

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
*CARRERA DE GERENCIA Y LIDERAZGO***

**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN MICROEMPRESARIAL EN LA
CIUDAD DE QUITO DURANTE EL PERIODO 2001-2004 COMO
FUNDAMENTO PARA EL REDISEÑO ORGÁNICO FUNCIONAL DE
LA MICROEMPRESA “DISFRACES TRADICIÓN” DEDICADA A
PRESTAR SERVICIOS DE ALQUILER Y VENTA DE DISFRACES**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
GERENCIA Y LIDERAZGO**

VERÓNICA PATRICIA ARÉVALO BONILLA

ING. FERNANDO BELTRÁN

Quito, Junio 2007

DECLARACIÓN

Yo, Verónica Patricia Arévalo Bonilla, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Politécnica Salesiana, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Verónica Patricia Arévalo Bonilla

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Verónica Patricia Arévalo Bonilla, bajo mi supervisión.

Ing. Fernando Beltrán
DIRECTOR DE TESIS



AGRADECIMIENTOS

Mi especial gratitud a toda mi familia, quienes acompañaron y apoyaron todo el esfuerzo y entrega a lo largo de mi carrera, mi eterna admiración a mi madre quien ha sido eje inspirador de comprensión, sacrificio, emprendimiento y constancia, para conseguir todos los objetivos planteados.

Participo mis gracias a mis compañeros y profesores, quienes han estado siempre presentes, extendiendo su conocimiento, amistad y apoyo desinteresado.

Patricia Arévalo

DEDICATORIA

Mi dedicación especial del esfuerzo de este trabajo, una vez más a mis padres, a mis hermanos: Francisco Fernando, Juan Andrés, y Oderay, a mis sobrinas: Alisson y Camila, así como también a mi prima Sthepy; que ésta meta se convierta en un ejemplo a seguir, igualar y superar, que no sea la culminación de mi carrera profesional, pues al contrario que sea un peldaño más, hacia la excelencia profesional y personal.

Patricia Arévalo



ÍNDICE

CAPITULO I

	PAG
1. PLAN DE TESIS	1
1.1 Definición Del Tema De Investigación.....	1
1.2 Descripción Del Problema.....	1
1.2.1 Información General.....	1
1.3 Prospectiva.....	3
1.4 Planteamiento Del Problema.....	3
1.5 Sistematización Del Problema.....	5
1.6 Delimitación.....	5
1.6.1 Delimitación Espacial.....	5
1.6.2 Delimitación Temporal.....	6
1.6.3 Delimitación Conceptual.....	6
1.7 Justificación.....	6
1.8 Objetivos.....	7
1.8.1 Objetivo General.....	7
1.8.2 Objetivos Específicos.....	7
1.9 Marco De Referencia.....	7
1.9.1 Marco Teórico.....	8
1.9.2 Marco Conceptual.....	9
1.10 Hipótesis.....	10
1.10.1 Hipótesis General.....	10
1.10.1.1 Hipótesis No 1.....	11
1.10.1.2 Hipótesis No 2.....	11
1.10.1.3 Hipótesis No 3.....	11
1.11 Metodología.....	11
1.12 Técnicas e Instrumentos.....	12

CAPITULO II

2. SITUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PAÍS.....	13
2.1 Situación Económica.....	13
2.1.1 Competitividad Y.....	13
2.1.2 Productividad Del Ecuador.....	13
2.1.3 Población Económicamente Activa PEA.....	17
2.1.3.1 Concepto.....	17
2.1.3.2 Situación General.....	17
2.1.4 Producto Interno Bruto.....	20
2.1.4.1 Como Se Calcula El PIB.....	20
2.1.5 La Inflación.....	24
2.1.5.1. Índice De Precios Al Consumidor IPC.....	25
2.1.6 El Crecimiento Económico.....	26
2.1.7 Desarrollo Económico.....	27
2.2 SITUACIÓN SOCIAL DEL ECUADOR.....	29
2.2.1 Análisis De La Situación Social Del Ecuador.....	29
2.2.1.1 Empleo.....	30
2.2.1.2 Subempleo.....	31
2.2.1.3 Desempleo.....	34

CAPITULO III

3. LA MICROEMPRESA.....	37
3.1 Dimensión de la Microempresa.....	38
3.1.1 La microempresa y los Impuestos.....	38

3.2 Caracterización De La Microempresa “Disfraces Tradición”	39
3.2.1 Antecedentes.....	39
3.2.2 Caracterización Logística.....	39
3.2.3 Ámbito Administrativo.....	39
3.2.3.1 Estructura Organizacional.....	40
3.2.3.2 Recursos.....	40
3.2.3.2.1 Humanos.....	40
3.2.3.2.2 Materiales.....	42
3.2.3.2.3 Tecnológicos.....	44
3.2.4 Estudio de Mercado.....	45
3.2.4.1 El Mercado De Bienes Y Servicios Alquiler, Venta Disfraces.....	45
3.2.4.2 Demanda.....	45
3.2.4.2.1 Precio.....	51
3.2.4.2.2 Ingresos.....	51
3.2.4.2.3 Gustos Y Preferencias.....	51
3.2.4.2.4 Desplazamiento De La Curva De La Demanda.....	52
3.2.4.3 La Oferta.....	53
3.2.4.3.1 El valor de los insumos.....	54
3.2.4.3.2 Desarrollo de la tecnología.....	54
3.2.4.3.3 Condiciones climáticas.....	54
3.2.4.3.4 Valor de los bienes relacionados o sustitutos.	54
3.2.4.4. Análisis FODA De La Empresa Disfraces Tradición.....	56
3.2.4.4.1 Fortalezas.....	56
3.2.4.4.2 Oportunidades.....	59
3.2.4.4.3 Debilidades.....	60
3.2.4.4.4 Amenazas.....	63
3.2.4.5 Matriz de Riesgo 5 Fuerzas de Porter.....	64
3.2.4.5.1 Análisis De La Matriz De Las Cinco Fuerzas Del Mercado	66

CAPITULO IV

4. Planteamiento De La Propuesta	68
4.1 Planificación Estratégica Para La Empresa Disfraces Tradición....	68
4.1.1 Misión.....	68
4.1.2 Visión.....	68
4.1.3 Objetivos.....	68
4.1.3.1 Objetivo General.....	68
4.1.3.2 Objetivos Específicos.....	69
4.2. Estructura Organizacional.....	69
4.2.1 División Departamental de la Organización.....	69
4.2.2 Departamento Administrativo Financiero.....	69
4.2.2.1 Misión, Visión, Objetivo.....	70
4.2.3 Departamento Marketing y Ventas.....	70
4.2.3.1 Misión, Visión, Objetivo.....	71
4.3 Políticas de la Organización.....	71
4.3.1 Políticas Administrativas.....	71
4.3.2 Políticas Financieras.....	72
4.3.3 Políticas para los Recursos Materiales Y Tecnológicos.....	73
4.4 Orgánico Funcional.....	73
4.4.1 Funciones que debe desempeñar el Gerente General.....	73
4.4.2 Funciones que desempeñará en el área financiera.....	74
4.4.3 Funciones del Administrador.....	74
4.4.4 Funciones Para Cumplir Por Parte De Los Operarios.....	74
4.5 Procesos.....	75
4.5.1 Venta del Servicio.....	75
4.4.2 Recepción del Traje Alquilado.....	76
4.6 Planes De Acción	79
4.6.1 Constitución Legal de microempresa como Compañía S.A.....	79
4.6.2 Marketing del Servicio.....	85

4.6.3 Plan De Marketing.....	86
4.6.3.1 Objetivo General.....	86
4.6.3.2 Objetivos Específicos.....	86
4.6.3.3 Estrategia A Utilizar.....	87
4.6.3.4 Definición Del Plan De Acción.....	87
4.6.3.4.1 Política De Precios.....	87
4.6.3.4.2 Política De Comunicación.....	87
4.6.3.4.3 Política De Fuerza de Ventas.....	88
4.7 Estudio Financiero.....	89
4.7.1 Determinación de Activos.....	90
4.7.2 Depreciación de Activos.....	91
4.7.3 Determinación de Costos.....	92
4.7.4 Costo Fijo y Variable.....	93
4.7.5 Análisis de Precios.....	94
4.7.6 Ventas Reales Mensuales.....	95
4.7.7 Ventas Reales Anuales.....	97
4.7.8 Proyección de Ventas.....	98
4.7.9 Balance General 2007-2011.....	99
4.7.10 Estado de Pérdidas y Ganancias 2007-2011.....	100
4.7.11 Liquidación de Utilidades 2007-2011.....	101
4.7.12 Flujo Caja Mensual 2007.....	102
4.7.13 Flujo Caja Mensual 2008.....	103
4.7.14 Flujo Caja Mensual 2009.....	104
4.7.15 Flujo Caja Mensual 2010.....	105
4.7.16 Flujo Caja Mensual 2011.....	106

CAPITULO V

5. Conclusiones Y Recomendaciones

5.1 Conclusiones.....	107
5.2 Recomendaciones.....	108
5.3 Contrastación de Hipótesis.....	110

ÍNDICE DE CUADROS

1. PEA Sectores Económicos.....	18
2. Población del Ecuador y Pichincha.....	19
3. PIB 1993-2005.....	22
4. Porcentajes PIB.....	24
5. Principales Indicadores Ecuador.....	33
6. Tasa de Desempleo Nacional Urbana.....	35
7. Recursos Humanos.....	40
8. Recursos Materiales.....	42
9. Trajes de alquiler.....	42
10. Recursos tecnológicos.....	44
11. Alumnos y Planteles Parroquia Las Cuadras.....	46
12. Alumnos y Planteles Parroquia El Beaterio.....	47
13. Alumnos y Planteles Parroquia Guamaní.....	48
14. Alumnos y Planteles Parroquia Chillogallo.....	49
15. Artículos y Valor.....	58
16. Suscripción de los Accionistas.....	80

INDICE DE GRÁFICOS

1. Estructura PEA Prov. Pichincha.....	19
2. Cantidades del PIB.....	22
3. Porcentajes del PIB.....	23
4. Tasa de Informalidad.....	34
5. Desempleo PEA.....	34
6. Tasa de Desempleo.....	35
7. Nivel Educativo Parroquia Las Cuadras.....	46
8. Nivel Educativo Parroquia El Beaterio.....	48
9. Nivel Educativo Parroquia Guamaní.....	49
10. Nivel Educativo Parroquia Chillogallo.....	50
11. Curva de la Demanda.....	52

DIAGRAMAS

1. División Departamental de la Organización.....	69
2. Proceso de Venta.....	77
3. Proceso de Recepción traje.....	78

ANEXOS

1. Rol de Pagos.....	114
2. Balance General Mensual 2007.....	115
3. Balance General Mensual 2008.....	116
4. Balance General Mensual 2009.....	117
5. Balance General Mensual 2010.....	118
6. Balance General Mensual 2011.....	119
7. Estado de Pérdidas y Ganancias Mensual 2007.....	120
8. Estado de Pérdidas y Ganancias Mensual 2008.....	121
9. Estado de Pérdidas y Ganancias Mensual 2009.....	122
10. Estado de Pérdidas y Ganancias Mensual 2010.....	123

11. Estado de Pérdidas y Ganancias Mensual 2011.....	124
12. Fotografías Empresa “Disfraces Tradición”.....	125
13. Fotografías Cultura Saraguros, Mama Negra.....	126
14. Fotografías Diabladas de Píllaro.....	127
15. Fotografías Los Aruchicos.....	128
16. Fotografías Diablos Humas, Máscaras, Zamarros.....	129
17. Fotografías Traje Región Costa.....	130
18. Fotografías Cayambeñas, Salasacas, San Juan de Chimborazo.....	131
19. Fotografías Danzas y Bailes Instituciones Educativas.....	132
20. Fotografías Danzantes.....	133
21. Fotografías Viejas y Payasos.....	134
22. Fotografías Desfiles y Presentaciones.....	135
23. Fotografías Concurso Trajes Típicos.....	138



INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el Ecuador ha atravesado una gran crisis económica y social, que ha ocasionado un desequilibrio en los niveles de: empleo, distribución de ingresos, crecimiento económico, migración, entre otros. Lo que conlleva a la intuición de nuevas ideas para la subsistencia en la sociedad.

El desempleo es uno de los grandes impulsores a la generación de nuevas microempresas como parte fundamental de la actividad económica del país. La microempresa ha nacido de una idea innovadora de su creador, quien ha construido una actividad lícita de producción, que le permite satisfacer sus necesidades económicas y sociales.

Las actividades de la Microempresa contribuyen sin duda una fracción significativa dentro del crecimiento económico y del PIB de nuestro país, es ahí donde radica la importancia de un aporte investigativo que permita mejorar las condiciones actuales de éste sistema.

La Microempresa es considerada como una unidad económica mínima, pero en una acepción más amplia consideraremos como empresa a toda actividad humana que se establece y busca alcanzar un objetivo, permitiendo así la realización del emprendimiento humano.

Sin embargo, este sistema presenta algunas deficiencias: en su organización y administración lo que conduce a esta investigación a plantear una reforma orgánica funcional para una Microempresa específica dedicada a la prestación del servicio de alquiler y venta de disfraces, ubicada en el Sector Sur de la ciudad de Quito, en la parroquia de Chillogallo.

RESUMEN EJECUTIVO

La Investigación que se expone a continuación se realiza en una microempresa ubicada en el sector Sur de la ciudad de Quito dedicada a prestar el servicio de alquiler y venta de disfraces.

Dado que la microempresa es parte constituyente del sistema económico social de nuestro país es eminente realizar una propuesta de mejora no solo para esta unidad económica, por el contrario se constituye en parte de una solución que se acopla a cualquier Microempresa que presente las mismas características y necesidades.

La microempresa como se ha mencionado anteriormente, nace de una idea innovadora de su creador, pero presenta varias necesidades y deficiencias en su desarrollo orgánico funcional, obstaculizando de esta manera un crecimiento competitivo dentro del mercado al que pertenece.

Al convertirse en una unidad productiva del sistema, no podemos pasar por alto la problemática por la que atraviesan gran número de Microempresas, la administración y control empírico con el que desarrollan sus actividades están basados en su gran mayoría por la intuición de su propietario, desembocando en una carencia de técnicas y métodos administrativos eficientes.

Toda unidad económica ya sea micro, pequeña o grande, necesita de lineamientos básicos para su buen desenvolvimiento, razón por la cual en esta investigación desarrollaremos un trabajo exhaustivo que permita entender la situación actual de nuestra Microempresa, que facilite determinar una propuesta de mejoramiento en el desarrollo de sus actividades.

Con este fin se presentará en el Primer capítulo una exposición de la descripción y planteamiento del problema, objetivos, hipótesis, metodología, técnicas e instrumentos, enfocando una visión global del problema.

En el Segundo capítulo se detalla la situación económica y social de nuestro país, la productividad y competitividad del Ecuador y de sus empresas, la Población Económicamente Activa, el PIB, la inflación y otros indicadores económicos que permiten un entendimiento de la situación social al que conlleva el sistema económico: como consecuencias del desequilibrio en la distribución de la riqueza, es así que la pobreza, el desempleo, la migración determinan necesidades básicas de subsistencia ocasionado el surgimiento de nuevas ideas de producción, lo que desemboca en el origen de la microempresa.

Se puntualiza en el Tercer capítulo la situación actual de la Microempresa “Disfraces Tradición” su funcionamiento y actividades importantes, los recursos económicos, materiales y tecnológicos con que cuenta, así como también entender su estructura orgánica administrativa. Se determina un análisis FODA para conocer las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades. A través de la matriz de las cinco fuerzas de Porter se detecta el mercado, su competencia, así como también se realiza un estudio de la teoría de la ley de mercado de Oferta y Demanda.

Se puntualiza la situación real de la Microempresa, ya que se conoce que carece de una constitución legal, control económico a través de presupuestos en sus Balances Generales, Estados de Resultados y Flujos de Caja. La ausencia de políticas de administración y funciones determinadas para cada uno de los integrantes de ésta organización, factores que permiten analizar y plantear una propuesta de mejoramiento en su orgánico funcional.

Una vez conocida la situación real de la Microempresa se establece en el Cuarto Capítulo la propuesta orgánica funcional a través de un Plan Estratégico de Administración.

En éste capítulo se diseña toda la estructura organizacional, funcional y financiero para la organización.

Se establece la Planificación Estratégica: Misión, Visión, Objetivos, así como también la Constitución Legal de la empresa como una Sociedad Anónima detallando todos y cada uno de los estatutos, se plantea una estructura orgánica que permita conocer los diferentes departamentos de la organización así como también sus objetivos y funciones.

La determinación de políticas administrativas, financieras, y para sus recursos materiales se hacen presentes como parte importante dentro de la administración, éstas permitirán tener un control minucioso para la optimización de recursos.

Una estructura orgánica funcional permitirá mantener un orden claro en las actividades a desempeñar en cada uno de los cargos de la organización, impidiendo de esta manera la dualidad en funciones, jerarquías y actividades. También se fija procesos en las actividades más importantes y necesarias dentro de la prestación del servicio tales como: venta y entrega del servicio, y la recepción del mismo. Estos procesos permiten tener un orden y control para mejorar el servicio y mantener patrones de eficiencia.

Es primordial enunciar un plan de marketing que coadyuve a la obtención de resultados a través del cumplimiento de los objetivos planteados. La publicidad y propaganda tienen su efecto en el posicionamiento y ampliación del mercado, lo que conlleva a un incremento en las ventas.

En el ámbito financiero se estructura mensual y anualmente un presupuesto total compuesto por su Balance General, Estado de Resultados y Flujos de Caja, que clarifiquen una visión amplia y real de la empresa. Se conocerá a través de éste los resultados esperados y alcanzados en el tiempo, ya que determina de manera precisa sus utilidades o pérdidas durante un ejercicio contable, así como también la liquidez o desembolso real del dinero dentro de un periodo de actividades conociendo el saldo real del activo circulante de Caja Bancos.

Los resultados aquí obtenidos ayudaran a la toma de decisiones dentro de la Organización, las mismas que se podrán realizar ya con una visión clara y real de la verdadera situación de la empresa, pues se busca el implemento de un sistema orgánico, funcional, y contable que elimine la simple intuición y manejo empírico de las actividades.

Después de entender la situación actual de la Microempresa “disfraces Tradición”, se pretende a través de ésta propuesta mejorar el desarrollo de las actividades y contribuir al crecimiento de la misma. Objetivo que dependerá de los propietarios y administradores el poner en marcha el plan aquí elaborado.

CAPITULO I

En el capítulo I se define el tema de investigación, se define una descripción del problema: información, general, prospectiva, planteamiento del problema, sistematización del problema, justificación, objetivos, marco de referencia, hipótesis, metodología, técnicas e instrumentos que serán utilizados para desplegar la propuesta en la investigación.

1. PLAN DE TESIS

1.2 DEFINICIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

Análisis de la situación micro empresarial en la ciudad de Quito durante el periodo 2001-2004 como fundamento para el rediseño orgánico funcional de la microempresa "Disfraces Tradición" dedicada a prestar servicios de alquiler y venta de disfraces.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Información General

"En 2002 Ecuador contaba con una población de 13.447.494 habitantes y una densidad de 49 hab. / Km. El 47% vive en la región de la Sierra y el 49% en la de la Costa; el resto de la población se reparte entre la región Amazónica y las islas Galápagos. La población activa del Ecuador se calcula en 4,95 millones de personas, de las cuales un 7,3% se dedica a actividades agrícolas, un 21,4% a la industria y a la construcción, y un 71,2% al sector servicios."¹

En nuestro país Ecuador es claramente visible el alto nivel de desempleo y según datos del INEC este corresponde aproximadamente a un 40% de la población entre los 18 y 39 años de edad, según el último censo de Población y Vivienda

¹ © 1993-2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos

realizado en nuestro país², además, también se presenta el subempleo o comercio informal existente en las grandes ciudades del Ecuador como es Quito, siendo éste fenómeno el impulsor de muchas actividades productivas dentro del mercado informal y de la microempresa, generando así nuevos ingresos que permitan la satisfacción de las necesidades básicas de sus dueños o propietarios.

Analizando la microempresa en conjunto se detecta que es una de las fuentes generadoras de ingreso ya contribuye en un 10 y 15% al PIB Producto Interno Bruto, con 1.3 millones de microempresarios en nuestro país, generando así fuentes de empleo para una gran parte de la población, lo que corresponde al 40% de la PEA dentro de la microempresa constituyendo 1.504.908, lo que permite obtener ingresos para cubrir las necesidades básicas de una parte de la población, por otro lado también es el sustento de las grandes empresas, al ser éstas proveedoras de su materia prima, contribuyendo de esta manera a la actividad productiva de nuestro país.

Según las publicaciones Reportes del Emisor destaca el crecimiento de la oferta laboral en el área urbana de manera general en toda América Latina localizándose el 76.3% de la fuerza laboral en ésta área. Manifiesta que desde 1990 el empleo informal se ha elevado en más de 5 puntos porcentuales lo que equivale a un crecimiento del sector informal cercano a los 20,0 m de personas, además los nuevos empleos absorbidos por el sector informal pasó del 67.3% en el periodo de 1990-1994 al 70.7% en el periodo de 1997-1999.³

Ante esta perspectiva el comercio informal se ha incrementado en toda América Latina y el Ecuador también ha sido espectador de éste fenómeno a través de toda su historia, dando paso a la formación de la microempresa.

En la actualidad y en el caso específico de Ecuador gran parte de la microempresa está formada por gente emprendedora, con visión de empresario, con deseos de mejorar sus condiciones de vida, entre otras características, pero cabe indicar que muchos de ellos no cuentan con una educación universitaria que

² INEC Ultimo Censo de población y Vivienda Ecuador

³ Reportes del Emisor, Bogotá, D. C. enero 2002 No32

les permita crecer dentro de su ámbito profesional haciéndolos competitivos con fundamentos teóricos y técnicos y no solo basados en la intuición o en su experiencia del negocio y un claro ejemplo es la falta de investigación de mercado que existe en casi todas las microempresas, convirtiendo en empresas poco competitivas y productivas ante la globalización que hoy se ve inmerso el mundo entero.

1.3 PROSPECTIVA

La microempresa en nuestro país presenta algunas deficiencias que deben ser exploradas e investigadas para determinar posibles soluciones que permitan incrementar su productividad y generar nuevas estrategias de mercado, a través del rediseño de un orgánico funcional y mejora en la gestión administrativa de la misma.

Se debe señalar que el no implementar una estrategia que permita incrementar su productividad y competitividad así como también un rediseño en su funcionamiento administrativo generará problemas que afectarán directamente al crecimiento o expansión de la microempresa, ocasionando una pérdida de oportunidad para aumentar los ingresos económicos de sus inversionistas.

En mucho de los casos la mala administración y el no implementar medidas preventivas en un determinado momento conlleva a la disolución o desaparición de las mismas al no ser competitivas dentro del mercado.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Recordemos que el Ecuador ocupa la posición No. 86 (entre 102 países seleccionados) en el Índice Global de Competitividad del World Economic Forum. Esto se debe a la falta de políticas de capacitación y ayuda crediticia por parte del gobierno así como también del sector privado, impidiendo un desarrollo humano que genere eficiencia y competitividad dentro del mundo globalizado en el que hoy nos encontramos.

La microempresa por lo general está bajo el cargo de sus propietarios, los mismos que se han dedicado a su administración, sin embargo pese a los grandes esfuerzos la microempresa se encuentra en la actualidad con algunos problemas administrativos dado que existen diversas falencias en el funcionamiento de estas.

Uno de los diversos obstáculos por los que atraviesa la microempresa es la falta de su constitución legal, ya que muchas de ellas son de tipo artesanal donde trabaja toda la familia y su funcionamiento ha sido de manera informal, y al no estar legalmente reconocida en la Superintendencia de Compañías o alguna asociación del sector al que pertenece se constituye en un gran obstáculo para tener acceso crediticio en las instituciones financieras.

Existen diversos y similares problemas en las microempresas del país constituyéndose de ésta manera en un común denominador de éstas los problemas que a continuación se detallan ya que en ésta investigación realizaremos un proyecto de rediseño de la microempresa “Disfraces Tradición” ya que carece de un orgánico funcional, escritura pública, estatutos y políticas, plan administrativo, organización, evaluación y sobre todo carece de un registro contable que le permita evaluar su volumen de ventas y realizar algún tipo de proyección para los siguientes periodos, resultando importante también el mejoramiento en la administración financiera que permita por otro lado administrar de mejor manera el pago a sus proveedores, dado que estos se los realiza periódicamente pero sin tomar en cuenta un manejo estratégico del uso de la liquidez que existe dentro de ésta.

Dado que la microempresa está manejada empíricamente carece de investigación de mercado, lo que ha conllevado a bajos niveles de satisfacción de la demanda en el servicio de alquiler y venta de disfraces, en especial en el sector Sur de la ciudad de Quito dado que existe una parte de la población que aún mantiene costumbres y tradiciones que se han transmitido de generación en generación.

Estos son los problemas más comunes por los que atraviesa en general la microempresa en nuestro país debido a la falta de capacitación o conocimiento de las personas que la administran, es por esta razón que se considera importante y de gran utilidad el plantear un modelo de funcionamiento que le permita crecer dentro de la actividad a la que pertenece la microempresa así como también determinar la importancia de la capacitación en la formación humana sobretodo de las personas que forman parte de toda la microempresa y en especial del personal administrativo ya que será este quien tome las decisiones y riendas de la empresa.

1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

Pregunta De Primer Orden

¿Cómo aportar al mejoramiento de las condiciones actuales de la microempresa en nuestro país?

Preguntas De Segundo Orden

¿Cuál es la situación actual de la microempresa en el Ecuador?

Existe alguna alternativa de solución que le permita mejorar las condiciones por las que atraviesa actualmente la microempresa?

