes de la calle 12 de Febrero, que fueron reubicados junto al río Milagro.

El tránsito en la García Moreno es más fluido. Existe más espacio, aunque muchas personas aún conservan la peligrosa costumbre de caminar por la vía.⁹

⁹ (diario prensa la verdad, 2012)

2.1.3 FUNDAMENTACION

2.1.3.1 FUNDAMENTACION SOCIOLOGICA

La presente investigación tiene como carácter sociológica saber cómo se encuentra la población del sector informal.

De esta manera vemos un enfoque sociológico a la cultura que tienen los comerciantes informales de nuestro Cantón. Es decir cuál es el comportamiento de los comerciantes frente a la sociedad, las relaciones que mantienen los comerciantes entre si.

2.1.3.2 FUNDAMENTACIÓN SOCIOECONÓMICA

Esta fundamentación se basa cuando los comerciantes manejan su propio dinero mediante el desenvolvimiento independiente y eficiente de las ventas continuas que realizan para analizar cuál es la situación económica que se está dando en la economía de nuestro país. Y al mismo tiempo estarían demostrando que el crecimiento económico se está dando hoy en día. Por este motivo es necesario investigar el tipo de problema para comprobar en qué grado afecta a la sociedad y a la economía el comercio informal y como se puede dar algunas posibles soluciones.

2.1.3.3 FUNDAMENTACIÓN EMPRESARIAL

El objetivo de este trabajo, es realizar una fundamentación empresarial ya que mediante esto nos garantiza que los comerciantes son microempresarios, usan o aportan de su propio capital en el que se desenvuelven por sí mismo y realizan al

mismo tiempo las funciones propias como: dirección, organización, planificación y controlan sus propias actividades.

Es importante analizar este tipo de problemas, por cuanto debemos comprender que estos sistemas de negocios contribuyen al desarrollo del país y por lo tanto es

necesario definir con exactitud los factores que conllevan a este tipo de actividades y tomar las medidas necesarias para afrontarlo.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Entendemos como marco conceptual a las definiciones e interpretaciones de los diferentes términos utilizados en nuestro proyecto.

Asesoría Administrativa.- El objetivo de la asesoría administrativa es brindar apoyo a nuestros clientes en la toma oportuna de decisiones y el adecuado manejo de su empresa incluyendo análisis a nivel de estructura administrativa considerando para ello la distribución de funciones para cada uno de los puestos laborales de la empresa provocando desarrollo eficiente y eficaz.¹⁰

Asesoría Contable en General.- El objetivo principal de la asesoría contable es brindarle a nuestros clientes apoyo en todas las áreas que abarca el proceso contable, principalmente en lo relacionado con procedimientos y políticas, con el fin de que el ciclo contable constituya una herramienta útil y oportuna para la toma de decisiones.¹¹

Asesoría Financiera.- El objetivo de la consultoría financiera es brindar a nuestros clientes asesoría en el área de las finanzas de su empresa, tal como análisis de los Estados Financieros, Inversiones, rendimientos financieros, entre otras.¹²

Calidad de vida.- Es un concepto de carácter cualitativo que hace referencia al Estado general de bienestar de una persona en relación al uso y disfrute de sus Bienes materiales e inmateriales. En el contexto de la Sociedad actual y la organización administrativa del Trabajo considera, de forma especial, la cantidad de Tiempo Disponible por los trabajadores para permanecer con su familia y para su ocio personal.¹³

¹⁰ (consultoresj, 2013)

¹¹ (consultoresjr, 2013)

¹² (consultoresjr, 2013)

¹³ (eco-finanzas, 2013)

Capital.- En teoría económica, es uno de los factores de la producción y comprende el conjunto de bienes materiales que, habiendo sido creados por las personas, son utilizados para producir otros bienes o servicios.¹⁴

Capitalismo.- El capitalismo consiste en un régimen de bases económicas en el cual la titularidad de los recursos de producción es de carácter privado.¹⁵

Cliente.- Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.¹⁶

Comercio.- Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación.¹⁷

Comerciantes Ambulantes.- Son aquellas personas que se encuentran en las veredas vendiendo cosas sin emitir factura y que participan del comercio informal.¹⁸

Competencia Desleal.- Es aquella competencia que no se desarrolla en las mismas circunstancias, es decir que existen ciertas desventajas que desfavorecen a una de las partes.¹⁹

Comercio Informal.- Es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y / o servicios en la sociedad (esto es lo que le da la formalidad al comercio).²⁰

Consumidores.- Personas que compran productos de consumo.

¹⁴ (educarchile, 2004)

¹⁵ (frasecelebre.net, 2012)

¹⁶ (promonegocios.net, 2012)

¹⁷ (roolabovelazco20, 2012)

¹⁸ (es.scribd, 2008)

¹⁹ (economia48, 2009)

²⁰ (slideshare, 2009)

Demanda -Pedido o encargo de mercancía.

Desempleo.- Es la situación de quienes pudiendo y queriendo trabajar, pierden su empleo o ven reducida temporalmente su jornada ordinaria de trabajo.²¹

Economía informal.- Se denomina economía informal a la actividad económica oculta, solo por razones de elusión fiscal o de control meramente administrativo (por ejemplo, el trabajo doméstico no declarado, la venta ambulante espontánea o la infravaloración del precio escriturado en una compraventa inmobiliaria.²²

Economía Subterránea: Las economías subterráneas, son aquellas actividades las cuales no están registradas por el estado, y afectan el producto interno bruto del país, ya que al no quedar registradas dichas actividades, el estado no percibe dichos ingresos y en las calles se maneja más efectivo que el estado no ve.²³

El subempleo.- Ocurre cuando una persona capacitada para una determinada ocupación, cargo o puesto de trabajo no está ocupado plenamente, por lo que opta por tomar trabajos menores en los que generalmente se gana poco. Uno de los "trabajos del subempleo" es la venta de cosas en la calle.²⁴

Fenómeno Social.-Suceso o circunstancia que demuestra una manifestación de una determinada realidad que involucra a la sociedad.

Impuesto.-Tributo que se exige en función de la capacidad económica de los obligados a su pago.²⁵

Mercado.- Conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y

²¹ (segsocial.es, 2013)

²² (scribd, 2011)

²³ (economio.obolog, 2008)

²⁴ (ine.gub)

²⁵ (ecured, 2013)

servicios. El mercado no necesariamente debe tener una localización geográfica determinada; para que exista es suficiente que oferentes y demandantes puedan ponerse en contacto, aunque estén en lugares físicos distantes.²⁶

Mercado Negro.- Aquel mercado libre que se forma espontáneamente cuando la ley prohíbe su formación. Cuando los precios de bienes y servicios se fijan administrativamente y queda fuera de la ley quien realice transacciones por encima de los mismos, normalmente surgen presiones económicas que obligan a la gente a quebrantar la ley.²⁷

Microempresario.- Un empresario de una empresa chiquita, es alguien que invierte su dinero, generalmente poco en un “negocio”.²⁸

Oferta.- Propuesta que se hace a alguien. Producto que se vende a precio rebajado.

Plaza o distribución.- La distribución del producto hace referencia a la forma en que los productos son distribuidos hacia la plaza o punto de venta en donde estarán a disposición, serán ofrecidos o serán vendidos a los consumidores; así como a la selección de estas plazas o puntos de venta.²⁹

PIB.- Producto Interno Bruto.- Es un término utilizado en macroeconomía para llamar a una medida agregada del valor monetario de la producción final de bienes y servicios de un país durante un determinado período (comúnmente un año).³⁰

Pobreza.- “Las cifras sobre pobreza se estiman aplicando el método del ingreso. Éste considera indigente a la población cuyo ingreso per cápita es inferior al costo de una canasta básica de alimentos que permite satisfacer los requerimientos nutricionales derivados de las recomendaciones internacionales.”³¹

²⁶ (cesar sepulveda, 2013)

²⁷ (eumed.net)

²⁸ (kimerex, 2012)

²⁹ (crecenegocios)

³⁰ (efxto)

³¹ (cesar sepulveda, 2013)

Precio.- En su acepción económica, representa la relación de intercambio de un bien por otro. En otras palabras, es la medida del valor de cambio de los bienes y servicios.³²

Producto.- En términos generales, el producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.³³

Promoción.- “Uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información”³⁴

Publicidad.- La publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.³⁵

Recursos.-Conjunto de elemento con que cuenta una persona o comunidad para resolver una necesidad.

Rentabilidad.- Cualidad de lo que produce renta o beneficios suficientes.

Reordenamiento.- Volver a ordenar algo.

Reubicar.- Ubicar o colocar de nuevo a una persona o una cosa en un lugar.

³² (cesar sepulveda, 2013)

³³ (promonegocios.net)

³⁴ (promonegocios.net)

³⁵ (promonegocios.net)

Trabajo.- Factor productivo que consiste en el esfuerzo humano aplicado a la producción de la riqueza. Es el factor productivo básico, pues sin él no es posible subsistir ni satisfacer las necesidades humanas.³⁶

2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

Las ventas informales en la zona urbana, influyen positivamente en el desarrollo Económico y Social del Cantón Milagro.

2.3.2 Hipótesis Particulares

1.- La falta de cultura tributaria en la gestión administrativa y financiera en los negocios informales, genera evasión de impuestos y a la vez incremento del comercio informal.

2.- La falta de capacitación de los comerciantes informales influye, en la administración comercial y financiera de sus negocios.

3.- Al no contar los comerciantes informales con un buen incentivo de prestación de capitales, ocasiona bajos niveles de productividad en sus negocios.

4.- El desinterés de los comerciantes informales, afecta en la asociación gremial del Cantón Milagro.

5.- La inexistencia de una asociación gremial que defienda los intereses de los comerciantes informales, trae como consecuencia el irrespeto a sus derechos por parte de las autoridades de turno.

³⁶ (cesar sepulveda, 2013)

2.3.3 Declaración de Variables

Cuadro 1. Variable de la hipótesis general

Hipótesis General	
Variable independiente (Causa)	Las Ventas informales en la zona urbana
Variable dependiente (Efecto)	Influyen positivamente en el desarrollo Económico y Social del Cantón Milagro.

Elaborado por: Solis & Almeida.

Cuadro 2. Variable de la hipótesis particular 1

Hipótesis Particular 1	
Variable independiente (Causa)	La Falta de cultura tributaria en la gestión administrativa y financiera en los negocios informales
Variable dependiente (Efecto)	Genera evasión de impuestos y a la vez incremento del comercio informal.

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 3. Variable de la hipótesis particular 2

Hipótesis Particular 2	
Variable independiente (Causa)	La falta de capacitación de los comerciantes informales influye
Variable dependiente (Efecto)	En la administración comercial y financiera de sus negocios.

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 4. Variable de la hipótesis particular 3

Hipótesis Particular 3	
Variable independiente (Causa)	Al no contar los comerciantes informales con un buen incentivo de prestación de capitales
Variable dependiente (Efecto)	Ocasiona bajos niveles de productividad en sus negocios.

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 5. Variable de la hipótesis particular 4

Hipótesis Particular 4	
Variable independiente (Causa)	El desinterés de los comerciantes informales
Variable dependiente (Efecto)	Afecta en la organización de la zona urbana del Cantón Milagro.

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 6. Variable de la hipótesis particular 5

Hipótesis Particular 5	
Variable independiente (Causa)	La inexistencia de una organización gremial que defienda los intereses de los comerciantes informales
Variable dependiente (Efecto)	Trae como consecuencia el irrespeto a sus derechos por parte de las autoridades de turno

Elaborado por: Solis & Almeida

2.3.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 7. Operacionalización de las variables

HIPO TESIS	VARIABLES		CONCEPTUALIZACION	INDICADORES	TECNICA / INSTRUMENTO
General	V .I.	Ventas Informales	Es la realizada por comerciantes, fuera de un establecimiento comercial permanente.	-INEC	Encuesta/Cuestionario Entrevista/Formulario
	V.D.	Desarrollo económico y social	Proceso por el que una sociedad cambia su organización económica pasando de un sistema tradicional y estacionario a otro moderno que permite el crecimiento económico continuado.	-PIB -PEA	Encuesta/Cuestionario Entrevista/Formulario
Particular 1	V .I.	Cultura tributaria	Es el conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria.	-INEC	Encuesta/Cuestionario Entrevista/Formulario
	V.D.	Evasión de impuestos	Es el impago del impuesto tras producirse el hecho imponible, incurriendo en la consiguiente infracción tributaria y la posibilidad de ser sancionado.	-PIB	Encuesta/Cuestionario Entrevista/Formulario
Particular 2	V .I.	Capacitación	Esta falta de capacitación no solo tiene causa sociales, sino también políticas. Estas pueden ser la indiferencia del gobierno y la mala distribución del presupuesto asignado al sector educación	-Indicadores de aprendizajes	Encuesta/Cuestionario Entrevista/Formulario
	V.D.	Administración comercial y financiera	La Administración Financiera y operativa tiene que hacer mayor énfasis en los aspectos estratégicos conforme lo explican los administradores como efectos de información, señales financieras etc.	-Indicadores Financieros	Entrevista/Formulario
Particular 3	V .I.	Prestación de capitales	Es el capital monetario que su poseedor concede a otros capitalistas por un determinado tiempo y por una determinada remuneración en calidad de interés	-Indicadores Financieros	Encuesta/Cuestionario
	V.D.	Niveles de productividad	No contar con un alto nivel de capital, baja la producción de sus ventas y a la vez le generan poco ingreso.	-Indicadores de resultados	Encuesta/Cuestionario
Particular 4	V .I.	Poco interés de los comerciantes	Indica una cierta cantidad de no superarse.	-Indicadores de aprendizajes	Encuesta/Cuestionario
	V.D.	Organización de la zona urbana del Cantón Milagro	La mala organización nos hará perder mucho tiempo y esto irá ligado a perder dinero o dejar de ganarlo.	-Indicadores de desempeño	Encuesta/Cuestionario Entrevista/Formulario
Particular 5	V .I.	Organización gremial	El conjunto de actividades que desarrollan tanto los representantes sindicales del personal como los representantes de la empresa, tendientes a satisfacer las quejas y reclamaciones que cualquiera de las partes formula frente a otra."	-Indicadores de desempeño	Entrevista/Formulario
	V.D.	Irrespeto a sus derechos	No tener sus derechos, libertad que incluyen a toda persona, por el simple hecho de su condición humana, para la garantía de una vida digna.	-Indicadores de derecho humano	Encuesta/Cuestionario

Elaborado por: Solis & Almeida

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La investigación puede ser clasificada con base a los siguientes criterios por el propósito o las finalidades a perseguir.

Investigación Bibliográfica: Es aquella información que existe en documentos y materiales de índole permanente a la que se puede acudir como fuente de referencia en cualquier momento y lugar sin alterar su naturaleza o sentido para poder comprobar su autenticidad³⁷.

Debido a que hemos recurrido a fuentes secundarias que nos han proporcionado información relevante de los aspectos sociales y económicos, indicando algunas características del origen de la investigación.

Investigación Exploratoria: Este tipo de estudio ayuda a dividir un problema muy grande y llegar a unos sub-problemas, más precisos hasta en la forma de expresar las hipótesis. Se puede generar para aplicar el criterio y dar prioridad a algunos problemas³⁸.

Aplicaremos esta investigación porque se formularan hipótesis si es que el marco teórico no cuenta con los suficientes datos tendremos que indagar más con respecto al problema y dar criterios que sirvan como aporte investigativo.

³⁷ (Mora, Metodología de la investigación, 2006)

³⁸ (Namakforoosh, 2005)

Investigación de Campo: Es aquella en la que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador el cual recoge los datos de las conductas observadas³⁹.

Se debe a que lo realizaremos en el lugar donde se produce la necesidad, donde analizaremos cada una de sus partes lo más cercano posible utilizando la observación, entrevistas y encuestas luego de obtener toda la información necesaria, será analizada. Nuestro trabajo es de tipo de campo debido a que hemos obtenido información directa de las personas que conforma nuestro grupo objetivo.

Investigación Descriptiva: Comprende la descripción, registró análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos, trabaja sobre realidades y características fundamentales⁴⁰.

