



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**Tema de la Tesis**

**“SITUACIÓN ECONÓMICA Y SUS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO A CORTO PLAZO DE LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL Nº 3 DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2012”**

**Previo a la obtención del Título de:**  
**INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**Autora:**  
**JAZMIN DEL ROSARIO FLORES BARREZUETA**

**Director de Tesis:**  
**ING. DENNIS AGUIRRE M.Sc.**

**QUEVEDO - ECUADOR**

**2013**

## **DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **JAZMIN DEL ROSARIO FLORES BARREZUETA**, 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 Técnica Estatal de Quevedo, 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.

-----  
**JAZMIN DEL ROSARIO FLORES BARREZUETA**

## CERTIFICACIÓN

El suscrito, **ING. DENNIS AGUIRRE M.Sc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada **JAZMIN DEL ROSARIO FLORES BARREZUETA**, realizó la tesis de grado titulada “**SITUACIÓN ECONÒMICA Y SUS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO A CORTO PLAZO DE LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL N.- 3 DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2012**”, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

-----  
**ING. DENNIS AGUIRRE M.Sc.**

**DIRECTOR DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TEMA:**

**“SITUACIÓN ECONÓMICA Y SUS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO A CORTO PLAZO DE LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL N.- 3 DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2012”.**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de **INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.**

**Aprobado:**

-----  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

-----  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

-----  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS - ECUADOR

2013

## AGRADECIMIENTO

*“LLEVADERA ES LA LABOR CUANDO MUCHOS COMPARTEN LA FATIGA”*

Homero

Decir “Gracias” es un acto de gratitud y respeto, por esta razón la presente Tesis de Grado mis más sincera gratitud a Dios, por estar conmigo en todo momento de mi vida.

A mis padres porque con su ejemplo y apoyo constante, me motivaron a culminar con éxito una de mis metas.

A mi esposo, Carlos por su apoyo incondicional en todo momento, porque con su amor y confianza he podido lograr con éxito uno de mis sueños.

A mi hija, Arianna porque es el motor que me incentiva a seguir adelante.

A la Institución Educativa Superior, como es la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en especial a la Facultad de Ciencias Empresariales, Carrera de Ingeniería en Administración Financiera, y a su personal docente y administrativo.

Al Director de Tesis, el Ing. Dennis Aguirre, por sus correcciones, sugerencias y orientación en la realización de esta tesis

Para todos y cada uno de ellos mi gratitud eterna.

## DEDICATORIA

*“EL SECRETO DE LOS GRANDES CORAZONES SE ENCIERRA EN ESTA PALABRA: PERSEVERANCIA”.*

Víctor Hugo

Dedico esta Tesis de Grado primeramente a Dios, principal artífice de cada paso en mi vida.

De manera especial a mis queridos padres, quien con su presencia y esfuerzo lograron incentivar me para poder cumplir y culminar con éxito otra etapa más de mi vida y así alcanzar un peldaño más en mi formación académica.

A mi querido esposo, Carlos por estar siempre junto a mí con su cariño y comprensión.

Mi Hija Arianna Leticia, mi inspiración para seguir progresando.

A mis hermanos, Mauricio y Christopher, quienes me han apoyado incondicionalmente y han compartido junto a mí cada etapa de mi vida.

Con mucho amor les dedico estas páginas fruto de mi dedicación y esfuerzo, ya que son lo mejor de mi vida.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

	<b>Pág.</b>
Portada.....	i
Declaración de autoría y cesión de derecho.....	ii
Certificación del Director de Tesis .....	iii
Tribunal de Tesis .....	iv
Agradecimiento y Dedicatoria .....	v-vi
Índice.....	vii-xi
Resumen Ejecutivo.....	xii
Abstrac (Inglés) .....	xiii
Esquema de Codificación .....	xiv-xv
<b>CAPITULO 1. Marco Contextual de la Investigación.....</b>	<b>1</b>
1 Introducción.....	2
1.1.1. Problematización.....	3
1.1.1.1. Planteamiento del Problema.....	4
1.1.1.2. Diagnóstico .....	4
1.1.1.3. Formulación del Problema .....	4
1.1.1.4. Sistematización del Problema .....	4
1.1.2. Justificación .....	4-5
1.2. Objetivos .....	6
1.2.1. Generales.....	6
1.2.2. Específicos.....	6
1.3. Hipótesis.....	6
1.3.1. General .....	6

1.3.2. Específicas.....	6-7
1.4. Variables.....	7
1.4.1. Independiente.....	7
1.4.2. Dependiente .....	7
<b>CAPITULO II. Marco Teórico.....</b>	<b>8</b>
2.1. Fundamentación Teórica .....	9
2.1.1. Microempresas .....	9
2.1.2. Asociación .....	9-10
2.1.3. Comercio.....	10
2.1.4. Comercio informal .....	11
2.1.5. Comerciante.....	11-12
2.1.6. Mercado .....	12
2.1.7. Comercialización .....	12-13
2.1.8. Análisis Situacional .....	13
2.1.9. Análisis Económico .....	14
2.1.9.1. Tipos de análisis económico .....	14
2.1.9.1.1. Análisis costo/beneficio.....	14-15
2.1.9.1.2. Análisis costo/efectividad.....	15-16
2.1.9.1.3. Análisis costo/minimización .....	16-17
2.1.10. Rentabilidad.....	17
2.1.10.1. Rentabilidad económica.....	18-20
2.1.10.2. Rentabilidad financiera .....	20-22
2.1.11. Estados financieros .....	22-23