¿Es factible la aplicación de una estrategia de rediseño para la microempresa “Disfraces Tradición” que sirva de sustento para otras microempresas?

1.6 DELIMITACIÓN

1.6.1 Delimitación Espacial

Esta Investigación se realizará a nivel considerándose que muchos hogares tienen como medio de vida una actividad independiente o informal dentro del

mercado laboral ecuatoriano y que es la microempresa una alternativa para su sustento económico familiar.

1.6.2 Delimitación Temporal

La investigación bibliográfica corresponderá al periodo comprendido entre los años 2001 y 2004, y la Investigación empírica se realizará en el año 2005 que es el tiempo donde se llevará a cabo la realización de la investigación.

1.6.3 Delimitación Conceptual

La investigación tendrá el soporte de la teoría económica de la Libre Competencia así como también las Interferencias que existen dentro de la misma ya que contribuirán al entendimiento de la situación global y los factores que dinamizan el mercado de bienes y servicios. Será trascendental el revisar también la teoría del Desarrollo del capital Humano que permita el entendimiento de las ventajas que tiene la formación y capacitación humana dentro de un desarrollo profesional y personal.

1.7 JUSTIFICACIÓN

En nuestro medio es muy claro identificar la cantidad de personas desempleadas que existen y entre ellos muchos profesionales buscando oportunidades de desarrollo en las grandes empresas, obteniendo como respuesta una negativa a todas sus expectativas.

Ante este fenómeno muchos de ellos han sido creativos, emprendedores, y han buscado varias alternativas de sobre vivencia, es ahí donde nace la microempresa como una alternativa de solución para este problema y que se ha presentado a través de toda la historia de nuestro país.

Esta investigación pretende contribuir al estudio, análisis e interpretación de las diversas maneras o formas productivas existentes en nuestro país con el fin de

aportar conocimiento para la toma de decisiones que vayan en beneficio del sector investigado que es la microempresa.

Se considera importante una apreciación real sobre la microempresa como un sector productivo a fin de determinar herramientas que aporten a las diversas organizaciones privadas o públicas así como también a los inversionistas interesados en realizar actividades, estudios o proyectos orientados a mejorar la calidad de vida, y la actividad económica del país, también será de utilidad para futuras investigaciones de mayor relevancia.

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 Objetivo General

Contribuir al crecimiento de la microempresa mediante la estructura de un plan estratégico que permita mejorar las condiciones actuales a través del rediseño respectivo para la microempresa "Disfraces Tradición" dedicada al servicio de alquiler y venta de disfraces

1.8.2 Objetivos Específicos

Establecer la situación actual de la microempresa en el Ecuador mediante la realización de un diagnóstico situacional de la misma.

Exponer que el crecimiento de la microempresa es factible a través de la implementación de estrategias que le permitan solucionar los problemas por los que atraviesa actualmente.

Contar con una propuesta estratégica de rediseño micro empresarial para la empresa "Disfraces Tradición" mediante la elaboración del proyecto respectivo, que sirva de sustento para otras microempresas.

1.9 MARCO DE REFERENCIA

1.9.1 Marco Teórico

Se considera de gran utilidad la Teoría Económica de Libre competencia y sus interferencias, puesto que a través de ésta podremos entender los factores determinantes dentro del mercado competitivo.

El mercado se rige por la oferta y la demanda y la relación que existe con el precio, pues la oferta de bienes y servicios se dará por parte de las empresas productoras mientras que la demanda se dará por parte de quienes consuman dichos bienes o servicios.

El precio está directamente relacionado tanto con la oferta como con la demanda y dependerá de una de estas para que el precio de bienes y servicios suba o baje dentro del mercado.

Existe muchas empresas que se rigen en el mercado por la teoría de libre competencia e ahí la necesidad de investigar acerca de la situación que envuelve al mercado competitivo del sector así como también la relación que existe entre la oferta, la demanda, y el precio dentro del mercado de servicios de alquiler y venta de disfraces.

Este análisis contribuirá al entendimiento y funcionamiento del mercado para poder determinar una propuesta de mejoramiento a través del establecimiento de nuevas estrategias de mercado que permitan satisfacer la demanda existente.

Teoría del capital humano

Esta teoría nos permitirá analizar las ventajas que tiene una persona con capacitación y estudios frente a una persona que no adquiere conocimientos universitarios o secundarios.

Si analizamos a la educación como una inversión que en el futuro nos dará los

resultados deseados, entonces se podrá determinar la importancia y necesidad individual y social de la educación. El “Trabajo no es homogéneo. Aportan distintos niveles de educación y participación al mercado de trabajo:

- Una persona educada es capaz de ofrecer una mayor cantidad de esfuerzo productivo útil que una que posea menos formación.
- Cualquier actividad que mejore la productividad del trabajador es una inversión en capital humano (educación, capacitación, salud)
- El objetivo del gasto actual en educación es incrementar sus ingresos futuros”⁴

A lo mencionado anteriormente se añade la importancia de las competencias de cada ser humano, entendiéndose por estas al comportamiento y actitud personal del individuo frente a la organización, y a la búsqueda de resultados superiores. Entonces consideremos que las competencias “son comportamientos personales, relativamente estables, que permiten desarrollar el trabajo con altos estándares, Los comportamientos se identifican mediante la observación y pueden ser desarrollados mediante un enfoque adecuado.”⁵ Según el diccionario de competencias de Hay/ Mc Ver existen competencias de Gestión personal, Pensamiento, Logro, Influencia, Gestión del Equipo, Complementarias, mismas que ayudan a cumplir los objetivos y resultados deseados por la organización, adicionalmente destaca un incremento en la productividad y un desempeño excelente en el puesto, según la investigación realizada por Burke & Day.

1.9.2 MARCO CONCEPTUAL

A través de ésta investigación se determinará todos los agentes que intervienen en el mercado de bienes y servicios como es la Oferta: que está en relación directa con la producción de una empresa, pues ya que es ésta quien oferta bienes y servicios al mercado.

Dentro de la oferta se determina que la producción será mayor cuando el precio sea alto, mientras que si el precio baja la producción también bajará.

⁴ ROSERO MONCAYO, José. Teoría del Capital Humano. Sesión 10

⁵ Diccionario de Competencias Hay/ Mc. Ver Publicación Banco del Pichincha.

Mientras que la Demanda: Se entenderá al consumo de bienes y servicios dentro de un mercado, en este punto también intervendrá el precio, mientras exista poca demanda, el precio será bajo pero al incrementarse la demanda también se incrementará el precio.

Precio: Es el valor que tiene un bien o servicio dentro de un mercado.

Así pues se entenderá también como Microempresa: a la formación artesanal donde interviene la familia en el proceso productivo se caracteriza porque sus microempresarios son creadores de su propia unidad económica, es un productor entre la artesanía y la industria y es muy dinámico en la introducción de maquinaria, otra de sus características es que son personas luchadora, emprendedoras con visión de empresario persistente ante los cambios.

El capital humano será la mano de obra calificada, pues a través de la inversión en su capacitación, ya que una persona capacitada rendirá y aportará mucho más en su trabajo que una persona que carece de instrucción formal o educación en cualquiera sea su ámbito.

1.10 HIPÓTESIS

Como producto de la investigación aquí realizada, las hipótesis anteriormente planteadas fueron reformadas, exponiéndose de la siguiente manera:

1.10.1 Hipótesis General

La microempresa “Disfraces Tradición”, presenta subutilización de su capacidad instalada que le impide atender parte de la demanda existente en el mercado, hecho que se debe al débil desempeño administrativo, el cual, a la vez, obstaculiza su crecimiento.

Esta hipótesis, con motivo de operativización, se desglosa en 3 de manera

particular.

1.10.1.1 HIPÓTESIS No 1

El débil desempeño administrativo del Gerente de la Microempresa “Disfraces Tradición” provoca subutilización en su capacidad instalada, lo que ocasiona que un segmento del mercado no sea atendido

1.10.1.2 HIPÓTESIS No 2

El lento crecimiento de la Microempresa “Disfraces Tradición” se debe al débil proceso administrativo.

1.10.1.3 HIPÓTESIS No 3

El diseño y aplicación de un plan estratégico de gestión para la microempresa “Disfraces Tradición” permitirá:

- *Su organización y funcionamiento eficiente*
- *Ampliar la cobertura de mercado.*

La hipótesis 3 de ésta investigación se la elabora como supuestos sustentantes de la formulación de la política de reversión de la tendencia negativa que experimenta la Microempresa, y de cuya aplicación dependerá su evolución futura.

1.11 METODOLOGÍA

En esta investigación se utilizará el método analítico para lo cual se considerará los estudios realizados por el INEC, Información del PYME Superintendencia de Compañías con respecto a la microempresa en el Ecuador desde el año 1998 hasta el año 2004, a fin de proporcionar las herramientas necesarias que permitan demostrar la situación real de la microempresa .

1.12 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Será necesario también realizar un muestreo probabilístico a fin de determinar las razones o motivos principales que inducen a la creación de la microempresa, y determinar los problemas de mayor relevancia que presentan actualmente las microempresas a través de entrevistas en una muestra aleatoria del sector investigado, así como también para determinar factores como demanda, oferta, competencia, precios, preferencias, entre otros del servicio investigado.

Este proceso partirá en primer lugar con una revisión bibliográfica acerca del tema y lo relacionado con el mismo.

En segundo lugar se planificará un trabajo bibliográfico y de campo que permitan conocer la situación real de la microempresa

Como tercer punto se realizará las entrevistas y Grupo focal con algunos microempresarios que aporten a la investigación, así como también con los diferentes personajes conocedores del tema.

Técnica

Investigación Bibliográfica

Entrevistas

Grupo focal

Instrumentos

Ficha nemotécnica y bibliográfica

Guía de entrevista, grabadora

Guía de grupo focal, grabadora

CAPITULO II

En el transcurso de éste capítulo se revisará datos informativos generales de la situación socioeconómica de nuestro país, durante los últimos periodos, a fin de determinar un panorama real que nos permita entender las causas y consecuencias en el problema de investigación.

2. SITUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PAÍS

2.1 SITUACIÓN ECONÓMICA

2.1.1 Competitividad y

2.1.2 Productividad del Ecuador

Existen diversos conceptos acerca de la competitividad y productividad y para este caso retomaremos el concepto de Porter donde hace hincapié que la productividad y la competitividad se interrelacionan entre si, pues la competitividad tiene como factores determinantes: la productividad, que se mide por los rendimientos del sector, generalmente esta se cuantifica estableciendo el número de productos producidos dividido entre los recursos: materia prima, insumos mano de obra, y equipos utilizados y la rentabilidad, del sector.

Es necesario que la medición de la productividad de la empresa sea comparada con la productividad del sector industrial al que pertenece, si el resultado de esta es mayor a la media del sector, entonces se dice que la empresa es altamente competitiva.

Dentro de esto contexto la competitividad depende también de factores tales como infraestructura, tecnología, mano de obra calificada, capacitación, capacidad de mantenerse en el entorno y sus constantes cambios, entre otros.

En el Caso de Ecuador, el bajo nivel de educación, la falta de creación de plazas de trabajo que den como resultado el fomentar puestos de empleo para la

población ecuatoriana, el bajo nivel de vida, la falta de estructura óptima para la productividad, entre otros, han sido unos de los diversos problemas que ha sufrido la sociedad ecuatoriana en su progreso.

Dentro de todo este ciclo es importante entonces identificar la competitividad y productividad como factores determinantes en el desarrollo económico de nuestro país.

Si decimos que la competitividad es la capacidad que posee un país para participar en los mercados internacionales, de manera sostenible, que permita mejorar el nivel de vida de la población. La competitividad se genera en las empresas y no en los países, dado que al intervenir en el comercio internacional, obtienen ciertas ventajas competitivas sobre sus rivales extranjeros y de ésta manera mejoran tanto productos como procesos.

Nuestro país el Ecuador se enfrenta ante oportunidades y amenazas de la globalización y del TLC, esto dará como resultado un mejoramiento en el clima de negocios, y se puede convertir la inversión en infraestructura para mejorar la productividad.

El TLC es una estrategia de comercio formada para consolidar la situación comercial y económica de los países de América, si bien es cierto no es una estrategia tomada recientemente, pues ha transcurrido casi una década para poder cumplir con éste objetivo. Dentro de éste contexto se exige al país una competitividad, calidad en sus productos para que pueda acceder sin problemas a éste grupo.

Sin embargo no se ha tomado las respectivas decisiones para solucionar en gran parte éste problema, a nivel empresarial y gubernamental se han quedado de brazos cruzados a opinión personal.

El TLC con fines netamente cooperativos y productivos se ha convertido en uno de los problemas cotidianos de todas las organizaciones ecuatorianas, la

globalización, la competitividad, la calidad total, han sido factores que aquejan a nuestra sociedad.

Si nos preguntamos que hemos realizado nosotros, la empresa y el gobierno al respecto, nos daremos cuenta que es muy poco o casi nada, no se aprovechó el tiempo que se tuvo para realizar las respectivas correcciones a éstos problemas, no se tomó las políticas respectivas y en la actualidad nos encontramos frente a un fenómeno del cual no podemos escapar y debemos actuar pronto.

Las Organizaciones están en la obligación de Capacitar a sus empleados para un mejor desempeño en sus funciones, implementar tecnología en sus procesos, ofrecer un servicio de calidad, organizar talleres de capacitación en los diferentes temas que necesita la organización.

La empresa debe aprender a ser competitiva y eso implica esfuerzo, costos, y resultados, enseñar a su gente a ser productivos, no solo en los procesos si no también en su intelecto.

Si analizamos la Competitividad de Colombia: que es el país latinoamericano que ha mostrado más progresos en materia de competitividad durante los últimos dos años, según un estudio de la Universidad de Harvard, los países latinoamericanos tienen un promedio relativamente bajo de competitividad, que los ubica en el puesto número 58 entre 80. Los países andinos están por debajo de ese nivel, pero Colombia está actualmente en el lugar 54. Durante los últimos dos años, Colombia ha mejorado sus niveles de crecimiento sostenible en materia de productividad, lo que le ha permitido mejorar su competitividad, ascendiendo 22 puestos entre el año 2000 y el 2003, cuando pasó del puesto 76 a la posición 54.

Ante este claro ejemplo de nuestro vecino país Colombia ha logrado lo que Ecuador está recién intentando, a pesar de todos los problemas sociales que vive como es la guerrilla que infunde desestabilización social, democrática y política.

El Ecuador por ende no puede quedar relegado en éste proceso es hora que conjuntamente el Gobierno y las Instituciones privadas (empresas) tomen políticas a futuro, organicen bloques comerciales, constituyan una base sólida entre los vecinos países a nivel comercial económico.

El Gobierno debe reducir costos, incrementar la recaudación de impuestos ya que según publicaciones realizadas por el SRI se conoce que la recaudación acumulada al mes de septiembre del año 2005 es de 3.039 millones frente a la programación presupuestaria. La expectativa institucional para finales del mismo año es incrementar la presión tributaria de la recaudación de impuestos a un índice de alrededor del 12% del PIB en una mayor progresividad en el sistema tributario dado los satisfactorios resultados registrados en el recaudo del Impuesto a la Renta.⁶

Se debe fomentar e inyectar la inversión en nuevos proyectos que garanticen empleo, ingresos para la población, tratar de igualar la brecha entre ricos y pobres, dar fuentes de trabajo, incentivar al ahorro, ofrecer estabilidad política no solo a la población interna si no también a nivel internacional.

Fomentar de manera significativa las exportaciones, ayudar a pequeñas y medianas industrias que pueden ofrecer una solución al problema social.

Ayudar a las industrias a mejorar su productividad a través de conferencias, préstamos, capacitación, infraestructura. Evaluar sus avances en materia de cooperación bilateral, específicamente en las áreas técnica, cultural, educativa y económica con países que pueden ayudar y se encuentran en mejores situaciones que la nuestra.

Es importante reconocer que el proceso ya está aquí y debemos actuar pronto para no quedar fuera o como nos catalogan países de la periferie.

El gobierno debe apoyar al sector de la educación y capacitación para poder salir

⁶ www.sri.gov.ec 22 Enero 2006

adelante, dar prioridad a las necesidades básicas de la población como es la salud y seguridad de alimentación.

Un niño que no es bien alimentado, que sufre de desnutrición difícilmente podrá dar lo mejor de si en un futuro, ya que es un factor que le afecta en el crecimiento y desarrollo no solo físico si no también intelectual del ser humano.

Todos debemos ser productivos, a dar servicios y trabajos de calidad, no nos quedemos en la mediocridad, pensemos siempre en un mejor bienestar, porque somos capaces y tenemos todos los recursos necesarios: El Hombre nunca podrá ser reemplazado por una máquina, ya que esta no piensa por sí sola, obedece instrucciones y órdenes, pero el Hombre tiene la capacidad de pensar, actuar y CREAR.

2.1.3 Población Económicamente Activa PEA

2.1.3.1 Concepto

Según El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC la PEA esta constituida por “las personas de 10 años y más que trabajan al menos una hora durante un periodo de referencia. O aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados), o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar (desocupados), por lo que se excluye a estudiantes, imposibilitados, jubilados y de manera absurda a las amas de casa.”⁷

2.1.3.2 Situación General

“En el año 2000 la población estimada fue 12.645.495 habitantes (hab.), con densidad promedio de 49,3 hab. /km². El país está conformado por 22 provincias, 215 cantones y 1.149 parroquias (361 urbanas y 788 rurales) y circunscripciones territoriales indígenas y afroecuatorianas establecidas por ley. En zonas urbanas

⁷ Al Futuro con la Microempresa. César Augusto Alarcón Costta. Pág. 150

vive el 63% de la población; de ésta, 46% se concentra en Quito y Guayaquil.

La tasa de crecimiento poblacional anual 1995-2000 fue 1,9%. En 2000, 34% de la población era menor de 15 años (39% en 1990) y 4,7% mayor de 64 años (4,1% en 1990) La tasa global de fecundidad bajó de 4,0 hijos por mujer en 1985-1990 a 3,3 en 1994-1999 (2,6 urbana; 4,4 rural; 5,5 en mujeres sin instrucción formal). Desde 1997 se verifica movimiento migratorio intenso hacia la ciudad y al exterior”⁸

Existen diferentes apreciaciones acerca de la PEA ya que “Se considera Población Económicamente Activa (PEA), a la población comprendida entre 8 y 65 de edad, que están cumpliendo o que pueden cumplir funciones productivas. La Población Económicamente Activa del Ecuador para 1998 se calcula en 4609.331 de los cuales el 73% corresponde a la PEA urbana”⁹ Sin embargo Según datos del Ultimo Censo de Población y vivienda publicado por el INEC la PEA nacional urbano fue de 3,801.340 existiendo niños desde los cinco años de edad trabajando en nuestro país.

Cuadro No 1

PEA, SEGÚN SEXO Y JEFATURA DE HOGAR POR SECTORES ECONÓMICOS
NACIONAL URBANO – 2002

SEXO Y JEFATURA DE HOGAR	TOTAL	SECTORES ECONÓMICOS			
		SECTOR MODERNO	SECTOR INFORMAL	ACTIVIDADES AGRICOLAS Y PECUARIAS	SERVICIO DOMÉSTICO
NACIONAL URBANO	3.801.340	1.785.469	1.504.906	295.513	215.450
Jefe	1.766.948	802.547	740.132	165.258	59.010
No Jefe	2.034.393	982.923	764.774	130.255	156.440
HOMBRES	2.261.412	1.085.275	923.758	234.510	17.869
Jefe	1.466.705	690.032	616.319	150.715	9.640
No Jefe	794.707	395.243	307.439	83.795	8.229
MUJERES	1.539.928	700.194	581.151	61.003	197.581
Jefe	300.243	112.515	123.814	14.544	49.370
No Jefe	1.239.686	587.679	457.337	46.459	148.210

Fuente: INEC Ultimo Censo de población y Vivienda Ecuador

⁸ E:/info/bev25n2-perfil-ecuador.

⁹ Ecuador: su realidad Fundación José Peralta Sexta Edición Pág.109

La población total del Ecuador y específicamente de la provincia de Pichincha se detalla a continuación en el siguiente cuadro según el último Censo de población y Vivienda hasta el año 2001-Julio 2002

Cuadro No 2

POBLACIÓN DEL ECUADOR Y DE LA
PROVINCIA DE PICHINCHA

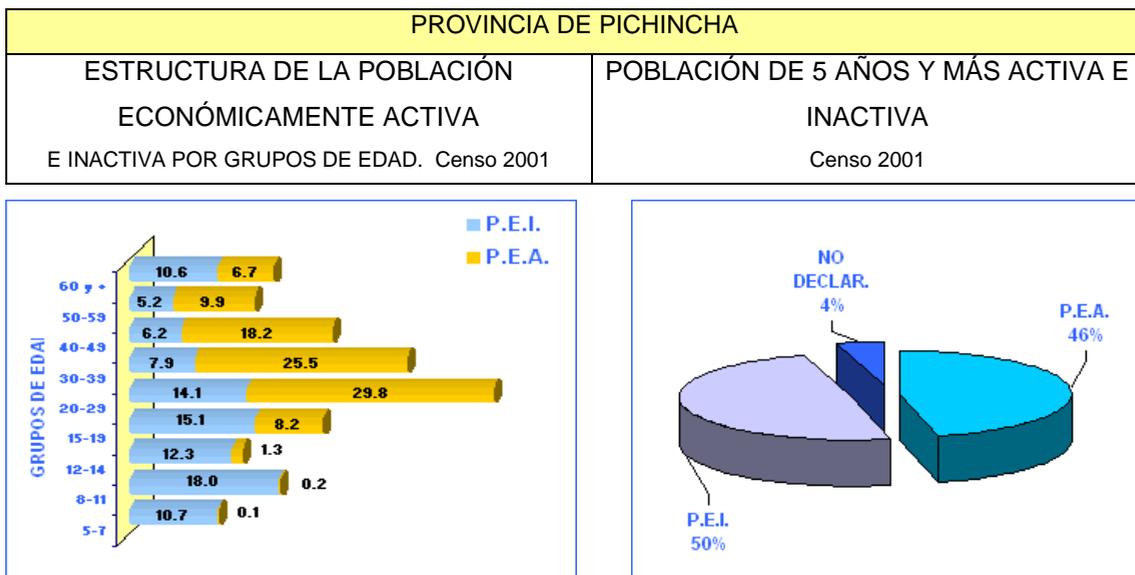
Censo 1950-2001

AÑO	ECUADOR	PICHINCHA	%
1950	3,202,757	386,520	12.1
1962	4,564,080	587,835	12.9
1974	6,521,710	988,306	15.2
1982	8,138,974	1,382,125	17.0
1990	9,697,979	1,756,228	18.1
2001	12,156,608	2,388,817	19.7

El porcentaje (%) expresa la participación de la provincia en relación al país.

Fuente: INEC Último Censo de población y Vivienda Ecuador

Gráfico No 1



Fuente: INEC Último Censo de población y Vivienda Ecuador

En el gráfico No 1 se observa que la mayor parte de la PEA en la provincia de Pichincha Se encuentra entre los 20 y 29 años de edad correspondiente al 29%

del total de la población. La Población Económicamente Activa de la provincia se encuentra en un 46% mientras que la Población Económicamente Inactiva corresponde al 50%.

2.1.4 Producto Interno Bruto

Se entiende como PIB a la producción de bienes finales y servicios en un periodo determinado, ya sea por nacionales o extranjeros residentes en el país, se añade además que no interviene en el Producto Interno Bruto (PIB) los bienes intermedios ya que estos serán contabilizados en su bien final.

“Producto se refiere a valor agregado; interno se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía; y bruto se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital.”¹⁰

El tiempo en que se contabiliza la producción es generalmente de un año, sin embargo también es posible realizarlo trimestralmente.

Es importante aclarar que dentro del PIB se toma en cuenta la producción de extranjeros residentes en el país mas no la producción de una empresa nacional residente en otro país ya que este constituye parte del Producto Nacional Bruto PNB.

2.1.4.1 Como Se Calcula El PIB

En este caso detallaremos dos métodos para calcular el PIB:

- a. Método de Gastos
- b. Método de Ingresos

a. MÉTODO DE GASTOS

¹⁰ <http://www.econlink.com.ar/mapa.html>

El PIB es la suma de todas las distribuciones realizadas para la compra de bienes o servicios finales producidos dentro de una economía, es decir, se excluyen las compras de bienes o servicios intermedios y también los bienes o servicios importados.

PIB = consumo + inversión + gasto público + exportaciones - importaciones

PIB = C + I + G + X - M

Consumo: son los bienes y servicios producidos en el año y que adquieren las familias o empresas para su consumo final por ejemplo: libros, honorarios profesionales, una lavadora.

Inversión: son los bienes adquiridos para el proceso productivo de la empresa por ejemplo: una maquinaria

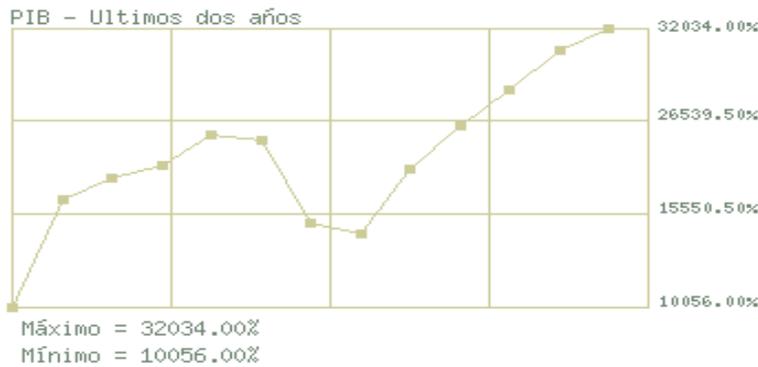
Gasto público: son los bienes y servicios adquiridos por la Administración Pública, para su consumo (materiales de oficina) o como elemento de inversión (construcción de carreteras). Incluye el pago de salarios a los funcionarios.