Ya que nos permitirá establecer las causas, es decir lo que origina la realidad de nuestro estudio y conocer los efectos que traen consigo este problema.

Investigación Correlacional Explicativa: Tiene como objetivo evaluar la relación que existen entre dos o más conceptos, categorías o variables, en alguna medida un valor explicativo, aunque parcial, permiten que estos se relacionen y aporten con cierta información explicativa⁴¹.

Se verá reflejada en la comprobación de las hipótesis al obtener la certeza planteadas en nuestro proyecto. El diseño debe ser declarado como cualitativo debido a la recolección, estudio y análisis de grandes cantidades de datos mediante técnicas y tecnología estadística y además consiste en descripciones detalladas de personas que nos dicen sus experiencias, creencias, pensamientos y reflexiones del tema a investigar.

³⁹ (Mora, Metodología de la invetigacion, 2006)

⁴⁰ (Moguel, 2005)

⁴¹ (Gómez, 2006)

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Para la definición de la población se tomó como referencia, los datos estadísticos proporcionados por la Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro.

A si mismo mediante el cobro de impuestos se tiene registrados el número de comerciantes informales que llegan de los diferentes lugares del Cantón, que será la población total a inferir con los resultados del estudio.

3.2.2 Delimitación de la población

La población que hemos escogido se encuentra en la zona urbana del Cantón Milagro. Seleccionamos una población de 1500 personas aproximadamente dedicadas al comercio informal.

3.2.3 Tipo de Muestra

Al ser amplia la cantidad de comerciantes informales del Cantón Milagro, nos vemos en la obligación de establecer una muestra que en nuestro caso será de tipo no probabilística.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

A través de la siguiente formula nos permitirá estimar cuánto será la muestra para realizar las encuestas a los comerciantes informales.

$$n = \frac{Npq}{(N-1)(E^2/4) + pq}$$

$$n = \frac{1500(225)(1-225)}{(1500-1)(5^2/4) + (225)(224)}$$

$$n = \frac{-75600000}{(1449)(6.25) + (-50400)}$$

$$n = \frac{-75600000}{9368.75 - 50400}$$

$$n = \frac{-75600000}{-41031.25}$$

$$n = 1842.49 \rightarrow 5\% = 1800 * 0.05$$

$$n = 90$$

La muestra es el total (n) a quienes vamos a realizar las encuestas, en este caso a 90 personas que son consideradas como comerciantes informales.

3.2.5 Proceso de Selección.

La muestra seleccionada está establecida en base a un muestreo no probabilístico pero de tipo aleatorio en el momento de aplicar los instrumentos de recolección de datos.

3.3 METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Usaremos en nuestro proyecto los siguientes métodos:

Histórico-lógico: El método histórico lógico estudia los acontecimientos pasados y relaciona las diversas etapas de los fenómenos.

Este método se lo aplicó para establecer los antecedentes históricos porque podemos determinar el origen y cómo han evolucionado los comerciantes informales de la zona urbana del Cantón Milagro.

Método Analítico: Es un proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de sus partes del todo para estudiarlas en forma individual⁴². Este método lo utilizaremos luego de aplicar las encuestas y entrevistas, al procesar la información previamente obtenida permitiéndonos reproducir minuciosamente los resultados.

Método Sintético: Consiste en integrar los datos dispersos de un objeto de estudio para estudiarlo en su totalidad. Lo usaremos con la finalidad de aportar criterios que sean de gran utilidad en nuestra investigación. En base al análisis e interpretación que realicemos a los mismos y por ende determinar las conclusiones y recomendaciones.

Método Inductivo: Se utiliza el razonamiento para tener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general⁴³.

La inducción se la aplicó al momento de hacer la propuesta a los comerciantes del Cantón Milagro para que ellos acepten. Este método nos permitirá empezar desde lo particular hasta lo general; por ejemplo, con la observación de la necesidad, luego buscaremos las causas y efectos que se han formado a raíz de este problema y con ello definitivamente ir a la publicación de los resultados.

Método Deductivo: Es el método que permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares.

En nuestra investigación determinará y analizará el comportamiento general de los comerciantes informales del Cantón Milagro. En el momento que los comerciantes acepten la propuesta planteada, de la información recabada, nos permitirá corroborar o a su vez eliminar la hipótesis planteada.

⁴² (Torres, 2006)

⁴³ (Torres, 2006)

3.3.2 MÉTODOS EMPÍRICOS

La Observación

La observación es una técnica que consiste en mirar atentamente el fenómeno, hecho o caso con la finalidad de tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Utilizamos esta técnica porque primero analizaremos geográficamente el sector donde vamos a aplicar las encuestas y también lo aplicaremos de manera cuantitativa al momento de analizar e interpretar los resultados.

3.3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Las técnicas a utilizar serán la entrevista y la encuesta a los comerciantes del Cantón Milagro.

Encuestas: Están destinada a recoger información sobre un grupo de sujetos en estudio⁴⁴. La técnica de la encuesta es una opción donde realizaremos un cuestionario para usarlo como herramienta que nos permita recopilar información de los habitantes del Cantón Milagro. La misma que será aplicada a los comerciantes informales de la zona urbana del Cantón Milagro.

Entrevista: Consiste en realizar preguntas que el entrevistado lo comprenda y pueda responder dando su opinión⁴⁵. Será dirigida a los directivos y profesionales involucrados en el comercio informal del Cantón. Estos datos nos mostrarán ciertos factores que influyen en el desarrollo económico y social del Cantón Milagro.

⁴⁴ (Claudio Urbano, 2006)

⁴⁵ (Pardinas, 2006)

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

Para la tabulación y análisis de los datos correspondientes a este estudio, se utilizará gráficos de columnas y circulares en cada una de las preguntas de las encuestas, entrevistas, y también se realizará la interpretación de las mismas, cada uno de estos cuadros estadísticos estará con enumeración y pie de página y tendrá su propio índice de datos. La cual vamos a utilizar el programa de Excel. Así se logrará emitir los resultados estadísticos de forma rápida, y le da calidad y eficiencia al trabajo.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Consideramos que los mecanismos utilizados en el trabajo de campo (encuestas y entrevistas) fueron dirigidos a los comerciantes informales de la zona urbana del Cantón Milagro, y a los Funcionarios Municipales del Cantón nos ha ayudado a obtener conocimientos básicos que serán de gran ayuda para sustentar y defender nuestra propuesta sobre la “Creación e implementación de una consultoría para brindar asesoría y capacitación en administración comercial y financiera a comerciantes informales del Cantón Milagro”. Por otra parte, tenemos la plena seguridad que la información recabada es óptima y real debido a que las respuestas han sido claras y precisas de parte de los comerciantes informales de la zona urbana encuestados y de los Funcionarios Municipales entrevistados.

4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Los resultados obtenidos tendrán su debido desarrollo metódico de selección, tabulación y análisis de resultados y para ello debemos seguir los siguientes pasos.

- a) Aplicación de los instrumentos
- b) Recolección de datos
- c) Selección de la información
- d) Tabulación de la información
- e) Diseño de cuadros, gráficas y tablas estadísticas
- f) Análisis e interpretación de resultados

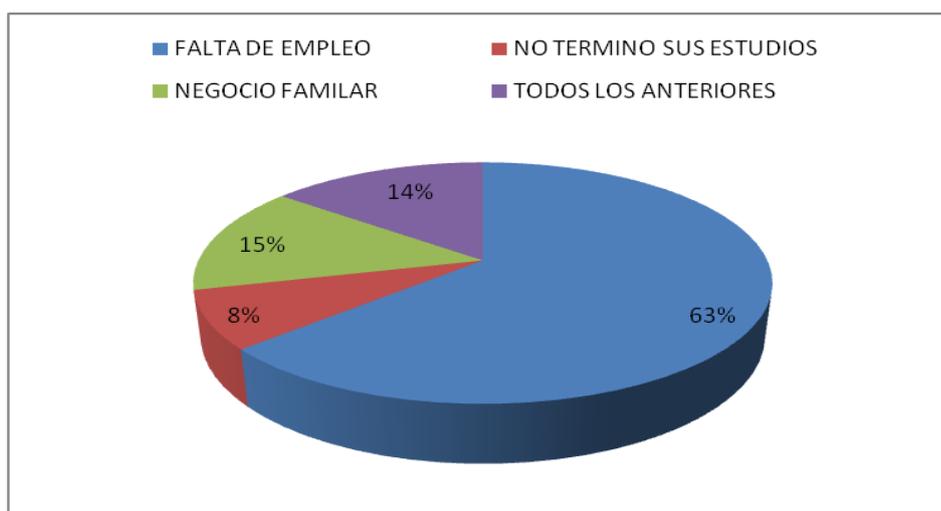
Pregunta 1.

¿Cuál de las siguientes causas considera Ud. Primordial por la cual se ejerce esta actividad?

Cuadro 8. Nivel de conocimiento sobre las principales causas por las que se dedican a esta actividad.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Falta de Empleo	57	63%
• No Termino sus Estudios	7	8%
• Negocio Familiar	13	15%
• Todos los Anteriores	13	14%
TOTAL	90	100%

Figura 6. Nivel de conocimiento sobre las principales causas por las que se dedican a esta actividad.



Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes informales del Cantón Milagro.

Elaborado por: Solis & Almeida.

ANALISIS: Del estudio realizado podemos analizar que 6 de cada 10 comerciantes informales, consideran que por la falta de empleo se dedican a la actividad informal, 2 porque continúan con negocio familiar, mientras que 1 por que no termino los estudios y otro por que consideran que todos los factores anteriores.

INTERPRETACION: De la información obtenida podemos indicar que mas de la mitad de los comerciantes informales encuestados obtaron por la opción falta de empleo porque existen pocas plazas o fábricas.

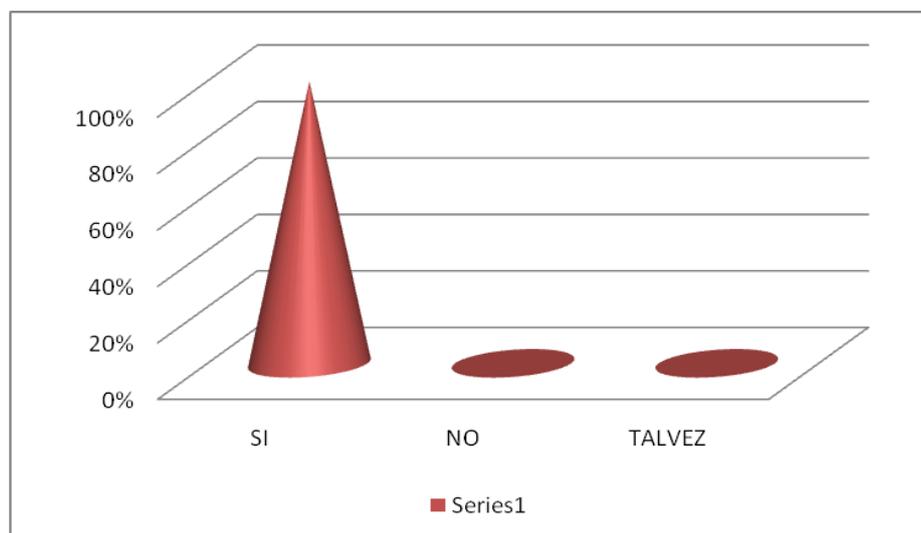
Pregunta 2.

¿Considera Ud. Que el trabajo informal contribuye para el desarrollo social y económico al Cantón Milagro?

Cuadro 9. Contribución del comercio informal al desarrollo social y económico del Cantón Milagro.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Si	90	100%
• No	0	0%
• Tal vez	0	0%
TOTAL	90	100%

Figura 7. Contribución del comercio informal al desarrollo social y económico del Cantón Milagro.



Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes informales del Cantón Milagro.
Elaborado por: Solis & Almeida.

ANALISIS: Observamos que el 100% de los comerciantes informales encuestados, si consideran que el comercio informal contribuye para el desarrollo económico y social del Cantón Milagro, y las alternativas NO y TALVEZ no influyen en nuestro estudio.

INTERPRETACION:. De la información recabada se puede interpretar que la totalidad de los comerciantes informales encuestados están conscientes que el comercio informal contribuye para el desarrollo social y económico del Cantón Milagro.

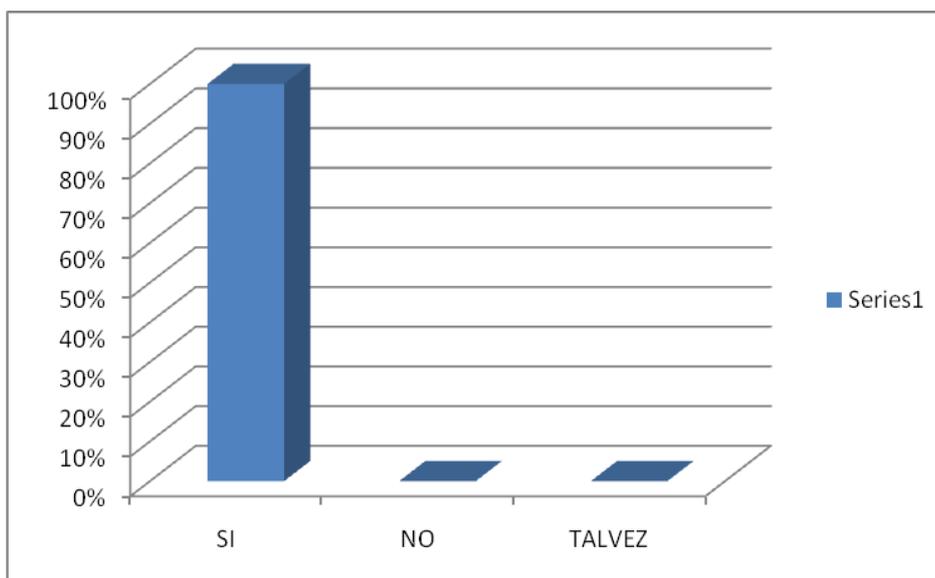
Pregunta 3.

¿Considera Ud. que por falta de incentivo de capital le conduzca a bajar los niveles de productividad de su negocio?

Cuadro 10. Nivel de información sobre la falta de incentivos de capital.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Si	90	100%
• No	0	0%
• Tal vez	0	0%
TOTAL	90	100%

Figura 8. Nivel de información sobre la falta de incentivos de capital.



Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Solis & Almeida.

ANALISIS: Observamos que el 100% de los comerciantes informales consideran que por falta de incentivos de capitales les conduce a bajar los niveles de productividad de sus negocios.

INTERPRETACION: De la información obtenida se puede inferir que la totalidad de los comerciantes informales necesitan de incentivos de capitales para mejorar la productividad de sus negocios.

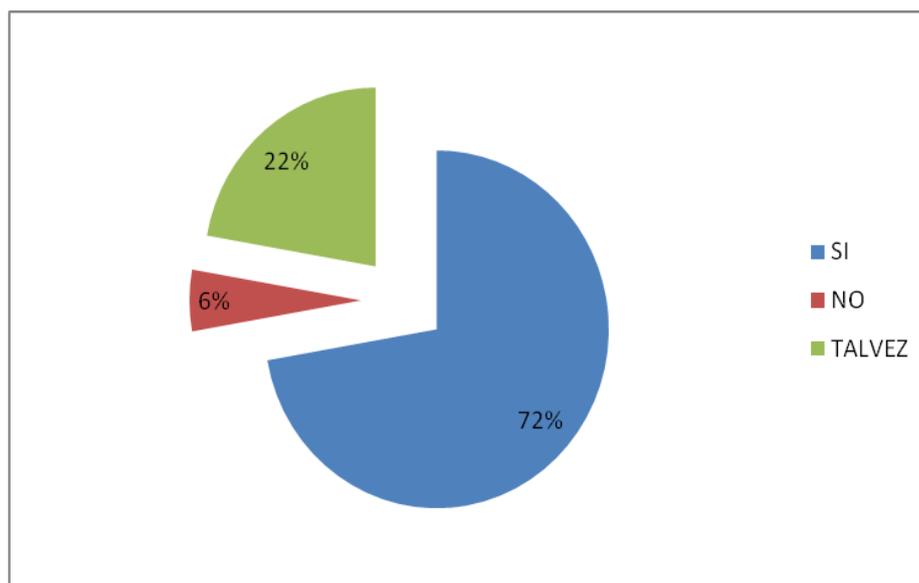
Pregunta. 4

¿Considera Ud. Que la falta de organización de los comerciantes informales generan conflicto internos en el gremio al cual pertenecen?