2.1.11.1. Balance general .....	23-24
2.1.11.2. Estado de pérdidas y ganancias .....	24
2.1.11.2.1. Ingresos .....	24-25
2.1.11.2.2. Gastos .....	25
2.1.12. Perspectivas .....	25
2.1.13. Desarrollo .....	26
2.1.14. Corto plazo .....	27
<b>CAPITULO III. Metodología de la Investigación .....</b>	<b>28</b>
3. Metodología de la Investigación .....	29
3.1. Materiales y Métodos.....	29
3.1.1. Localización de la investigación.....	29
3.1.2. Materiales .....	29
3.1.3. Métodos de investigación .....	29
3.1.3.1 Método Analítico- Sintético .....	29
3.1.3.2. Método Inductivo.....	29
3.1.3.3. Método Deductivo.....	29-30
3.1.3.4. Método Histórico- Documental.....	30

3.2. Tipos de Investigación.....	30
3.2.1. Investigación Descriptiva.....	30
3.3. Técnicas de Investigación .....	30
3.3.1. Encuestas.....	30
3.3.2. Observación.....	30
3.4. Población y Muestra.....	30
3.4.1. Muestra.....	30
<b>CAPITULO IV. Resultados y Discusión .....</b>	<b>31</b>
4.1. Resultados.....	32-50
4.2. Discusión .....	51-54
<b>CAPITULO V. Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>55</b>
5.1. Conclusiones .....	56-57
5.2. Recomendaciones .....	58-59
<b>CAPITULO VI. Bibliografía .....</b>	<b>60</b>
6.1. Literatura Citada .....	61-64

<b>CAPITULO VII. Anexos .....</b>	<b>65</b>
-----------------------------------	-----------

7.1. Anexos.....	66-74
------------------	-------

### **ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro N.- 1 – 18: Cuadros Estadísticos de las Encuestas .....	32-50
--	-------

Cuadro N.- 19 : Perspectivas de Desarrollo a corto plazo de los Integrantes del Mercado Central N.- 3 .....	54
--	----

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico Nº 1 – 18: Gráficos Estadísticos de las Encuestas .....	32-50
---	-------

### **INDICE DE ANEXOS**

Anexo 1: Encuestas a los comerciantes del Mercado Central N.-3 .....	66-68
---	-------

Anexo 2: Balance General de la Asociación de Comerciantes del Mercado Central N.-3 .....	69
---	----

Anexo 3: Estado de Pérdidas y Ganancias de la Asociación de Comerciantes del Mercado Central N.-3 .....	70
--	----

Anexo 4: Fotos del Mercado Antiguo y Actual del Mercado Central N.-3 .....	71
---	----

Anexo 5: Fotos de las diferentes actividades comerciales que realizan los Comerciantes del Mercado Central N.-3 .....	72-74
--	-------

## RESUMEN

**TEMA: SITUACIÓN ECONÓMICA Y SUS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO A CORTO PLAZO DE LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL N° 3 DEL CANTON QUEVEDO, AÑO 2012”.**

El presente trabajo se lo realizó con el propósito de conocer la situación económica de los comerciantes de la Asociación del Mercado Central N° 3, cuyo objetivo era conocer los ingresos y gastos, que efectúan al realizar su actividad comercial.

Uno de los instrumentos metodológicos aplicados fue las encuestas dirigidas a los comerciantes de esta agrupación, lo cual me permitió conocer los diversos factores que influyen en que sus negocios no sean fructíferos, no cuentan con conocimientos sólidos en temas contables, administrativos, lo cual origina desconocimiento de sus verdaderos ingresos, otro de los factores es que no tienen información necesaria en tema de tributación, lo cual, la mayoría de los socios no pagan en la fecha acordada sus obligaciones, unos por ignorancia, olvido o por irresponsabilidad del socio, y por ende causa sanciones que van desde multas hasta clausuras en su negocio, y esto afectaría sin duda su situación económica.

En conclusión estos comerciantes no reciben la ayuda necesaria en el desarrollo de su actividad comercial, por parte de las autoridades competentes, ya que alrededor del mercado hay excesiva competencia, y esto genera que sus ventas disminuya por las instituciones financieras, les solicitan excesivos trámites que no pueden cumplir.

Sin duda, si las autoridades competentes y las instituciones financieras, les proporcionaran el apoyo necesario en el desarrollo de su actividad económica, su situación económica mejoraría.

## ABSTRAC

**TOPIC: ECONOMIC SITUATION AND PROSPECTS OF SHORT-TERM DEVELOPMENT OF THE MEMBERS OF THE ASSOCIATION OF CENTRAL N.MARKET TRADERS- 3 OF CANTON QUEVEDO, YEAR 2012”.**

His work was made in order to meet the economic situation of traders Central Market Association N° 3, which aimed to know the income and expenses, made in conducting its business.

One of the applied methodological tools survey was addressed to traders of this group, which allowed me to know the various factors that influence their businesses are not successful , do not have sound knowledge in accounting, administrative issues , which results in lack their real income, another factor is that they have necessary information on tax issue , which , most members do not pay on the date agreed obligations , some by ignorance , neglect or irresponsibility of the partner, and thus cause penalties ranging from fines to closure in your business, and this would undoubtedly affect their economic situation.

In conclusion these traders do not receive the necessary support in the development of its business, by the competent authorities , as around there too much competition in the market , and this generates its sales decline by the financial institutions , they excessive paperwork asking that can not meet .

Certainly, if the competent authorities and financial institutions, to provide them with the necessary support in the development of their business, improve their economic situation.

## ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

( DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN			
1	<b>Título/Title</b>	M	“SITUACIÓN ECONÓMICA Y SUS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO A CORTO PLAZO DE LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL N° 3 DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2012”.
2	<b>Creador/Creator</b>	M	JAZMIN DEL ROSARIO FLORES BARREZUETA
3	<b>Materia/Subject</b>	M	CIENCIAS EMPRESARIALES; CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
4	<b>Descripción /Description</b>	M	LA PRESENTE INVESTIGACIÓN SE LA REALIZÓ EN EL CANTÓN QUEVEDO PROVINCIA DE LOS RÍOS, CON EL OBJETIVO DE ANÁLIZAR LA SITUACIÓN ECONOMICA DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN DEL MERCADO CENTRAL N° 3 DEL CANTÓN QUEVEDO, Y DE CONOCER LAS DIVERSAS DIFICULTADES QUE ENFRENTAN LOS COMERCIANTES AL DESARROLLAR SU ACTIVIDAD COMERCIAL
5	<b>Editor/Publisher</b>	M	FCE: CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA; JAZMIN DEL ROSARIO FLORES BARREZUETA
6	<b>Colaborador/Contributor</b>	O	NINGUNO
7	<b>Fecha/Date</b>	M	2013
8	<b>Tipo/Type</b>		TESIS DE GRADO

		M	
9	<b>Formato/Format</b>	R	Microsoft Office Word 2010
10	<b>Identificador/Identifier</b>	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11	<b>Fuente/Source</b>	O	INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL ANÁLISIS ECONÓMICO
12	<b>Lenguaje/Language</b>	M	Español
13	<b>Relación/Relation</b>	O	Ninguno
14	<b>Cobertura Coverage</b>	O	CANTÓN QUEVEDO
15	<b>Derechos/Rights</b>	M	Ninguno
16	<b>Audiencias /Audience</b>	O	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

## **CAPITULO I**

# **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1. INTRODUCCIÓN

El origen de las unidades económicas, ahora llamadas microempresas, se remonta a la década de los 70, cuando el sector moderno de la economía evidencia su incapacidad de absorber la creciente fuerza laboral. Esta se ve obligada a generar su propio empleo e ingresos a través de alguna actividad económica.

El Ecuador tiene una tradición de producción artesanal esta actividad junto con la agrícola son las primeras que aparecen en el país y dan a luz a los primeros microempresarios. En este tiempo el marco referencial que identificó a la microempresa tradicional fue el siguiente: escaso capital; utilización intensiva de mano de obra; baja productividad; inaccesibilidad al crédito en el sistema financiero formal; mínima capacidad de ahorro; ausencia de gestión empresarial; y, no utilización de tecnología o nuevos conocimientos para poner valor agregado.

Las actividades tradicionales más cercanas y “familiares”, como: la carpintería, la mecánica, la panadería, la peluquería, la confección, el negocio de las tiendas de abastos, el bazar y papelería, el taxismo, los salones de comida, fueron saturadas en las principales ciudades del país.

La multiplicación de las actividades económicas tradicionales sin valor agregado, es una consecuencia de una limitada y casi inexistente visión de la educación formal, que no le entrega perspectivas de actividades empresariales a los educandos, y por lo mismo se ven obligados a reproducir lo que les es familiar y cotidiano, sin tener la capacidad de poner creatividad y valor agregado a las mismas actividades tradicionales, para renovarlas y mejorarlas.

“Actualmente, de las 38,000 compañías registradas el 56% (20,428) son consideradas microempresas, de las cuales el 64% se asientan en las provincias de Guayas y Pichincha, seguidas con el 20% en Azuay, Manabí y Tungurahua y el 15,6% restante en otras provincias. No obstante, la mayoría

de las microempresas opera en la informalidad, debido al tiempo que toma abrir un negocio (65 días) y los procedimientos que estos involucran”<sup>1</sup>.

La ciudad de Quevedo cuenta con microempresas que se dedican a comercializar y realizar sus actividades mercantiles, de una variedad de productos y subproductos que satisfacen apropiadamente la demanda local y regional, generando de esta manera fuentes de trabajo, beneficios monetarios y por ende beneficiando la calidad de vida de muchos ciudadanos.

La investigación en su primer capítulo, está compuesta por el marco contextual de la investigación, en ello se presenta la introducción y justificación del trabajo y abarca la problematización del mismo a través de determinar las causas y efectos llevando a obtener una sistematización a la problemática.

El segundo capítulo contiene el marco teórico de la investigación en el cual se observa la contextualización del tema a investigar además las principales teorías existentes sobre las microempresas, asociaciones, comerciantes, sobre el cual se rige el presente trabajo investigativo.

El tercer capítulo comprende la metodología de la investigación que hace énfasis a los materiales y métodos que se utilizó en el inicio de la investigación, y al conjunto de técnicas e instrumentos que permitirán recabar la información preliminar para analizar el problema planteado en este estudio.

El cuarto capítulo contiene los resultados esperados acerca del proyecto en estudio, que tienen que ver con el análisis de la situación económica de los comerciantes la Asociación del Mercado Central N° 3, y así conocer su real situación económica.

<sup>1</sup> Plan Nacional Para el Buen Vivir 2009-2013, Diagnóstico, Micro, Pequeña y Mediana empresa

## **1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN**

### **1.1.1.1 Planteamiento del Problema**

#### **1.1.1.2 Diagnóstico**

El problema de investigación es con el propósito de analizar la situación económica de los comerciantes de la Asociación del Mercado Central N° 3 y de esta manera conocer las falencias de su negocio, y las dificultades que se le presentan al desarrollar su actividad comercial.

No cuentan con técnicas administrativas adecuadas ya que no hay una correcta planificación, organización, dirección y control en las actividades que realizan los socios de esta agrupación, y por ende no existe un mejoramiento en las actividades que realizan.

Deficiente conocimiento en el manejo de un registro contable y de la Ley de Régimen Tributario.

Dificultad para acceder a un crédito, por parte de las instituciones financieras, ya que solicitan trámites burocráticos excesivos, lo cual impide a los comerciantes seguir progresando en el desarrollo de su actividad.