Las Exportaciones van con signo positivo ya que constituyen un incremento en el PIB al ser un producto elaborado en el país. Mientras que las Importaciones van con signo negativo: no es que disminuyan el PIB, simplemente se trata de compensar un importe contabilizado en consumo, inversión o gasto público que por haber sido elaborado en el exterior no se debería incluir en el PIB

b. MÉTODO DE INGRESOS

El PIB es la suma de los ingresos de los asalariados, las ganancias de las empresas y los impuestos menos las subvenciones. La diferencia entre el valor de la producción de una empresa y el de los bienes intermedios tiene uno de los tres destinos siguientes: los trabajadores en forma de renta del trabajo, las empresas en forma de beneficios o el Estado en forma de impuestos indirectos, como el IVA

Gráfico No 2



Fuente: Publicación del Banco central del Ecuador. E:\informacion\Banco Central del Ecuador.htm

Cuadro No 3

PIB 1993-2005

FECHA	VALOR
Enero-31-2005	32034.00 millones de USD
Enero-31-2004	30282.00 millones de USD
Enero-31-2003	27201.00 millones de USD
Enero-31-2002	24311.00 millones de USD
Enero-31-2001	21024.00 millones de USD
Enero-31-2000	15934.00 millones de USD
Enero-31-1999	16675.00 millones de USD
Enero-31-1998	23255.00 millones de USD
Enero-31-1997	23635.00 millones de USD
Enero-31-1996	21268.00 millones de USD
Enero-31-1995	20195.00 millones de USD
Enero-31-1994	18573.00 millones de USD
Enero-31-1993	10056.00 millones de USD

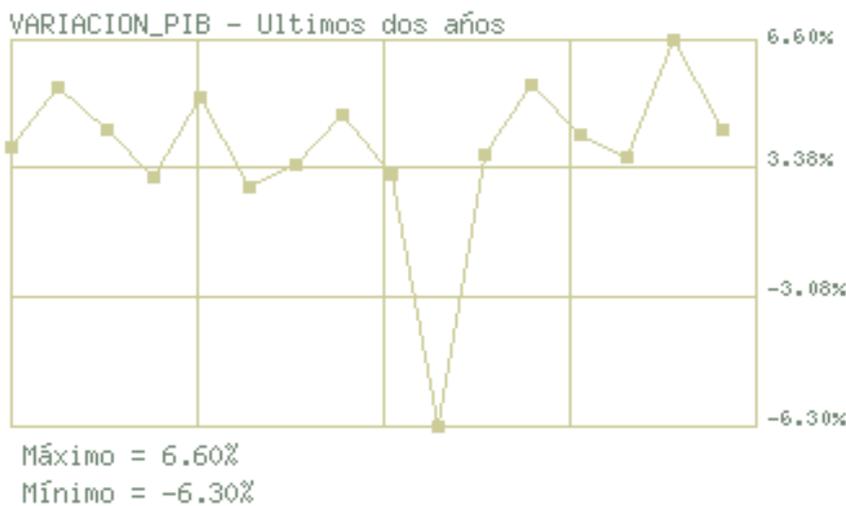
Fuente: Publicación del Banco Central del Ecuador E:\informacion\Banco Central del Ecuador - Resumen de pib.htm

El gráfico No 2, expresa las cantidades en millones de dólares del Producto

Interno Bruto del Ecuador desde el 31 de Enero de 1993 hasta 31 de Enero del 2005 donde se aprecia un crecimiento anual de estas estimaciones con excepción del año 1999 que decrece significativamente entre 23255.00 millones de USD presentado en el año de 1998 a 16675.00millones de USD presentado en el año 1999.

En el gráfico No 3 observaremos que según el porcentaje de crecimiento anual del PIB en el mismo año 1999 decrece en un -6.30% debido a la crisis económica por la que atravesó en ese periodo nuestro país.

Gráfico No 3



Fuente: Publicación del Banco Central del Ecuador. E:\informacion\Banco Central del Ecuador.htm

Cuadro No 4

PIB –PORCENTAJES

FECHA	VALOR
Mayo-30-2005	3.60 %
Enero-01-2004	6.60 %
Enero-01-2003	2.70 %
Enero-01-2002	3.40 %
Enero-01-2001	5.10 %
Enero-01-2000	2.80 %
Enero-01-1999	-6.30 %
Enero-01-1998	2.10 %
Enero-01-1997	4.10 %
Enero-01-1996	2.40 %
Enero-01-1995	1.70 %
Enero-01-1994	4.70 %
Enero-01-1993	2.00 %
Enero-01-1992	3.60 %
Enero-01-1991	5.00 %
Enero-01-1990	3.00 %

Fuente: Publicación del Banco Central del Ecuador. E:\informacion\Banco Central del Ecuador.htm

2.1.5 LA INFLACIÓN

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC detalla a la Inflación, como fenómeno económico que se manifiesta a través de un incremento incesante en el nivel general de los precios.

Ecuador, como es conocido adoptó un nuevo esquema monetario de dolarización en el año 2000 y a partir del año siguiente su inflación registra una tendencia decreciente, logrando una inflación de 9 % en el año 2002, la más baja de los últimos cinco años. Sin embargo el índice de inflación promedio hasta el mes de mayo del año 2006 es de 3.11% reduciendo en un una manera muy significativa la inflación para nuestro país.

Asimismo, ésta inflación es mucho menor a la registrada en los países del MERCOSUR, países donde la inflación sería bastante alta en el 2002 y donde

Brasil, el país de menor tasa en el MERCOSUR, alcanzaría un valor alrededor del 11 por ciento.

El medio circulante a partir del año 2000 no es una variable determinada por la autoridad monetaria y tampoco es fácilmente cuantificable. Según señala el Banco Central de Ecuador los dólares que se incorporaron en la economía como medios de pago no se han podido cuantificar debido a que el flujo de dólares a la economía que no se realiza a través del sistema bancario, se alimenta de diferentes fuentes de ingreso como el turismo, remesas familiares, comercio fronterizo, etc.; para los cuales no se cuenta con estadísticas exactas

2.1.5.1. Índice De Precios Al Consumidor IPC

El IPC es un indicador económico coyuntural que mide la evolución temporal de los precios correspondientes al conjunto de bienes y servicios consumidos por todos los hogares residentes en el área urbana del país.

A través de datos publicados por el INEC el Índice de Precios al Consumidor (IPC) correspondiente al mes de Enero de 2005 fue de 100,46. Si se lo compara con el Índice del mes anterior (100,32) la inflación mensual es de 0.14%, frente al índice de Enero del 2004 (98,770) la inflación anual asciende al 1,71%; en cambio, la inflación en lo que va del año es 0,14%.

Los bienes y servicios que se toman en cuenta para el cálculo del IPC son los que se detallan a continuación y en un periodo determinado:

- Prendas de vestir, y calzado
- Alimentación y bebidas no alcohólicas
- Transporte
- Recreación y Cultura
- Alojamiento, agua, luz, gas y otros
- Salud
- Bebidas alcohólicas, y estupefacientes

- Comunicación
- Educación
- Restaurantes y hoteles
- Muebles y artículos para el hogar
- Bienes servicios diversos

2.1.6 EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

El Ecuador es un país que ha venido evolucionando lentamente en cuanto se refiere al crecimiento económico, pues éste es un contexto global que abarca muchos de los factores importantes, que tienen o son característicos en las grandes potencias mundiales o países industrializados como son: Estados Unidos, La Comunidad Europea, Japón, entre otros, Se habla entonces del crecimiento económico versus a los ingresos que tiene la población de un país.

"El crecimiento económico es la sumatoria de muchas variables macroeconómicas que convergen para producir un efecto de estabilidad, bienestar y desarrollo para la sociedad que disfruta del mismo. Puedo añadir que la unión de mucho trabajo, inversión, producción, empleo y consumo contribuye al desarrollo económico y por ende al bienestar.

La tasa de crecimiento es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un país en un período determinado. Generalmente se lo toma con relación al PIB real, e ingreso per cápita real; y comparándolo entre países."¹¹

Concepto:

Podemos decir que el crecimiento económico es una variable que aumenta o disminuye el producto interno bruto (PIB). Si el PIB crece a un ritmo superior al del crecimiento de la población, se dice que el nivel de vida de ésta aumenta. Si por el contrario la tasa de crecimiento de la población es mayor que la tasa de

¹¹ <http://www.monografias.com/trabajos14/crecimientoecon/crecimientoecon.shtm/>

crecimiento del PIB, podemos afirmar que el nivel de vida de la población está disminuyendo.

El crecimiento se puede medir en términos nominales o reales (descontando los efectos de la inflación). Si el PIB nominal ha aumentado a una tasa de crecimiento del 5% y la inflación alcanza una tasa del 4% en el mismo periodo, podemos decir, en términos reales, que la tasa de crecimiento es del 1%, que es el aumento real del PIB.

La tasa de crecimiento económico se utiliza para realizar comparaciones entre distintas economías, o entre una economía y el grupo de países a la que pertenece. Por ejemplo, la tasa de crecimiento de Argentina o Uruguay puede compararse con la media o promedio de los cuatro países integrantes del MERCOSUR mientras que, para el caso de España, puede ser más interesante comparar su tasa con la de los 15 países integrantes de la Unión Europea

2.1.7 DESARROLLO ECONÓMICO

El desarrollo económico en la actualidad, forma parte del "desarrollo sostenible", ya que este va de la mano con el desarrollo humano, social y del ambiental (preservación de los recursos naturales y culturales y despliegue de acciones de control de los impactos negativos de las actividades humanas).

En términos simples se define al desarrollo económico como la calidad de vida de una población puesto que no implica solamente estar estrechamente ligado con el crecimiento económico que es mas una variable cuantitativa, mientras que el desarrollo es una variable cualitativa que implica mejorar las condiciones de vida de una población, ya sean personales que es la satisfacción de sus necesidades básicas, o profesionales a través de la educación y capacitación.

También es importante señalar la armonía que debe existir entre el hombre y la naturaleza, que es la fuente que provee nuestras necesidades vitales como es el aire, el agua, el alimento, etc.

Algunos analistas consideran que el desarrollo económico tiene dos dimensiones: el crecimiento económico y la calidad de vida (satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como espirituales).

Sin embargo, es comprensible incluir el tema de la calidad de vida dentro del "desarrollo humano", con lo cual reducimos el "desarrollo económico" a las consideraciones sobre la generación de riqueza o, lo que es lo mismo, sobre el incremento de la producción de bienes y servicios.

Si analizamos solamente en la provincia de Pichincha Según el INEC, de la Población Económicamente Activa entre 5 y 11 años de edad de la Provincia de Pichincha se declararon OCUPADOS 2,810, de los cuales 1,760 son niños y 1,050 son niñas. De acuerdo al Área de Residencia, 1.485 viven en el área urbana y 1.324 en el área rural.

Con respecto al total de la PEA de la provincia, esos menores de edad representan el 0,3% del total.

Frente a este contexto no podemos hablar de un desarrollo económico cuando las estadísticas demuestran que existen niños trabajando y peor aun cuando existe un rango comprendido entre los 5 y 11 años de edad, que es una etapa para jugar, estudiar y desarrollarse como hombres de bien. Es imprescindible entonces analizar que esto es una grave consecuencia de la pobreza y mendicidad que vive gran parte de la población ecuatoriana donde los niños se ven obligados a trabajar para ayudar a su familia a satisfacer algo de sus necesidades básicas para poder sobrevivir.

El desarrollo sostenible está estrechamente ligado con el Ser Humano y la interrelación que existe en las prioridades como es la producción, la productividad el empleo y una adecuada redistribución de los ingresos por parte del Estado hacia aquellos que menos poseen para tratar de estabilizar la gran brecha existente entre ricos y pobres debido a la mala distribución de los ingresos, y por ende de la riqueza dentro de nuestro país. Logrando de ésta manera alcanzar un bienestar y desarrollo deseado para la población.

El desarrollo sostenible desde una perspectiva ecológica es el mantenimiento de la base de los recursos naturales.

Para calificar como una nación desarrollada debemos incluir aspectos materiales de acceso a niveles mínimos de bienes y servicios de calidad. El PIB es una medida que captura el bienestar de una nación en lo relacionado a aspectos materiales. En términos per cápita el PIB es considerado como la medida de desarrollo económico.

También es necesario tener claro el concepto que el PIB per cápita es un coeficiente del PIB versus el número de habitantes de un país, lo que claramente no implica que si el PIB per cápita de un país es de USD 5,000 todos los habitantes de ese país reciben esa cantidad de riqueza.

2.2 SITUACIÓN SOCIAL DEL ECUADOR

2.2.1 Análisis De La Situación Social Del Ecuador

Haciendo una pequeña reseña histórica en el año de 1950 tiempo en el que se realizó el primer censo y el año 2000 la población de nuestro país ha crecido cuatro veces más pasando así de 3.202.757 a 12.646.095 habitantes, con una proyección para el año 2010 de 14.900.000 y de 17.800.000 para el 2025, según el Population Referen Bureau”¹²

Dentro del ámbito de la economía nacional es prioritario referirnos a la PEA ya que este indicador también se cuadruplico en relación al crecimiento de la población por lo que al menos debió crecer en manera proporcional las variables relativas al bienestar de la población como son la producción, el comercio y la generación de puestos de empleo.

La sociedad ecuatoriana adolece de una serie de factores que caracterizan la

¹² Al Futuro con la Microempresa. Cesar Augusto Alarcón Costa. Pág. 150

desigualdad en la distribución del ingreso, es así que la desnutrición, el analfabetismo sobre todo en las comunidades indígenas, la deserción estudiantil, la falta de servicios básicos entre otros acentúan la pobreza y miseria que vive gran parte de la población ecuatoriana.

Se hace difícil pensar en la sobre vivencia de algunos ecuatorianos que prevalecen con dos o menos de dos dólares diarios, es así que según el coeficiente de GINI determina que el 80% de la población de nuestro país es pobre frente al 10% que acumula la riqueza en gran potencial, determinándose así que la concentración del ingreso es una de las más desiguales de Latinoamérica.

Frente a éste escenario es prioritario aprovisionar de medios y recursos que faciliten la inversión, producción y calidad de vida, así como también de programas de regulación de las condiciones de mercado, impidiendo la conformación de grupos oligopólicos y oligárquicos, programas que promuevan el consumo universal de bienes y servicios públicos como son: salud, educación, infraestructura básica, cultura, etc.

Renegociación de la deuda externa, descentralización del Estado, políticas tributarias y medidas de preservación y conservación del medio ambiente entre otras.

2.2.1.1 Empleo

Según la Constitución Política del Ecuador estipula: “El trabajo es un derecho y un deber social. Gozará de la protección del Estado, el que asegurará al trabajador el respeto a su dignidad, una existencia decorosa y una remuneración justa que cubra sus necesidades y las de su familia.”¹³

El los últimos años el Ecuador ha atravesado por una gran crisis económica, y consecuencia de ésta ha sido el alto porcentaje de desempleo en nuestro país

¹³ Constitución Política de la República del Ecuador. Sección 2ª. Del trabajo Art. 35

sobre todo en el año 2000 donde se produjo también la crisis financiera más grande de la historia, éste acontecimiento provocó que la población ecuatoriana busque alternativas de superación y sobre vivencia fuera del territorio nacional, emigrando a otros países como son Estados Unidos y especialmente España.

El empleo o mejor dicho la ausencia de éste, el desempleo concatena una serie de factores sociales que hoy en día están presentes en la sociedad ecuatoriana tales como la emigración antes mencionada, la pobreza, la mendicidad, la delincuencia, la drogadicción en adolescentes que no tienen un control por parte de sus padres que han viajado fuera del país entre los más importantes.

Si bien es cierto la Constitución Política del Ecuador estipula que el Estado garantizará el derecho al trabajo en nuestro país, sin embargo con lo antes mencionado podemos analizar que el empleo y trabajo se ha convertido en un anhelo y sueño frustrado de muchos ecuatorianos, ya que se han visto impotentes al no encontrar una fuente de empleo que les permita satisfacer sus necesidades básicas. La gran oferta laboral que existe en nuestro país, y la poca demanda por parte de las empresas, hace cada vez imposible que exista una equidad entre lo que demandan las empresas y lo que oferta la población ecuatoriana.

2.2.1.2 Subempleo

Se reconoce al subempleo como el conjunto de personas que no trabajan que las 40 horas laborables en la semana o que realizan una actividad esporádica que no es regular a lo que denominamos el subempleo oculto. Tampoco gozan de un salario que les permita satisfacer las necesidades básicas o la canasta familiar, así como tampoco gozan de los beneficios laborales de nuestra legislación laboral.

En nuestro país Ecuador es claramente visible el alto nivel de desempleo y según datos del INEC este corresponde aproximadamente a un “40% de la población entre los 18 y 39 años de edad, según el último censo de Población y Vivienda

realizado en nuestro país”¹⁴, además también se presenta el subempleo o comercio informal existente en las grandes ciudades del Ecuador como es Quito, siendo éste fenómeno el impulsor de muchas actividades productivas dentro del mercado informal y de la microempresa, generando así nuevos ingresos que permitan la satisfacción de las necesidades básicas de sus dueños o propietarios.

Analizando la microempresa en conjunto se detecta que es una de las fuentes generadoras de ingreso ya contribuye en un 10 y 15% al PIB Producto Interno Bruto, con 1.3 millones de microempresarios en nuestro país, generando así fuentes de empleo para una gran parte de la población, lo que corresponde al 40% de la PEA dentro de la microempresa constituyendo 1.504.908, lo que permite obtener ingresos para cubrir las necesidades básicas de una parte de la población, por otro lado también es el sustento de las grandes empresas al ser éstas proveedoras de su materia prima, contribuyendo de esta manera a la actividad productiva de nuestro país.

Según las publicaciones Reportes del Emisor destaca el crecimiento de la oferta laboral en el área urbana de manera general en toda América Latina localizándose el 76.3% de la fuerza laboral en ésta área. Manifiesta que desde 1990 el empleo informal se ha elevado en más de 5 puntos porcentuales lo que equivale a un crecimiento del sector informal cercano a los 20,0 m de personas, además los nuevos empleos absorbidos por el sector informal pasó del 67.3% en el periodo de 1990-1994 al 70.7% en el periodo de 1997-1999.¹⁵

Ante esta perspectiva el comercio informal se ha incrementado en toda América Latina y el Ecuador también ha sido espectador de éste fenómeno a través de toda su historia, dando paso a la formación de la microempresa.

En la actualidad y en el caso específico de Ecuador gran parte de la microempresa está formada por gente emprendedora, con visión de empresario, con deseos de mejorar sus condiciones de vida, entre otras características, pero

¹⁴ INEC Ultimo Censo de población y Vivienda Ecuador

¹⁵ Reportes del Emisor, Bogotá, D.C. enero 2002 No32

cabe indicar que muchos de ellos no cuentan con una educación universitaria que les permita crecer dentro de su ámbito profesional haciéndolos competitivos con fundamentos teóricos y técnicos y no solo basados en la intuición o en su experiencia del negocio y un claro ejemplo es la falta de investigación de mercado que existe en casi todas las microempresas, convirtiendo en empresas poco competitivas y productivas ante la globalización que hoy se ve inmerso el mundo entero.

Por ésta Razón es importante la educación y capacitación de nuestra población, el ser humano es un ente evolutivo, ya que se encuentra inmerso en un mundo de constantes cambios los que exigen una respuesta rápida y oportuna.

Cuadro No 5

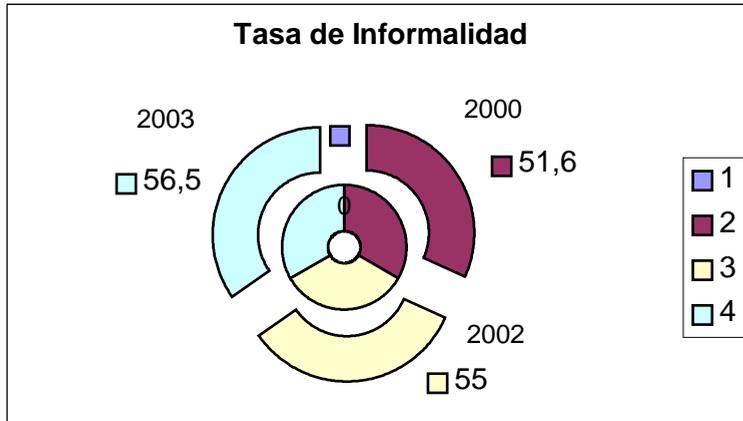
Ecuador: Principales indicadores, 2000-2004
(Porcentajes)

Años	2000	2001	2002	2003	2004
Crecimiento del PBI	0,9	5,1	3,4	2,7	6,6
Tasa desempleo urbano a/ b/	14,1	10,4	8,6	9,8	11,1
Tasa de informalidad	51,6	ND	55,0	56,5	ND
Variación Índice Precios a/	-7,7	37,7	12,6	7,9	3,0

Fuente: Sobre la base de información oficial. Tomado de Panorama Laboral de América Latina y El Caribe 2004 de OIT. Notas: a/ Al tercer trimestre en 2004; b/ La tasa de desempleo abarca una parte del desempleo oculto.

Fuente: Publicación de la OIT oitempleoecuador.htm

Gráfico No 4



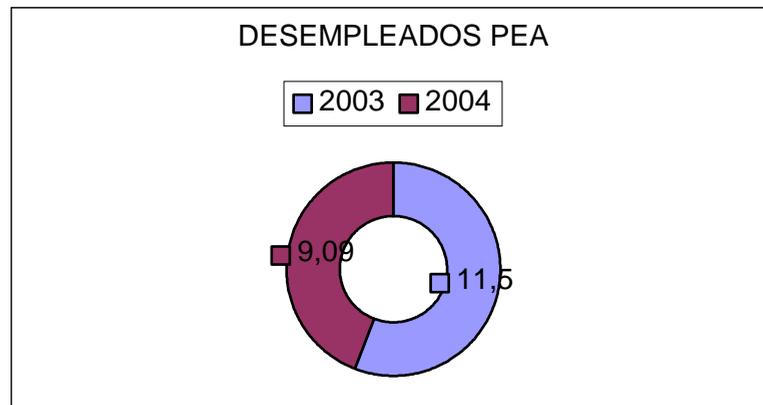
Fuente: Publicación de la OIT oitempleoecuador.htm

Elaborado por: Patricia Arévalo

2.2.1.3 Desempleo

Podemos Definir al desempleo como la “Situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso”.

Gráfico No 5



Fuente: Noticias del Ecuador y el mundo DINERO ONLINE.htm

Elaborado por: Patricia Arévalo

Según datos del INEC hasta junio de 2004, el 9,09% de la Población

Económicamente Activa (PEA) no tenía trabajo, frente al 11,5% de diciembre de 2003.

Según una publicación que hace la OIT demuestra aproximadamente cifras similares con lo que se concluye que desde el año 2000 la tasa de desempleo ha experimentado descensos cada año, sin embargo en el año del 2004 sufre un incremento porcentual significativo, una de las razones para este fenómeno es el incremento de la participación laboral.

Cuadro No 6

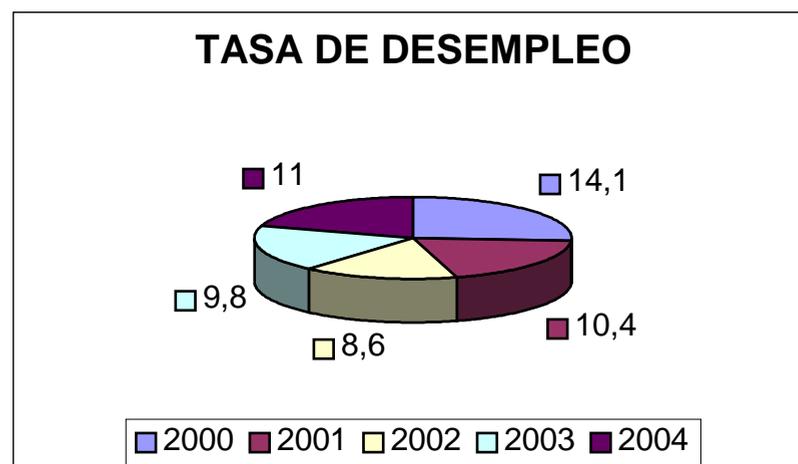
Ecuador: Tasa de desempleo nacional urbana, 2000-2004
(Porcentajes)

Años	2000	2001	2002	2003	2004 a/
Tasa desempleo total	14,1	10,4	8,6	9,8	11,0
Tasa desempleo jóvenes	17,4	20,1	17,4	22,1	20,5
No. Veces jóvenes/total	1,2	1,9	2,0	2,3	1,9

Fuentes: Sobre la base de información oficial. Tomado de Panorama Laboral de América Latina y El Caribe 2004 de OIT. Nota: a/ Al tercer trimestre.

Fuente: Publicación de la OIT oitempleoecuador.htm

Gráfico No 6



Fuente: Publicación de la OIT. Oitempleoecuador.htm

Elaborado por: Patricia Arévalo

La PEA del área urbana suma 3,9 millones de personas. Sin embargo, desde 1999 se produjo un cambio en la composición del mercado laboral, marcado por el incremento de los trabajadores informales, aunque esa tendencia también empieza a ceder. Un estudio del Banco Central (BCE) muestra que "entre 1988 y 1998 el tamaño del sector informal estaba entre el 41% y el 45%, pero desde 1998 se observó un crecimiento acelerado: entre 1998 y 2001 el sector formal creció el 12%, mientras el informal lo hizo en 24%". Según las últimas cifras disponibles a junio de este año, el subempleo (que mide parte de la informalidad) llegó a 42,4%. (IGF)

CAPITULO III

Después de realizar un breve análisis de la situación macroeconómica y social del Ecuador, se puede detectar las diferentes causas y consecuencias que ha arrojado todo el ciclo económico de nuestro país en los últimos años. Es así que las grandes olas de desempleo y pobreza han generado la iniciativa de la población, buscando y creando nuevas y diversas formas de subsistencia que les permita satisfacer sus necesidades básicas.