Cuadro 11. Nivel de conocimiento con respecto a la falta de organización de los comerciantes informales en el gremio al cual pertenecen.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Si	65	72%
• No	5	6%
• Tal vez	20	22%
TOTAL	90	100%

Figura 9. Nivel de conocimiento con respecto a la falta de organización de los comerciantes informales en el gremio al cual pertenecen.



Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes informales del Cantón Milagro.
Elaborado por: Solis & Almeida.

ANALISIS: Observamos que 7 de cada 10 comerciantes informales están consiente que existe caos por falta de organización, 1 corresponde a la alternativa **no** y 2 para la alternativa **Talvez**, por tanto son insignificantes para el análisis.

INTERPRETACION: De los resultados obtenidos se puede interpretar que la mayoría de los comerciantes informales indican que, existe desorden por parte de los comerciantes informales en el gremio al cual pertenecen.

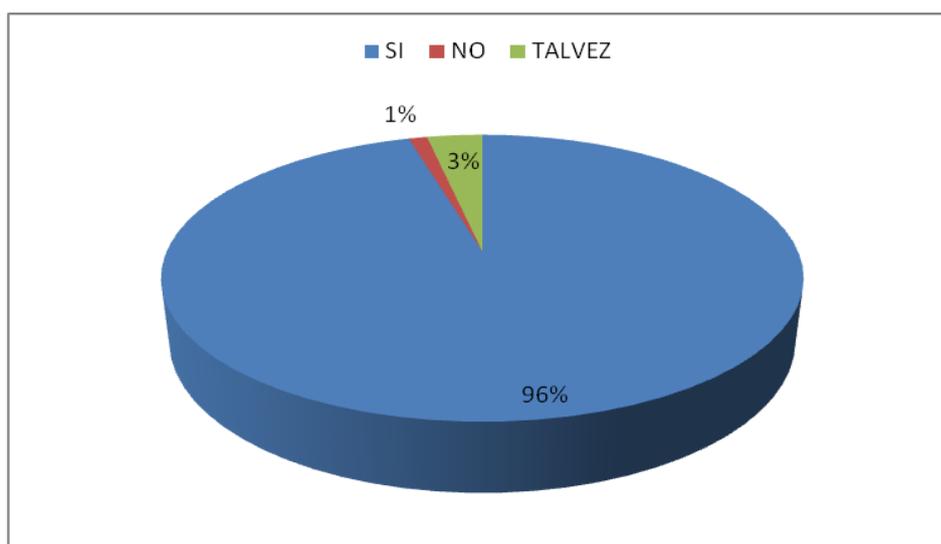
Pregunta 5.

¿Estaría Ud. de acuerdo en pertenecer a una Asociación Gremial que defienda sus derechos?

Cuadro12. Nivel de conocimiento con respecto a pertenecer a una Asociación Gremial.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Si	86	96%
• No	1	1%
• Tal vez	3	3%
TOTAL	90	100%

Figura 10. Nivel de conocimiento con respecto a pertenecer a una Asociación Gremial.



Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes informales del Cantón Milagro.
Elaborado por: Solis & Almeida.

ANALISIS: Observamos que el 100% de los comerciantes informales están concientes en pertenecer a una Asociación gremial que defienda sus derechos, y las alternativas no y tal vez son insignificantes para el análisis.

INTERPRETACION: De la información antes indicada se puede obtener que la totalidad de los comerciantes informales si están interesados en pertenecer a una asociación gremial.

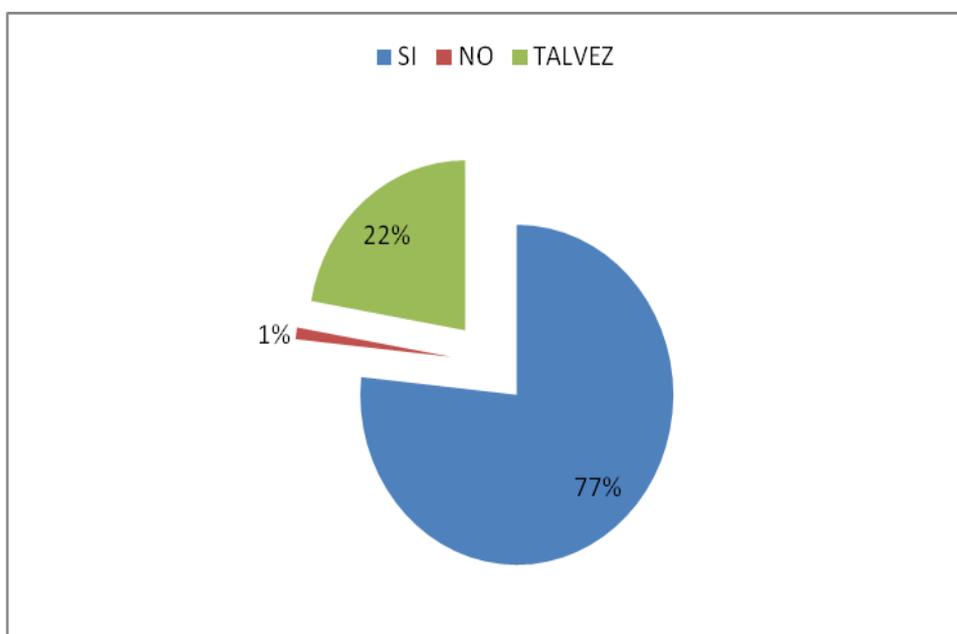
Pregunta 6.

¿Considera Ud. que la falta de educación en cultura tributaria genera incremento en el comercio informal?

Cuadro 13. Nivel de conocimiento sobre el incremento del comercio informal.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Si	69	77%
• No	1	1%
• Tal vez	20	22%
TOTAL	90	100%

Figura 11. Nivel de conocimiento sobre el incremento del comercio informal.



Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes informales del Cantón Milagro.
Elaborado por: Solis & Almeida

ANALISIS: Observamos que 8 de cada 10 comerciantes informales encuestados consideran que si ha incrementado los comerciantes informales, 1 que no lo consideran y 2 que talvez.

INTERPRETACION: De la información recabada se puede interpretar que la mayoría de los comerciantes informales están conscientes que por falta de cultura tributaria se han sumado al número de comerciantes ya existentes.

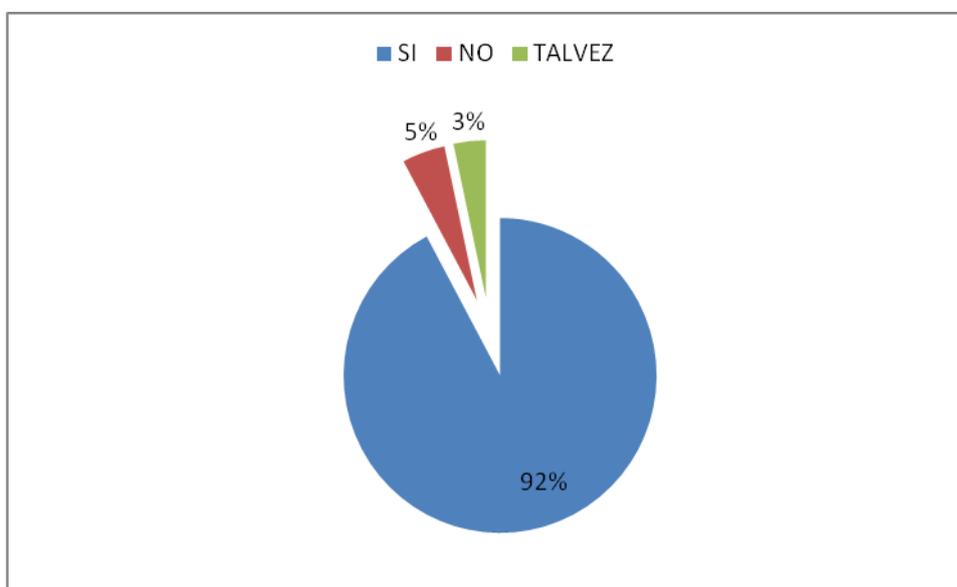
Pregunta 7.

¿Le gustaría a Ud. Capacitarse en cursos de emprendimientos y cultura tributaria otorgados por la Universidad?

Cuadro 14. Nivel de información sobre capacitación.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Si	83	92%
• No	4	5%
• Tal vez	3	3%
TOTAL	90	100%

Figura 12. Nivel de información sobre capacitación.



Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes informales del Cantón Milagro.
Elaborado por: Solís & Almeida

ANALISIS: Observamos que 9 de cada 10 comerciantes informales si desean la capacitación en cursos de emprendimientos, 1 no desea el curso de capacitación por no contar con tiempo disponible, mientras que el Talvez corresponde al 0% y esto es insignificante para el análisis.

INTERPRETACION: De la información obtenida se puede lograr que la mayoría de los comerciantes informales encuestados se encuentren interesados en recibir cursos de emprendimiento que otorgara la Universidad Estatal de Milagro.

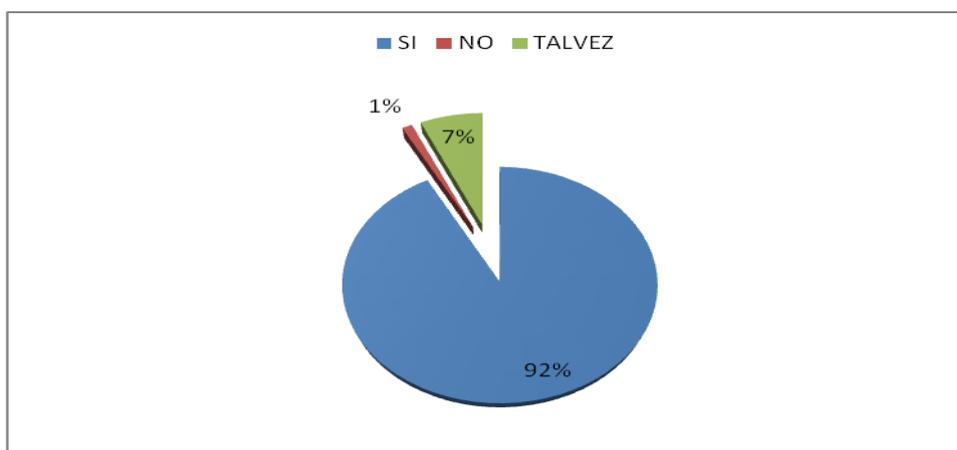
Pregunta 8.

¿Según su criterio considera Ud. Importante la creación e implementación de una consultoría para brindar asesoría y capacitación en administración operativa y financiera a los comerciantes informales del Cantón Milagro?

Cuadro 15. Nivel de conocimiento con respecto a la creación de una consultoría para brindar asesoría a los comerciantes informales del Cantón Milagro.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Si	83	92%
• No	1	1%
• Tal vez	6	7%
TOTAL	90	100%

Figura 13. Nivel de conocimiento con respecto a la creación de una consultoría para brindar asesoría a los comerciantes informales del Cantón Milagro.



Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes informales del Cantón Milagro.

Elaborado por: Solis & Almeida

ANALISIS: Observamos que 9 de cada 10 comerciantes informales están de acuerdo en la creación de la consultoría para recibir asesoría y capacitación en administración operativa y financiera y las alternativas no y tal vez son insignificantes para el análisis.

INTERPRETACION: De la información obtenida se puede interpretar que la mayoría de los comerciantes informales sí desean la creación de la consultoría para recibir asesoría y capacitación en administración operativa y financiera.

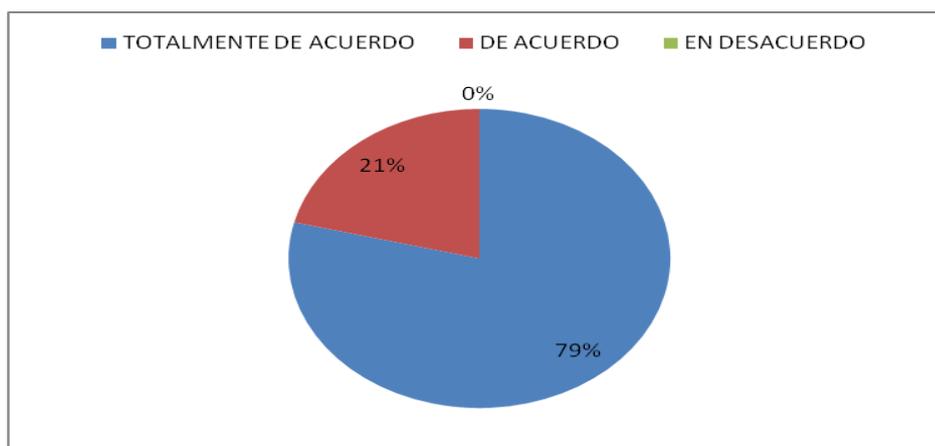
Pregunta 9.

¿Considera Ud. Importante que el gobierno Municipal del Cantón Milagro gestione la creación e implementación de un Centro Comercial exclusivo para comerciantes informales?

Cuadro 16. Nivel de conocimiento sobre la implementación de un centro comercial exclusivo para comerciantes informales.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
• Totalmente de Acuerdo	71	79%
• De Acuerdo	19	21%
• En Desacuerdo	0	0%
TOTAL	90	100%

Figura 14. Nivel de conocimiento sobre la implementación de un centro comercial exclusivo para comerciantes informales.



Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes informales del Cantón Milagro.
Elaborado por: Solís & Almeida.

ANÁLISIS: Observamos que el 100% de los comerciantes informales están totalmente de acuerdo en la implementación de un centro comercial exclusivo para comerciantes informales.

INTERPRETACION: De la información obtenida se puede interpretar que la totalidad de los comerciantes informales están de acuerdo en que se implemente un centro comercial exclusivo para comerciantes informales de parte de las autoridades de turno.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 17. Verificación de las hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
Las ventas informales en la zona urbana, influyen positivamente en el desarrollo Económico y Social del Cantón Milagro.	Analizando la segunda pregunta de la encuesta, el 100% de los comerciantes informales encuestados argumentan que las ventas informales contribuyen positivamente al desarrollo Económico y Social del Cantón Milagro.
Hipótesis Particular 1. La falta de cultura tributaria en la gestión administrativa y financiera en los negocios informales, genera evasión de impuestos y a la vez incremento del comercio informal.	Es indudable que debido a la falta educación en cultura tributaria se evada el pago de impuestos y por ende se incrementa el comercio informal, así lo declara en la pregunta 6 de la encuesta.
Hipótesis Particular 2. La falta de capacitación de los comerciantes informales influye, en la administración comercial y financiera de sus negocios.	Evidentemente que el desinterés de parte de las autoridades de turno en capacitar a los comerciantes informales hace que sus negocios no incrementen sus capitales y deseen capacitarse, así lo manifiestan en la pregunta 7 de la encuesta.
Hipótesis Particular 3. Al no contar los comerciantes informales con un buen incentivo de prestación de capitales, ocasiona bajos niveles de productividad en sus negocios.	Probablemente al no contar con la facilidad de obtener prestaciones de capitales, no puedan incrementar sus negocios y salir de ser informales así lo demuestra en la pregunta 3 de la encuesta.
Hipótesis Particular 4. La inexistencia de una asociación gremial que defienda los intereses de los comerciantes informales, trae como consecuencia el irrespeto a sus derechos por parte de las autoridades de turno.	Obviamente al no pertenecer a una asociación gremial que defienda sus intereses como comerciantes, esto conlleva a que las autoridades de turno, irrespeten sus derechos y desean pertenecer a un gremio así lo consideran en la pregunta 5 de la encuesta.
Hipótesis Particular 5. El desinterés de los comerciantes informales afecta en la organización de la zona urbana comercial del Cantón Milagro.	Indudablemente la poca concientización de parte de los comerciantes informales, genera conflictos internos en el comercio del Cantón Milagro, así lo manifiestan los encuestados en la pregunta 4.