Infraestructura inadecuada debido al limitado espacio físico para la comercialización de sus productos.

#### **1.1.1.3. Formulación del Problema**

¿Cómo incide la Situación Económica en el desarrollo de sus actividades comerciales?

#### **1.1.1.4. Sistematización del Problema**

- ¿De qué manera favorece un estudio de sus ingresos y egresos a los comerciantes de esta agrupación?

- ¿Cuáles son los problemas que enfrentan los comerciantes para acceder a un crédito por parte de las instituciones financieras?
- ¿Cuáles son las perspectivas de desarrollo a corto plazo?

### **1.1.2. JUSTIFICACIÓN**

El crecimiento de las actividades comerciales ha hecho que se creen nuevas microempresas, con la finalidad de satisfacer las ilimitadas necesidades de los clientes y obtener incremento en sus utilidades comerciales.

Este tema a investigar está orientado a conocer las diversas dificultades que tienen los comerciantes del Mercado Central N° 3, al desarrollar su actividad comercial, el mismo que se encuentra ubicado en la ciudad de Quevedo en la calle Bolívar, entre la Octava y la Novena, de esta manera se justifica la necesidad de realizar un análisis económico de las actividades comerciales que desarrollan los integrantes de esta agrupación.

Esta investigación es inédita, ya que no existe ninguna información con respecto a este tema en la biblioteca de la UTEQ, por lo cual, este trabajo se justifica debido a que es de gran importancia conocer acerca de la real situación económica de estos microempresarios.

Este trabajo constituye un aporte valioso para los comerciantes de esta asociación, ya que van a conocer las falencias de su negocio, y por ende los consumidores finales al recibir un mejor servicio y precios accesibles al alcance de su economía.

A través del presente trabajo se puede conocer de que manera funciona una microempresa y conocer los diversos factores que deben considerarse para que funcione correctamente una organización.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo se beneficiará con este proyecto, ya que se trata de un tema innovador y muchos estudiantes van disponer de información para la realización de sus proyectos de investigación futuros.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar la Situación Económica de los integrantes de la Asociación de Comerciantes del Mercado Central N° 3 del Cantón Quevedo, año 2012.

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Diagnosticar la situación económica a través de un estudio de sus ingresos y gastos.
2. Identificar los problemas que enfrentan los comerciantes para acceder a un crédito por parte de las instituciones financieras.
3. Identificar las perspectivas de desarrollo a corto plazo.

## **1.3. HIPÓTESIS**

### **1.3.1. HIPÓTESIS GENERAL**

El análisis de la situación económica permitiría obtener un mejor control sobre el uso de sus recursos económicos.

### **1.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

- El diagnóstico de la situación económica permitiría a través de un estudio de sus ingresos y egresos conocer su situación actual.
- La identificación de los problemas que enfrentan los comerciantes para acceder a un crédito permitiría realizar los correctivos para acceder a las fuentes de financiamiento.

- La identificación de las perspectivas de desarrollo a corto plazo de los integrantes de la asociación permitiría alcanzar un crecimiento económico sostenido.

## **1.4. VARIABLES**

### **1.4.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

Análisis de la situación económica

### **1.4.2. VARIABLE DEPENDIENTE**

Perspectiva de Desarrollo a corto plazo de los integrantes de la Asociación de Comerciantes del Mercado Central N° 3

**CAPITULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **2.1.1. MICROEMPRESAS**

“La microempresa es una empresa de tamaño pequeño, que ejerce una actividad económica de forma regular ya que cuenta con un máximo de 6 empleados, está comprendida de personas de escasos ingresos, estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos”<sup>1</sup>.

“Es el ente donde se crea riqueza. Esta permite que se pongan en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros y técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados de acuerdo con los objetivos fijados por una administración, interviene en diferentes grados, los motivos de ganancias de utilidad social y de servicios”<sup>2</sup>.

#### **CRITERIO PROPIO**

Las microempresas están comprendidas por personas emprendedoras que ponen en operación recursos humanos, materiales, financieros y técnicos, basados con los objetivos fijados de la administración.

#### **2.1.2. ASOCIACIÓN**

“Las asociaciones han venido definiendo como uniones estables de un conjunto de personas que crean una organización para lograr un fin común lícito y determinado”<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>Zuluaga Giraldo Ramiro (2007) Creación y Consolidación de Empresas Teoría Práctica y Aplicación Ecoe Editores Pág. 15

<sup>2</sup>Rodríguez Valencia J. (2009) Administración de pequeñas y medianas empresas México sexta edición

<sup>3</sup> Gil del Campo Miguel (2008) Fiscalidad de Fundaciones, Asociaciones y del Mecenazgo Valencia: 2da.Edición Cisspraxis S.A.

“Agrupación de dos o más individuos quienes llevan en forma continua un negocio co-propietarios. Bajo la ley, una asociación es considerada como un grupo de individuos más que una entidad. Una asociación es la típica forma de empresa conjunta en la que cada asociado participa en la administración, ganancia y pérdidas de la operación”<sup>4</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

Es un grupo de personas que crean una organización con un objetivo en común y determinado.

#### **2.1.3. COMERCIO**

“El comercio trata del intercambio de bienes, valores, servicios y conocimientos entre dos o más personas.

El comercio persigue dos finalidades fundamentales: Satisfacer las necesidades del comerciante, y generar utilidades económicas para el comerciante”<sup>5</sup>.

“Término genérico que hace referencia a la actividad de compra, venta, intercambio o permuta de mercadería con ánimo de lucro. Lugar o recinto donde se lleva a cabo la actividad comercial”<sup>6</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

El comercio trata del intercambio de bienes, valores y servicios, y su objetivo primordial es de satisfacer las necesidades de los consumidores y por ende generar ganancias para el comerciante.