Es así que en la década de los años 70, cuando el sector moderno de la economía evidencia su incapacidad de absorber la creciente fuerza laboral, se da origen e incremento a la denominada microempresa como actividad económica autónoma.

En nuestro país Ecuador es claramente visible el alto nivel de desempleo y según datos del INEC este corresponde aproximadamente a un 40% de la población entre los 18 y 39 años de edad, según el último censo de Población y Vivienda realizado en nuestro país¹⁶, además también se presenta el subempleo o comercio informal existente en las grandes ciudades del Ecuador como es Quito, siendo éste fenómeno el impulsor de muchas actividades productivas dentro del mercado informal y de la microempresa, generando así nuevos ingresos que permitan la satisfacción de las necesidades básicas de sus dueños o propietarios.

3. LA MICROEMPRESA

“A la microempresa se le caracteriza como una pequeña unidad económica, con menos de 10 trabajadores, que opera en el área urbana o semi urbana y produce para el mercado, en actividades de producción, comercio y servicios.”¹⁷

3.1 Dimensión de la Microempresa

¹⁶ INEC Último Censo de población y Vivienda Ecuador

¹⁷ La Microempresa en el Ecuador .El desafío para el año2000. Propuesta de Políticas y Plan de Acción para la Promoción y el Desarrollo de la Microempresa Grupo de Trabajo 1996. Pág. 12

“El sector de la microempresa constituye un segmento significativo, heterogéneo y dinámico de la economía ecuatoriana, estimándose que para 1994 existían alrededor de 500.000 microempresas que agrupaban a más del 40% de la población económicamente activa PEA”¹⁸

Actualmente, analizando la microempresa en conjunto se detecta que es una de las fuentes generadoras de ingreso ya contribuye en un 10 y 15% al PIB Producto Interno Bruto, con 1.3 millones de microempresarios en nuestro país, generando así fuentes de empleo para una gran parte de la población, lo que corresponde al 40% de la PEA dentro de la microempresa constituyendo 1.504.908, lo que permite obtener ingresos para cubrir las necesidades básicas de una parte de la población, por otro lado también es el sustento de las grandes empresas al ser éstas proveedoras de su materia prima , contribuyendo de esta manera a la actividad productiva de nuestro país.

3.1.1 La microempresa y los Impuestos

En referencia a los impuestos y si las microempresas cumplen o no con puntualidad sus declaraciones es información de tipo superficial ya que es fácil constatar que una tienda de barrio, o cualquier negocio pequeño si realiza declaraciones tributarias, además si se revisa las facturas de compras en materia prima, insumos o mercaderías es clara su constatación del pago del Valor Agregado IVA, dado que éstos establecimientos se encuentran incorporados al Sistema de Rentas Internas SRI ya que son agentes de retención, entonces se podría establecer hasta un crédito tributario, sería necesario propiciar una cultura tributaria que permita el correcto desarrollo de la declaración tributaria.

En relación al impuesto a la Renta, “la mayor parte de empresarios de la microempresa se hallan exentos de su pago en razón del bajo nivel de ingresos”¹⁹

¹⁸ La Microempresa en el Ecuador. El desafío para el año2000. Propuesta de Políticas y Plan de Acción para la Promoción y el Desarrollo de la Microempresa Grupo de Trabajo 1996. Pág.6

¹⁹ Al futuro con la microempresa. Alarcón Costta César Augusto, Primera Edición , Pág. 31

3.2 CARACTERIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA “DISFRACES TRADICIÓN”

3.2.1 Antecedentes

Se da inicio a la actividad de alquiler y venta de disfraces hace aproximadamente 10 años, impulsados por la falta de empleo y obtención de ingresos que les permita Subsistir y satisfacer las necesidades de sus propietarios que se han caracterizado siempre como gente emprendedora y generadora de nuevas fuentes de ingresos como es en éste caso la creación de la Microempresa Disfraces Tradición, encontrando una oportunidad para rescatar las costumbres y tradiciones de nuestra ciudad a través de los prestigiosos pases del niño en especial en la parroquia de Chillogallo, fiesta celebrada por los creyentes de la Religión Católica, así como también por grandes y prestigiosos establecimientos educativos del sector, como es el prestigioso colegio particular Jesús de Nazareth, en el mismo que intervienen cerca de 600 personas disfrazadas para la celebración de dicha fiesta en el mes de diciembre, creando así una gran oportunidad para la generación de utilidades frente a la escasa oferta que existe en el sector en éste tipo de servicios.

3.2.2 Caracterización Logística

Disfraces Tradición es una microempresa que su matriz o local principal se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha, en el cantón y ciudad de Quito en la parroquia de Chillogallo, con el establecimiento de un local comercial para la atención al público. La microempresa cuenta con talleres de limpieza ubicados en el Valle de los Chillos de la misma ciudad.

3.2.3 Ámbito Administrativo

En el área administrativa analizaremos los siguientes aspectos:

3.2.3.1 Estructura Organizacional

La microempresa Disfraces Tradición al momento no cuenta con una estructura orgánica funcional que determinen departamentos o jefaturas que pueden o deben existir en la organización, así como tampoco contiene ningún tipo de manual de funciones que sirva como guía para los colaboradores que prestan sus servicios dentro de la misma.

Sin embargo cabe destacar que la organización y control que realiza la organización es básica ya que cuenta con la dirección de sus propietarios, misma que la han realizado a través de los años en base a su condición empírica y deseos de superación.

3.2.3.2 Recursos

3.2.3.2.1 Humanos

La microempresa en mención cuenta al momento con el siguiente recurso humano, mismos que colaboran en diferentes funciones de la misma como son:

Cuadro No 7

RECURSOS HUMANOS		
Detalle	Número	Clasificación
Administradores propietarios	1	Administrativos
Operarios	1	Mano de Obra Directa
TOTAL	2	

Elaborado por: Patricia Arévalo

Administrador propietario: Existe dos propietarios dentro de la organización, los mismos que tienen a su cargo las siguientes funciones:

- Administración, control, y organización de actividades

- Realización y facturación de contratos
- Expansión de mercado
- Búsqueda de nuevos proveedores
- Adquisición de materiales e insumos
- Cobros y pagos a terceros y proveedores
- Atención al cliente
- Apertura y cierre del establecimiento
- Realización de Contratos
- Verificación de cumplimiento de contratos

Operario1: La microempresa cuenta con el apoyo de dos personas operarias que desenvuelven las siguientes actividades:

Mano Obra Directa:

Operario 1:

- Lavado y limpieza de los trajes alquilados
- Desinfección de los trajes alquilados
- Planchado y doblado de los trajes alquilados

Operario 2:

- Confección de algunos trajes y disfraces
- Arreglo de trajes:
- Pegado de botones
- Coser y cortar bastas
- Ajustar medidas

El operario número 2 no se encuentra a cargo directo de la empresa.

3.2.3.2.2 Materiales

Cuadro No 8

RECURSOS MATERIALES		
Detalle	Número	Clasificación
Perchas y estanterías	5	Bienes muebles
Vitrinas y exhibidores	5	Bienes muebles
Maniqués	2	Bienes muebles
Escalera metálica	1	Bienes muebles
Bancas y taburetes	4	Bienes muebles
Cestos de basura	2	Bienes muebles
Maquinaria	1	Maquinaria
Computadores	1	Equipo de oficina
Impresora	1	Equipo de oficina
Teléfonos	2	Equipo de oficina
TOTAL	24	

Elaborado por: Patricia Arévalo

Cuadro No 9

TRAJES DE ALQUILER				
No	Detalle	Número	V. Unitario	V. Total
	Trajes y disfraces			
1	Faldas cayambeñas	250	20,00	5000,00
2	Blusas cayambeñas	250	20,00	5000,00
3	Chalinas	160	6,00	960,00
4	Vestidos quinceañeras	10	25,00	250,00
5	Vestidos novia	6	40,00	240,00
6	Vestidos coloniales	30	30,00	900,00
7	Collares de saragura	40	20,00	800,00
8	Collares San Juan Chimborazo	150	5,00	750,00
9	Collares de cayambeña	150	5,00	750,00
10	Aretes y accesorios	50	1,00	50,00
11	Pantalones blancos	150	5,00	750,00

12	Pantalones negros	30	8,00	240,00
13	Camisas	150	12,00	1800,00
14	Ponchos	200	12,00	2400,00
15	Capas	50	15,00	750,00
16	Túnicos	150	8,00	1200,00
17	Bastones	30	2,00	60,00
18	Lanzas	20	2,00	40,00
19	Coronas	40	2,00	80,00
20	Canastillas	15	1,00	15,00
21	Caretas de caucho	15	3,00	45,00
22	Caretas de cartón	30	1,00	30,00
23	Sombreros de paño	200	8,00	1600,00
24	Sombreros blancos lana	150	10,00	1500,00
25	Sombreros fantasía	30	2,00	60,00
26	Sombreros de cintas	20	25,00	500,00
27	Sombreros mexicanos	10	80,00	800,00
28	Caretas diablo huma	20	10,00	200,00
29	Fuetes o látigos	10	5,00	50,00
No	Detalle	Número	V. Unitario	V. Total
30	Anacos blancos	80	8,00	640,00
31	Anacos azules	80	8,00	640,00
32	Anacos de color	80	20,00	1600,00
33	Rebozos negros	30	4,00	120,00
34	Rebozos de color	100	4,00	400,00
35	Pañuelos	50	3,00	150,00
36	Fajas	400	1,00	400,00
37	Alpargatas en pares	1000	1,00	1000,00
38	Ternos pingüino	40	40,00	1600,00
39	Disfraces animalitos	50	10,00	500,00
40	Payasos	50	10,00	500,00
41	Otros disfraces	100	10,00	1000,00
42	Negras marimba	50	15,00	750,00

43	Saraguras faldas centro	40	16,00	640,00
44	Saraguras faldas plisadas	40	25,00	1000,00
45	Faldas cuencanas	30	25,00	750,00
46	Blusas cuencanas	30	10,00	300,00
47	Macanas	25	10,00	250,00
48	Blusas otavaleñas	80	8,00	640,00
49	Blusas saraguras	10	10,00	100,00
50	Blusas cañarejas	20	10,00	200,00
51	Blusas San Juan Chimborazo	50	15,00	750,00
52	Zamarros	120	120,00	14400,00
53	Sombreros copa	30	10,00	300,00
				0,00
				0,00
	TOTAL	5001		55450,00

Elaborado por: Patricia Arévalo

3.2.3.2.3 Tecnológicos

Cuadro No 10

RECURSOS TECNOLÓGICOS		
Detalle	Número	Clasificación
Telefonía celular	2	Equipo de oficina
Equipo de Computación	1	Equipo de oficina
Maquinaria	1	Maquinaria
TOTAL	4	

Elaborado por: Patricia Arévalo

3.2.4 Estudio de Mercado

3.2.4.1 El Mercado De Bienes Y Servicios De Alquiler Y Venta De Disfraces

El mercado de bienes y servicios de alquiler y venta de disfraces, se caracteriza por tener cierta influencia oligopólica es decir que existen pocos oferentes del bien o servicio homogéneo. Sin embargo se observa que en el transcurso de los últimos cuatro años, han aparecido diversas empresas dedicadas a la misma actividad, alterando de cierta manera esta influencia.

La Demanda y Oferta dentro de esta actividad se la detallará a continuación puesto que son las variables que interfieren directamente en el mercado de bienes y servicios.

3.2.4.2 Demanda

La demanda del mercado constituye uno de los aspectos centrales para el análisis del diagnóstico o panorama que refleja la empresa “Disfraces Tradición”.

Según lo expuesto en el libro: Preparación y Evaluación de Proyectos de Nassir y Reinaldo Sapag Chain detallan que según la teoría de la demanda del consumidor la cantidad demandada del bien o servicio dependerá:

- Precio que se asigne al bien o servicio
- Ingreso de los consumidores
- Precio de los bienes sustitutos o complementarios
- Preferencia del consumidor

En nuestro caso específico es importante analizar el precio, el ingreso y preferencias de los consumidores.

El mercado de servicios de alquiler y venta de disfraces está directamente relacionado con la Educación y Cultura de nuestro país. Pues de esta manera el

Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador promueve en los centros educativos del país la realización de eventos orientados a fomentar y reconocer nuestras costumbres y tradiciones, y dentro de éste ámbito interviene la demanda potencial, en este caso la población estudiantil de escuelas, colegios y universidades, especialmente en el Sector Sur de la ciudad de Quito, sin descuidar todo el mercado que abarca el sector norte de la Capital.

Cuadro No 11

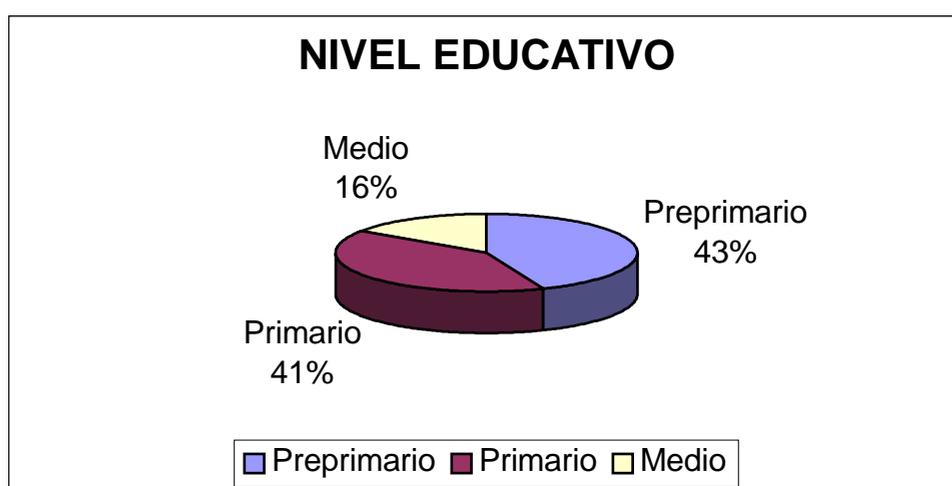
Alumnos y planteles en la Parroquia las Cuadras en el Sector Sur de Quito

Provincia: Pichincha
 Cantón: Quito
 Parroquia: Las Cuadras

NIVEL	PLANTELES	ALUMNOS
Preprimario	14	284
Primario	13	2781
Medio	5	732
TOTAL	32	3797

Fuente: Sistema Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador SINEC

Gráfico No 7



Fuente: Sistema Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador SINEC

Elaborado por: Patricia Arévalo

Según las estadísticas reflejadas en éste gráfico, se determina que existe un 43% de alumnos correspondientes al nivel preprimario y un 41% al nivel primario en los Centros Educativos de la parroquia las Cuadras, análisis que expone que la población infantil es la que tiene mayor concentración en el sector siendo una edad estimada entre los 4 y 13 años de edad.

Cuadro No 12

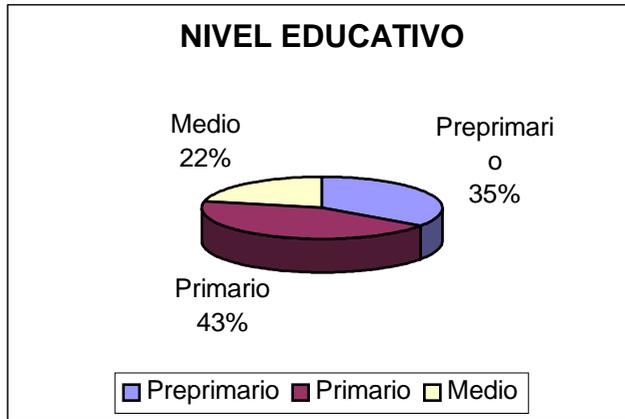
Alumnos y planteles en la Parroquia el Beaterio en el Sector Sur de Quito

Provincia: Pichincha
Cantón: Quito
Parroquia: El Beaterio

NIVEL	PLANTELES	ALUMNOS
Preprimario	8	159
Primario	10	2726
Medio	5	936
TOTAL	23	3821

Fuente: Sistema Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador SINEC

Gráfico No 8



Fuente: Sistema Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador SINEC

Elaborado por: Patricia Arévalo

En la parroquia El Beaterio el mayor porcentaje se concentra en el 43% correspondiente al nivel primario de las Instituciones Educativas ya sean de Sostenimiento Fiscal, Fiscomisional, Municipal, Particular Religioso Y Particular Laico, seguido por el 35% que corresponde al nivel preprimario de la parroquia en mención.

Cuadro No 13

Alumnos y planteles en la Parroquia de Guamaní en el Sector Sur de Quito

Provincia: Pichincha

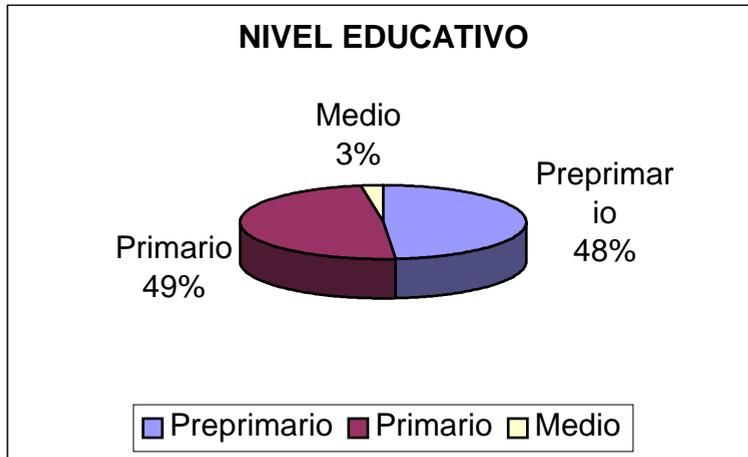
Cantón: Quito

Parroquia: Guamaní

NIVEL	PLANTELES	ALUMNOS
Preprimario	19	613
Primario	19	3956
Medio	1	16
TOTAL	39	4585

Fuente: Sistema Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador SINEC

Gráfico No 9



Fuente: Sistema Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador SINEC

Elaborado por: Patricia Arévalo

En la parroquia de Guamaní al igual que en las anteriores los porcentajes más altos se detallan entre el 49% para el nivel primario y el 48% para el nivel preprimario, observando una vez más que la misma población es la que se encuentra en mayor grado de concentración.

Cuadro No 14

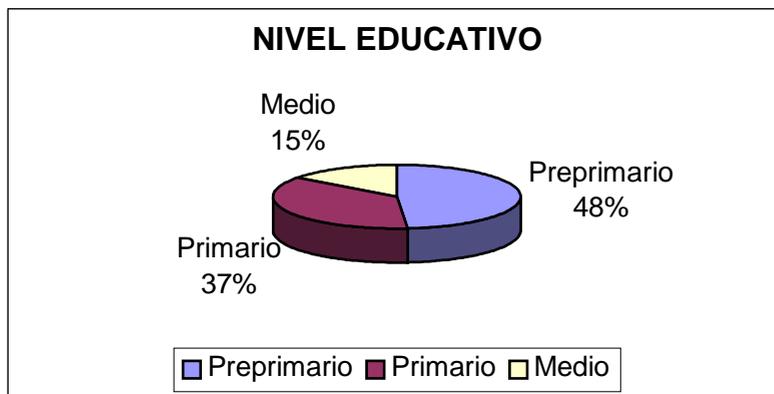
Alumnos y planteles en la Parroquia de Chillogallo en el Sector Sur de Quito

Provincia: Pichincha
 Cantón: Quito
 Parroquia: Chillogallo

NIVEL	PLANTELES	ALUMNOS
Preprimario	90	3202
Primario	68	13046
Medio	27	5580
TOTAL	185	21828

Fuente: Sistema Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador SINEC

Gráfico No 10



Fuente: Sistema Nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador SINEC

Elaborado por: Patricia Arévalo

Para la parroquia de Chillogallo los porcentajes arrojados según datos estadísticos refleja una situación muy similar a las parroquias anteriores, dado que en éste caso los porcentajes demuestran un 48% y 37% para los niveles preprimarios y primarios respectivamente, Por lo que se concluye que la población infantil entre 4-13 años de edad es el mercado potencial que se refleja a través de nuestra demanda.

Ante esta situación se detalla que en el transcurso del año escolar existen diversos programas y presentaciones que realizan los niños dentro del desarrollo de sus actividades, reflejando así una gran demanda por temporada como es el mes de diciembre, periodo en el cual se realiza una serie de desfiles ya sea por la celebración de la Fundación de la ciudad de Quito, o el prestigioso Pase del Niño y naturalmente la Navidad festejada por la religión católica.

Considerando el nivel medio como mercado potencial, se puede decir que la población de este sector es de 7264 alumnos según datos publicados por el Ministerio de Educación y Cultura a través de la Dirección Nacional de Planeamiento de la Educación, en las cuatro parroquias más importantes y aledañas del sector como son: las Cuadras, el Beaterio, Guamaní y Chillogallo. Por diversas razones presentadas en el momento en el cual se toma la decisión

del número de participantes generalmente para un desfile, diremos que se encuentra entre una muestra del 40 % lo que refleja una cantidad esperada de 2905 alumnos que se disfrazarán en diferentes fechas del año escolar. Nuestra demanda según los datos estadísticos se encuentra aproximadamente en 3500 cantidades demandadas en el año 2006, de las cuales solamente un 50% pertenecen a la muestra aquí detallada.

En un escenario más simple explicaremos que si 2905 es la cantidad que demandará un traje de alquiler, nosotros estamos satisfaciendo solamente la mitad, lo que significa que tenemos un 50% de mercado por atender, y dado que la empresa cuenta con la capacidad instalada suficiente se deberá aplicar un plan de negocios que genere utilidades a través del incremento en sus ventas.

3.2.4.2.1 Precio

Referente al precio se menciona que presenta uno de los más bajos del mercado frente a sus competidores lo que ha ocasionado un aumento en la cantidad demandada, de tal manera se considera que la relación es de un 50 % menos del precio de su mayor competidor lo que equivale a 6,00 dólares americanos dependiendo del tipo de traje y la talla.

3.2.4.2.2 Ingresos

Los demandantes obtienen ingresos que se encuentran dentro de los niveles de la clase media y media baja que les permite acceder a la obtención del servicio para satisfacer una necesidad esporádica.

3.2.4.2.3 Gustos Y Preferencias

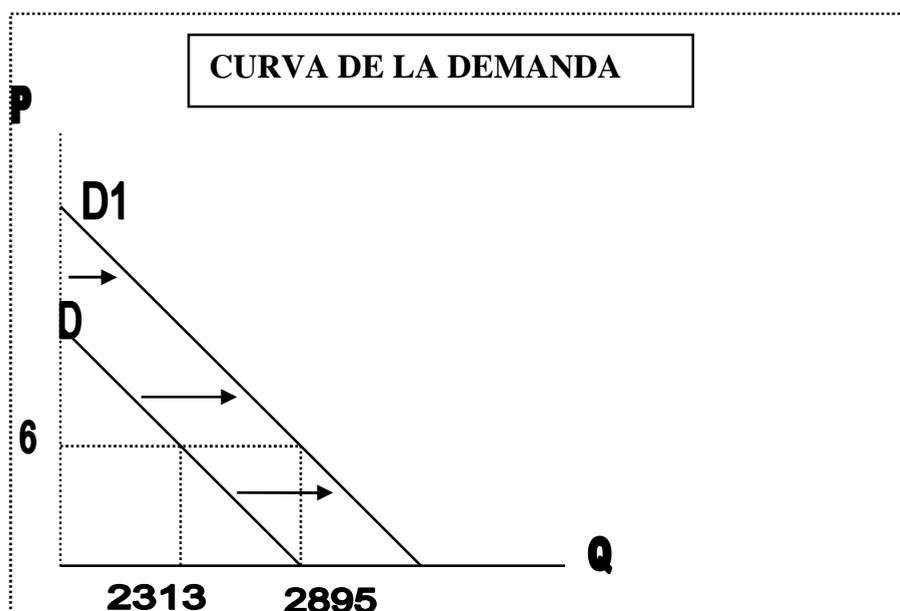
Existen también los gustos y preferencias del consumidor que para nuestro caso es una variable favorable ya que presenta un gran número de aceptación por presentar una buena imagen en la empresa no solo en el servicio si no también en la originalidad y autenticidad en los trajes de alquiler.

La demanda establecida para la microempresa Disfraces Tradición en este año ha tenido un significativo aumento debido a una serie de factores totalmente ajenos al precio.

Los gustos y preferencias han jugado un papel fundamental para dicho efecto así como también los ingresos de los consumidores o demandantes y se puede explicar este fenómeno en el siguiente grafico.

3.2.4.2.4 Desplazamiento De La Curva De La Demanda

Gráfico No 11



La curva de la demanda tiene un desplazamiento hacia la derecha por lo que tiene un incremento en la cantidad demandada, sin embargo podemos observar que el precio no ha cambiado se mantiene constante en 6,00 dólares que es el valor asignado al servicio mientras que la cantidad demandada tiene un incremento de 2313a 2895 trajes de demandados en los años 2004 a 2005 .respectivamente.

El desplazamiento en la curva de la demanda manteniéndose constante el precio se debe al atributo que se les da a otros factores como son los gustos y preferencias de los consumidores, que en este caso ha contribuido positivamente en el incremento de la demanda debido a que la calidad prestado en el servicio ha sido una decisión determinante en el cliente por preferir nuestro servicio, lo que significa que al mismo precio los consumidores estarán dispuestos a comprar una cantidad mayor del bien, si por el contrario disminuye la preferencia del bien significará que a un precio dado existirá menor cantidad de consumidores dispuestos a adquirir dicho bien o servicio.