Elaborado por: Solis & Almeida

CAPITULO V PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación e implementación de una consultoría para brindar asesoría y capacitación en administración comercial y financiera a comerciantes informales del Cantón Milagro.

5.2 JUSTIFICACION

Por medio de los resultados obtenidos en las encuestas consideramos pertinente justificar nuestra propuesta de crear e implementar una consultoría para brindar asesoría y capacitación a los comerciantes informales del Cantón Milagro.

Es por eso que, se quiere implementar la consultoría para brindar, asesoría y capacitación en administración comercial y financiera a los comerciantes informales del Cantón. Por otra parte, debido al crecimiento de esta actividad informal, hemos podido observar que no existe una consultoría dedicada a los comerciantes informales, ya que mediante esto, hemos percibido en nuestro entorno, surge la necesidad de crear una consultoría para que las personas dedicadas a esta actividad informal, puedan adquirir una serie de capacitaciones, las mismas que permitirán mejorar el nivel productivo, comercial y financiero de estas personas.

Finalmente, para justificar nuestra propuesta que de acuerdo a nuestro estudio de campo nos podemos dar cuenta que el 92 % de los comerciantes informales desean la creación de una consultoría.

5.3 FUNDAMENTACION

Se denomina economía informal a la actividad económica oculta solo por razones de elusión fiscal o de control meramente administrativo por ejemplo, el trabajo doméstico no declarado, la venta ambulante espontánea, la infravaloración del precio escriturado en una compraventa inmobiliaria.

La economía informal o irregular forma parte de la economía sumergida, junto con las actividades económicas ilegales por ejemplo, la facturación falsa o falseada, el tráfico de drogas, el tráfico de armas, la prostitución, el blanqueo de capitales.⁴⁶

El comercio informal como componente importante de la economía informal es un elemento de gran importancia para los gobiernos municipales de los países principalmente subdesarrollados, puesto que genera muchas actividades y empleos, además ha tenido una evolución de carácter positivo en los últimos decenios con respecto a los ingresos que produce; por tanto es un sector que debe ser estudiado minuciosamente para determinar sus características fundamentales y definir su rol dentro de la economía nacional.⁴⁷

Nuestra propuesta se fundamenta ya que los comerciantes informales se encuentran en esta actividad debido a que no encuentra hoy en día fuentes de trabajo y es por eso que ellos acuden a esta actividad. Por lo general realizan sus ventas continuas para sacar adelante a sus familias demostrando un crecimiento económico. Con respecto a esto ellos están haciendo o formándose como microempresarios por lo que aportan su propio capital, se desenvuelven por si solo sin tener a nadie quien los dirija y los controle.

Hay que considerar que el comercio informal, activa la economía en el lugar donde se lo realiza.

⁴⁶ (wikipedia.org)

⁴⁷ (eumed.net)

Es por eso que decidimos proponer el tema para que de esta manera los comerciantes informales tomen la iniciativa de recibir capacitación y asesoría para incrementar sus negocios.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Crear e implementar una consultoría, mediante financiamiento propio y de la empresa privada, para brindar asesoría y capacitación en administración comercial y financiera a comerciantes informales del Cantón Milagro.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Determinar el lugar estratégico para la ubicación y creación de la consultoría.
- Establecer los mecanismos legales para la creación e implementación de la consultoría.
- Definir el perfil profesional de los colaboradores de la consultoría.
- Determinar el estado financiero para la implementación y mantenimiento de la consultoría.
- Establecer los medios para publicitar los servicios que presta la consultoría.

5.5 UBICACIÓN

5.5.1 Localización

La consultoría se ha considerado ubicarla en el Centro del Cantón Milagro, que presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad.

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

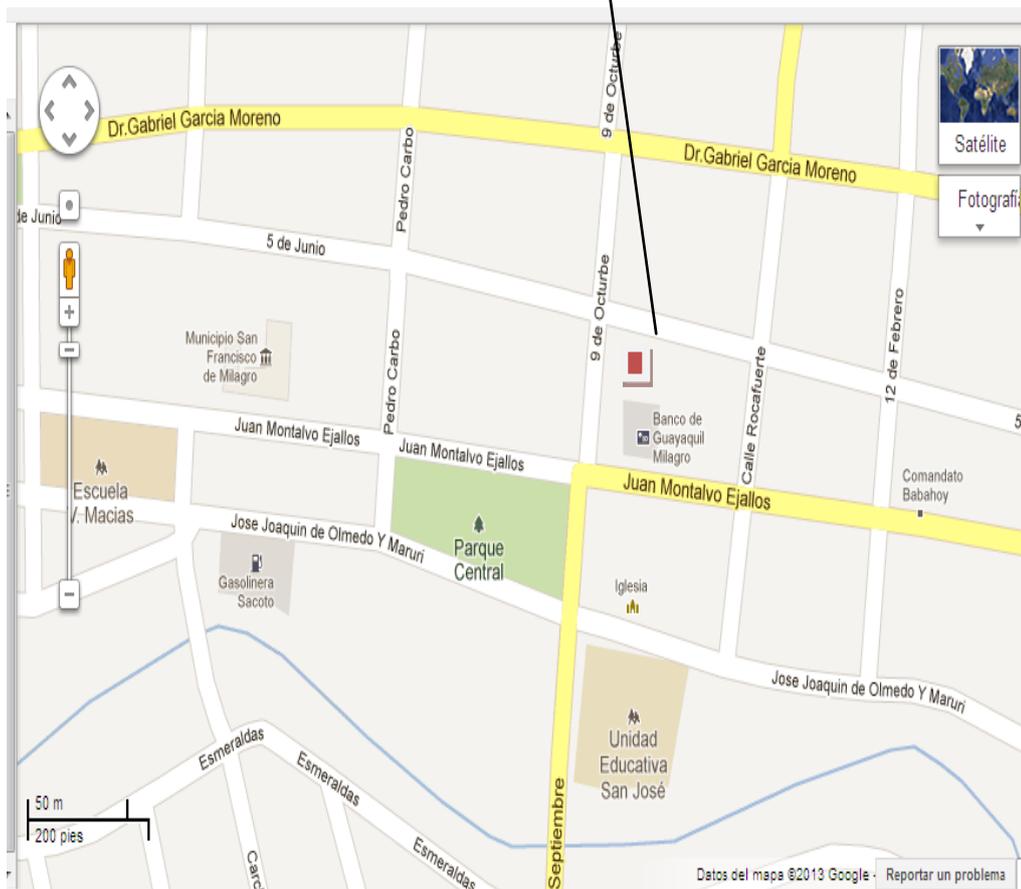
Cantón: Milagro

Sector: Cabecera central del cantón Milagro

Calles: 9 de Octubre entre 5 de Junio y Juan Montalvo

Figura 15. Ubicación de la Consultoría

Consultoría Solis & Almeida



Fuente: Google Maps

5.5.2 Delimitación de la ubicación

Nuestra consultoría estará ubicada en el sector céntrico del Cantón Milagro en las calles 9 de Octubre entre 5 de Junio y Juan Montalvo edificio Sra. de Vargas local # 2 planta baja.

Es un edificio recientemente construido, con buena ubicación para cualquier actividad comercial y de prestación de servicios como lo es nuestra consultoría.

5.5.3 Infraestructura

La infraestructura donde funcionara la Consultoría Solis & Almeida cuenta con un espacio amplio y cómodo con sus respectivos áreas tanto para el personal administrativo como para nuestros clientes que en este caso serán los comerciantes informales del Cantón Milagro.

Cuadro 18. Distribución Interna de la Asesoría



Elaborado por: Solis & Almeida

5.6 FACTIBILIDAD

5.6.1 Razón social

Consultoría “Solis & Almeida” Cía. Ltda.

5.6.2 Slogan

La mejor opción para tu negocio y desarrollo comercial

5.6.3 Logotipo

Es la imagen que representa a la consultoría

Figura 16. Logo de la Consultoría



Elaborado por: Solis & Almeida

Misión

Es una empresa que ofrece soluciones rápidas y efectivas mediante una asesoría personalizada que contribuyan al crecimiento y expansión de sus negocios, con eficiencia, ética profesional, responsabilidad, cumplimiento y respeto, que brinda confianza a las personas dedicadas al comercio informal del Cantón Milagro.

Visión

Ser una empresa de consultoría administrativa, ofreciendo un servicio profesional a nuestros comerciantes informales, al mismo tiempo contribuyendo al desarrollo económico en sus negocios.

Valores Corporativos

- **Eficiencia:** Lograremos los objetivos propuestos con oportunidad y claridad dentro de la empresa.
- **Ética Profesional:** Contara con profesionales altamente capacitados para brindar un excelente servicio a nuestros comerciantes informales.
- **Responsabilidad:** Responsables en todo momento, cumpliendo con nuestro compromiso con los comerciantes informales del Cantón Milagro.
- **Cumplimiento:** Cumplimiento rápido y efectivo en la atención de nuestros clientes con lo cual obtendremos la confianza y seguir manteniéndonos en el mundo laboral como empresa
- **Respeto:** Nuestros asesores que brindan sus servicios profesionales en Consultoría Solis & Almeida Cía. Ltda., tratarán con respeto a nuestros clientes los comerciantes informales.

Análisis FODA

Cuadro 19. Análisis FODA de la Consultoría Solis & Almeida

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Disponibilidad de recursos	Disponibilidad de tiempo
Personal Capacitado	Ausencia de clientes
Disponibilidad de lugar físico	Gastos elevados en la adecuación de la consultoría
Acogida de nuestro servicio	Ocupaciones en diversas áreas de la consultoría
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Ubicación estratégica de la consultoría	No tener aceptación en el mercado
No existe competencia	Competidores indirectos
Brindamos seguridad a los clientes	Asesores informales
Personas interesadas en recibir nuestra capacitación.	Presencia de servicios profesionales que ofrecen las consultorías jurídicas.

Elaborado por: Solis & Almeida.

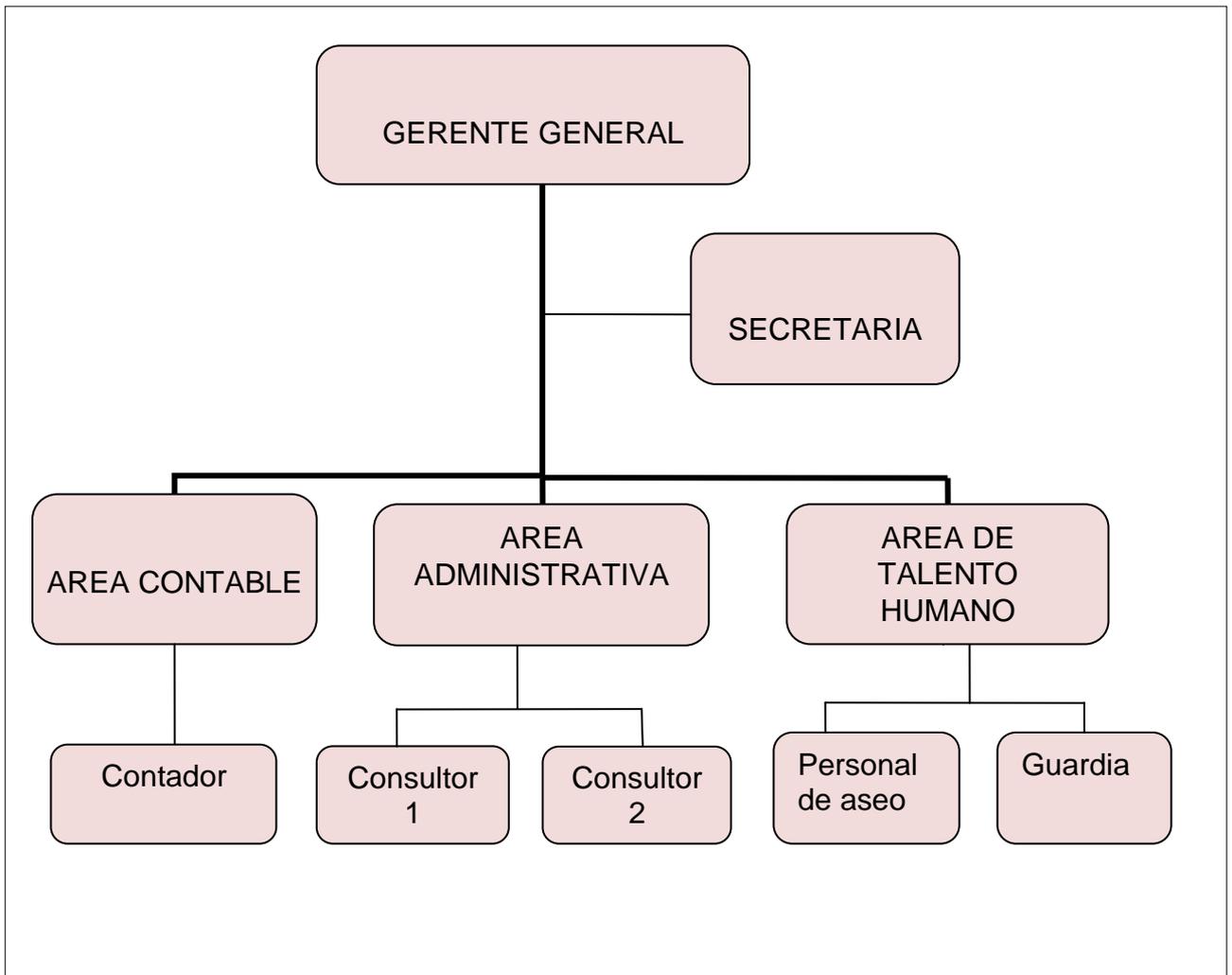
5.6.3.2 Objetivo de la consultoría

Proporcionar a los comerciantes informales orientación, metodologías, y apoyo profesional especializado, en busca de soluciones orientadas al logro de un desarrollo comercial y económico.

5.6.4 Aspecto administrativo

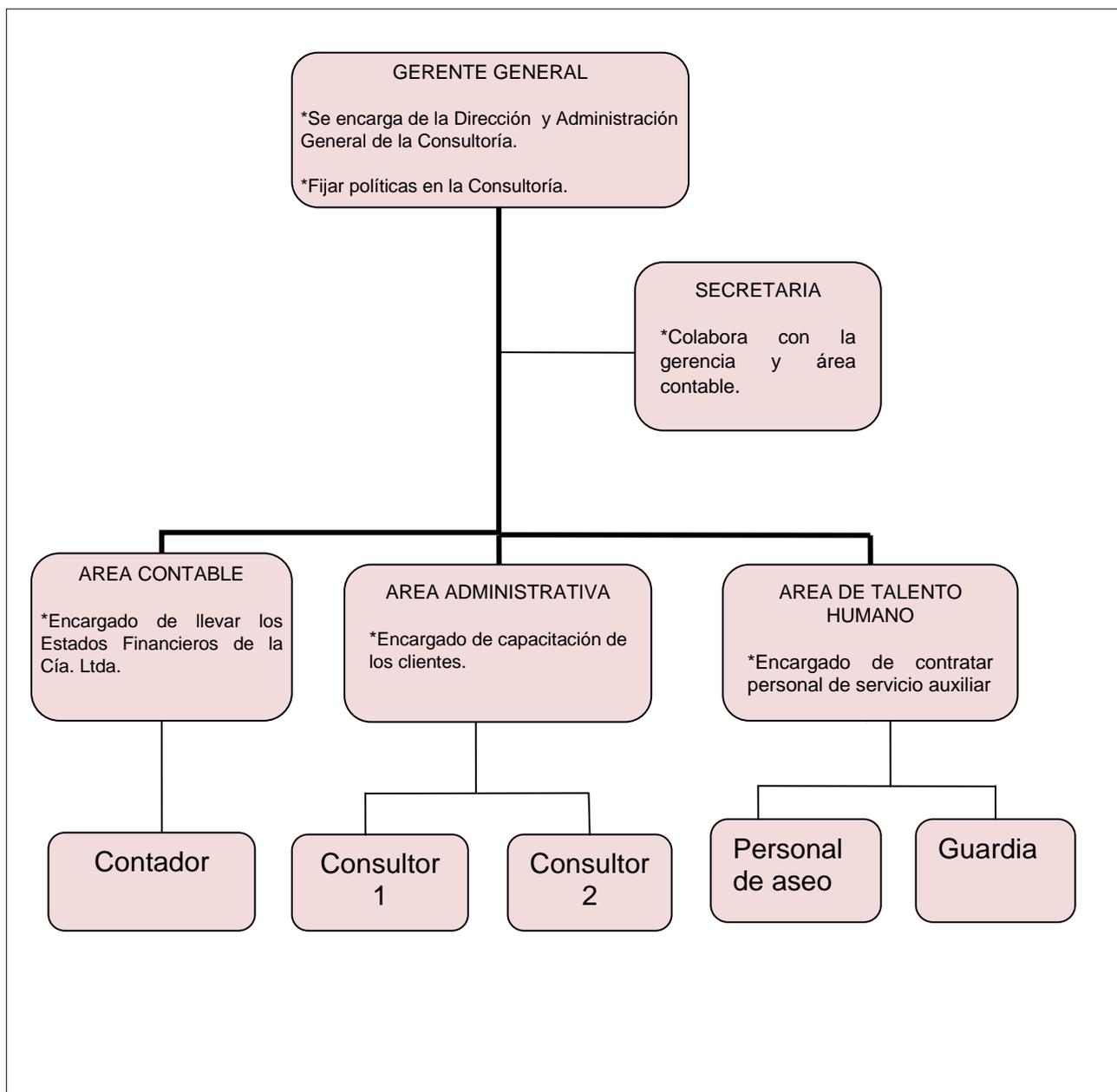
5.6.4.1 Organigrama

Cuadro 20. Organigrama Estructural de Consultoría Solis & Almeida Cía. Ltda.