---

<sup>4</sup>Haden Jeff (2007 ) El Diccionario Completo de Términos de Bienes Raíces Explicados en Forma Simple: Lo que los inversores necesitan saber

<sup>5</sup>Eco. Vascones Arroyo José Vicente (2006) “Contabilidad General para el siglo XXI”, primera edición MC GRAW HILL, Quito – Ecuador

<sup>6</sup>Martin Àmez Fernando (2008) Diccionario de Contabilidad y Finanzas Madrid- España; Grupo Cultural S.A.

#### **2.1.4. COMERCIO INFORMAL**

“ Comercio no estructurado o informal incluye a las personas que laboran en micro negocios comerciales asociados a los hogares y los trabajadores vinculados a micro negocios registrados que operan sin un local, es decir, en vía pública, o en pequeños talleres o locales. Existen diversos tipos de comerciantes y vendedores, destacando los ambulantes”<sup>7</sup>.

“El comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y/o servicios en la sociedad (esto es lo que le da la "formalidad" al comercio). En general se aplica al comercio ambulante, o sea las personas que se ven en las veredas vendiendo cosas sin boleta o factura participan del comercio informal”.<sup>8</sup>

#### **CRITERIO PROPIO**

Es un comercio que no se rige por ninguna ley relativa a las transacciones de bienes y/o servicios en sociedad, y estas son personas que laboran en micro negocios comerciales que operan sin un local, es decir, en la vía pública, o en pequeños talleres o locales.

#### **2.1.5. COMERCIANTE**

“Comerciante es la persona física o jurídica que se sirve de una empresa para realizar en nombre propio y en forma habitual una determinada actividad económica. Es pues, el sujeto agente de la actividad económica y tiene las características de la iniciativa y el riesgo.

La iniciativa viene ligada, generalmente, a la organización y dirección que es asumida principalmente por el empresario. El riesgo es el producto de la actividad comercial a la cual se dedica y por medio de la cual asume las

---

<sup>7</sup><http://www.monografias.com/trabajos30/comercio-informal/comercio-informal>.

<sup>8</sup><bibliotecadigital.umsa.bo:8080/rddu/bitstream>

obligaciones nacidas de las relaciones hechas en su nombre con terceros para la explotación comercial”<sup>9</sup>.

“Persona dedicada de forma profesional al comercio, realizando transacciones de compraventa en el mercado. Se dividen en al por mayor y al por menor o al detalle”<sup>10</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

Es la persona que se dedica al comercio y realiza una determinada actividad económica.

#### **2.1.6. MERCADO**

“Mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a precios determinados”<sup>11</sup>.

“Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto y los vendedores la oferta”<sup>12</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

Es un grupo de ofertantes y demandantes de un determinado bien o servicio y a precios determinados.

#### **2.1.7. COMERCIALIZACIÓN**

“La comercialización es el proceso de comercialización incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del

---

<sup>9</sup> Landero Rodríguez (2008) Curso de Derecho Mercantil México

<sup>10</sup> Martín Àmez Fernando (2008) Diccionario de Contabilidad y Finanzas Madrid - España; Grupo Cultural S.A.

<sup>11</sup> Baca Urbina Gabriel (2006) Evaluación de Proyectos México : Editorial McGraw Hill Quinta Edición

<sup>12</sup> Mankiw Gregory (2007) Principios de Economía México: Edición Cuarta Cengage Learning S.A.

producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad”<sup>13</sup>.

“Proceso a través del cual los productos pasan desde los productos pasan desde los puntos de producción a los de la venta. Normalmente se compone de varias fases intermedias como la de compraventa por parte de mayorista y minorista, promoción del producto, estudios de mercado, distribución”<sup>14</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

Es un proceso por el cual debe someterse los productos y se compone de varias fases intermedias como la de compraventa por parte de mayorista y minorista, promoción del producto, estudios de mercado, distribución.

### **2.1.8. ANÁLISIS SITUACIONAL**

"Es el fundamento de la definición del planteamiento, dado que mediante el mismo se produce la vinculación de la empresa con su contexto y su competencia. El análisis también se denomina FODA, por las iniciales de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, dado que consiste en el estudio meditado y detallado”<sup>15</sup>.

“Es un estudio a profundidad de la organización en la cual se logran identificar elementos internos como las Fuerzas y Debilidades. El análisis situacional se conoce de diferentes formas dependiendo del contexto y del idioma”<sup>16</sup>

### **CRITERIO PROPIO**

Es donde se logran identificar elementos internos como las Fuerzas y Debilidades de la organización.

---

<sup>13</sup> Miranda J.(2008) Gestión de Proyectos Colombia Quinta Edición

<sup>14</sup> Martín Àmez Fernando (2008) Diccionario de Contabilidad y Finanzas Madrid - España; Grupo Cultural

<sup>15</sup> Faga Héctor y Ramos Mariano (2008) Como Profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales Buenos Aires – Granica Segunda Edición

<sup>16</sup> Sulser Valdez Rosario y Pedroza José (2008) Exportación Efectiva Reglas Básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador Primera Edición

### **2.1.9. ANÁLISIS ECONÓMICO**

“Examen principalmente de la rentabilidad de la empresa analizando los costos y la productividad obtenida”<sup>17</sup>.

“Se ocupa del estudio de la situación económica de la empresa en cuanto a la rentabilidad de los recursos invertidos y a la eficiencia o productividad de la actividad empresarial, como base de su competitividad actual y futura. La información básica a utilizar procede de las cuentas de resultados de la contabilidad financiera y analítica”<sup>18</sup>.

#### **CRITERIO PROPIO**

Es un estudio relativo a la rentabilidad de la empresa, así como los fenómenos y situaciones que de ella se derivan; tanto al interior de la economía, como en su relación con el exterior.