Otro de los factores determinantes puede ser también el incremento de los ingresos que en nuestro país juega un gran papel las remesa de los emigrantes, puesto que nuestro mercado potencial se ubica en la población estudiantil entre 4 a 12 años, prácticamente un gran número de la población estudiantil reside con sus familiares cercanos como son tías , o abuelos ya que sus padres están trabajando en las fuera de las fronteras de nuestro país, es así que se explica el incremento en los ingresos, pues son ellos quienes mandan el dinero suficiente para que sus hijos no pasan ninguna necesidad por así mencionarlo. Según un estudio realizado por la OIT determina que entre los años 2003 y 2004 los ingresos por remesas de divisas de los emigrantes presentan un incremento en el crecimiento económico de 1.539 millones de dólares.

3.2.4.3 La Oferta

Dentro de la oferta debemos analizar que a una cantidad mayor de la demanda les resulta atractivo a los empresarios aumentar su producción y con ésta el precio del bien o servicio, sin embargo ante un aumento del precio la demanda disminuirá hasta que el oferente baje los precios para que exista un equilibrio entre la oferta y la demanda. Ya que ante una caída de precios la cantidad ofrecida baja y se incrementa la cantidad demandada por la presión de los compradores hasta llegar nuevamente a un equilibrio.

En la oferta al igual que en la demanda existen algunos factores que producen

cambios en la misma tales como:

- El valor de los insumos
- Desarrollo de la tecnología
- Variaciones climáticas
- Valor de los bienes relacionados o sustitutos.

3.2.4.3.1 El valor de los insumos

El valor de los insumos expresa lógicamente que ante un incremento en los insumos le resulta poco atractivo al productor seguir produciendo el bien al mismo precio lo que provoca un aumento en el precio.

3.2.4.3.2 Desarrollo de la tecnología

El desarrollo de la tecnología puede implicar una reducción en los costos de producción, por lo que los productores estarán dispuestos a producir una mayor cantidad del bien al mismo precio ya que bajaran su costo productivo.

3.2.4.3.3 Condiciones climáticas

Las condiciones climáticas tienen una influencia directa en el sector agrícola que para nuestro caso no lo tomaremos en cuenta.

3.2.4.3.4 Valor de los bienes relacionados o sustitutos

El valor de los bienes relacionados o sustitutos interviene también en la producción de dicho bien, pues si un bien aumenta de precio será más atractivo para el productor cambiar su producción para fabricar el mismo bien que si aumento de precio antes que producir el bien relacionado que no ha variado de precio.

En nuestro caso específico el punto 1 y 2 serán de mayor trascendencia para el

análisis, el proceso de fabricación y confección de disfraces se encuentra tercerizado por lo que no interviene ningún tipo de transformación dentro de la empresa.

Esta situación sin duda al inicio se convirtió en la mejor alternativa para la empresa, no obstante en el transcurso del tiempo y con el incremento de la demanda se ha transformado en un costo muy alto para la empresa, ya que la confección de un traje tiene un valor que oscila entre los 5,00 y hasta 10,00 dólares por unidad en la mano de obra, convirtiéndose de esta manera en el rubro que representa mayor dificultad por la alta cantidad de liquidez que esta inversión implica.

El valor anteriormente detallado satisface al gasto solo de la Mano de obra, puesto que la empresa debe proveer de la materia prima para la confección.

El proceso de confección dentro de la microempresa obstaculiza el desarrollo pleno de sus actividades dado que implica la ausencia de una persona en la microempresa para que realice la adquisición del material necesario para la fabricación del bien, otro punto importante a considerar es el gasto que implica en transporte que se considera entre 6,00 y 10,00 dólares que es la tarifa de un taxi desde los diferentes puntos de abastecimiento de los insumos hasta el punto de fabricación.

El recurso tiempo que implica el realizar esta actividad es lamentablemente irrecuperable, así como también las condiciones económicas que representa el cerrar el establecimiento, dado que el cumplir con ésta actividad implica el ausentismo del propietario o persona encargada de la atención al cliente, en el mejor de los casos el tiempo será de algunas horas, caso contrario llevará días según las necesidades del establecimiento, esto se debe a que gran parte de los trajes no son confeccionados en el mismo lugar de la zona, si no se debe trasladar a lugares fuera de la ciudad para poder adquirir la ropa o trajes típicos de las diferentes provincias.

El desarrollo de la tecnología es un factor importante en toda organización que permite reducir costos y maximizar utilidades, sin embargo no debemos pasar por alto que la inversión en tecnología es muy costoso y peor aún para una microempresa, sin embargo si se realiza un análisis financiero de sus costos y lo que podría ahorrarse se podrá tomar una decisión que vaya en beneficio de la empresa.

3.2.4.4. Análisis FODA De La Empresa Disfraces Tradición

3.2.4.4.1 Fortalezas

Dentro del contexto global de la microempresa Disfraces Tradición se determina que sus fortalezas son:

Autenticidad y originalidad en los trajes de alquiler, Nuestro país representa una diversidad en su cultura por lo que existen varias comunidades indígenas ubicadas en las diferentes zonas del Ecuador, es así que, en la zona Sierra de nuestro país se ubican grandes y reconocidas comunidades como son: la cultura otavaleña, saraguros, cayambeñas, natabuelas, las conocidas cholas cuencanas , salasacas, comunidades que están representadas por vestimentas autóctonas y diferentes las unas de las otras.

Descripción de la vestimenta de la Cultura otavaleña

Provincia: Imbabura

La comunidad Otavaleña presenta en su vestimenta una blusa blanca bordada, un anaco blanco y sobrepuesto otro anaco en color azul marino, un reboso del mismo color para cubrir la espalda, una faja multicolor, collares dorados y pulseras en mullos de color rojo que adornan sus manos. En la cabeza utilizan un pañuelo o tupullina de color negro o blanco rayado que sirve para distinguir las mujeres adultas de las niñas, el cabello lo llevan peinado que consiste en una cola baja envuelto con una faja a su alrededor. Como calzado utilizan las alpargatas en

color azul o negro para mujeres y blancas para los hombres.

La vestimenta para los hombres en esta comunidad es la siguiente: usan pantalones blancos y sobre los tobillos una camisa blanca y el poncho con dos caras, al un lado de color azul y al otro lado de color plomo a cuadros y sombrero negro de paño.

Esta es una breve descripción de la vestimenta de la comunidad indígena de los otavaleños ubicados al norte de la sierra ecuatoriana, al observar los diferentes establecimientos que brindan el servicio de alquiler de disfraces se determina que no cuentan con la vestimenta completa y original de cada comunidad lo que ocasiona que el cliente desista de este servicio buscando así alternativas que satisfagan sus necesidades.

La microempresa Disfraces Tradición si cuenta con la autenticidad en sus trajes de alquiler, lo que representa la aceptación del cliente en el servicio ofertado al mercado

Abastecimiento total para el cumplimiento de los pedidos, significa que existe el suficiente número de trajes para cubrir un contrato que exija el alquiler de 100 trajes o más según la necesidad del cliente, lo que se constituye en una fortaleza para esta microempresa ya que si hablamos de instituciones educativas requieren de una demanda de por lo menos 20 o 30 alumnos por curso.

La competencia no cuenta con las condiciones necesarias para abastecer un pedido en el que demanda estas cantidades dado que la inversión en este tipo de vestimentas es muy alta por su costo.

Si hablamos por ejemplo del conocido Zamarro que consiste en un pantalón hecho de cuero de chivo o de llamingo, se considera que el precio oscila entre 180 y 200 dólares americanos dependiendo de la calidad y tipo de cuero para la confección, lo que a su vez significa que en diez zamarros necesitaríamos una inversión de 2000 dólares aproximadamente, como se detalla a continuación.

Cuadro No 15

Descripción del artículo y su valor

Cantidad	Artículo	Descripción	Precio unitario	Total
10	zamarros	Pantalón de cuero	200,00	2.000,00

Elaborado Por: Patricia Arévalo

Cumplimiento y puntualidad en la entrega de los trajes hacia el cliente.

Se cuenta con un cronograma para la entrega de un pedido en día y hora establecidos entre la microempresa y el cliente, lo que significa que el cliente no tendrá que esperar que se despache otro pedido anterior o peor aun que se encuentra con sorpresas como el no disponer de los trajes en ese momento.

El precio es otra fortaleza con la que cuenta la microempresa en mención puesto que según una investigación de campo realizada a la competencia del sector este se encuentra en el nivel más bajo presentando una disminución entre el 40 y 50 por ciento.

La calidad del servicio que se constituye en la limpieza y buen estado del traje a alquilar, pues la ropa que se entrega siempre se caracteriza por estar en buenas condiciones de limpieza y planchado que constituye parte primordial para la calidad del servicio.

Se concluye a través de diversas entrevistas con los clientes que existe lugares donde no llevan un orden y peor aún una limpieza de los bienes de servicio, lo que ocasiona una mala impresión para el cliente y por ende la abstención de adquirir este servicio.

3.2.4.4.2 Oportunidades

Mercado insatisfecho: puesto que la microempresa esta ubicada en el sector sur de Quito, existe un gran mercado ubicado en el centro, norte y valles aledaños a ésta ciudad que no conoce el bien o servicio que la microempresa ofrece. Constituyéndose así en un mercado potencial a explotar.

Capacidad para expandir mercado en otra ciudad del Ecuador.

Puesto que la microempresa cuenta con el número necesario de trajes se encuentran en condiciones óptimas para expandir mercado en cualquier ciudad del Ecuador, la inversión que debería realizar no sería muy alta dado que solo debería adquirir vitrinas, estanterías, e invertir en diseño del establecimiento, propaganda y publicidad, obviamente después de realizar un estudio de mercado.

No existe mayor número de competidores dedicados a éste servicio.

Al no existir mayor número de competidores se convierte en una oportunidad de inversión, puesto que existe un mercado que no esta siendo atendido por parte de la competencia, ocasionando un nicho de mercado por explotar.

Posicionamiento en el mercado

Disfraces tradición es una microempresa que se ha constituido alrededor de 10 años aproximadamente, lo que ha provocado el reconocimiento de la población que habita el sector, así como también de los grandes y prestigiosos colegios de la zona tales como:

Escuela y Colegio Particular “Jesús de Nazareth”

Academia “Pedro Traversari”

Unidad educativa “Rincón del Saber”

Jardín y Escuela “Jhon Bellers”

Tal reconocimiento se ha convertido en un efecto multiplicador para aumentar su posicionamiento en el mercado, pese a la falta de propaganda y publicidad que ha dejado de lado la ésta empresa.

3.2.4.4.3 Debilidades

No se encuentra legalmente constituida la microempresa, es decir no esta reconocida como persona jurídica dentro del marco legal establecido en nuestro país como es la Superintendencia de Compañías.

No existe un horario establecido para la atención al cliente, ya que en algunas ocasiones no se cuenta con una persona que cuenten con la disponibilidad de tiempo necesaria requerida para esta actividad.

Falta de organización estructural en el funcionamiento de la misma.

Disfraces Tradición no cuenta con una estructura orgánica funcional que lleve el control de las actividades y funciones tanto en los recursos humanos, económicos y de tiempo.

A través del tiempo la microempresa se ha conformado en base a la experiencia y empeño de sus propietarios, sin embargo no se ha implementado ningún tipo de organización para su administración, ya que ésta ha sido empírica y no se ha realizado un análisis técnico o alguna investigación de mercado que permita plantear los lineamientos para incrementar su participación en el mercado.

Ausencia de un control financiero o económico a través de Estados o Balances Financieros, Presupuesto de Caja y Presupuesto de Ventas.

El control financiero dentro de toda organización se convierte en parte indispensable para el buen funcionamiento de la misma, lo que permite la

proyección de sus ingresos a través de las ventas para tomar decisiones de inversión, en base a la liquidez o iliquidez de la empresa.

La microempresa Disfraces Tradición no lleva una Contabilidad organizada y controlada por una persona capacitada en ésta área, su control es simple y básico pero no suficiente para la magnitud de la microempresa.

Carencia de políticas y procedimientos para el control de gastos y pago a los proveedores y terceros.

Como se mencionó anteriormente la ausencia de estados financieros y control de la contabilidad contribuye a la carencia de políticas para manejar los gastos, e ingresos para el cumplimiento de las obligaciones adquiridas con terceros y proveedores.

Los pagos a los proveedores no llevan un orden en el tiempo según sus ingresos lo que provoca que en algunas ocasiones que no se cuente con la liquidez necesaria para cumplir con los compromisos adquiridos. Pues lo óptimo sería que sus Cuentas por Cobrar se las realice cada 8 días y sus cuentas por Pagar se las efectúe cada 15 días por lo menos para que la empresa cuenta con la liquidez necesaria.

Dado que la actividad a la que se dedica la microempresa es netamente temporal, ésta presenta ingresos inequitativos en sus ventas mensuales, pues sus mayores ingresos provienen durante los meses de abril, mayo, junio y diciembre, causando un desfase en el resto del periodo para cumplir con las obligaciones.

No existe una investigación de mercado que establezca las verdaderas necesidades del cliente.

La investigación de mercado es una pieza clave en el juego de la oferta y demanda por así mencionarlo, las grandes empresas realizan grandes inversiones realizando este tipo de estudio que les permite conocer las

necesidades, satisfacciones o insatisfacciones del cliente y también de la competencia.

Además arroja datos que la empresa está pasando por alto o simplemente no lo conocía o no percibía por parte del cliente externo.

Disfraces Tradición no se ha preocupado por realizar éste estudio y se encuentra estancado en un nicho de mercado sin conocer que existe nuevas oportunidades que le permita incrementar sus ingresos.

Los ingresos de la microempresa son temporales, por lo que se debería establecer otra actividad que sustente los gastos en el periodo que no tenga mayores ventas.

En nuestro país y especialmente en la ciudad de Quito existe diversas fiestas culturales que representan nuestra identidad, es así por ejemplo que la costumbre en la ciudad de Quito es celebrar su fundación que se lleva a cabo a través de desfiles en los primeros días del mes de diciembre, aumentando así la demanda para esta temporada en la microempresa en mención.

También en el mismo mes se celebra la conocida Navidad en la Religión Católica fiesta en la cual se celebra grandes festejos como son los pases del niño, y programas realizados en guarderías, jardines y escuelas de la ciudad.

Ausencia de propaganda y publicidad

Existe poco interés y preocupación por parte de los propietarios por realizar alguna actividad que promueva y de a conocer el servicio que ofrece ésta empresa, sin embargo la propaganda existente ha sido a través de recomendaciones de los mismos clientes, así como también el merchandising que ha consistido en calendarios, tarjetas de presentación y volantes repartidos en el sector.

Existe promociones de descuentos según la temporada, número de pedidos, y tipo de clientes. El descuento que se realiza es de hasta el 20 % en cada artículo en este caso traje de alquiler.

No obstante no se puede dejar por desapercibido las ventajas que se puede obtener a través de una inversión en publicidad y propaganda.

3.2.4.4 Amenazas

Surgimiento de nuevos competidores.

Si la competencia o posibles competidores realizan un análisis de mercado se reflejaría que este tipo de servicio es una gran tentativa de inversión ya que existe un mercado insatisfecho en la ciudad de Quito.

La desventaja para los nuevos competidores sería la alta inversión y el reconocimiento adquirido a través de los años de ésta empresa.

La falta de un plan de seguro que cubra parte del capital invertido en caso de robo.

En la actualidad existe un incremento en la delincuencia provocado por diversas razones sociales y económicas por la que atraviesa nuestra sociedad, provocando la inseguridad e inestabilidad en la tranquilidad familiar, éste fenómeno que se incrementa día a día en nuestro país ocasiona que las empresas y familias adquieran nuevos y mejores sistemas de protección.

La microempresa tiene aproximadamente un capital invertido de 55.500 dólares americanos, mismos que carecen de algún seguro que cubra la totalidad o parte de ésta. Sin embargo se ha implementado algunas estrategias de seguridad para evitar situaciones lamentables que podrían ocasionar grandes problemas a la microempresa.

3.2.4.5 Matriz de Riesgo 5 Fuerzas de Porter

MATRIZ DE RIESGO				
Valor		Result		RIESGO DE NUEVOS COMPETIDORES
2	0,10	0,20	1	Barrera Legal
8	0,05	0,40	2	Capital, requisitos
5	0,05	0,25	3	Alto posicionamiento
5	0,05	0,25	4	Ubicación estratégica
8	0,05	0,40	5	Costo inicio alto
5	0,10	0,50	6	Difícil acceso a los canales de distribución
7	0,15	1,05	7	Economía de escala
6	0,20	1,20	8	Estructura de precios
6	0,25	1,50	9	Curva de experiencia
	1	5,75		

				COMPETIDORES
6	0,10	0,60	1	Muchos competidores igualmente equilibrados
7	0,10	0,70	2	El nivel de crecimiento del sector
5	0,15	0,75	3	Costos fijos elevados
4	0,15	0,60	4	Falta de diferenciación
3	0,10	0,30	5	Barreras de salida
4	0,10	0,40	6	Incrementos importantes de capacidad
3	0,10	0,30	7	Batalla de precios
2	0,05	0,10	8	Intensidad de promoción
	0,85	3,75		

PROVEEDORES				
7	0,10	0,70	1	Concentración
5	0,10	0,50	2	Costos de cambio
4	0,15	0,60	3	Amenaza de integración
7	0,10	0,70	4	Sustitutos
5	0,10	0,50	5	El insumo es clave
3	0,10	0,30	6	Diferenciación
3	0,15	0,45	7	Mano Obra calificada
3	0,10	0,30	8	Alianza
3	0,10	0,30	9	Políticas
	1	4,35		

CLIENTES				
5	0,20	1,00	1	Productos estandarizados
5	0,15	0,75	2	El producto no es determinante de calidad
3	0,20	0,60	3	El grado de concentración
5	0,10	0,50	4	Costo del producto
3	0,10	0,30	5	Amenaza de integración
5	0,15	0,75	6	Influencia en la decisión de compra
5	0,10	0,50	7	Nivel de información que tiene el cliente
	1	4,4		

SUSTITUTOS				
3	0,50	1,50	1	Ponen límite a la rentabilidad
3	0,25	0,75	2	Amenaza nuevas tecnologías
2	0,25	0,50	3	Mercado global
	1	2,75		

Valor		
Alto	=	10
Medio	=	5
Bajo	=	1

RIESGO DE NUEVOS	
COMPETIDORES	5,75
COMPETIDORES	3,75
PROVEEDORES	3,65
CLIENTES	4,4
SUSTITUTOS	2,75

3.2.4.5.1 Análisis De La Matriz De Las Cinco Fuerzas Del Mercado

Según la validación de la Matriz de las Cinco Fuerzas de Mercado según Porter determina lo siguiente:

Riesgo de nuevos competidores: la importancia se ubica en un valor medio ya que un nuevo competidor deberá disponer de un capital de inversión muy alto para iniciar con ésta actividad, de tal manera que le permita ser competitivo en el mercado.

Los competidores representan un nivel de validación baja, dado que pese a que uno de sus mayores competidores se encuentra posicionado en el mercado, sin embargo no cuenta con un incremento importante en su capacidad, sus costos fijos también son elevados por tal relación no existe una batalla de precios., su diferenciación no está en el producto por falta de originalidad en los trajes típicos de alquiler, su segmentación está dirigida a un grupo con diferentes necesidades.

Los proveedores tampoco representan una amenaza dentro de ésta actividad ya que los productos no tienen una diferenciación exclusiva.

Los clientes tienen poca información de éste tipo de negocios, por lo que no representan una amenaza de integración al mercado, además no se encuentran asociados ni representan una fuerza determinante que puedan establecer el precio del producto.

Dentro de la actividad de alquiler y venta de disfraces no existe gran variedad de productos sustitutos, que se conviertan en una amenaza de pérdida del mercado potencial.

El análisis del entorno que arroja ésta matriz indica que la empresa tiene grandes posibilidades de subsistencia en el mercado dado a las condiciones en las que se encuentra el entorno a ésta, no existe mayor amenaza que determinen la quiebra o desaparición de ésta en el corto o largo plazo.

Frente al análisis FODA que se realizó anteriormente se observa que la falta de organización y planificación en la administración y dirección de la empresa es lo que no ha permitido un excelente desenvolvimiento en el mercado que permita un crecimiento óptimo en el transcurso de éste tiempo.

CAPITULO IV

En el capítulo III se realizó el estudio detallado de la situación de la microempresa Disfraces Tradición obteniendo importantes y significativas conclusiones que determinan el diagnóstico de la misma tanto a nivel interno como externo, lo que conlleva al objetivo de éste capítulo que es la reestructuración de la microempresa que permitirá su crecimiento y planificación de actividades de manera organizada.

4. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA

4.1 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DISFRACES TRADICIÓN

4.1.1 Misión

“Disfraces Tradición” se dedica a brindar el servicio de alquiler y venta de disfraces a través de la eficiencia en el cumplimiento de los compromisos adquiridos satisfaciendo con calidad las necesidades del cliente, para contribuir con la recuperación de las tradiciones y costumbres de la cultura ecuatoriana.

4.1.2 Visión

Constituirnos como líderes en el servicio de alquiler y venta de disfraces, posicionando el mercado a nivel nacional, a través de la expansión de varios establecimientos en las ciudades más importantes del país, lo que contribuirá al crecimiento y posicionamiento de la empresa.

4.1.3 Objetivos

4.1.3.1 Objetivo General

Contribuir con el desarrollo y crecimiento de la empresa a través de la constitución y administración eficiente de la misma, que permita facilitar y mejorar los procesos

internos para la consolidación inicial de la compañía.

4.1.3.2 Objetivos Específicos

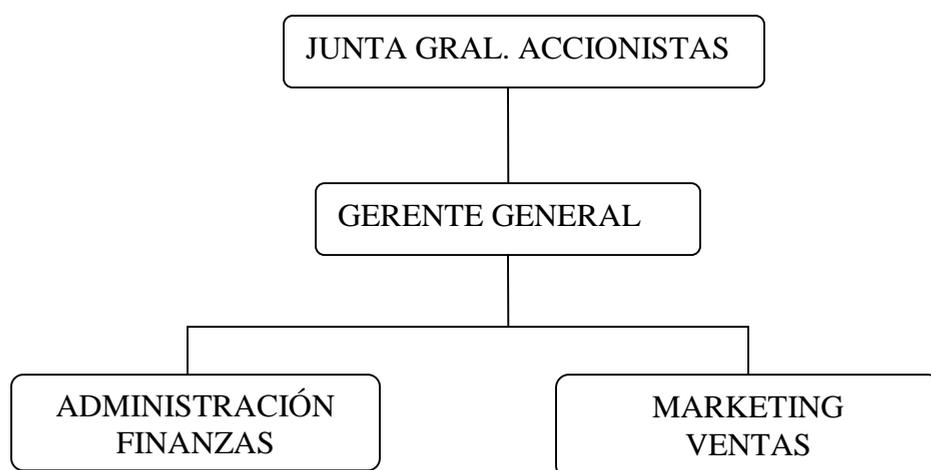
1. Capacitar al recurso humano con el fin de crear una administración eficiente para la empresa.
2. Establecer y evaluar los procesos dentro de la organización a fin de optimizar recursos.
3. Crear la constitución legal de la empresa para coadyuvar los propósitos de la misma

4.2. Estructura Organizacional

Es necesario establecer un organigrama dentro de la organización, el mismo que permitirá identificar las diferentes unidades departamentales que deben existir para asignar funciones y objetivos dentro de cada uno de éstos, que permita correlacionar los objetivos individuales y organizacionales.

4.2.1 División Departamental de la Organización

Diagrama No 1



4.2.2 Departamento Administrativo Financiero

El departamento encargado de la gestión administrativa financiera, será el generador del crecimiento de la organización, ya que constituye parte fundamental la planificación, organización, dirección y control de las políticas y objetivos que tiene la empresa, así como también el área financiera que se convertirá en el pilar de sustento y buen funcionamiento de la empresa, en cuanto se refiere a la liquidez, capital de trabajo, análisis financiero, políticas de crédito entre los aspectos más importantes.

4.2.2.1 Misión, Visión, Objetivo

Misión

El departamento administrativo financiero es el generador del desarrollo y marcha eficiente de las actividades de la organización, a través de la planificación organización y control de los recursos de la empresa sustentados en manuales de funciones, procedimientos, políticas, normas y resultados que favorezcan el buen funcionamiento y rentabilidad de la empresa.

Visión

Alcanzar todos los objetivos planteados dentro de la institución a fin de mantener un equilibrio en los intereses personales y organizacionales, así como también obtener las mejores y más altas utilidades económicas

Objetivo

Promover el crecimiento de la organización a través de la planificación, organización y control de todos los recursos a fin de minimizar costos y maximizar las utilidades.

4.2.3 Departamento Marketing y Ventas

El área de Marketing y Ventas es parte fundamental dentro de la organización por ser el eje promotor de las ventas y generación de la rentabilidad de la inversión, a través del óptimo funcionamiento del departamento es posible alcanzarlas metas

y objetivos planteados.

4.2.3.1 Misión, Visión, Objetivo

Misión

El departamento de Marketing y ventas constituye el pilar fundamental de la organización ya que se encarga de promover, incentivar e incrementar las ventas del servicio creando una relación directa con la rentabilidad de la Empresa.

Visión

Alcanzar los más altos niveles de rentabilidad dentro de la Organización, a través de campañas publicitarias que permita incentivar al cliente a utilizar nuestro servicio

Objetivos

- Posicionar el mercado de alquiler y venta de disfraces en la ciudad de Quito en un periodo de largo plazo
- Maximizar las utilidades a través de un incremento porcentual de las ventas

4.3 Políticas de la Organización

4.3.1 Políticas Administrativas

- Todos los integrantes de la organización deben ser tratados con respeto
- Realizar el contrato laboral según lo establecido en el código de trabajo y acordado entre las partes.
- Toda ausencia por parte del empleado a su puesto de trabajo deberá ser previamente notificado y aceptado por parte del jefe inmediato.
- Brindar un servicio ágil y oportuno hacia el cliente.
- Respetar y cumplir con el horario establecido para la atención al cliente.
- Tener un trato amable y cordial con el cliente.
- Una vez realizado el contrato del servicio no se receptorá abstinencia del

mismo por parte del cliente.