Elaborado por: Solis & Almeida.

Cuadro 21. Organigrama Funcional



Elaborado por: Solis & Almeida.

5.6.4.2 Políticas Internas

La Consultoría Solis & Almeida ofrece los servicios de profesionales tanto en el área Administrativa como Financiera dirigida a los comerciantes informales del Cantón Milagro. El horario de atención será el siguiente:

En la mañana de 8:00 am a 13:00 pm y en la tarde de 14:00 a 17:00 de Lunes a Viernes, y los Sábados de 9:00 a 14:00 pm.

En cuanto a su presentación personal deberán llevar vestimenta ejecutiva que dará realce a la consultoría.

5.6.4.3 Descripción de funciones

Las funciones que se detallaran a continuación incluye exclusivamente al personal que está en relación de dependencia de la consultoría. El personal contratado de servicio de guardianía y de aseo deberá cumplir con las funciones asignadas en los respectivos contratos de servicios prestados, firmados entre los Directivos de la consultoría y la empresa proveedora de estos servicios.

Cuadro 22. Manual de funciones del Gerente General

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del Cargo	Gerente General
Número de Personas en el Cargo	1
FUNCIONES	
* Se encarga de la Dirección y Administración General de la Consultoría.	
*Fijar políticas internas en la consultoría.	
*Ser representante legal de la consultoría Solis& Almeida Cía. Ltda.	
*Ser el que lleve a cabo la ejecución de las metas propuestas a mediano o largo plazo en la consultoría.	
*Realizar los programas con los que se dará las charlas en la consultoría a los comerciantes informales.	
*Supervisar los ingresos en la Consultoría.	
*Autorizar los egresos respectivos en la Consultoría.	
*Supervisar, coordinar y controlar los servicios que ofrece la Consultaría.	
REQUISITOS:	Título Profesional y/o Grado Académico de Cuarto Nivel a fines del cargo a ejercer.

Elaborado por: Solis & Almeida.

Cuadro23. Manual de funciones de Secretaria(o)

Denominación del Cargo:	Secretaria(o)
Número de personas en el Cargo	1
FUNCIONES	
*Colaborar con sus superiores	
*Atender a los usuarios de la consultoría en nuestro caso a los comerciantes informales.	
*Digitar, enviar y recibir oficios, memorándum u otros documentos que tengan relación con la consultoría.	
*Ser eficiente, eficaz y tener capacidad de decisión.	
*Realizar cualquier actividad dentro de su cargo si fuere necesario solicitada por su inmediato superior.	
Requisitos:	Poseer Título Profesional en Secretaria. Experiencia Mínima un año en trabajos Similares.

Elaborado por: Solis & Almeida.

Cuadro 24. Manual de funciones del Contador(a)

Denominación del Cargo:	Contador
Número de personas en el cargo	1
FUNCIONES	
*Controla y revisa la contabilidad tanto en ingresos como egresos en la consultoría.	
*Es el encargado de llevar en estricto orden la contabilidad de la consultoría.	
*Tener en orden las obligaciones con el Estado como son IVA y demás Impuestos.	
*Elaborar mensualmente los Estados Financieros y presentarlos ante el Director General de la Consultaría.	
*Hacer conocer al Gerente General las posibles variaciones de los Estados Financieros.	
REQUISITOS:	Título Profesional en C.P.A. Experiencia Mínima Cinco años en cargos similares.

Elaborado por: Solis & Almeida.

Cuadro 25. Manual de funciones de los consultores

Denominación del Cargo:	Consultores
Número de Personas en el Cargo:	2
FUNCIONES	
*Tener conocimiento en Administración y Finanzas.	
*Ser egresados o cursar el último semestre de estudio en las carreras antes mencionadas.	
*Haber realizado o participado en seminarios de este tipo de capacitación	
*Poseer conocimiento y material didáctico para ofrecer las capacitaciones a los comerciantes informales del Cantón Milagro.	
REQUISITOS:	*Ser egresados o cursar el último semestre de estudio en las carreras de Marketing, Comercio y Administración.

Elaborado por: Solis & Almeida.

Marketing Mix de la consultoría Solis & Almeida Cía. Ltda.

Se denomina marketing mix al análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad. También es conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como:

Price (precio),

Product (producto),

Place (distribución)

Promotion (promoción).

El objeto de utilizar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior.

➤ Producto o Servicio

El servicio a ofrecer a nuestros consumidores en este caso a los comerciantes informales es de brindar capacitación y asesoría en lo administrativo y financiero, logrando mejoras en sus negocios.

Una vez realizada el estudio de campo que fue el medio por el cual llegamos a la conclusión de otorgar este tipo de servicio.

➤ Precio

El valor para que los comerciantes informales asistan a nuestra consultoría deben ser bajos, a pesar de contar con personal preparado el valor debe ser acorde con las necesidades de nuestros clientes y si el precio les resulta accesible, serán nuestros consumidores constantes.

➤ **Plaza**

Para obtener excelentes resultados en nuestra consultoría debemos contar con un local amplio, moderno, ideal y con seguridad. Es por esta razón que nos ubicamos en el centro del Cantón Milagro. Es una edificación nueva con todos los servicios básicos necesarios en todo edificio.

➤ **Promoción o Publicidad**

La promoción o publicidad, es la principal opción para dar a conocer el tipo de servicio que ofrece nuestra consultoría en el aspecto administrativo y financiero a nuestros futuros clientes en este caso dirigida a los comerciantes informales del Cantón Milagro, esto con la finalidad de dar a conocer que en el cantón Milagro si cuenta con personal idóneo y preparado para brinda sus servicios profesionales en nuestra Consultoría.

La publicidad la realizaremos a través de la radio local, televisión nacional y prensa escrita, es decir, medios de comunicación locales con los que cuenta el Cantón Milagro, otro medio seria por hojas volantes para dar la facilidad de contactarnos y también se entregara tarjetas de presentación de la consultoría.

Figura 17. Hoja volante de la Consultoría Solis & Almeida Cía. Ltda.



**CONSULTORIA
SOLIS & ALMEIDA**

¿Requieres recibir asesoría para incrementar tus ventas?

Visítanos te asesoramos de la mejor manera
Ofrecemos asesoría administrativa

9 de Octubre entre 5 de Junio
y Juan Montalvo.
Milagro-Ecuador

Para mayor información comunícate con nosotras:
Telf. 0988744292- 0993244663
Gmail: Laurita.almeida22@gamil.com
Hotmail: maritza_solis@hotmail.com

Ec. Laura Almeida
Gerente General

Elaborado por: Solis & Almeida

Figura 18. Exterior del díptico de la Consultoría Solis & Almeida.



**CONSULTORIA
SOLIS & ALMEIDA**

**“La mejor opción para tu negocio y
desarrollo comercial”**

Consultoría Solis Almeida Cia. Ltda. Es
una empresa dedicada a brindar asesoría
administrativa a los comerciantes
informales del Cantón Milagro.

9 de Octubre entre 5 de Junio
y Juan Montaivo.
Milagro-Ecuador
Gmail: Laurita.almeida22@gamil.com
Hotmail: maritza_solisr@hotmail.com
Telf. 0988744292- 0993244663

Ec. Laura Almeida
Gerente General

Elaborado por: Solis & Almeida.

Figura 19. Interior del díptico de la Consultoría Solis & Almeida.



Elaborado por: Solis & Almeida.

Figura 20. Tarjeta de presentación



Elaborado por: Solis & Almeida.

5.6.5 Aspecto legal

Requisitos para la creación de una consultoría como compañía de responsabilidad limitada.

En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

El Nombre

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil.

Solicitud de Aprobación

La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

Números Mínimo Y Máximo de Socios

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse.

Capital Mínimo

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente

y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán valuados por los socios o por los peritos.

Nota:

Cuando el objeto social de una compañía comprenda más de una finalidad, le corresponderá a la Superintendencia de Compañías establecer su afiliación de acuerdo a la primera actividad empresarial que aparezca en el mismo.⁴⁸

5.6.5.1 Permisos Legales

5.6.5.2 Registro Único de Contribuyentes

Entre los requisitos principales tenemos la obtención del R.U.C. para personas jurídicas.

Este documento se lo obtiene en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (S.R.I), el trámite se lo realiza en un solo día, sin costo alguno y se lo actualiza cada año. (Ver anexo 8).

Los documentos necesarios serán los siguientes:

- Original y copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación (del último proceso electoral) del representante legal.

⁴⁸ (blogs, 2008)

- Original y copia de la planilla de cualquier servicio básico estos documentos deben estar a nombre del representante legal.

5.6.5.3 Patentes Municipales

Este permiso lo obtenemos en la Ilustre Municipalidad del Cantón, presentando la siguiente documentación. (ver anexo 9)

Requisitos:

- 1 tasa para patente (ventanilla # 2)
- Copia de cédula
- Copia del RUC
- Patente año anterior
- Certificado de votación
- Copia de la última declaración del IVA en caso de que este obligado a declarar
- Certificado uso de suelo (depende el negocio)

Nota: En caso que el contribuyente tenga principal en otra ciudad deberá presentar el distributivo de los ingresos por cantones, presentado en el municipio donde tiene su domicilio principal.

- Procedimiento: Oficinas de Rentas
- Costo: 1 tasa para patente (ventanilla # 2) \$ 1.00 (un dólar)
- Tiempo Estimado de Entrega: 24 a 72 horas
- Teléfonos generales: 042-970082 Ext-129

5.6.5.4 Permiso de funcionamiento del local

Como último proceso es la obtención del permiso de funcionamiento del local, presentando los siguientes requisitos.

Requisitos

- Presentar la solicitud del permiso del municipio.
- Copia de factura de comprar de extintores o de recarga al nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridad contra incendio.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

5.6.5.5 Permiso del cuerpo de bombero

Previamente instalada la empresa nos acercamos hasta las oficinas del cuerpo de bomberos de la ciudad de milagro donde se pagara una solicitud que tiene un costo de \$1,50, que será debidamente llenada con los requisitos respectivos y dejarla en ese establecimiento.

Después los trabajadores del cuerpo de bomberos se acercaran hasta la consultoría para su debida inspección. De allí ellos llenan un informe del cual nos entregan la original y se llevan la copia.

Luego nos acercamos hasta las oficinas del cuerpo de bombero donde procederemos a cancelar un monto de \$20.00 anual. (ver anexo 10)

Requisitos

Los requisitos para la obtención del permiso son los siguientes:

- Original y copia del R.U.C actual.
- Copia a color de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante de la consultoría.

- Factura original de la compra del extintor para contrarrestar un incendio.

5.6.6 Factibilidad Técnica

En lo que concierne a la factibilidad técnica, la consultoría contara con personal capacitado en administración y finanzas, para otorgar un servicio de calidad y así lograr la confianza en nuestro equipo de trabajo.

Actividades del Asesor en Administración:

Se encarga de dar capacitaciones a los comerciantes informales de como manejar su negocio tanto Administrativo y comercial.

Actividades del Asesor en Financiero:

Se encarga de dar capacitaciones a los comerciantes informales en la parte financiera del buen manejo de su dinero para incrementar su capacidad productiva en el negocio

5.6.7 Factibilidad de presupuesto

El presupuesto con el que empezaremos a laborar en la Consultoría Solis & Almeida Cía. Ltda. Se detalla de la siguiente manera:

Cuadro 26. Presupuesto de la Consultoría Solis & Almeida Cía. Ltda.

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C. UNITARIO	C. TOTAL
6	Escritorios	\$ 190.00	\$ 1,140.00
6	Sillas Ejecutivas	\$ 140.00	\$ 840.00
6	Sillas de Espera	\$ 40.00	\$ 240.00
20	Sillas normales	\$ 8.00	\$ 160.00
4	Archivadores	\$ 90.00	\$ 360.00
4	Calculadoras/Sumadoras	\$ 45.00	\$ 180.00
4	Telefonos	\$ 40.00	\$ 160.00
4	Computadoras	\$ 800.00	\$ 3,200.00
4	Impresoras Multifuncional	\$ 110.00	\$ 440.00
2	Aires Acondicionados tipo Split	\$ 1,600.00	\$ 3,200.00
2	Televisor Plasma de 40"	\$ 800.00	\$ 1,600.00
	TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		\$ 11,520.00

Elaborado por: Solis & Almeida.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La consultoría Solis & Almeida está dirigida principalmente hacia los comerciantes informales del Cantón Milagro con la finalidad de brindar asesoría en la parte administrativa y financiera logrando de esta manera que nuestros clientes mejoren sus ventas y obtengan mayores utilidades logrando así mejorar sus condiciones de vida tanto en lo personal como familiar.

5.7.1 Actividades

1. Especificar el tipo de servicio que ofrecerá la consultoría Solis & Almeida.
2. Inquirir sobre los requisitos que se necesitara para constituir legalmente la consultoría Solis & Almeida.
3. Determinar los pasos legales para la conformación de la consultoría.
4. Definir el sitio donde funcionara la consultoría Solis & Almeida
5. Establecer las fuentes de financiamiento para la creación de la consultoría.
6. Especificar la estructura jerárquica de la consultoría.

7. Describir el perfil profesional y número de empleados de la consultoría.
8. Determinar el tipo de publicidad que pueda llevar a un buen posicionamiento de la consultoría en el Cantón Milagro.
9. Efectuar el presupuesto para la apertura de la consultoría.
10. Definir el tiempo adecuado para la implementación y apertura de la consultoría Solis & Almeida.