### **2.1.9. TIPOS DE ANÁLISIS ECONÓMICO**

#### **2.1.9.1. ANÁLISIS COSTO/BENEFICIO**

“Es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas”<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup>Sanz Carlos Javier (2009) Diccionario económico, contable, comercial y financiero Barcelona: Ediciones Gestión 2000

<sup>18</sup>Mora Enguidanos Araceli (2009) Diccionario de Contabilidad, Auditoría y Control de Gestión Madrid-España: Editorial Ecobook

<sup>19</sup>[es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_de\\_coste-beneficio](https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_de_coste-beneficio)

“El análisis costo-beneficio (referido por algunos economistas como análisis beneficio-costos) considera los costos y los beneficios de actividades al intentar colocar valores monetarios a los beneficios. Esto ofrece una unidad de valor común con la cual comparar costos y beneficios. Las organizaciones gubernamentales y los analistas de políticas públicas emplean este análisis para determinar la conveniencia de competir alternativas de políticas. El análisis de costo-beneficio ayuda a los ejecutivos a evaluar proyectos y actividades en términos económicos. Expresar los beneficios de actividades en términos monetarios demuestra el defecto clave del análisis costo-beneficio. Es difícil, y en algunos casos incorrecto, expresar algunos beneficios o resultados en términos monetarios. Algunas personas pueden preguntar cuál es el valor monetario de los beneficios si hay mayor logro académico, mayor promedio de vida o mejor seguridad nacional contra el terrorismo”<sup>20</sup>.

## **CRITERIO PROPIO**

Es una técnica fundamental dentro del ámbito de la teoría de la decisión, que ayuda a los ejecutivos a evaluar proyectos y actividades en términos económicos, y este procedimiento se lo aplica en obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios.

### **2.1.9.2. ANÁLISIS COSTO/EFFECTIVIDAD**

“El análisis de costo/efectividad es una técnica utilizada para medir la efectividad de un proyecto en contra de su precio. Al contrario del costo/beneficio, sin embargo, un bajo costo no es igual a una alta efectividad, y viceversa. Utilizando el mismo escenario de ejemplo, el propietario de un pequeño negocio ha determinado que implementar un sistema VoIP es la solución más barata para su negocio. Después de mucha investigación, sin embargo, también determina que un alto porcentaje de las llamadas que entran en este sistema no se completan. Esto es debido a la frustración de los que

---

<sup>20</sup>[pyme.lavoztx.com/tipos-de-analisis-economicos-7225.htm](http://pyme.lavoztx.com/tipos-de-analisis-economicos-7225.htm)

llaman con el sistema automatizado. Además, una encuesta de los clientes actuales indica que el servicio al cliente provisto por la interacción en vivo con una recepcionista ha conducido a muchas de las ventas del negocio. Aunque una recepcionista es la alternativa más cara, también se encuentra como la más efectiva”<sup>21</sup>.

“En el ACE, su particularidad radica en comparar los costos con la potencialidad de alcanzar más eficaz y eficientemente los objetivos no expresables en moneda (evaluación ex ante) o con la eficacia y eficiencia diferencial real que las distintas formas de implementación han mostrado en el logro de sus objetivos”<sup>22</sup>.

La medida de eficacia es el impacto.

## **CRITERIO PROPIO**

Es una técnica utilizada para evaluar la efectividad de un proyecto, lo cual radica en comparar los costos con la potencialidad de alcanzar más eficaz y eficientemente los logros de sus objetivos.

### **2.1.9.3. ANÁLISIS COSTO/MINIMIZACIÓN**

“El análisis de costo/minimización es la técnica de buscar el método menos caro de llevar a cabo un proyecto. Éste método de análisis económico se utiliza principalmente cuando los ahorros en los costos se encuentran en lo principal y deben sobrepasar todas las demás consideraciones”<sup>23</sup>.

“Cuando los resultados de dos actividades diferentes, como dos medicamentos nuevos, son iguales, el análisis para minimizar costos compara los factores productivos (conocidos colectivamente en economía como tierra, trabajo y

---

<sup>21</sup>[es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_de\\_coste-efectividad](https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_de_coste-efectividad)

<sup>22</sup>[pyme.lavoztx.com/tipos-de-analisis-economicos-7225.htm](https://pyme.lavoztx.com/tipos-de-analisis-economicos-7225.htm)

<sup>23</sup>[es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_de\\_coste-minimización](https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_de_coste-minimización)

capital), normalmente con el fin de encontrar la actividad o salida con el menor costo. Este análisis es el método más sencillo de la evaluación económica, ya que se enfoca en un lado de la ecuación (costos); sin embargo, sólo tiene uso limitado porque es apropiado sólo cuando actividades diferentes tienen resultados iguales. Antes de llevar a cabo un análisis de minimización de costos para terapias médicas o farmacéuticas, la evidencia clínica debe demostrar que los resultados entre los medicamentos o tratamientos alternativos son iguales o tienen diferencias mínimas”<sup>24</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

Es la técnica de buscar el método menos caro de llevar a cabo un proyecto, y este análisis es el método más sencillo de la evaluación económica, que se enfoca en un lado de la ecuación (costos).

#### **2.1.10. RENTABILIDAD**

“La rentabilidad es sinónimo de ganancia, utilidad, beneficio, se trata de un objetivo válido para cualquier empresa, ya que a partir de la obtención de resultados positivos ella puede mirar con optimismo no solo su presente, que implica la supervivencia, sino también su futuro, es decir el desarrollo de la organización en el tiempo”<sup>25</sup>.

“Beneficio que se obtiene de una inversión o en la gestión de una empresa”<sup>26</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

La rentabilidad es la ganancia que se obtiene de una inversión que realiza la empresa.