- Todo contrato deberá realizarse con ocho días de anticipación cuando este exceda de los 20 trajes de alquiler.
- Todo contrato adquirido deberá ser cumplido en la fecha y hora acordada.
- El traje de alquiler será entregado con la oportuna anterioridad acordada con el cliente.
- El tiempo de devolución del traje o trajes de alquiler será como máximo 24 horas posteriores a la entrega del mismo.
- No se entregará ningún traje sin antes confirmar los datos proporcionados por el cliente.
- Todos los recursos de la organización deberán ser optimizados en tiempo y dinero

4.3.2 Políticas Financieras

- Toda venta a crédito se lo realizará con un plazo máximo de pago de 8 días
- Los pagos a proveedores se lo realizará cada 15 días a partir de su fecha de facturación.
- Mantener una o dos cuentas bancarias para el control de caja
- Sostener un fondo referencial para caja chica dependiendo de las necesidades que determine la organización.
- Todo contrato se lo realizará con el pago previo del 50% por parte del cliente, la diferencia deberá cumplir el día de entrega de los trajes de alquiler.
- Toda venta a crédito deberá ser revisada y aprobado por el gerente general de la organización.
- Determinar puntualmente el capital de trabajo que se necesitará para el próximo periodo contable.
- Determinar el presupuesto de caja oportunamente
- Determinar los índices de liquidez, capital de trabajo, capacidad de endeudamiento.
- Reducir costos en todos los procesos que realice la organización

- Maximizar las utilidades de la organización
- Realizar previamente proformas de compras a fin de establecer la más conveniente para la organización.

4.3.3 Políticas para los Recursos Materiales Y tecnológicos

- Aprovechar al máximo la utilización de todos los recursos que posea la organización a fin de eliminar la subutilización de los mismos.
- Todos los activos que posea la organización serán de uso exclusivo para el funcionamiento de las actividad de de la organización.
- Los activos de la organización puestos a cargo de un colaborador deberán ser conservados en buen estado y funcionamiento, la organización se hará cargo de aquellos daños que se ocasionaran por desgaste de uso o desactualización
- Mantener una actualización en los recursos tecnológicos que permita facilitar procesos.

4.4 Orgánico Funcional

4.4.1 Funciones que debe desempeñar el Gerente General:

1. Velar por el buen funcionamiento de la Organización
2. Coordinar las actividades y objetivos de cada departamento de la organización
3. Mantener y establecer un clima organizacional óptimo para el buen desempeño de todos y cada uno de los funcionarios.
4. Fomentar el crecimiento de la organización
5. Establecer estrategias para incrementar los ingresos y utilidades de la Organización.
6. Establecer puntos críticos que necesitan una retroalimentación para mejorar el desempeño de las actividades y del servicio ofrecido
7. Velar por el cumplimiento de las políticas de la empresa
8. Establecer un sistema correlacionado en toda la organización

9. Cuidar y fortalecer el buen nombre de la organización
10. Coordinar con todos los departamentos de la organización planes de acción que determinen estrategias para cumplir con los objetivos propuestos.

4.4.2 Funciones que desempeñará el área financiera

1. Mantener un control de todos los costos e ingresos de la Organización que permita determinar un análisis financiero de la organización.
2. Llevar los Estados financieros puntualmente con un control temporal para determinar pérdida o ganancia durante el ejercicio contable.
3. Cumplir puntualmente con la declaración tributaria.
4. Mantener y fijar políticas de crédito para clientes.
5. Establecer parámetros de calificación para clientes

4.4.3 Funciones del Administrador

1. Cumplir puntualmente con el horario asignado por la organización
2. Apertura y cierre del establecimiento con puntualidad.
3. Mantener un trato amable y respetuoso con el cliente.
4. Conservar el orden y limpieza del establecimiento.
5. Llevar un control diario de las ventas realizadas.
6. Optimizar el uso de los recursos de la organización
7. Mantener informado al gerente general de los problemas o inconvenientes que se presenten en el establecimiento a fin de determinar medidas correctivas.
8. Realizar la verificación de los datos que proporcione el cliente antes de dar por finalizado el contrato.
9. Confirmar oportunamente la realización de todos los contratos para determinar con puntualidad y exactitud la entrega de los trajes de alquiler en número y tallas solicitadas para la fecha indicada.

4.4.4 Funciones Para Cumplir Por Parte De Los Operarios

1. Cumplir puntualmente con el horario de entrada y salida según lo acordado en el contrato de trabajo
2. Cumplir puntualmente con los resultados que exige la organización.
3. Optimizar los recursos durante el proceso de sus actividades
4. Minimizar costos durante el proceso

4.5 Procesos

Dentro de la organización, se torna importante la efectividad de los procesos, fin de mantener un desarrollo ordenado y sistemático de las actividades de la empresa. Por esta razón, se determina a continuación, el proceso que se deberá cumplir en la venta del servicio y recepción de los trajes de alquiler.

Cabe mencionar que la ausencia o incumplimiento de los procesos y procedimientos, ocasiona graves consecuencias para la organización, mismas que se verán reflejadas directamente a una pérdida para la empresa, dada la naturaleza de su actividad. Así por ejemplo, puede suceder que se entregue la garantía al cliente, sin revisar con anterioridad si el traje presenta algún daño, obstaculizando así realizar el descuento respectivo de la misma.

4.5.1 Venta del Servicio

El proceso de venta del servicio es el siguiente:

1. Solicitud por parte del cliente para adquirir el servicio
2. El cliente seleccionará y probará el traje
3. Decidirá la adquisición del servicio
4. En caso de que su decisión sea afirmativa, la empresa confirmará datos del cliente
5. Se procederá a la facturación y recepción de la garantía
6. Finalmente se entregará el traje al cliente.

4.5.2 Recepción del Traje Alquilado

La recepción del traje tiene el siguiente proceso:

1. Recepción del traje al cliente
2. Verificación del traje por parte de la empresa
3. En caso de ser satisfactorio la verificación se procederá a entregar la garantía al cliente.
4. Posteriormente se enviará el traje para su respectiva limpieza (lavado y Planchado)
5. De no ser satisfactoria la entrega del traje por presentar algún daño, se acordará con el cliente su respectivo pago
6. El pago del daño ocasionado se descontará de la garantía y se entregará su diferencia.

Diagrama No 1

Venta del Servicio

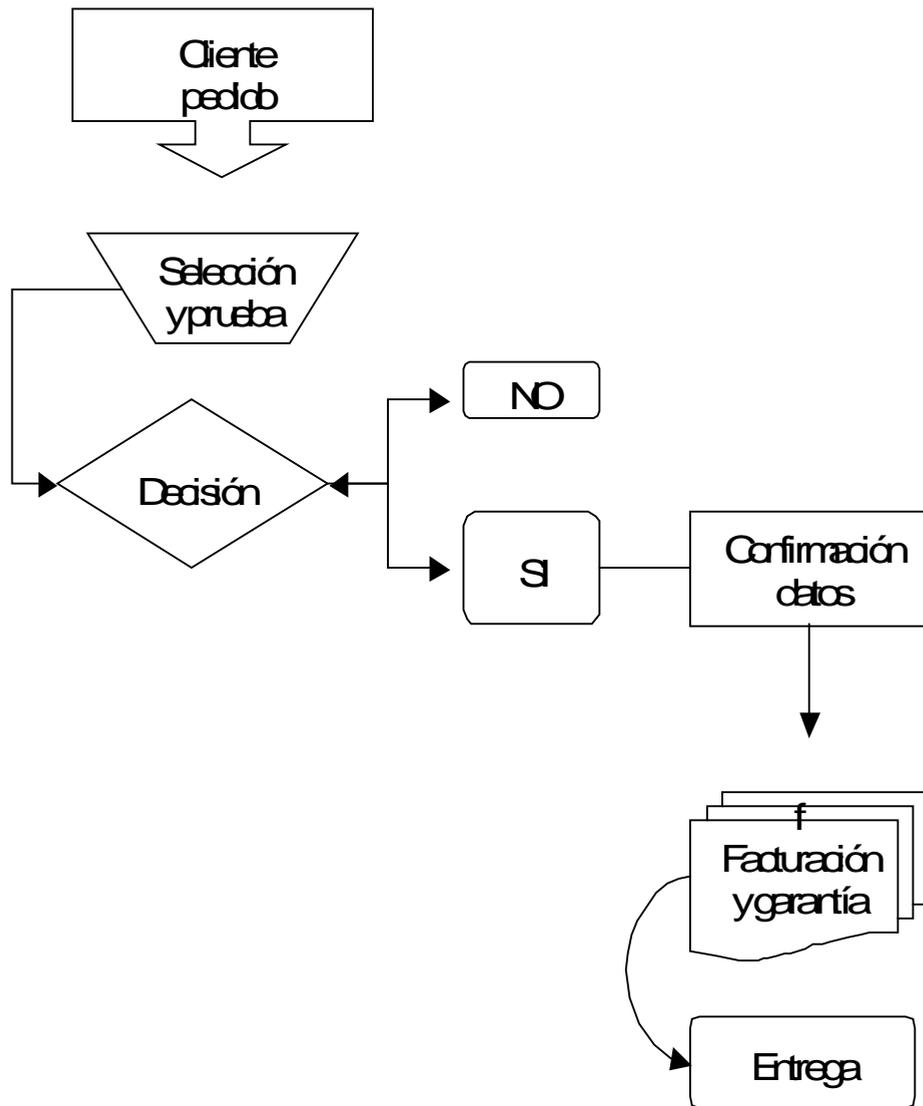
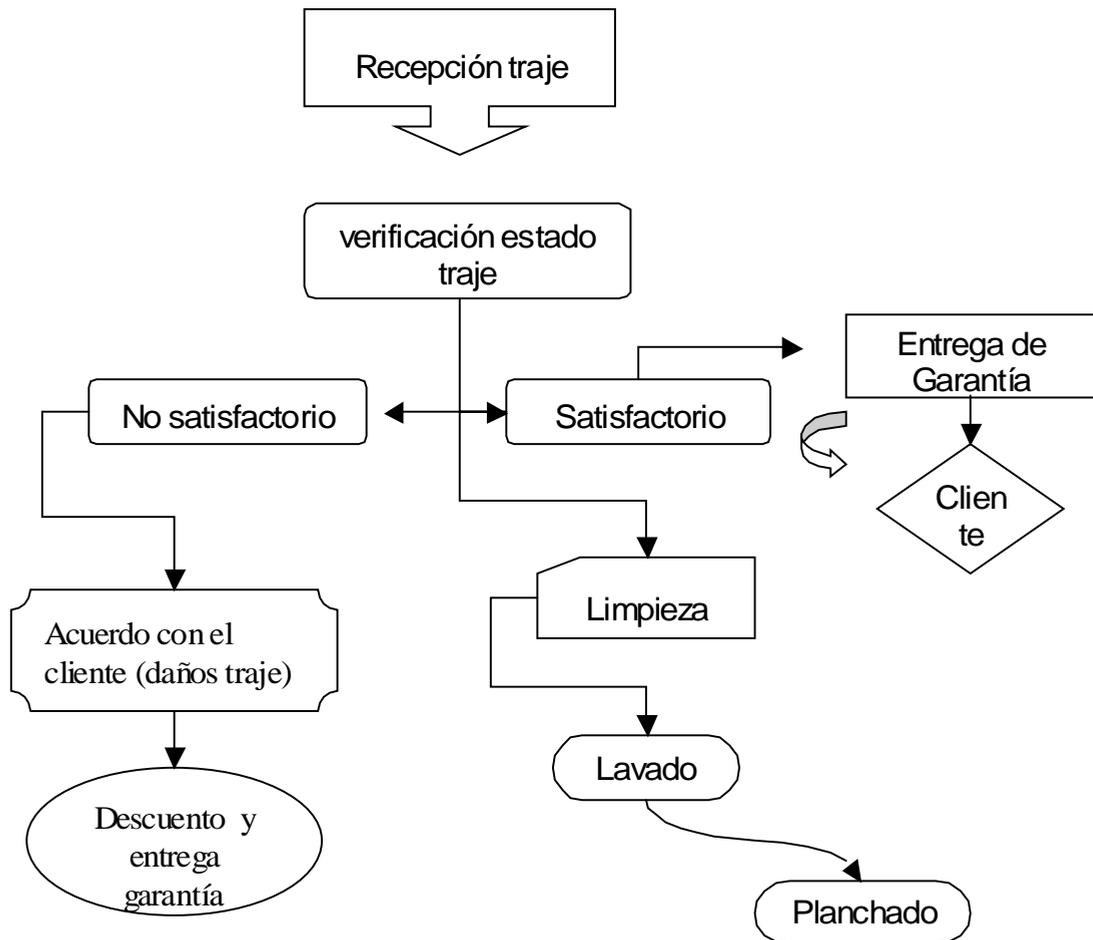


Diagrama No 2

Proceso de Recepción del Traje



4.6 Planes De Acción

4.6.1 Constitución Legal de microempresa como Compañía S.A.

ESTATUTOS LEGALES DE LA COMPAÑÍA DE SERVICIOS DE ALQUILER Y VENTA DE DISFRACES S.A.

CAPITULO I

DENOMINACIÓN, OBJETO, DURACIÓN Y DOMICILIO

Art.1. DENOMINACIÓN: La compañía se denominara COMPAÑIA DE SERVICIOS DE ALQUILER Y VENTA DE DISFRACES S.A. y se registrá por las leyes de la República del Ecuador especialmente por la Ley de Compañías y por el presente estatuto y reglamento que llegaren a dictarse.

Art. 2. OBJETO SOCIAL: La compañía tendrá por objeto principal el alquiler y venta de disfraces y trajes de fantasía para toda ocasión, para el cumplimiento de su actividad principal que conforma el objeto de la compañía, esta podrá realizar para si o para sus representados, en asocio con otras personas naturales o jurídicas, mediante el ejercicio de representaciones o delegaciones, cualquier tipo de contratos o actos permitidos por las leyes y que tengan relación directa con dicho objeto.

Art. 3. DURACIÓN: La compañía tendrá una duración de 50 años, contados a partir de la fecha de constitución e inscripción de la Escritura Publica en el Registro Mercantil. Este plazo podrá ser prorrogado o disminuido, previa resolución de la Junta General de Accionistas.

Art. 4. DOMICILIO: LA COMPAÑIA DE SERVICIOS DE ALQUILER Y VENTA DE DISFRACES S.A. de nacionalidad ecuatoriana tendrá como domicilio principal la ciudad de Quito Distrito Metropolitano; sin embargo por resolución de la Junta General de accionistas podrán establecer sus sucursales, agende cias o delegaciones en cualquier lugar del país o del exterior.

CAPITULO II DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES

Art. 5. El capital social de la COMPAÑIA DE SERVICIOS DE ALQUILER Y VENTA DE DISFRACES S.A. Será de 800 dólares americanos dividido en cien acciones 50 nominativas y 50 ordinarias de un valor nominal de 8 dólares cada una, numeradas desde el número 001 al 100. El capital de la compañía será íntegramente suscrito y pagado en el cien por ciento (100%) en numerario, que será consignado en la cuenta de integración de capital conforme un certificado que deberá conferir el Banco del Pichincha de la ciudad de Quito a nombre de la compañía. FORMA DE SUSCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES:

Cuadro No 16

NOMBRE	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	% ACCIONES
Maria Bonilla	400	400	50%
Oderay Arévalo	200	200	25%
Francisco Arévalo	200	200	25%
TOTAL	800	800	100%

Art. 6. NATURALEZA DE LAS ACCIONES SU TRANSMISIÓN Y CESIÓN: Las acciones son iguales, acumulativas e indivisibles: Pueden transmitirse y cederse, en las formas prevista en la ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en proporción a sus acciones, para suscribir las que se emitan en cada caso de aumento de capital social, la compañía emitirá a cada uno de los accionistas un certificado de aportación en el que constara necesariamente su carácter de no negociables y el número de participaciones que por su aporte le corresponde. Dichos certificados serán firmados por el presidente y gerente de la compañía.

CAPITULO III DE LA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Art. 7. DE LA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACION: La compañía será dirigida y

gobernada por la Junta General de Accionistas: y, será administrada por el Presidente. El Directorio de la compañía será conformado de acuerdo a la elección unánime en la Junta de Accionistas.

Art. 8. DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: La Junta General constituida por los accionistas legalmente convocados y reunidos es el Órgano Supremo de la Compañía y tiene poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales y tomar dentro de los límites establecidos por la ley cualquier decisión que creyere conveniente para la buena marcha de la compañía.

Sus atribuciones específicas serán : a.- Designar y remover al Presidente, o a cualquier otro miembro integrante del Organismo Administrativo de la Compañía por causas legales: b.- Conocer anualmente y aprobar las cuentas y los balances e informes que presenten el Presidente y demás: c.- Resolver acerca del reparto de utilidades de acuerdo con la ley: d.- Consentir en la cesión de participaciones y en el ingreso de nuevos socios conforme la ley: e.- Resolver sobre la emisión de partes beneficiarias, obligaciones y amortización de las obligaciones, el aumento o disminución del capital social y la prórroga o disminución de la duración del contrato social: f.- Acordar la enajenación e hipoteca de los bienes sociales, sobre la disolución anticipada de la Compañía: g .- Acordar la exclusión de uno o varios accionistas, de acuerdo a las causales establecidas en la ley: h.- Resolver sobre la fusión, transformación, disolución voluntaria y liquidación de la Compañía: i.- Disponer que se inicien las acciones correspondientes en contra de los administradores de la Compañía : j.- Ejercer las demás establecidas en la ley de Compañías.

Art. 9. CLASES DE JUNTAS: Las reuniones de la Junta General, serán ordinarias y extraordinarias. La Junta General será convocada por el presidente, por propia iniciativa o por petición del Directorio o de los accionistas que representen por lo menos el veinte y cinco por ciento del capital pagado, esto último atendiendo lo dispuesto en el Artículo 226.- de la Ley de Compañías. Las Juntas Ordinarias se efectuarán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la

finalización del ejercicio económico de la Compañía, conocerán el balance anual, los informes que presente el Presidente, los informes de los administradores o demás sobre la distribución de los beneficios sociales y dictarán la resolución que en cada caso corresponda, la formación del fondo de reserva, la distribución de las utilidades y cualquier otro asunto puntualizado en la convocatoria. Las Juntas extraordinarias se reunirán cuando fueren convocadas en cualquier época del año y resolverán los asuntos que consten en la convocatoria.

Art. 10. DE LA CONVOCATORIAS: Las convocatorias se realizarán por carta personal dirigida a cada accionista y de manera obligatoria, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión: SE REALIZARÁN TAMBIÉN LAS CONVOCATORIAS POR la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio principal de la Compañía, conforme lo señala el Artículo doscientos setenta y ocho de la Ley de Compañías: sin perjuicio de que adicionalmente se realice por otros sistemas. Toda resolución sobre asuntos no fijados en la convocatoria será nula. En caso de segunda convocatoria se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías. el accionista o los accionistas que represente por lo menos el veinte y cinco por ciento del capital social, podrá solicitar por escrito al Gerente General, la convocatoria a Junta General, para que se traten los asuntos que señalen en su petición. Si en el plazo de quince días, contados desde la fecha de recibo de su petición el Presidente no lo hiciere, los accionistas que representen el mismo porcentaje señalado, podrán recurrir al Superintendente de Compañías, solicitando dicha convocatoria. Cuando los accionistas que representen la totalidad del capital social se hallen reunidos, personalmente o representados, sea en la sede social, o en cualquier lugar del país, podrá sin previa convocatoria constituirse en Junta General, para tratar y resolver sobre cualquier asunto, siempre que por unanimidad así lo decidieren. Pero en este caso, todos los asistentes deberán suscribir el Acta de la Junta, bajo sanción de nulidad. Sin embargo, cualquier de los concurrentes podrán oponerse a la discusión de los asuntos sobre los cuales no se consideren suficientemente informados. Las decisiones de la Junta General se tomarán por mayoría de votos del capital social pagado concurrente a la reunión. Se sumarán a la mayoría los votos en blanco y las abstenciones. Las resoluciones de la Junta General serán

obligatorias para los accionistas, aunque no hubieren concurrido a ella, salvo las excepciones contempladas en la Ley de Compañías.

Art. 11. EL DIRECTORIO: El Directorio será elegido por la Junta General en el número según las necesidades que la Compañía lo requiera y bajo aprobación de la Junta General. El directorio durará dos años en sus funciones pudiendo ser reelegido para nuevos periodos. Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta.

Art. 12. LAS ATRIBUCIONES DEL DIRECTORIO : las atribuciones del directorio serán : a.- Nombrar y remover de entre sus miembros al Presidente del Directorio que durará dos años en sus funciones y podrá ser reelegido indefinidamente: El Presidente del directorio será ala vez, de la Compañía: b.- Fijar las remuneraciones del personal de la Compañía: c.- Presentar el plan de acción de la Compañía, para periodos mayores a un año, debiendo ser aprobado por la Junta General: d.- Súper vigilar la marcha de la Compañía y presentar los informes que se estiman convenientes a la Junta General de Accionistas: e.- Conocer y establecer y aprobar el presupuesto anual presentado por el Departamento financiero: f.- Nombrar y remover libremente a los Jefes Departamentales: g.- Celebrar contratos e inversiones en montos de hasta 2000 dólares americanos, en caso de mayor cuantía requerirá autorización de la Junta General: h.-Las demás atribuciones y deberes que se estipulen de conformidad con la Ley, Estatutos, reglamentos y demás disposiciones legales pertinentes.

Art. 13. DEL PRESIDENTE DE LA JUNTA: El Presidente será elegido por la Junta General, para un periodo de dos años, podrá ser reelegido indefinidamente. La representación legal de la compañía corresponderá al Presidente, quien como tal podrá comparecer en asuntos de jurisdicción voluntaria y contenciosa como actor o como demandado., en diligencias preparatorias y en todo acto o contrato que requiera la gestión empresarial y administrativa.

Art. 14. ATRIBUCIONES DEL PRESIDENTE: a.- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía: b.- Presidir la Junta General de

accionistas, y el Directorio: c.- Suscribir los títulos de acciones, los certificados provisionales y las actas de las Juntas Generales y del Directorio: d.- Conocer y orientar la marcha económica y administrativa de la Compañía y presentar informes a la Junta General de Accionistas: e.- Presentar a la Junta General un informe anual , que refleje la situación económica de la Compañía, la cuenta de pérdidas y ganancias, la propuesta de distribución de utilidades, todo ello en el plazo de sesenta días contados a partir de la terminación del respectivo ejercicio económico: f.- Manejar la caja y cartera de valores: g.-Llevar los libros de actas y de participaciones de los accionistas: h.- Intervenir en la celebración de actos y contratos a nombre y representación de la Compañía, de conformidad con los presentes estatutos: i.- Súper vigilar la buena marcha de la Compañía y el cumplimiento de la Ley y el estatuto: j.- Nombrar y remover al personal técnico y administrativo

Art. 15. EJERCICIO ECONÓMICO: El ejercicio económico de la compañía correrá desde el primero de enero hasta el treinta y uno de diciembre de cada año.

Art. 16. DISOLUCIÓN ANTICIPADA: En los siguientes casos a.- Por acuerdo de los accionistas tomando en cuenta las disposiciones legales: b.- por Auto de de Quiebra de la compañía legalmente ejecutoriado: c.- Por pérdida total de las reservas, de la mitad o más del capital: d.- Por fusión que origine una nueva compañía y por fusión que signifique absorción de otra compañía.

Art. 17. DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN: La compañía se disolverá por cualquiera de las causas establecidas en la ley de compañías. En caso de liquidación actuará como liquidador el Presidente de la compañía, salvo que la Junta General de accionistas actué otra persona.

La Constitución Legal de la Compañía, es prioritaria y necesaria, ya que representa su Personería Legal y Jurídica.

4.6.2 Marketing del Servicio

Sin duda el marketing a través de la orientación al cliente tiene gran importancia dentro del círculo organizacional, ya que permite cumplir con los objetivos de incrementar las ventas y por ende las utilidades de los accionistas.

El mundo de los servicios es evidentemente muy diferente al de los bienes o productos, ya que un servicio es intangible, y por ende su dificultad en la percepción directa del consumidor.

Por lo expuesto anteriormente es importante la calidad en el servicio que se pretende ofrecer al cliente y existen cuatro características de los servicios, las mismas que son:

- Intangibilidad
- Inseparabilidad
- Heterogeneidad
- Carácter Perecedero

Intangibilidad: Se destaca en el momento mismo que se consume, es decir, ya que un servicio es intangible no se lo puede degustar o probar antes de su compra, sin embargo existen estrategias para reducir el efecto de intangibilidad.

La compañía de alquiler y venta de disfraces pondrá en marcha dichas estrategias, las mismas que son:

Visualización: Se debe tener mayor cuidado en cuidar y mantener los detalles de orden y limpieza dentro del establecimiento, ya que éstos son los que ocasionarán directamente una imagen positiva o negativa del servicio a ofrecer.

Adicionalmente sería de gran utilidad exhibir fotos o afiches de los grupos de danzas que han adquirido el servicio y se encuentran participando en grandes desfiles.

EL colorido la nitidez y el buen estado del traje hará que el consumidor se encuentre seguro y confiado de que su necesidad será plenamente atendida.