5.7.2 Recursos, Análisis Financieros

5.7.2.1 Inversión Inicial

Cuadro 27. Inversión del Proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	2.740,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.640,00
EQUIPO DE OFICINA	340,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	4.800,00
CAPITAL DE TRABAJO	5.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	16.520,00

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 28. Inventario Activos Fijos

CONSULTORIA SOLIS & ALMEIDA CÍA. LTDA.			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C. UNITARIO	C. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
6	Escritorios	\$ 190,00	\$ 1.140,00
6	Sillas Ejecutivas	\$ 140,00	\$ 840,00
6	Sillas de Espera	\$ 40,00	\$ 240,00
20	Sillas normales	\$ 8,00	\$ 160,00
4	Archivadores	\$ 90,00	\$ 360,00
	Total Muebles y Enseres		\$ 2.740,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
4	Calculadoras/Sumadoras	\$ 45,00	\$ 180,00
4	Telefonos	\$ 40,00	\$ 160,00
	Total Equipos de Oficina		\$ 340,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
4	Computadoras	\$ 800,00	\$ 3.200,00
4	Impresoras Multifuncional	\$ 110,00	\$ 440,00
	Total Equipos de Computación		\$ 3.640,00
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
2	Aires Acondicionados tipo Split	\$ 1.600,00	\$ 3.200,00
2	Televisor Plasma de 40"	\$ 800,00	\$ 1.600,00
	Total Maquinarias y Equipos		\$ 4.800,00
	TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		\$ 11.520,00

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 29. Depreciación de los activos

CONSULTORIA SOLIS & ALMEIDA CIA. LTDA.				
DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	2.740,00	10%	22,83	274,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.640,00	33%	100,10	1.201,20
EQUIPO DE OFICINA	340,00	10%	2,83	34,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	4.800,00	10%	40,00	480,00
TOTAL	11.520,00		165,77	1.989,20

Elaborado por: Solis & Almeida

5.7.2.2 Gastos de Personal

Estos gastos son calculados para mantener la estructura de organización de la consultoría, tanto los gastos del personal administrativo como los de talento humano.

Cuadro 30. Gastos Administrativos

**CONSULTORIA SOLIS & ALMEIDA CIA. LTDA.
DETALLE DE GASTOS**

DESCRIPCION	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
1 GERENTE	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	8.160,00	8.568,00	8.996,40
1 CONTADOR	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	5.880,00	6.174,00	6.482,70
1 SECRETARIA	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	3.816,00	4.006,80	4.207,14
1 CAPACITADOR 1	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40
1 CAPACITADOR 2	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40
1 GUARDIA	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	3.816,00	4.006,80	4.207,14
1 CONSERJE	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	3.816,00	4.006,80	4.207,14
APORTE PATRONAL		277,51	277,51	277,51	277,51	277,51	277,51	277,51	277,51	277,51	277,51	277,51	3.052,57	3.205,19	3.365,45
DECIMO CUARTO				2.226,00									2.226,00	2.337,30	2.454,17
DECIMO TERCERO												2.561,51	2.561,51	2.689,58	2.824,06
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.284,00	2.561,51	2.561,51	4.787,51	2.561,51	5.123,01	35.248,07	37.010,48	38.861,00						

Elaborado por: Solis & Almeida.

Cuadro 31. Gastos Generales

GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
AGUA	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	504,00	529,20
ENERGIA ELECTRICA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00
TELEFONO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00
SERVICIOS DE INTERNET	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40
ARRENDAMIENTO DEL LOCAL	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00
UTILES DE OFICINA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	630,00	661,50
SUMINISTRO DE OFICINA (PAPELERÍA)	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	630,00	661,50
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	22,83	274,00	274,00	274,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	1.201,20	1.201,20	1.201,20
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	2,83	2,83	2,83	2,83	2,83	2,83	2,83	2,83	2,83	2,83	2,83	2,83	34,00	34,00	34,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	480,00	480,00
TOTAL GASTOS GENERALES	1.385,77	1.385,77	1.385,77	1.385,77	16.629,20	17.361,20	18.129,80								

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 32. Gastos de Ventas

GASTO DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
PUBLICIDAD	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00								
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	3.869,77	4.147,27	4.147,27	6.373,27	4.147,27	4.147,27	4.147,27	4.147,27	4.147,27	4.147,27	4.147,27	6.708,78	54.277,27	56.891,68	59.636,80
GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	3.704,00	3.981,51	3.981,51	6.207,51	3.981,51	3.981,51	3.981,51	3.981,51	3.981,51	3.981,51	3.981,51	6.543,01	52.288,07	54.902,48	57.647,60
GASTOS GENERALES	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	14.640,00	15.372,00	16.140,60
DEPRECIACION	165,77	165,77	165,77	165,77	165,77	165,77	165,77	165,77	165,77	165,77	165,77	165,77	1.989,20	1.989,20	1.989,20
													1.989,20	3.978,40	5.967,60

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 33. Costo de Ventas

COSTO DE VENTAS																	
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
2	CAPACITACIONES	80,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	1920,00	2.016,00	2.116,80
TOTAL			160,00	1920,00	2016,00	2116,80											

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 34. Presupuesto de ingresos

CONSULTORIA SOLIS & ALMEIDA CIA. LTDA.																	
PRESUPUESTO DE INGRESOS																	
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAPACITACIONES EN EL AREA ADM	90	28,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	30.240,00	31.752,00	33.339,60
CAPACITACIONES EN EL AREA FINC	90	30,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	32.400,00	34.020,00	35.721,00
TOTAL DE INGRESOS			5.220,00	62.640,00	65.772,00	69.060,60											

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 35 Financiamiento del Proyecto.

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		16.520,00
Financiado	70%	11.564,00
Aporte Propio	30%	4.956,00
		16.520,00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	12,85%	0,1285
		0,1285

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	11.564,00	1.485,97

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 36. Tabla de Amortización Periodo a 3 años.

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				11.564,00
1	3.854,67	1.485,97	5.340,64	7.709,33
2	3.854,67	990,65	4.845,32	3.854,67
3	3.854,67	495,32	4.349,99	-
	8.603,00	2.210,97	10.813,97	

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 37. Financiamiento (1 año)

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				11.564,00
1	321,22	123,83	445,05	11.242,78
2	321,22	123,83	445,05	10.921,56
3	321,22	123,83	445,05	10.600,33
4	321,22	123,83	445,05	10.279,11
5	321,22	123,83	445,05	9.957,89
6	321,22	123,83	445,05	9.636,67
7	321,22	123,83	445,05	9.315,44
8	321,22	123,83	445,05	8.994,22
9	321,22	123,83	445,05	8.673,00
10	321,22	123,83	445,05	8.351,78
11	321,22	123,83	445,05	8.030,56
12	321,22	123,83	445,05	7.709,33
	3.854,67	1.485,97	5.340,64	

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 38. Punto de Equilibrio

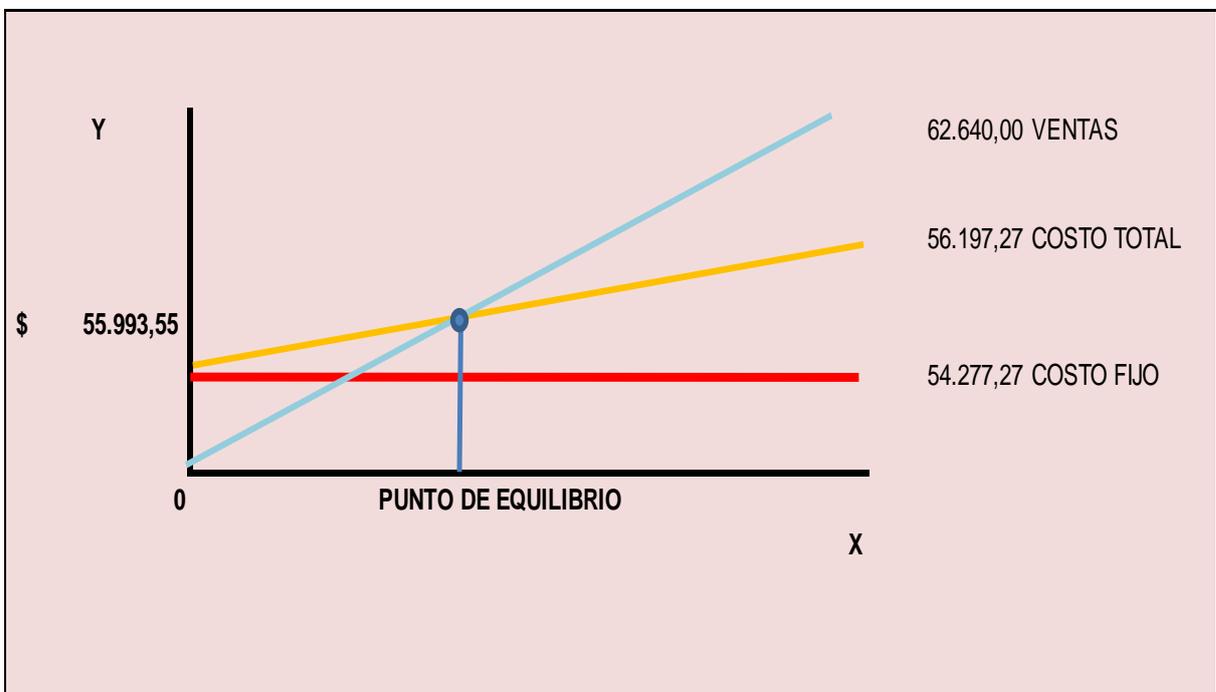
PUNTO DE EQUILIBRIO		
ventas	62.640,00	
costo fijos	54.277,27	56.197,27
Costos variables	1.920,00	

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} = \frac{54277,27}{0,96935}$$

$$PE = \text{\$ } 55.993,55$$

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 39. Plano Cartesiano



Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 40. Análisis de Costos



Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 41. Activos Fijos

CONSULTORIA SOLIS & ALMEIDA CÍA. LTDA.			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C. UNITARIO	C. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
6	Escritorios	\$ 190,00	\$ 1.140,00
6	Sillas Ejecutivas	\$ 140,00	\$ 840,00
6	Sillas de Espera	\$ 40,00	\$ 240,00
20	Sillas normales	\$ 8,00	\$ 160,00
4	Archivadores	\$ 90,00	\$ 360,00
	Total Muebles y Enseres		\$ 2.740,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
4	Calculadoras/Sumadoras	\$ 45,00	\$ 180,00
4	Telefonos	\$ 40,00	\$ 160,00
	Total Equipos de Oficina		\$ 340,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
4	Computadoras	\$ 800,00	\$ 3.200,00
4	Impresoras Multifuncional	\$ 110,00	\$ 440,00
	Total Equipos de Computación		\$ 3.640,00
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
2	Aires Acondicionados tipo Split	\$ 1.600,00	\$ 3.200,00
2	Televisor Plasma de 40"	\$ 800,00	\$ 1.600,00
	Total Maquinarias y Equipos		\$ 4.800,00
	TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		\$ 11.520,00

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 42. Estado de pérdidas y ganancias

CONSULTORIA SOLIS & ALMEIDA				
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
VENTAS	62.640,00	65.772,00	69.060,60	197.472,60
(-) COSTO DE VENTAS	1.920,00	2.016,00	2.116,80	6.052,80
UTILIDAD BRUTA	60.720,00	63.756,00	66.943,80	191.419,80
COSTOS INDIRECTOS	54.277,27	56.891,68	59.636,80	170.805,75
UTILIDAD OPERACIONAL	6.442,73	6.864,32	7.307,00	20.614,05
(-) GASTOS FINANCIEROS	1.485,97	990,65	495,32	2.971,95
UTILIDAD ANTES PART. IMP	4.956,75	5.873,68	6.811,68	17.642,11
PARTICIPACION EMPLEADOS	597,29	707,78	820,81	2.125,87
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	4.359,47	5.165,90	5.990,87	15.516,23
IMPUESTO RENTA	959,08	1.136,50	1.317,99	6.395,26
UTILIDAD DESPUES DEL IMPUESTO	3.400,38	4.029,40	4.672,88	11.246,84
(-) RESERVA LEGAL (10%)	340,04	402,94	467,29	1.210,27
UTILIDAD NETA	3.060,34	3.626,46	4.205,59	10.892,39

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 43. Flujo de caja proyectado

CONSULTORIA SOLIS & ALMEIDA					
FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS					
VENTAS	-	62.640,00	65.772,00	69.060,60	197.472,60
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	-	62.640,00	65.772,00	69.060,60	197.472,60
EGRESOS OPERATIVOS					
INVERSION INICIAL	16.520,00	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	35.248,07	37.010,48	38.861,00	111.119,55
GASTO DE VENTAS	-	2.400,00	2.520,00	2.646,00	7.566,00
GASTOS GENERALES	-	14.640,00	15.372,00	16.140,60	46.152,60
COSTO DE VENTA	-	1.920,00	2.016,00	2.116,80	6.052,80
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	597,29	707,78	820,81
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	959,08	1.136,50	1.317,99
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	16.520,00	54.208,07	58.474,85	61.608,67	173.029,75
FLUJO OPERATIVO	-16.520,00	8.431,93	7.297,15	7.451,93	23.181,01
INGRESOS NO OPERATIVOS					
PRESTAMO BANCARIO	11.564,00	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	11.564,00	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS					
INVERSIONES					
PAGO DE CAPITAL	-	3.854,67	3.854,67	3.854,67	11.564,00
PAGO DE INTERESES	-	1.485,97	990,65	495,32	2.971,95
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	5.340,64	4.845,32	4.349,99	14.535,95
FLUJO NETO NO OPERATIVO	11.564,00	-5.340,64	-4.845,32	-4.349,99	-14.535,95
FLUJO NETO	-4.956,00	3.091,29	2.451,84	3.101,93	8.645,06
SALDO INICIAL	-	5.000,00	8.091,29	10.543,12	
FLUJO ACUMULADO	-	8.091,29	10.543,12	13.645,06	

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 44. Balance General

CONSULTORIA SOLIS & ALMEIDA				
BALANCE GENERAL				
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO CORRIENTE				
CAPITAL DE TRABAJO	5.000,00	8.091,29	10.543,12	13.645,06
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.000,00	8.091,29	10.543,12	13.645,06
ACTIVOS NO CORRIENTES	11.520,00	11.520,00	11.520,00	11.520,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		1.989,20	3.978,40	5.967,60
TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE	11.520,00	9.530,80	7.541,60	5.552,40
TOTAL DE ACTIVOS	16.520,00	17.622,09	18.084,72	19.197,46
PASIVO				
CORRIENTE				
PRESTAMO	11.564,00	7.709,33	3.854,67	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	597,29	707,78	820,81
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	959,08	1.136,50	1.317,99
TOTAL PASIVO	11.564,00	9.265,70	5.698,94	2.138,80
PATRIMONIO				
APORTE CAPITAL	4.956,00	4.956,00	4.956,00	4.956,00
RESERVA LEGAL		340,04	742,97	1.210,27
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	3.060,34	3.626,46	4.205,59
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	3.060,34	6.686,80
TOTAL PATRIMONIO	4.956,00	8.356,38	12.385,77	17.058,66
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	16.520,00	17.622,09	18.084,72	19.197,46

Elaborado por: Solis & Almeida

VARIACION INGRESOS	5%
VARIACION GASTOS	5%

Cuadro 45. Índice financiero

INDICES FINANCIEROS				
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3
Flujos Operativos	-16.520,00	8.431,93	7.297,15	7.451,93

INDICES FINANCIEROS				
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3
Flujos Netos	-4.956,00	3.091,29	2.451,84	3.101,93
Flujo acumulado	-4.956,00	-1.864,71	587,12	3.689,06

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 46. Tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	12,00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	8.645,06
AÑOS	3
INVERSION INICIAL	4.956,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	58,15%

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 47. Suma de flujos

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		6.922,56
VAN	POSITIVO	1.966,56
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	3,52
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	252,01
TASA INTERNA DE RETORNO		19,55%
TASA INTERNA DE RETORNO		34,08%
PAY BACK		1,76

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 48. Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	
INGRESOS	62640,00
COSTO DIRECTO	1.920,00
COSTO INDIRECTO	54277,27
FLUJO NETO	3091,29
PAGO DE DIVIDENDOS	3854,67
GASTOS FINANCIEROS	1485,97
GASTOS PERSONAL	35248,07
ACTIVOS FIJOS NETOS	9.530,80

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 49. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	55993,55
EN PORCENTAJE	89,39%

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 50. Capital De Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	3101,93
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	1,80
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	58,64%
INDICE DE EMPLEO		3,70

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 51. Datos

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	8.091,29
ACTIVOS TOTALES	17.622,09
UTILIDAD NETA	3.060,34

Elaborado por: Solis & Almeida

Cuadro 52. Rendimiento

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5408	54,08%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,1737	17,37%

Cuadro 53. Razones

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	23.181,01
GASTOS FINANCIEROS	2.971,95
INVERSION INICIAL	16.520,00
UTILIDAD NETA	10.892,39
VALOR DEL CREDITO	11.564,00
VENTAS	197.472,60
COSTO DE VENTA	176.858,55
TOTAL DEL ACTIVO NO CORRIENTE	5.552,40

Elaborado por: Solís & Almeida

5.7.3 Impacto

Se considera que el impacto que tendrá la propuesta presentada, presenta una influencia tanto en el área sociológica, socioeconomica, comercial y empresarial.