---

<sup>24</sup> [pyme.lavoztx.com/tipos-de-analisis-economicos-7225.htm](http://pyme.lavoztx.com/tipos-de-analisis-economicos-7225.htm)

<sup>25</sup> Faga Héctor y Ramos Mariano (2008) Como Profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales Buenos Aires : Editorial Granica Segunda Edición

<sup>26</sup> Sepúlveda Cesar (2008) Diccionario de Términos Económicos Santiago de Chile: Editorial Universitaria S.A.

### 7.1.10.1. RENTABILIDAD ECONÓMICA

“La rentabilidad económica es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos (beneficio bruto) y el activo total. Se toma el BAI para evaluar el beneficio generado por el activo independientemente de cómo se financia el mismo, y por tanto, sin tener en cuenta los gastos financieros.

$$\frac{\text{Beneficio antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total}}$$

El ratio de rentabilidad económica también es denominado ROI (del inglés Return on investments, rentabilidad de las inversiones).

Cuando más elevado sea este ratio, mejor, porque indicará que se obtiene más productividad del activo.

Esta rentabilidad económica (rendimiento del activo) puede compararse con el coste medio de la financiación. Si se cumple la siguiente condición:

Rentabilidad económica > Coste medio de la financiación

Significa que el beneficio de la empresa es suficiente para atender el coste de la financiación.

ROI se puede utilizar para cualquier tipo de inversión. Por ejemplo, para una inversión publicitaria podemos calcular este ratio con la fórmula anterior, para saber el retorno económico de nuestros anuncios. En la página de ayuda de Adwords, dan la siguiente fórmula para calcular el ROI:  $(\text{Ingresos} - \text{Costes}) / \text{Coste}$ <sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> [www.desarrolloweb.com](http://www.desarrolloweb.com) › Manuales › Estrategias de negocio en Internet

“El ratio de rentabilidad económica también es denominado ROI y es el retorno de la inversión es el beneficio obtenido de una inversión en relación con los costes que ésta representa, expresado como un porcentaje. Ya que el ROI no implica necesariamente dinero, se calcula como un porcentaje. Por ejemplo, los gastos también se pueden medir en términos de tiempo. En este caso, por ejemplo, nos referimos al tiempo necesario para encontrar el punto de equilibrio entre entradas y salidas. Sin embargo, con frecuencia nos encontramos con que lo más práctico es expresar las unidades en términos de dinero, para establecer el valor añadido en forma de un porcentaje ROI y facilitar así la comparación.

El ROI es una ayuda a la que las unidades de toma de decisiones responden. Frecuentemente, dichas unidades basan sus decisiones en la impresión que les causan las propuestas que reciben. Esta impresión viene determinada en gran medida por el impacto financiero de la propuesta. Por ello es preferible calcular el ROI en términos de dinero.

### **¿Cómo se calcula el ROI?**

Para explicarlo brevemente, es el resultado de los ingresos menos los gastos dividido por los gastos y multiplicado por 100%.

En otras palabras, ¿cuánto valor añadido genera una inversión en relación con el sacrificio financiero que hay que hacer para que sea rentable? Por tanto, al calcular el ROI es de vital importancia presentar un desglose tan exhaustivo como sea posible de los gastos y de los ingresos atribuibles. Para ello, los factores que se mencionan se expresan en cifras financieras. Sobre esta cuestión, quizá quiera considerar, por ejemplo, el valor de las ventas adicionales después de completar la formación, los costes de marketing que implica el lanzamiento de un nuevo producto, o qué costes generan los retrasos

---

cuando el personal no puede efectuar ventas por causa de su asistencia a cursos de formación. Alternativamente, está el coste de las oportunidades perdidas; o los ingresos generados por el hecho de que, después de haber asistido a la formación, el personal puede trabajar de una manera más efectiva y/o más eficientemente (excelencia operativa)<sup>28</sup>.

## **CRITERIO PROPIO**

El ROI es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo o que planeamos realizar.

Existe una fórmula que nos da este valor calculado en función de la inversión realizada y el beneficio obtenido, o que pensamos obtener.

$$\text{ROI} = (\text{beneficio obtenido} - \text{inversión}) / \text{inversión}$$

### **7.1.10.2. RENTABILIDAD FINANCIERA**

“La rentabilidad financiera es la relación entre el beneficio neto y los capitales propios (neto patrimonial).

$$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Neto patrimonial}}$$

Este ratio también se denomina ROE (del inglés return on equity, rentabilidad del capital propio).

La rentabilidad financiera es, para las empresas con ánimo de lucro, el ratio más importante, ya que mide el beneficio neto generado en relación a la

---

<sup>28</sup>Diederick Stoel, Rene van Leeuwen (2007) Guía para asesores en formación: Calidad del e-learning y evaluación del ROI Tartu- Estonia: Edición ELQ-SMEs Project

inversión de los propietarios de la empresa. A medida que el valor del ratio de rentabilidad financiera sea mayor, mejor será esta<sup>29</sup>.

“Es el beneficio de los socios por unidad monetaria invertida en ello. Se obtiene mediante la relación entre beneficio neto (antes de impuestos) y los recursos propios (fondos propios), multiplicándolo finalmente por 100. Entendiendo por "Capitales Propios" la diferencia existente entre el activo y el pasivo exigible, o lo que es lo mismo "Patrimonio Neto", según el vigente plan general de contabilidad, si bien de este patrimonio neto se deberían aminorar los beneficios pues estos también se integran dentro de dicha partida del balance y obviamente no han sido aportados por los accionistas. Es el ratio que mide la rentabilidad que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad, es decir la capacidad de la empresa de remunerar a sus accionistas.