Asociación: el servicio de alquiler de disfraces deberemos relacionarlo con la diversidad y autenticidad de la cultura ecuatoriana, ya que forma parte de nuestras costumbres y tradiciones en los desfiles, comparsas y grandes bailes en celebración de algún acto que destaque importancia.

Representación Física: La compañía debe decidir colores y figuras que representes alegría y diversión que lleven impresos en toda su publicidad y propaganda. Dentro del mundo del color podemos destacar el naranja, y fucsia que demuestran alegría y diversión, el blanco que representa limpieza, transparencia, y el azul como un color que representará la seriedad de la Institución.

Documentación: Dentro de éste ámbito es merecedor exponer a exhibición detalles que documenten la aceptación que tiene el servicio frente a los contratos realizados con grandes y prestigiosas Instituciones como es el Ilustre Municipio de Quito.

4.6.3 Plan De Marketing

4.6.3.1 Objetivo General

Incrementar las ventas en un 30% hasta finalizar el periodo contable, que permitirá maximizar las utilidades de los accionistas de la compañía.

4.6.3.2 Objetivos Específicos

Determinar periodos de temporada alta considerando datos históricos de ventas para establecer planes promocionales.

Establecer contacto con posibles y nuevos clientes a fin de desarrollar un plan de acción que permita expandir el mercado.

4.6.3.3 Estrategia a Utilizar

La estrategia a utilizar será la de posicionamiento y segmentación de mercado ya que lo que se persigue es la percepción de mi producto como un servicio económico pero de buena calidad.

La imagen proyectada del servicio de alquiler y venta de disfraces de la compañía será una serie de atributos que el cliente reconozca y de preferencia por ser estos una diferenciación entre los demás competidores.

Las cualidades que deben estar presentes serán: limpieza y aseo, originalidad, y buen estado en los trajes de alquiler, puesto que dada la naturaleza del servicio se considera de alta importancia el mantener vigentes estos principios y valores ya establecidos en la organización. También se debe mencionar que ésta si será una gran diferencia frente al competidor ya que esta respaldada de un precio fácilmente accesible y económico para el consumidor frente al de los competidores.

4.6.3.4 Definición Del Plan De Acción

4.6.3.4.1 Política De Precios

Determinar el precio por venta unitario y el precio por contrato, es decir un contrato obtenido con una persona natural o jurídica deberá incluir automáticamente un descuento del 15 y hasta el 20 por ciento sobre el precio total del contrato.

Comparar y estimar un precio más bajo frente al competidor.

4.6.3.4.2 Política De Comunicación

Es indispensable crear una página web con todas las características e información del servicio que ofrece la empresa, a fin de llegar a todos los usuarios y en especial aprovechar la tecnología que es una herramienta muy eficaz en la actualidad.

Realizar una campaña publicitaria para la temporada alta que se ejecutará con un mes de anticipación a la misma, es decir se debe llevar a cabo el plan de acción para el mes de noviembre.

La publicidad y propaganda se realizará a través de radio difusión ya que este medio de comunicación representa un presupuesto económico y accesible para la compañía.

La propaganda a realizar será también a través de material como hojas volantes, trípticos, afiches publicitarios entre otros.

Realizar entrevistas con las autoridades de los diferentes planteles educativos del sector sur de Quito a fin de dar a conocer nuestro servicio y las ventajas que éste representa.

Consolidar una base de datos con nuestros clientes para determinar el establecimiento educativo particular o fiscal, condición económica y social, número de alumnos del plantel, grados de nivel de educación, religión y edad de los alumnos, factores que permitan segmentar nuestro mercado.

Política De Fuerza de Ventas

Es necesario, determinar la fuerza de ventas, que consiga alcanzar las metas establecidas para lograr con los objetivos organizacionales.

Las comisiones serán de un 10 por ciento del valor facturado por contrato adquirido. Para alcanzar las metas establecidas es necesario organizar un cronograma de visitas a las instituciones aledañas al sector y que se enunciaron anteriormente en el Capítulo III a fin de captar dicho mercado.

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

Se realizará un estudio financiero, a través del presupuesto compuesto por: Balances Generales, Estados de Pérdidas y Ganancias, y el Flujo de Caja mensual, presupuestado y proyectado para 5 años, con el fin de determinar la situación económica financiera de la Empresa.

A través de los Balances Generales, conoceremos las cuentas de Activos, Pasivos y Patrimonio; en el Estado de Pérdidas y Ganancias, se determinará las utilidades o pérdidas del ejercicio contable, como resultado de las cuentas de ingresos y gastos, así como también, permitirá conocer los valores de los impuestos a tributar; Los Flujos de Caja nos detallarán, de manera real y en un periodo mensual, todos los ingresos y egresos del Efectivo Caja que realice la Empresa

4.7.1 DETERMINACIÓN DE ACTIVOS

EMPRESA DE DISFRACES S.A.

Para finales del año 2006, la Empresa cuenta con los siguientes Activos:

ACTIVOS FIJOS	1.880
MUEBLES Y ENSERES	830
1 Escritorios	85
5 Estanterías	150
4 sillas	40
5 Vitrinas y exhibidores	500
Teléfono	20
Escalera metálica	35
COMPUTADORES	450
1 computador	450
MAQUINARIAS	600
1 Maquina de coser	600
OTROS ACTIVOS	56.950
Trajes alquiler	55.450
Gastos de Constitución	1.500

4.7.2 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS EMPRESA DE DISFRACES S.A.

Depreciación en Línea Recta

	Activo	costo	porcentaje	porcentaje
	Muebles y Enseres	830,00	10%	83,00
	Equipo de Computación	450,00	20%	90,00
	Maquinaria	600,00	10%	60,00
Amortización	Trajes de alquiler	55450,00	20%	11090,00
Amortización	Gastos de constitución	1500,00	20%	300,00

Depreciación = costo * porcentaje de depreciación

Amortización 20% porcentaje legal

Los Activos fijos de la empresa se deprecian y amortizan según las leyes y porcentajes vigentes en nuestro país.

4.7.3 DETERMINACIÓN DE COSTOS

EMPRESAS DE DISFRACES S.A.			
DETERMINACIÓN DE COSTOS	Mensual	Anual	Total
COSTOS FINANCIEROS		0	0
OPERACIÓN			2880
MANO DE OBRA		2880	
Personal lavado planchado	240	2880	
Beneficios sociales	65	779	
COSTOS INDIRECTOS			20814
Suministros de Limpieza	75	900	
Agua, Luz, Teléfono	100	1200	
Depreciación Muebles y Enseres	7	83	
Depreciación Equipos computación	8	90	
Depreciación Maquinaria	5	60	
Amortización Trajes de alquiler	1540	18481	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			7499
Pago sueldo administrador	400	4800	
Beneficios sociales	100	1199	
Arriendo local comercial	100	1200	
Amortización Gastos de constitución	25	300	
GASTOS DE VENTAS			720
Publicidad y propaganda	45	540	
Telefonía celular	15	180	
COSTO TOTAL			31913

4.7.4 DETERMINACIÓN DE COSTOS

COSTO VARIABLE		
Detalle	Mensual	Anual
MANO DE OBRA		
Personal de lavado y planchado	144,00	1728
COSTO INDIRECTO DE SERVICIOS		1260
Suministros de Limpieza	45,00	540
Agua, Luz, Teléfono	60,00	720
TOTAL	249,00	2988

COSTO FIJO		
Detalle	Mensual	Anual
Personal de lavado y planchado	96	1152
Suministros de Limpieza	30	360
Agua, Luz, Teléfono	40	480
Depreciación de Muebles y Enseres	7	83
Depreciación Equipos de computación	8	90
Depreciación Maquinaria	5	60
Amortización Trajes de alquiler	924	11090
Total	1014	11803

4.7.5 ANÁLISIS DE PRECIOS

Cu = _____

CV+CF

Q

**(Q = VENTAS /
PRECIO)**

$$\text{Cu} = \frac{14791}{\quad\quad\quad}$$

4655,02

$$\text{Cu} = 3,18$$

PRECIO DE VENTA

$$\text{Pvta} = \text{Cu} + \text{Cu}(H)$$

donde:

Cu = Costo unitario

H = Margen de utilidad del servicio

$$\text{Pvta} = 6,04$$

Con la determinación del precio de venta en 6,00 USD por unidad de servicio se establece una utilidad del 90% del costo unitario

EMPRESA DE DISFRACES S.A.

4.7.6 VENTAS REALES DESDE EL AÑO 2002-2006

AÑO	MES				
	ENE	FEB	MAR	ENE-MAR I TRIMESTRE	
2002	187	374	281	842	
2003	198	396	297	892	
2004	264	529	396	1189	
2005	385	771	578	1734	
2006	440	881	661	1982	
TOTAL TRIMESTRE	1476	2951	2213	6640	

VTAS PORCENTAJE 2,00% 4,00% 3,00% 9,00%

AÑO	MES				
	ABR	MAY	JUN	ABR-JUN II TRIMESTRE	
2002	693	1156	693	2542	
2003	720	1200	720	2640	
2004	667	1111	667	2445	
2005	1013	1689	1013	3716	
2006	1333	2222	1333	4889	
TOTAL TRIMESTRE	4427	7378	4427	16232	

VTAS PORCENTAJE 6,00% 10,00% 6,00% 22,00%

VENTAS REALES DESDE EL AÑO 2002-2006

AÑO \ MES	JUL	AGO	SEP	JUL-SEP III TRIMESTRE
2002	202	81	121	405
2003	225	90	135	450
2004	298	119	179	595
2005	373	149	224	747
2006	450	180	270	900
TOTAL TRIMESTRE	1548	619	929	3097

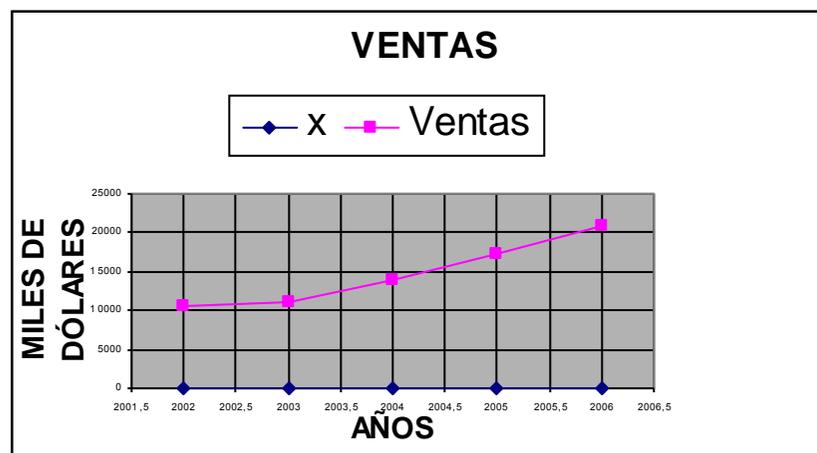
VTAS
PORCENTAJE 2,00% 0,80% 1,20% 4,00%

AÑO \ MES	OCT	NOV	DIC	OCT-DIC IV TRIMESTRE
2002	1047	419	5341	6807
2003	1094	438	5580	7112
2004	1485	594	7573	9652
2005	1719	688	8769	11176
2006	2032	813	10364	13208
TOTAL TRIMESTRE	7378	2951	37628	47957

VTAS
PORCENTAJE 10,00% 4,00% 51,00% 65,00%

4.7.7 VENTAS REALES ANUALES EMPRESA DE DISFRACES S.A. EN DÓLARES

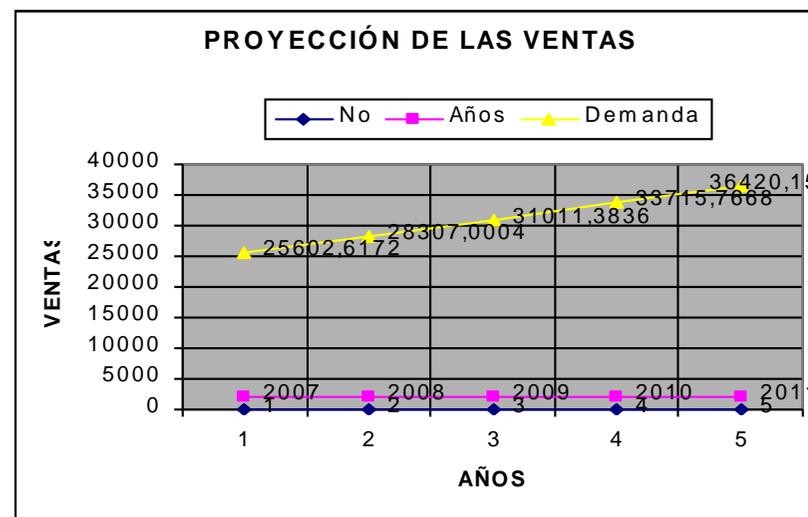
VENTAS REALES EN EL PERÍODO 2002-2006		
Años	x	Ventas
2002	0	10597,06
2003	1	11094,19
2004	2	13881,47
2005	3	17373,27
2006	4	20979,44
n	10	



4.7.8 PROYECCIÓN DE LAS VENTAS EMPRESA DE DISFRACES S.A. EN DÓLARES

PROYECCIÓN DE LAS VENTAS HASTA EL AÑO 2011

No	Años	Demanda
1	2007	25603
2	2008	28307
3	2009	31011
4	2010	33716
5	2011	36420



Los proyecciones aquí realizadas, se basaron en los datos históricos de las ventas de la empresa .

4.7.9 EMPRESA DE DISFRACES S.A.
RESUMEN BALANCE GENERAL
2007-2011
EN DÓLARES

CUENTAS	DIC	DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ACTIVOS	63630	63427	67343	73851	82821	94362
ACTIVO CIRCULANTE	4800	16.220	31.759	49.890	70.483	93.647
Bancos	4800	16.220	31.759	49.890	70.483	93.647
Cuentas por cobrar						
ACTIVO FIJO	1880	1.647	1.414	1.181	948	715
Activos Fijos	1880	1.880	1.647	1.414	1.181	948
(-) Dep. Acum. Activos Fijos		-233	-233	-233	-233	-233
OTROS ACTIVOS	56950	45.560	34.170	22.780	11.390	0
Otros Activos	56950	56.950	45.560	34.170	22.780	11.390
(-) Amortización acum. O. Act.		-11.390	-11.390	-11.390	-11.390	-11.390
PASIVO Y PATRIMONIO	63630	63.427	67.343	73.851	82.821	94.362
PASIVO	3000	1.676	2.713	3.785	4.781	5.811
PASIVO CORRIENTE	3000	1.676	2.713	3.785	4.781	5.811
Participaciones por pagar		45	406	781	1.124	1.482
Beneficios Sociales por pagar		0	0	0	0	0
Impuestos retenidos		0	0	0	0	0
Impuestos por pagar		64	575	1.106	1.593	2.100
IVA por pagar		1.567	1.732	1.898	2.063	2.229
Proveedores por pagar	3000					
PATRIMONIO	60630	61.751	64.630	70.066	78.041	88.551
Capital suscrito		800	800	800	800	800
Capital Pagado	60630	60630	60630	60630	60630	60630
Reservas especiales		-	-	-	-	-
Reserva Legal		19	192	524	1.002	1.632
Resultado Acumulado		129	1.455	5.126	11.308	19.821
Utilidad o del ejercicio		173	1.553	2.987	4.301	5.669
Reserva por Revalorización del Patrimonio		-	-	-	-	-

Diferencia entre Activo y pasivo patrimonio 0 0 0 0 0 0

4.7.10 EMPRESA DE DISFRACES S.A.
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
2007-2011
EN DÓLARES

CUENTAS	Dic-07	Dic-08	Dic-09	Dic-10	Dic-11
INGRESOS					
Ventas	25.603	28.307	31.011	33.716	36.420
TOTAL INGRESOS	25.603	28.307	31.011	33.716	36.420
EGRESOS					
OPERACIÓN					
MANO DE OBRA	3.659	3.739	3.821	3.905	3.991
Sueldos	2.880	2.943	3008	3.073	3.141
Beneficios sociales	779	796	814	832	850
		0			
COSTOS INDIRECTOS	13.423	13.469	13516	13.564	13.613
Suministros de Limpieza	900	920	940	960	981
Agua, Luz, Teléfono	1.200	1.226	1253	1.281	1.309
Depreciación Muebles y Enseres	83	83	83	83	83
Depreciación Equipos computación	90	90	90	90	90
Depreciación Maquinaria	60	60	60	60	60
Amortización Trajes de alquiler	11.090	11.090	11090	11.090	11.090
		0			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	7.499	7.656	7.716	7.982	8.150
Sueldos	4.800	4.905	3.858	5.122	5.234
Beneficios sociales	1.199	1.225	2.305	1.279	1.307
Arriendo local comercial	1.200	1.226	1.253	1.281	1.309
Amortización Gastos de constitución	300	300	300	300	300
		0			
GASTOS DE VENTAS	720	736	752	768	785
Publicidad y propaganda	540	552	564	576	589
Telefonía celular	180	184	188	192	196
	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS	25.301	25.601	25.805	26.220	26.539
		0	0	0	0
UTILIDAD	302	2.706	5.206	7.496	9.881

**4.7.11 EMPRESA DE DISFRACES S.A.
LIQUIDACIÓN DE UTILIDADES
EN DÓLARES**

**LIQUIDACIÓN DE UTILIDADES
(EN DÓLARES)**

	DIC 2007	DIC 2008	DIC 2009	DIC 2010	DIC 2011
RESULTADO DEL EJERCICIO	302	2.706	5.206	7.496	9.881
(-) 15% Participación empleados	45	406	781	1.124	1.482
UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA	256	2.300	4.425	6.372	8.399
(-) 25% Impuesto a la Renta	64	575	1.106	1.593	2.100
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	192	1.725	3.319	4.779	6.299
(-) 10% Reserva Legal	19	173	332	478	630
UTILIDAD LÍQUIDA	173	1.553	2.987	4.301	5.669

**4.7.12 EMPRESA DE DISFRACES S.A.
FLUJO DE CAJA
PERIODO MENSUAL 2007**

FLUJO DE CAJA	2006	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	DIC 2007
SALDO INICIAL	4800	2.600	2.034	1.979	1.577	2.065	3.609	3.882	3.131	2.160	1.339	3.030	2.730	
Ingresos por ventas		512	1.024	768	1.536	2.560	1.536	512	205	307	2.560	1.024	13.057	
Beneficios por pagar				0	0	0	0	0	0		0	0		
Impuestos por pagar		0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	64	
IVA por pagar		61	123	92	184	307	184	61	25	37	307	123	1.567	
Participaciones por pagar													45	
Reserva Legal													19	
TOTAL		3.173	3.181	2.840	3.297	4.933	5.329	4.456	3.361	2.504	4.207	4.177	17.483	
GASTO TOTAL		1.140												
Aportes IESS		0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA en ventas			61	123	92	184	307	184	61	25	37	307	123	
Participaciones empleados														
TOTAL		1.140	1.201	1.263	1.232	1.324	1.447	1.324	1.201	1.164	1.177	1.447	1.263	
SALDO DE CAJA		2.034	1.979	1.577	2.065	3.609	3.882	3.131	2.160	1.339	3.030	2.730	16.220	

4.7.13 EMPRESA DE DISFRACES S.A.
FLUJO DE CAJA
PERIODO MENSUAL 2008

FLUJO DE CAJA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	DIC 2008
SALDO INICIAL	16.220	14.013	14.048	13.699	14.334	16.136	16.534	15.799	14.820	14.009	15.974	15.737	
Ingresos por ventas	566	1.132	849	1.698	2.831	1.698	566	226	340	2.831	1.132	14.437	
Beneficios por pagar		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	575	
IVA por pagar	68	136	102	204	340	204	68	27	41	340	136	1.732	
Participaciones por pagar												406	
Reserva Legal												173	
TOTAL	16.854	15.281	15.000	15.601	17.505	18.038	17.168	16.053	15.201	17.179	17.242	33.060	
GASTO TOTAL	1.165												
Aportes IESS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos	64		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA en ventas	1.567	68	136	102	204	340	204	68	27	41	340	136	
Participaciones empleados	45												
TOTAL	2.841	1.233	1.301	1.267	1.369	1.504	1.369	1.233	1.192	1.206	1.504	1.301	
SALDO DE CAJA	14.013	14.048	13.699	14.334	16.136	16.534	15.799	14.820	14.009	15.974	15.737	31.759	

**4.7.14 EMPRESA DE DISFRACES S.A.
FLUJO DE CAJA
PERIODO MENSUAL 2009**

FLUJO DE CAJA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	DIC 2008
SALDO INICIAL	31.759	28.550	28.675	28.377	29.159	31.219	31.741	31.022	30.035	29.231	31.470	31.297	
Ingresos por ventas	620	1.240	930	1.861	3.101	1.861	620	248	372	3.101	1.240	15.816	
Beneficios por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.106	
IVA por pagar	74	149	112	223	372	223	74	30	45	372	149	1.898	
Participaciones por pagar												781	
Reserva Legal												332	
TOTAL	32.454	29.939	29.717	30.461	32.633	33.303	32.435	31.300	30.452	32.705	32.859	51.229	
GASTO TOTAL	1.190												
Aportes IESS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos	575	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA en ventas	1.732	74	149	112	223	372	223	74	30	45	372	149	
Participaciones empleados	406												
TOTAL	3.904	1.265	1.339	1.302	1.414	1.562	1.414	1.265	1.220	1.235	1.562	1.339	
SALDO DE CAJA	28.550	28.675	28.377	29.159	31.219	31.741	31.022	30.035	29.231	31.470	31.297	49.890	

**4.7.15 EMPRESA DE DISFRACES S.A.
FLUJO DE CAJA
PERIODO MENSUAL 2010**

FLUJO DE CAJA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	DIC 2008
SALDO INICIAL	49.890	45.644	45.857	45.612	46.540	48.857	49.502	48.798	47.802	47.007	49.518	49.408	
Ingresos por ventas	674	1.349	1.011	2.023	3.372	2.023	674	270	405	3.372	1.349	17.195	
Beneficios por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.593	
IVA por pagar	81	162	121	243	405	243	81	32	49	405	162	2.063	
Participaciones por pagar												1.124	
Reserva Legal												478	
TOTAL	50.645	47.155	46.990	47.878	50.316	51.123	50.257	49.100	48.256	50.783	51.029	71.861	
GASTO TOTAL	1.216												
Aportes IESS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos	1.106	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA en ventas	1.898	81	162	121	243	405	243	81	32	49	405	162	
Participaciones empleados	781												
TOTAL	5.001	1.297	1.378	1.338	1.459	1.621	1.459	1.297	1.249	1.265	1.621	1.378	
SALDO DE CAJA	45.644	45.857	45.612	46.540	48.857	49.502	48.798	47.802	47.007	49.518	49.408	70.483	

**4.7.16 EMPRESA DE DISFRACES S.A.
FLUJO DE CAJA
PERIODO MENSUAL 2011**

FLUJO DE CAJA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	DIC 2008
SALDO INICIAL	70.483	65.275	65.576	65.382	66.455	69.029	69.797	69.107	68.103	67.315	70.098	70.050	
Ingresos por ventas	728	1.457	1.093	2.185	3.642	2.185	728	291	437	3.642	1.457	18.574	
Beneficios por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.100	
IVA por pagar	87	175	131	262	437	262	87	35	52	437	175	2.229	
Participaciones por pagar												1.482	
Reserva Legal												630	
TOTAL	71.299	66.907	66.800	67.830	70.535	71.477	70.612	69.434	68.593	71.394	71.730	95.065	
GASTO TOTAL	1.243												
Aportes IESS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos	1.593	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA en ventas	2.063	87	175	131	262	437	262	87	35	52	437	175	
Participaciones empleados	1.124												
TOTAL	6.024	1.330	1.418	1.374	1.505	1.680	1.505	1.330	1.278	1.295	1.680	1.418	
SALDO DE CAJA	65.275	65.576	65.382	66.455	69.029	69.797	69.107	68.103	67.315	70.098	70.050	93.647	

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

La microempresa “Disfraces Tradición” dedicada al servicio de alquiler y venta de disfraces, ubicada en el Sector Sur de la Ciudad de Quito, en la parroquia de Chillogallo, presenta: subutilización de la capacidad instalada, que le impide atender parte de la demanda existente en el mercado, debido a un débil proceso administrativo, hecho que obstaculiza el crecimiento de la misma.

El proceso contable que maneja la empresa detalla rápidamente sus ingresos y egresos, pero carece de un control periódico, a través de Estados Financieros, que le permitan determinar sus cuentas de: Activos, Pasivos, Patrimonio, Gastos e Ingresos, así como también las cuentas tributarias y presupuestarias. La ausencia de Políticas administrativas y financieras, bien establecidas, obstaculiza el buen desarrollo de la empresa, las funciones, actividades y responsabilidades que deben tener cada uno de los funcionarios, se presentan en ocasiones por dualidad en los mismos. Carece de una estructura orgánica funcional, que lleve el control de las actividades y funciones, tanto en los recursos: materiales, humanos, económicos y de tiempo.

Los administradores no han realizado un estudio de mercado que le permita conocer claramente su competencia, la demanda existente en el Sector y el segmento insatisfecho del mercado.

La empresa posee una capacidad instalada que se encuentra en óptimas condiciones, sin embargo la falta de fuerza de ventas o expansión de mercado impiden la máxima utilización de la misma. De igual manera los activos de la empresa se encuentran prácticamente nuevos lo que permite un buen funcionamiento en el proceso.

La capacidad crediticia es alta ya que cuenta con un gran patrimonio de respaldo, sus cuentas de pasivo son bajas y no presentan ningún peligro o riesgo de

quiebra de la empresa, por lo contrario se debe fomentar el crecimiento de la misma.

La constitución legal de la empresa es indispensable para consolidar su existencia en el mercado y su potencial en el mismo, en la actualidad no se encuentra constituida legalmente, lo que obstaculiza un crédito financiero.