El Impacto sociológico se da por la cultura de los comerciantes informales los cuales le brindaremos la confianza en acudir a solicitar asesorías

En lo socioeconómico, el impacto se observará en la estabilidad económica que tendrán los comerciantes al saber que cuentan con un lugar donde podrán obtener asesoría tanto en la parte administrativa como financiera.

Finalmente el Impacto Empresarial se verá reflejado en el momento que los comerciantes informales puedan convertirse en microempresarios, porque son portadores de capitales propios y de esta manera reactivan la economía del Cantón Milagro.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 54. Cronograma de actividades de la consultoría Solis & Almeida.

CRONOGRAMA						
Actividades	Meses					
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1. Especificar el tipo de servicio que ofrecerá la consultoría Solis & Almeida.						
2. Inquirir sobre los requisitos que se necesitara para constituir legalmente la consultoría Solis & Almeida						
3. Determinar los pasos legales para la conformación de la consultoría						
4. Definir el sitio donde funcionara la consultoría Solis & Almeida						
5. Establecer las fuentes de financiamiento para la creación de la consultoría.						
6. Especificar la estructura jerárquica de la consultoría.						
7. Describir el perfil profesional y número de empleados de la consultoría.						
8. Determinar el tipo de publicidad que pueda llevar a un buen posicionamiento de la consultoría en el Cantón Milagro.						
9. Efectuar el presupuesto para la apertura de la consultoría.						
10. Definir el tiempo adecuado para la implementación y apertura de la consultoría Solis & Almeida.						

Elaborado por: Solis & Almeida.

5.7.5 Lineamiento para evaluar la Propuesta

Los lineamientos que hemos utilizado para evaluar nuestra propuesta son los siguientes:

- La recopilación de información que obtuvimos mediante el estudio de campo que fue realizado a través de encuestas a los comerciantes informales del Cantón Milagro, nos sirvió para conocer de manera directa cual es la opinión de ellos con respecto a la implementación de nuestra Consultoría, logrando como objetivo que si tuvo aceptación en un 92% de esta población dedicada al comercio informal siendo estos nuestros futuros clientes.
- Una vez obtenido estos datos se procedió a ejecutar la propuesta, claro con un estudio de factibilidad bien definido con bases sólidas tanto en la parte administrativa, operativa y financiera, con el objetivo de brindarles asesorías de calidad y lograr esa confianza de aceptabilidad
- El incremento de nuestros clientes en adquirir nuestro servicio, nos demuestra en qué manera hemos llegado hacia ellos con nuestras capacitaciones.
- Mediante el resultado de los Estados Financieros podemos medir el grado de aceptación obtenida.
- Al término de cada capacitación realizaremos unos tests a los comerciantes informales para medir el nivel de aceptación de las capacitaciones dadas y a la vez se logra enlazar para nuevas capacitaciones que se darán a futuro.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al concluir el desarrollo de nuestra investigación de campo, tenemos la oportunidad de expresar nuestra satisfacción por el deber cumplido en base a los objetivos que nos propusimos y al mismo tiempo damos a conocer las conclusiones y recomendaciones que salen del análisis cualitativo e interpretativo del mismo:

Conclusiones:

A continuación daremos a conocer las conclusiones a las que hemos llegado una vez terminado el estudio y a la vez planteada la propuesta.

- De la investigación de campo realizada se obtuvo como conclusión que el 92% de los comerciantes informales encuestados estarían en la necesidad de recibir asesoría y capacitación tanto administrativa como financiera.
- El comercio informal es una actividad que genera a los comerciantes y a sus familias la fuente de ingreso para satisfacer sus necesidades y además generar empleo a otros individuos.
- Los costos del comercio formal son altos es por esto que el comerciante elige la informalidad luchando día a día por salir adelante y no acepta ser desalojado de sus lugares de trabajo ya establecidos por años.
- Que es imperativo que las autoridades del gobierno seccional del Cantón Milagro tomen carta en el asunto en la reubicación de los comerciantes informales, ya que de esta manera podrá obtener un lugar ordenado, limpio, seguro y con mejor condiciones de vida para beneficio de la comunidad.

Recomendaciones:

Una vez realizada la investigación de campo y en función a la ejecución del proyecto o para futuras investigaciones se da a conocer las recomendaciones siguientes:

- A las autoridades municipales de turno, se les sugiere reubicar a los comerciantes informales en un centro comercial con las comodidades necesarias para brindar un buen servicio a la población consumidora de sus productos.
- Dar incentivos a los comerciantes informales, ofreciendo períodos de gracia sobre el alquiler de los locales o facilidad de créditos para la adquisición de mercadería, al igual que capacitación y asesoramiento para el buen manejo de sus negocios.
- Los comerciantes informales deben ir de forma paulatina y de acuerdo a sus posibilidades económicas incorporándose a la formalidad.
- Dar capacitación y asesoría a los comerciantes informales sobre la educación tributaria.
- Una vez puesta en marcha la consultoría, para su mantenimiento y permanencia en el área de los negocios se deberá incrementar nuevos temas de capacitación para los comerciantes informales.

BIBLIOGRAFIA Y LINGÜOGRAFIA

1] URBANO, Claudio: Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación, Editorial Brujas, Cordova, 2006.

[2] PARDINAS, Felipe: Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales, siglo XXI editores, s. a. de c. v, Mexico, 2005.

[3] GOMEZ, Marcelo : Introducción a la metodología de la investigación científica, Editorial Brujas, Argentina, 2006.

[4] TORRES, Cesar Augusto: Metodología para la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales, Pearson Educación, Mexico, 2005.

[5] DIARIO EL CIUDADANO: Indicador de informalidad en el Ecuador, WWW. EL CIUDADANO. GOB.EC/, RECUPERADO 16 DE JUNIO DE 2012.

[6] BLOGS: Compañías de responsabilidad limitada:
<http://blogs.utpl.edu.ec/pacosanchez/2008/04/18/companias-de-responsabilidad-limitada>, Recuperado el 26 de febrero de 2013.

[7] SEPULVEDA, cesar: Conceptos Básicos de Economía:
<http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=133423>
Recuperado el 15 de noviembre de 2012.

[8] CRECENEGOCIOS (s.f.): La distribución del producto:
<http://www.crecenegocios.com/la-distribucion-del-producto/>, Recuperado el 15 de noviembre de 2012.

[9] ECO-FINANZAS: Tasa de descuento: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA_DE_DESCUENTO.htm, Recuperado el 18 de enero de 2013.

[10] ECONOMIA 48: Competencia Desleal
<http://www.economia48.com/spa/d/competencia-desleal/competencia-desleal.htm>
Recuperado el 26 de noviembre de 2012.

[11] ECONOMO.OBOLOG: Economía Subterráneas
<http://economio.obolog.com/economias-subterranas-115705>, Recuperado el 21 de enero de 2012.

[12] ECURED: Impuesto: <http://www.ecured.cu/index.php/Impuesto>, Recuperado el 15 de noviembre de 2012.

[13] EFXTO.(s.f.): Producto interno bruto de PIB: <http://www.efxto.com/diccionario/p/3802-producto-interior-bruto-pib>, Recuperado el 15 de noviembre de 2012

[14] EUMED.NET: Diccionario de economía y finanzas mercado negro:
<http://www.eumed.net/cursecon/dic/M.htm>, Recuperado el 15 de noviembre de 2012.

- [15] FRASECELEBRE.NET: Recuperado el 23 de octubre de 2012.
- [16] ECONOMIA INFORMAL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa> , Recuperado el 14 de junio de 2012.
- [17] INEC.GUB: Subempleo: <http://www.ine.gub.uy/biblioteca/metodologias/ech/Concepto%20de%20Subempleo.pdf>, Recuperado el 15 de noviembre de 2012.
- [18] KIMEREX: Microempresario: <http://kimerex.com/2009/11/06/%C2%BFque-es-un-micro-empresario/>, el 15 de noviembre de 2012.
- [19] EDUCARCHILE: Conceptos Básicos de economía: <http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=133423>, Recuperado el 15 de noviembre de 2012.
- [20] MERCADEO: Comercio informal: Recuperado el 16 de enero de 2013
- [21] PROMONEGOCIOS.NET: Producto: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>, Recuperado el 15 de noviembre de 2012.
- [22] SCRIBD: Economía Informal: <http://es.scribd.com/doc/70386263/Economia-Infomal> Recuperado el 21 de enero de 2012.
- [23] PROMONEGOCIOS.NET: Publicidad: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>, Recuperado el 18 de noviembre de 2012.
- [24] SEGSOCIAL.ES: Empleo vs. Desempleo: http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/Trabajadoresdelmar/EmpleoyDesempleo/Desempleo/index.htm, Recuperado el 27 de enero de 2013.
- [25] SLIDESHARE: <http://www.slideshare.net/Ramireins/cfakepath>, Recuperado el 22 de noviembre de 2012.
- [26] WIKIPEDIA.ORG: Economía Informal: (es.wikipedia.org/wiki/Economía_informal), Recuperado el 21 de febrero de 2013.
- [27] DIARIO EXPRESO: Comerciantes de Ipiales: www.expreso.gob.ec/, recuperado 16 de junio de 2012.
- [28] DIARIO EXPRESO: Comerciantes de San Roque: www.expreso.gob.ec/, recuperado 16 de junio de 2012.
- [29] DIARIO PRENSA LA VERDAD : Comerciantes Informales: www.Prensalaverdad.gob.ec/, recuperado 17 de junio de 2012.

ANEXOS

Anexo 1

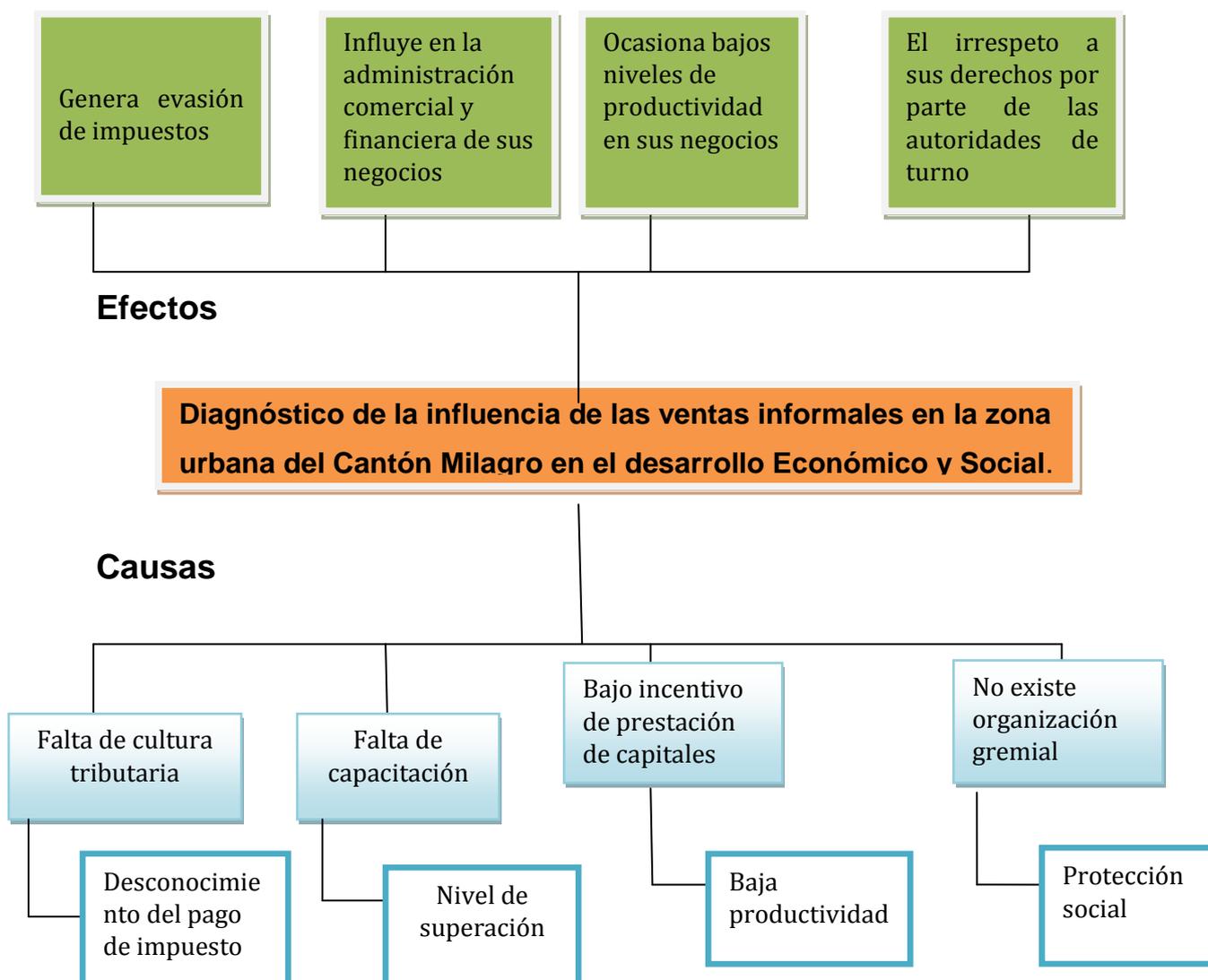
Título del Proyecto

TÍTULO DEL PROYECTO		
Diagnóstico de la influencia de las ventas informales en la zona urbana del Cantón Milagro en el desarrollo Económico y Social.		
Formulación del problema	Objetivo general	Hipótesis general
¿Cómo influyen los comerciantes informales de la zona urbana al desarrollo económico y social de la ciudad de Milagro	Realizar un estudio de campo en el sector comercial del Cantón Milagro, con la utilización de técnicas de investigación adecuadas, orientadas a determinar la influencia del comercio informal en el desarrollo Económico y Social del Cantón.	Las ventas informales en la zona urbana, influyen positivamente en el desarrollo Económico y Social del Cantón Milagro.
Sistematización del Problema	Objetivo específico	Hipótesis Particular
1.-¿Cómo incide la falta de cultura tributaria en la administración financiera de los negocios?	1.-Analizar cómo incide la falta de cultura tributaria de los comerciantes informales.	1.- La falta de cultura tributaria en la gestión administrativa y financiera en los negocios informales, genera evasión de impuestos y a la vez incremento del comercio informal.
2.-¿De qué manera influye la falta de capacitación de los comerciantes informales en la administración comercial y financieras de sus negocios?	2.-Identificar cómo influye la falta de capacitación de los comerciantes informales en la administración comercial y financiera de sus negocios.	2.- La falta de capacitación de los comerciantes informales influye, en la administración comercial y financiera de sus negocios.
3.- ¿De qué forma impacta el bajo incentivo de prestación de capitales en los comerciantes informales?	3.-Analizar el bajo incentivo de prestación de capitales en los comerciantes informales.	3.- Al no contar los comerciantes informales con un buen incentivo de prestación de capitales, ocasiona bajos niveles de productividad en sus negocios.
4.- ¿En qué perjudica el poco interés de los comerciantes informales en la organización del casco comercial de la Ciudad de Milagro?	4.-Analizar en qué forma afecta el poco interés de los comerciantes informales en la organización del casco comercial de la Ciudad de Milagro.	4.- El desinterés de los comerciantes informales, afecta en la organización del casco comercial de la Ciudad de Milagro.
5.-¿De qué manera incide la inexistencia de una organización gremial en los comerciantes informales?	5.-Determinar los factores que inciden en la inexistencia de una organización gremial por parte de los comerciantes informales.	5.-La inexistencia de una organización gremial que defienda los intereses de los comerciantes informales, trae como consecuencia el irrespeto a sus derechos por parte de las autoridades de turno.