En el estudio financiero realizado se determina que los ingresos varían según la temporada en la que se encuentran, pues dado la actividad de la empresa, la demanda no es igual en el transcurso del año, pues existen meses de mayor festividad y celebración dentro de las Instituciones Educativas del Sur de Quito.

El flujo de caja no se ve en ningún mes afectado, dado que existen gastos representados en el Estado de Pérdidas y Ganancias, que no son desembolsados por parte de la empresa como son las depreciaciones y amortizaciones.

5.2 RECOMENDACIONES

En primera instancia, se aconseja: la implantación en la Microempresa, del rediseño del Orgánico Funcional, realizado en el Capítulo IV, con el fin de contribuir al buen desempeño de la dirección administrativa.

La Constitución Legal de la Empresa es indispensable y se lo debe realizar en la brevedad posible.

El llevar un control contable permitirá: un buen manejo de las cuentas de activo y pasivo de la empresa, a través de los Estados Financieros se determinará exactamente: sus utilidades y obligaciones, ingresos y egresos, ventas y gastos en un periodo dado.

La capacitación al personal de la empresa es importante, contribuirá: al mejoramiento de la Dirección en el proceso administrativo, un servicio al cliente

adecuado, así como también, un mejor desenvolvimiento en las actividades a cada uno asignadas, la educación y capacitación apoya al crecimiento de la empresa y en general de todo el país.

Se debe mantener una clara y amplia visión, de la estructura organizacional y funcional de la empresa, que permita: conocer funciones, actividades y responsabilidades de cada una de las personas que labore en la misma.

Un estudio de mercado, o expansión en el mismo, es vital para el crecimiento de la empresa, ya que ésta cuenta con una capacidad instalada que se encuentra subutilizada, y se debe buscar alternativas para su optimización, que permita una modificación en su crecimiento y maximización en sus utilidades.

Desde otra perspectiva, el Estado debe fomentar la capacitación al microempresario, proveer de educación a la población ecuatoriana, para contribuir al desarrollo de nuestra sociedad, una persona capacitada tendrá mejores alternativas de crear e innovar, para ser competitivo en la globalización, que hoy se encuentra inmerso el mundo.

Las Universidades, el Sector Público y Privado, deberían asistir al desarrollo y capacitación de la microempresa, a través de programas, o talleres que faciliten el proceso de capacitación para éste Segmento.

Un cambio de actitud en los ecuatorianos, una predisposición al trabajo será una alternativa para que el país pueda salir adelante.

5.3 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

En ésta Investigación se ha realizado el proceso de contrastación de las Hipótesis a través del uso de la técnica conocida como Inferencia Lógica, la cual permite demostrar de forma cualitativa los supuestos, una vez identificadas las variables y sus respectivos indicadores.

Hipótesis General

La microempresa “Disfraces Tradición”, presenta subutilización de su capacidad instalada que le impide atender parte de la demanda existente en el mercado, hecho que se debe al débil desempeño administrativo, el cual, a la vez, obstaculiza su crecimiento.

Esta hipótesis, con motivo de operativización, se desglosa en 3 de manera particular.

HIPÓTESIS No 1

El débil desempeño administrativo del Gerente de la Microempresa “Disfraces Tradición” provoca subutilización en su capacidad instalada, lo que ocasiona que un segmento del mercado no sea atendido.

Para la prueba de ésta hipótesis, se analizará el desempeño administrativo de la gerencia, particularmente la ausencia de decisiones que llevan a la utilización de la capacidad instalada de la Microempresa, así como también la demanda del servicio existente en el mercado, según sus variables e indicadores correspondientes,

Un análisis de la demanda insatisfecha considera el Nivel Medio del Sistema Educativo del sur de Quito, como mercado objetivo, se puede decir que la población de este sector es de 7264 alumnos, en las cuatro parroquias más importantes y aledañas del sector, como son: las Cuadras, el Beaterio, Guamaní y

Chillogallo. Según datos publicados por el Ministerio de Educación y Cultura a través de la Dirección Nacional de Planeamiento de la Educación,

Datos estadísticos: revelan que del 100% de alumnos, es decir 7264, el 30% correspondiente a 2179 alumnos, no participa en las actividades de los programas festivos, de las Entidades Educativas, materia de interés, por diversas razones; un 20% equivalente a 1452 alumnos, desiste al momento de disfrazarse por cuestión de gustos; y un 10% (726) alumnos no cuenta con el recurso económico para satisfacer ésta necesidad; la diferencia, es decir el 40% (2905) alumnos, constituye la cantidad esperada de demanda para éste servicio

La demanda del servicio para la Microempresa, según datos históricos, se encuentra aproximadamente en 3500 cantidades requeridas en el año 2006, de las cuales solamente un 50% pertenecen a la muestra aquí detallada, equivalente a 1750 cantidades para el servicio de alquiler en el Nivel Medio Educativo del Sector Sur, correspondiente al 60% de 2905 alumnos que requieren el servicio, quedando por lo tanto la diferencia del 40% del mercado sin atender.

Se demuestra, en consecuencia, que la brecha existente se debe a la subutilización de la capacidad instalada, dado que siendo posible maximizar el uso de los trajes existentes en stock, no se hace debido a que la dirección administrativa (Gerente) no ha realizado ninguna investigación, que le permita expandir su mercado, o captar nuevos nichos de mercado; así como tampoco se ha preocupado en conocer la demanda total que requiere éste servicio.

Los recursos financieros destinados para investigaciones de mercado, ascienden aproximadamente al 0.02%, del total de los ingresos anuales de la Microempresa; es decir de 40,00 USD anuales, Además dichos estudios se realizan de manera superficial, dado que solamente se ha conseguido poca información, acerca competencia, como es el precio, su ubicación, y la capacidad instalada del competidor más cercano.

La capacidad instalada de la empresa es aproximadamente de 1000 trajes, los

cuales se hallan en disposición para el servicio de alquiler. Si se buscara nuevos mercados la tasa de rotación del uso de éstos mil trajes podría elevarse a 3 o 4 veces al mes, ya que el tiempo de entrega, recepción y limpieza de los trajes tarda alrededor de una semana (7 días). Por ende si se busca maximizar utilidades, se deberá incrementar sus ventas.

De lo cual, se concluye que la dirección administrativa, deberá elaborar planes estratégicos que permita al negocio incrementar sus ventas, así como también dar a conocer la marca a través de propaganda y publicidad, con lo cual se conseguirá un posicionamiento en el mercado.

HIPÓTESIS No 2

El lento crecimiento de la Microempresa “Disfraces Tradición” se debe al débil proceso administrativo.

La segunda hipótesis afirma, que el débil desempeño administrativo de la empresa, provoca su lento crecimiento. En relación a la verificación del supuesto, una de las variables: el número de ventas anuales, presenta un lento crecimiento dado que en los últimos cinco años la media de incremento en ventas, que presenta la empresa es de un 18% aproximadamente. Al respecto se demostró, que existe suficiente capacidad instalada para maximizar el servicio de alquiler de trajes, por ende, si las ventas crecieran en un 30% o más para el próximo año, la empresa estaría en capacidad de absorber tal incremento, puesto que en el año 2006 se atendió una cantidad demandada de 3500 trajes. Sin embargo, un incremento del 30% en la cantidad demandada, representa 1050 trajes más anualmente, y la empresa tiene la capacidad de atender ésta cantidad, hasta en un período mensual. En éste caso la gerencia deberá proponer un plan de negocios que le permita alcanzar los objetivos de incrementar las ventas.

En lo relativo a la variable: reinversión, en el rubro capacitación del personal, la empresa presenta un nivel bajo o nulo, esto debido sobre todo a que no ha existido la preocupación por parte de los miembros de la Dirección en asistir a

cursos o conferencias de capacitación administrativa.

La reinversión que se realizó en el último año fue para el incremento de activos pertenecientes a los trajes de alquiler, en un 10% aproximadamente, siendo ésta la única reinversión realizada.

Como resultado de la investigación realizada, se detectó la falta de capacitación a la dirección: en asesoría administrativa, plan de negocios en Ventas, Control financiero a través de Estados de Resultados, Balances Generales y Flujos de Caja; falencia que obstaculiza la correcta dirección de la Empresa, lo cual trae aparejado de ésta manera, que la empresa se encuentre en un estado estacionario o poco proactivo, ya que no existen estrategias para fomentar crecimiento que le permita aumentar sus utilidades. La dirección deberá tomar decisiones encaminadas hacia el beneficio de la organización. Por esta razón en ésta investigación se plantea una alternativa de solución (Capítulo IV), siendo urgente su aplicación por parte de los propietarios.

Hipótesis No 3

El diseño y aplicación de un plan estratégico de gestión para la microempresa “Disfraces Tradición” permitirá:

- *Su organización y funcionamiento eficiente*
- *Ampliar la cobertura de mercado.*

La hipótesis 3 de ésta investigación se la elabora como supuestos sustentantes de la formulación de la política de reversión de la tendencia negativa que experimenta la Microempresa, y de cuya aplicación dependerá su evolución futura.

ANEXO No 1

EMPRESA DE DISFRACES S.A.
ROL DE PAGOS

	Sueldo mes	meses	anual	Total
Gerente General	400	12	4.800	4.800
Empleado 1	240	12	2.880	2.880
			7.680	7.680
				7.680

fecha de cálculo 1/12-30/11 01/09-31/08

IESS patronal	13 sueldo	14 sueldo	vacaciones	Total mes	Total beneficios
449	400	150	200	849	1.199
269	240	150	120	509	779
718	640	300	320	1.358	1.978

Es política de la empresa pagar lo proporcional de todos los beneficios mensualmente.

ANEXO No 12

EMPRESA "DISFRACES TRADICIÓN"



ANEXO No 13

TRAJE TÍPICO DE LA CULTURA DE LOS SARAGUROS



LA TRADICIONAL MAMA NEGRA



ANEXO No 14

LAS DIABLADAS DE PÍLLARO



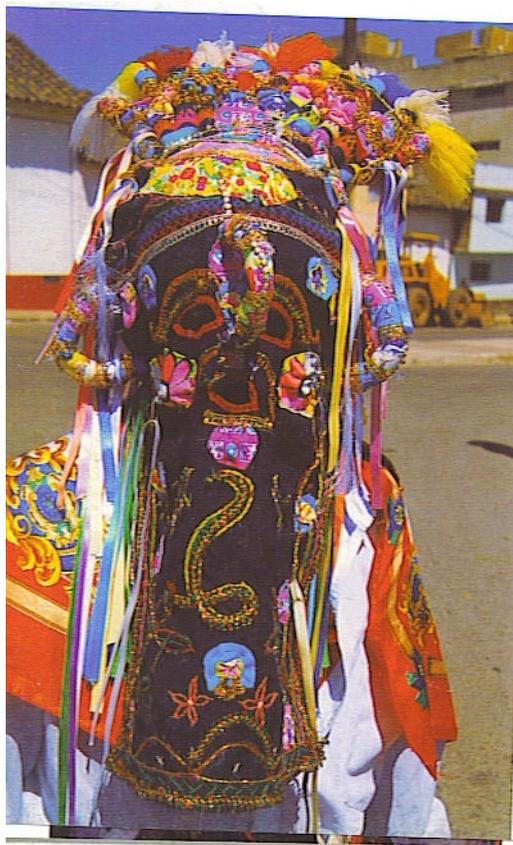
ANEXO No 15

LOS ARUCHICOS



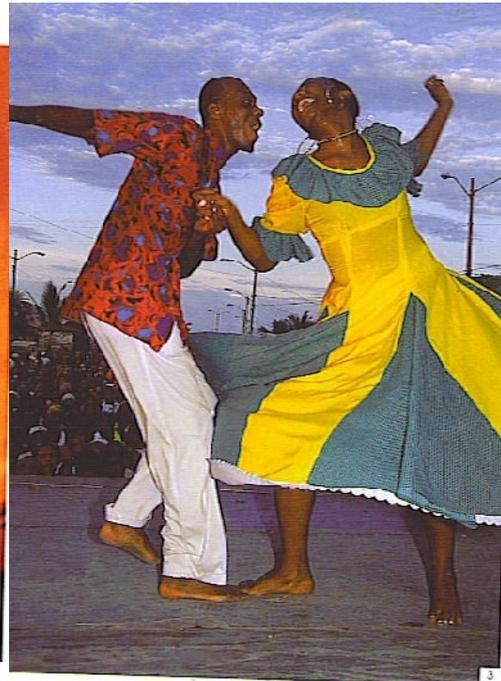
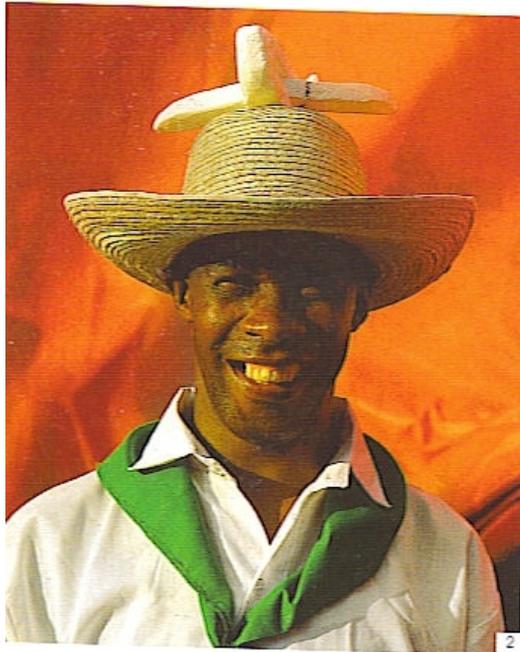
ANEXO No 16

DIABLOS HUMAS, MÁSCARAS Y ZAMARROS



ANEXO No 17

TRAJE REGION COSTA



ANEXO No 18

CAYAMBEÑA



SALASACAS



SAN JUAN DE CHIMBORAZO



ANEXO No 19

DANZAS Y BAILES EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS



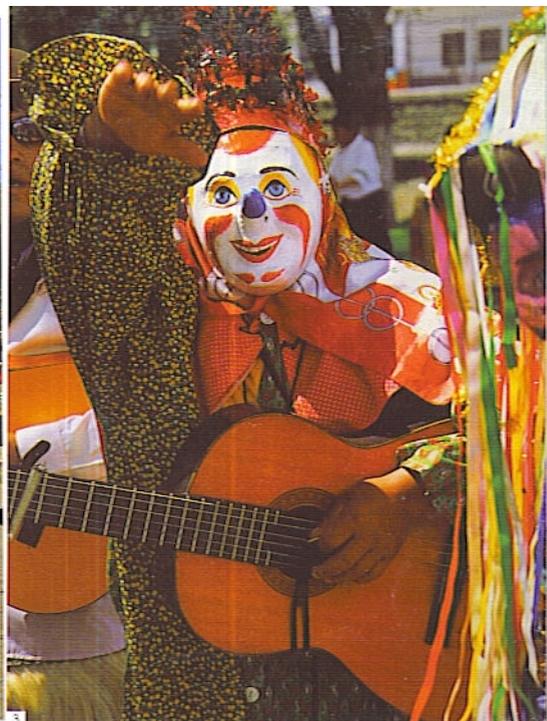
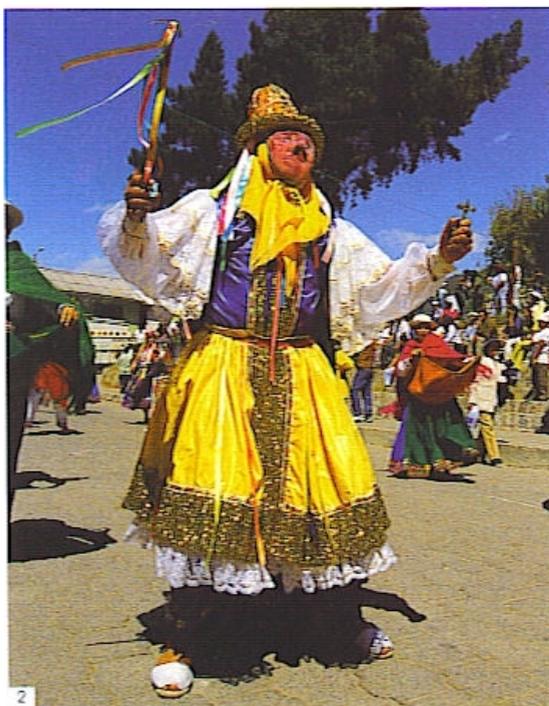
ANEXO No 20

LOS DANZANTES



ANEXO No 21

VIEJAS Y PAYASOS (PERSONAJES TRADICIONALES EN EL PASE NIÑO)



ANEXO No 22

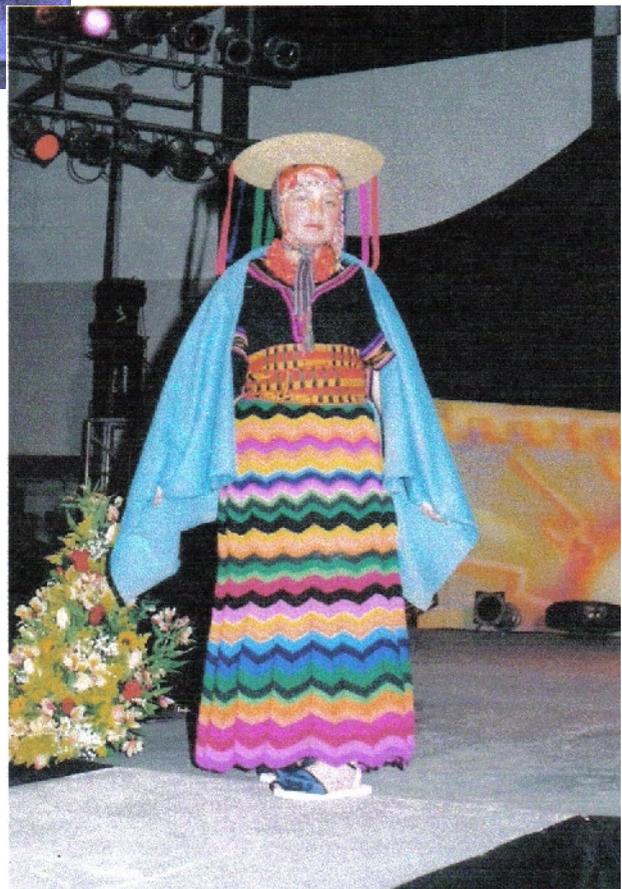
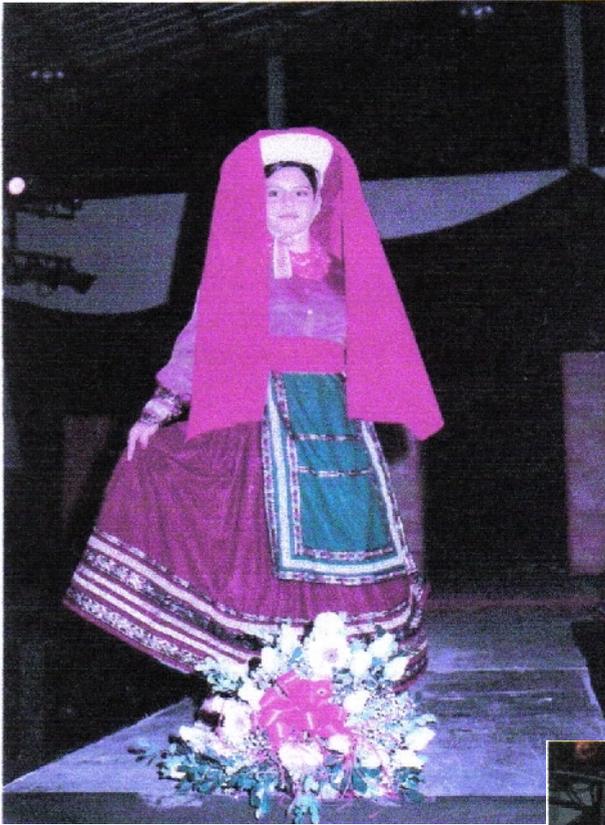
DESFILES Y PRESENTACIONES

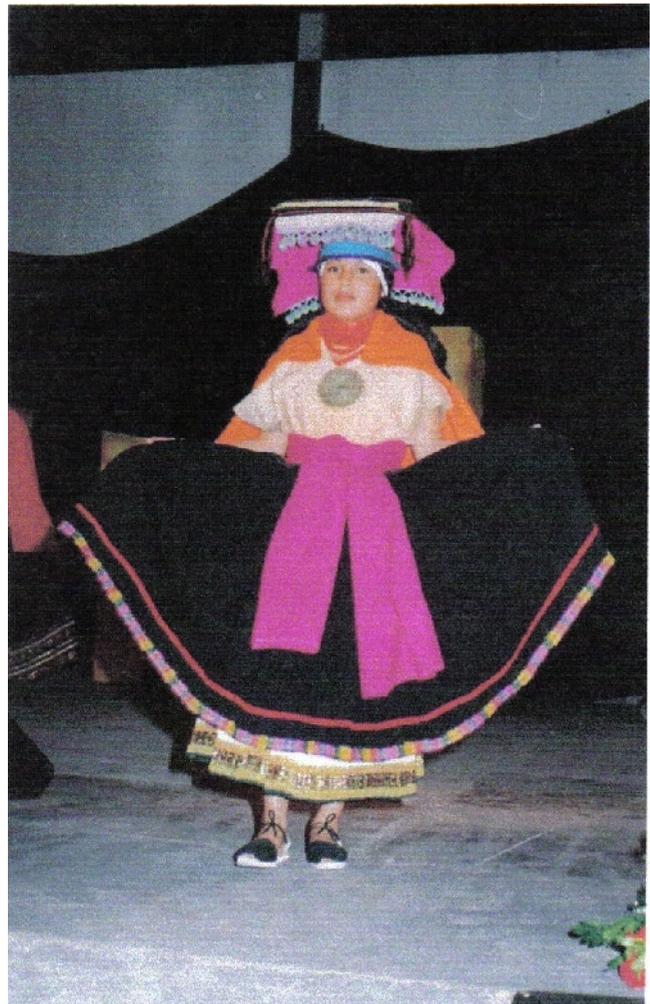
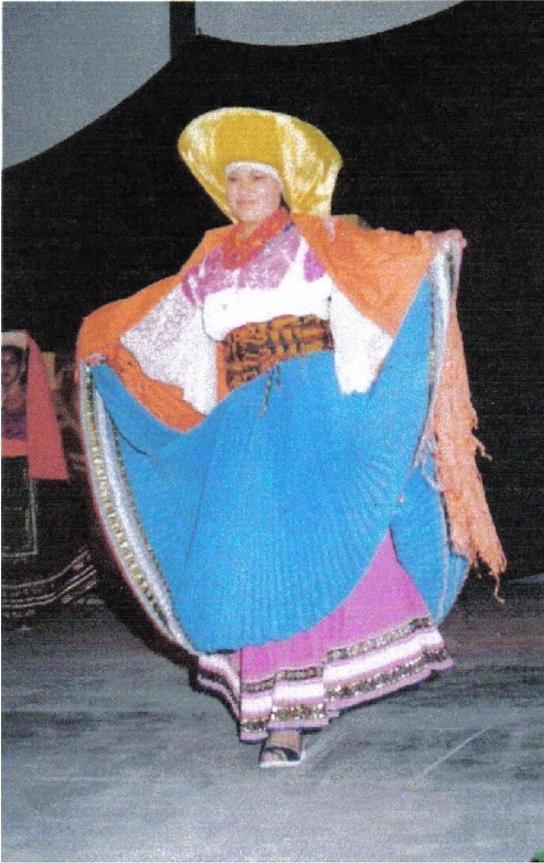






CONCURSO DE TRAJES TÍPICOS





BIBLIOGRAFÍA

SACHS-LARRAIN. Macroeconomía en la Economía Global-Traductor ROBERTO MUÑOZ GOMA. México.1994

RUBEN SARMINETO R. Contabilidad General Segunda Edición 1997. Quito-Ecuador

CULTURAL DE EDICIONES, S.A. Dirección de Marketing y Ventas II. España Edición 1999.

STANTON. ETZEL. WALKER. Fundamentos de Marketing. McGraw-Hill. Undécima Edición. México 1999.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR, Ecuador. Actualización 2002

CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES. Ley de Compañías Resoluciones y Reglamentos. Ecuador 1995

FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA. Ecuador: Su Realidad. Sexta Edición. Artes Gráficas Silva. Ecuador. Quito 1998

FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA. Ecuador: Su Realidad. Última Edición. Ecuador. Quito 2004

SAPAG CHAIN, Nassir - SAPAG CHAIN, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. McGraw-Hill. Chile. Santiago de Chile. 2000

BOTTASSO, Juan. La Pobreza no es Invencible. Pensamiento y praxis de Mamad Yunus. Ed. Abya Yala. Ecuador. Quito. 2004

MINISTERIO DE TURISMO. Fiestas Populares, Calendario Festivo. Ecuador 2005

GABRIEL VACA URBINA. Evaluación de Proyectos. 4ta. Edición McGraw-Hill. México 2000

CÉSAR AUGUSTO ALARCÓN COSTTA. Al Futuro con la Microempresa. Ecuador 2000

ENCICLOPEDIA DE ADMINISTRACIÓN DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, Tomo 1 Círculo de Lectores. Bogotá 2003

ROSERO MONCAYO JOSE. Teoría del Capital Humano. Sesión 10. Ecuador 2005

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA. Dirección Nacional de Planeamiento de la Educación, Estadística y CENSO SINEC. 2005

REPORTES DEL EMISOR. No 32. Bogotá DC. Enero 2002

DICCIONARIO DE COMPETENCIAS. Hay/Mc. Publicación Banco del Pichincha 2005

LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR. El desafío para el año 2000. Grupo de Trabajo 1996

INTERNET:

www.bce.fin.ec

www.inec.gov.ec

www.sri.gov.ec

www.monografias.com/trabajos