Elaborado por: Solis & Almeida.

Anexo 2

Análisis del Problema



Elaborado por: Solis & Almeida

Anexo 3.
Formato de la Entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES
CARRERA DE ECONOMÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS Y
PROFESIONALES INVOLUCRADOS EN EL COMERCIO DEL
CANTÓN MILAGRO

OBJETIVO.- Determinar cómo influye el comercio informal en el desarrollo económico y social de la ciudad de Milagro.

COOPERACIÓN.- De antemano le agradecemos su colaboración en la información que nos proporcionará, le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

Nombre: ----- **Cargo:** -----

Título: ----- **Empresa/Institución:** -----

.PREGUNTAS

1.- ¿Considera Ud. Que el comercio informal repercute en el desarrollo social y económico del Cantón Milagro?

Si

No

¿Por qué?

2.- ¿Considera Ud. Que el desinterés de los comerciantes informales, genera conflictos internos en el gremio al cual pertenecen?

3.- ¿Según su opinión considera Ud. importante que los comerciantes informales reciban capacitación de educación en cultura tributaria en sus negocios?

4.- ¿Según su criterio considera Ud. importante la creación e implementación de una consultoría para brindar asesoría y capacitación en administración comercial y financiera a los comerciantes informales del Cantón Milagro?

Si No ¿Por qué?

5.- ¿Según su criterio considera Ud. importante que el gobierno municipal gestione la construcción de un centro comercial exclusivo para comerciantes informales?

¡Gracias por su Colaboración!



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

Encuesta dirigida a los comerciantes informales con el objetivo de conocer cómo influyen las ventas informales en la zona urbana del cantón Milagro en el desarrollo económico y social. Marque con un (√) la respuesta seleccionada.

1. ¿Cuál de las siguientes causas considera Ud. primordial por la cual se ejerce esta actividad?

- .Falta de empleo
- .No termino los estudios
- .Negocio familiar
- .Todos los anteriores

2. ¿Considera Ud. Que el trabajo informal contribuye para el desarrollo social y económico al Cantón Milagro?

- Si
- No
- Tal vez

3. ¿Ud. considera que por falta de incentivo de capital le conduzca a bajar los niveles de productividad de sus negocios?

- Sí No
- Tal vez

4. ¿Considera Ud. Que la falta de organización de los comerciantes informales genera conflictos internos en el gremio al cual pertenece?

- Si No
- Ta vez

5. ¿Estaría Ud. de acuerdo en pertenecer a una asociación gremial que defienda sus derechos?

- Si No
- Tal vez

6. ¿Considera Ud. Que la falta de educación en cultura tributaria genera incremento en el comercio informal?

- Si No
- Tal vez

7. ¿Le gustaría a Ud. Capacitarse en cursos de emprendimientos y cultura tributaria otorgados por la Universidad?

- Si No
- Tal vez

8. ¿Según su criterio considera Ud. importante la creación e implementación de una consultoría para brindar asesoría y capacitación en administración comercial y financiera a los comerciantes informales del Cantón Milagro?

- Si No
- Tal vez

9. ¿Considera Ud. Importante que el gobierno Municipal del Cantón Milagro gestione la creación e implementación de un Centro Comercial exclusivo para comerciantes informales?

- Totalmente de acuerdo
- De Acuerdo
- En desacuerdo

¡Gracias por su Colaboración!

Anexo 5.

Análisis y Evaluación de Resultados de las Entrevistas

Entrevista Dirigida al Presidente de la Cámara de Comercio, a Funcionario Municipal: Administrador Municipal, que se encuentran relacionadas con las Actividades que realizan Los Comerciantes Informales.

Para tener una idea clara de la importancia o trascendencia que tiene el desarrollo de nuestra investigación de campo, hemos procedido a entrevistar a una serie de personas que de una u otra manera guardan relación con las actividades que realizan los comerciantes informales de la zona urbana del Cantón Milagro.

A continuación damos a conocer las respuestas e inquietudes que formularon algunas de las personalidades entrevistadas:

Ab. Sara Vélez de Tóala Cargo: Jefe de Justicia, Policía y Vigilancia Municipal.

Título: Abogada

PREGUNTAS:

1.- ¿Considera Ud. Que el comercio informal repercute en el desarrollo social y económico del Cantón Milagro?

Sí No ¿Por qué?

Tiene influencia, comerciantes autónomos o informales generan movimiento diario y permanente en la ciudad, más aun en la nuestra donde por costumbre gran parte de la ciudadanía acude a citas de expendio de productos perecibles y no perecibles de preferencia pequeños comerciantes.

2.- ¿Considera Ud. que el desinterés de los comerciantes informales, genera conflictos en el gremio al cual pertenecen?

Si existe ese desinterés entre ellos, lo cual genera conflictos entre si y no puedan constituirse como una entidad respetada.

Los comerciantes informales no tienen esa costumbre por conseguir algún logro como gremio, porque cada uno trata de conseguir su importe económico a costa de trabajo y esfuerzo independientemente.

3.- ¿Según su opinión considera Ud. Importante que los comerciantes informales reciban capacitación de educación en cultura tributaria en sus negocios?

La capacitación es importante en todo aspecto de nuestra vida, es la mejor herramienta para dar solución en todos nuestros aspectos, necesariamente deben realizar sus capacitaciones de tal manera que ellos puedan incrementar sus ventas.

4.- ¿Según su criterio considera Ud. Importante la creación e implementación de una consultoría para brindar asesoría y capacitación en administración comercial y financiera a los comerciantes informales del Cantón Milagro?.

Si No ¿Porque?

Indudablemente que si es importante contar con esa ayuda y lograr una capacitación emprendedora, que mejor que se la realice con personas capacitadas técnicamente y experimentada en la materia, de tal manera que puedan capacitar a los comerciantes tanto en la parte teórica como didáctica.

5.- ¿Según su criterio, considera Ud. Importante que el gobierno municipal gestione la construcción de un centro exclusivo para comerciantes informales?

Por supuesto se considera importante y de hecho está en la planificación de este gobierno autónomo, en el terminal terrestre actual donde se ubique en el Km. 26 se construye el Centro Comercial Popular para los comerciantes sin embargo esto no soluciona el comercio ambulatorio o informal.

2.- Sr. Luis Bravo Cabrera

Cargo: Administrador municipal

Título: Ing. Agrónomo

PREGUNTAS:

1.- ¿Considera Ud. Que el comercio informal repercute en el desarrollo social y económico del Cantón Milagro?

Sí **No** **¿Por qué?**

Claro que repercute ya que los comerciantes autónomos genera movimiento diario y permanente con la sociedad, gran parte de la ciudadanía acude a sitios de estos como de costumbre.

2.- ¿Considera Ud. que el desinterés de los comerciantes informales, genera conflictos internos en el gremio al cual pertenecen?

Si existe ese desinterés entre ellos, porque no están acostumbrados a pagar algún tributo que pueda mejorar su gremio lo cual genera conflictos entre si y no puedan constituirse como una entidad respetada.

3.- ¿Según su opinión considera Ud. Importante que los comerciantes informales reciban capacitación de educación en cultura tributaria en sus negocios?

Claro que si eso es importante de recibir capacitaciones en todo aspecto de la vida. Ya que mediante estas charlas tenemos una mejor preparación continuamente, es la mejor herramienta que las personas deben contar en lo laboral y económico. Es decir todas las personas que generan trabajo autónomo necesitan capacitación continua para mejorar sus ventas.

4.- ¿Según su criterio considera Ud. Importante la creación e implementación de una consultoría para brindar asesoría y capacitación en administración comercial y financiera a los comerciantes informales del Cantón Milagro?

Si **No** **¿Porque?**

Por supuesto que es importante hacer este tipo de consultoría para brindarles asesoría a los comerciantes al momento de administrar sus negocios en la parte financiera , es importante contar con esta ayuda de tal manera que puedan impartir sus conocimientos en la parte teórica como en la práctica.

5.- ¿Según su criterio, considera Ud. Importante que el gobierno municipal gestione la construcción de un centro comercial exclusivo para comerciantes informales?

Claro que sería importante que el gobierno municipal invierta en la construcción de un centro comercial ya que los comerciantes tendrían un mejor espacio para vender sus mercaderías, por lo que tendría más comodidad al momento de realizar sus ventas. Yo pienso que todo el mundo necesita trabajar y no depender de ningún jefe.

CRITERIO PERSONAL

Al revisar las respuestas e inquietudes que dieron las personas entrevistadas de los diferentes funcionarios municipales, queremos hacer primero un análisis del mismo y luego dar nuestro criterio personal.

PREGUNTA 1: Que las dos personas coinciden que el comercio informal repercute en el desarrollo social y económico ya que los comerciantes autónomos generan movimiento diario y permanente con la sociedad.

Nosotras también coincidimos con las expresiones dadas de las dos personas entrevistadas en que si genera movimiento diario y permanente porque el Cantón Milagro se inició con el comercio informal.

PREGUNTA 2: Las dos autoridades municipales entrevistadas coinciden en que existe conflicto entre los comerciantes informales porque muchos de ellos no están de acuerdo en pagar alguna cuota para mejoras en el gremio al cual se encuentran constituidos y así lograr algún tipo de mejoras para su gremio.

Al respecto, también le agregaríamos que el principal inconveniente es el poco interés de los comerciantes por tratar de mejorar la imagen y así lograr la provincialización ya que somos la región 5.

PREGUNTA 3: Manifiestan que sería importante que el gobierno municipal invierta en la construcción de un centro comercial, pues los comerciantes contarían con un mejor espacio para vender sus mercaderías, por lo que tendrían más comodidad al momento de realizar sus ventas.

Con respecto a esta pregunta coincidimos ya que otras ciudades del Ecuador cuentan con infraestructura moderna y cómoda para el servicio de la ciudadanía y así los comerciantes realicen sus actividades cómodamente.

PREGUNTA 4: Los dos entrevistados manifestaron que si es importante de recibir capacitaciones en todo aspecto de la vida. Ya que mediante estas charlas tienen una mejor preparación continuamente, al momento de realizar sus ventas

Estamos de acuerdo con las dos personas entrevistadas al momento que dijeron que es importante recibir capacitaciones porque sería una forma de aumentar sus ventas y crecer como comerciantes.

PREGUNTA 5: Que las dos personas coinciden que es importante hacer este tipo de consultoría para brindarles asesoría a los comerciantes al momento de administrar sus negocios en la parte comercial y financiera.

Nosotras opinamos que si es importante de recibir asesoría de personas expertas ya que cuentan con experiencia al momento de impartir el tema, así los comerciantes se superen.

Anexo 6.

Fotos de las Encuestas

Encuesta realizada a comerciante informal de la Bahía “Mi Lindo Milagro”



Encuesta realizada a comerciante informal de la Bahía “Mi Lindo Milagro”



Encuesta realizada a comerciante informal de la Bahía Central calles 12 de Febrero



Encuesta realizada a comerciante informal de la Bahía Central calles 12 de Febrero



Anexo 7.

Fotos de las Entrevistas

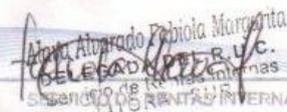
Entrevista Realizada a la Ab. Sara Vélez de Tóala Jefe de Justicia, Policía y Vigilancia Municipal



Entrevista Realizada al Sr. Ing. Luis Bravo Cabrera Administrador municipal



Anexo 8.
Certificado del R.U.C.

	REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES	 <i>...le hace bien al país!</i>
NUMERO RUC:	1204411043001	
APELLIDOS Y NOMBRES:	MORAN RAMOS JORGE EDUARDO	
NOMBRE COMERCIAL:		
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL:		NUMERO:
<hr/>		
FEC. NACIMIENTO:	22/12/1978	FEC. ACTUALIZACIÓN: 13/03/2012
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	03/02/2012	FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:
FEC. INSCRIPCIÓN:	03/02/2012	FEC. REINICIO ACTIVIDADES:
<hr/>		
ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:		
SERVICIOS PRESTADOS POR MUSICO Y SONIDISTA		
<hr/>		
DOMICILIO TRIBUTARIO:		
Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Número: S/N Referencia: CDLA. WILLIAM REYES - A CUATRO CUADRAS DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL Teléfono: 042712995		
DOMICILIO ESPECIAL:		
<hr/>		
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:		
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA		
<hr/>		
Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RiSE)		
Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.		
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS: 1
JURISDICCIÓN:	REGIONAL LITORAL SUR GUAYAS	CERRADOS: 0
<hr/>		
 PIRMA DEL CONTRIBUYENTE		 Delegada Fabiola Margarita DELEGADA R.U.C. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
Usuario: FMAA010210	Lugar de emisión: MILAGRO/OLMEDO Y JUAN	Fecha y hora: 13/03/2012 09:05:15
Página 1 de 2		
		

Anexo 9.

Patente Municipal

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00

Nº 0005625



Declaración Individual del Impuesto del 1,5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. O. No. 662 de Enero 16/84.

Año 2004

SELLO DEL R.U.C.

Registro Económico al que Corresponde la Declaración

Desde: _____
Hasta el 31 de Diciembre del 2004

Espacio Reservado para el Municipio de Milagro

Número de la Declaración: _____

01

IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

01 Apellido Paterno	02 Apellido Materno	03 Nombres		04 Cédula Identidad			
05 Lugar de Nacimiento	06 Fecha de Nacimiento	07 Nacionalidad	08 Sexo M () F ()	09 estado Civil			
10 Domicilio Ciudad	11 Calle	12 No.	13 Provincia	14 Cantón			
15 Teléfono	16 Casilla	17 Actividades Económicas		16 Título Profesional			

01

IMPUESTOS A LOS CAPITALES

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03	04
Ajeno	05	06	07 - 5 ABR 2004	08
Otros	09	10	11	12
Total	13	14	15	16

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas En este formulario son verdicas, correctas y completas.

Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación
	MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA FIRMA AUTORIZADA	Milagro,

Anexo 10.

Permiso de Bombero



EMPRESA PÚBLICA CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO

DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

Creada el 13 de Julio de 2011
empresapublica_cbm@hotmail.com

ACTA DE COMPROMISO

En la ciudad de Milagro, a los 16 días del mes de Octubre del 2012, comparecen el señor **PS. MIGUEL GARAICOA CRUZ**, con C.I. 0909445504, Representante legal de la Unidad Educativa Liceo Cristiano y el señor **CAPITÁN SANDRO MONCAYO ROMERO** Jefe del Departamento de Prevención de Incendios.

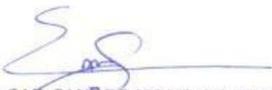
La Unidad Educativa Liceo Cristiano que esta ubicada en la Av. Jaime Roldós y Km 1 vía Virgen de Fátima, se compromete en 15 días hábiles a partir de la fecha a cumplir con lo siguiente:

- Recargar y dar mantenimiento a los extintores existentes
- Colocar las respectivas señaléticas anotadas en el informe
- Colocar la recubierta y entubar el sistema de cableado aéreo

Y en 30 días hábiles se compromete a cumplir con lo siguiente:

- Elaborar y presentar Plan de Contingencia de la Unidad Educativa Liceo Cristiano que esta ubicada en la Av. Jaime Roldós y Km 1 vía Virgen de Fátima, revisado y aprobado por el Cuerpo de Bomberos de Milagro.
- Adquirir detectores de humo
- Adquirir los extintores especificados en el informe

Cabe indicar que en este plazo otorgado, la Unidad Educativa Liceo Cristiano se hace responsable de cualquier incidente que se pueda suscitar y deslinda de responsabilidad civil o penal a la Empresa Publica de Cuerpo de Bomberos de Milagro.


CAP. SANDRO MONCAYO ROMERO
JEFE DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN


PS. MIGUEL GARAICOA CRUZ
REPRESENTANTE LEGAL
UNIDAD EDUCATIVA LICEO CRISTIANO

c.c. Archivo

Roca fuerte 461 entre Garcia Moreno y 24 de Mayo Telf.: 2974283 Est: 110 email: romvel64@hotmail.com