Es un indicador que preocupa o interesa principalmente a los dueños o accionistas. No es un indicador válido para comparar compañías de diferentes sectores ya que puede provocar malentendidos, los sectores con más riesgo tienden a tener un ROE más elevado, lo cual compensa el mayor riesgo de inversión que asumen los accionistas.

Es importante separarlo en tres componentes: el margen y la rotación, adicionando un coeficiente de endeudamiento, es decir, su base es el ROI.

$$\begin{array}{c}
 \text{ROE} = \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} \times \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Fondos Propios}} = \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Fondos Propios}} \\
 \underbrace{\hspace{1.5cm}}_{\text{Margen}} \quad \underbrace{\hspace{1.5cm}}_{\text{Rotación}} \quad \underbrace{\hspace{1.5cm}}_{\text{Coef. De Endeudamiento}} \\
 \underbrace{\hspace{3.5cm}}_{\text{R.O.I.}} \quad \underbrace{\hspace{3.5cm}}_{\text{Coef. Endeudamiento}}
 \end{array}$$

**Fuente:** [descuadrando.com/Rentabilidad\\_financiera](http://descuadrando.com/Rentabilidad_financiera)

**Elaborado por:** La Autora

---

<sup>29</sup> [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Administración y Finanzas

1. **Margen:** Mide el margen neto obtenido en un período determinado.
2. **Rotación:** Es el indicador de la cantidad de veces que hago rotar la inversión total en un año para obtener el nivel de ventas logrado.
3. **Coeficiente de Endeudamiento:** muestra cuántas veces representa el total de pasivos los fondos propios<sup>30</sup>.

## **CRITERIO PROPIO**

Es un indicador que preocupa o interesa principalmente a los dueños o accionistas de una empresa, y es la relación entre el beneficio neto y los capitales propios (neto patrimonial).

### **2.1.11. ESTADOS FINANCIEROS**

“Los estados financieros donde nos comenta que el ciclo contable se realiza de manera expedita y segura con la ayuda de la computadora que a través de programas genéricos o específicos, procesa la información automáticamente es decir el contador solo tiene que definir las partidas afectadas y digitar los valores que corresponden a las cuentas y el programa amortizado de contabilidad se encargará de mayorizar, emitir el balance de comprobación e incluso emitir los estados financieros. El contador depura y analiza los saldos de las cuentas, a tal punto que estas puedan reflejar razonablemente la situación económica financiera, ser verificables y comprobables bajo cualquier óptica y prueba. Cuando se tenga absoluta seguridad sobre la idoneidad de los saldos contables, se puede empezar a preparar los informes contables, mejor conocidos como estados financieros<sup>31</sup>.”

“Los estados financieros, son el medio principal para suministrar información contable a quienes no tienen acceso a los registros de un ente económico.

---

<sup>30</sup> [descuadrando.com/Rentabilidad financiera](http://descuadrando.com/Rentabilidad-financiera)

<sup>31</sup> Zapata Sánchez Pedro (2008) Contabilidad General McGraw-Hill Interamericana Quinta Edición 70-73

Mediante la tabulación formal de nombres y cantidades de dinero derivadas de tales registros reflejan a una fecha de corte, la recopilación y resumen de datos contables”<sup>32</sup>.

## **CRITERIO PROPIO**

Los estados financieros son un medio con que cuentan las empresas para obtener información contable, la misma que refleja razonablemente la situación económica financiera de la empresa.

### **2.1.11.1. BALANCE GENERAL**

“Es un reporte financiero que muestra la situación financiera de una empresa a una fecha determinada.

La ecuación contable básica es:

$$\text{Activos} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

El balance puede presentarse en forma de reporte o de cuenta, y consta de los elementos siguientes:

#### **1. ACTIVOS**

- Circulantes
- No Circulantes
  - Fijos
  - Diferidos
  - Otros Activos

#### **2. PASIVOS**

- A corto plazo
- A largo plazo

#### **3. CAPITAL CONTABLE**

- Capital ganado
- Capital donado” <sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>Ortiz Anaya Héctor(2008) Análisis Financiero Universidad Externado de Colombia

<sup>33</sup> Gutiérrez Martha y Hernández Adriana (2009) Prácticas de Contabilidad Financiera I México : Editorial International Thomson

“Resumen de la posición financiera de una empresa en una fecha dada que muestra que activos totales = pasivos totales más capital de accionistas”<sup>34</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

El balance general es un estado financiero muy importante, que permite conocer la situación financiera de una empresa.

#### **2.1.11.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

“ Es el estado financiero que muestra el aumento o la disminución que sufre el capital contable, o patrimonio de la empresa como consecuencias de las operaciones practicadas durante un periodo de tiempo, mediante la descripción de los diferentes conceptos de ingresos, costos, gastos y productos que las mismas provocaron.”<sup>35</sup>

“Resumen de los ingresos y gastos de una empresa en un periodo específico, que concluye con los ingresos o pérdidas netas para ese periodo”<sup>36</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

Son todos los ingresos y gastos que realiza la empresa durante un periodo de tiempo.

#### **2.1.11.2.1. INGRESOS**

“Son el efectivo o futuro flujo que entra a la empresa, que incrementan los activos o disminuciones del pasivo o una combinación de ambos”<sup>37</sup>.

---

<sup>34</sup> Wachowiez John M. y Van Horne James (2008) Fundamento de Administración Financiera México Décima Tercera Edición Pearson Educación

<sup>35</sup> Ávila Macedo Juan José (2007) Introducción a la Contabilidad México: Editorial Umbral

<sup>36</sup> Wachowiez John M. y Van Horne James (2008) Fundamento de Administración Financiera México Décima Tercera Edición Pearson Educación México

<sup>37</sup> Brachfield Pére (2007) Introducción a la Contabilidad y Finanzas Barcelona: Editorial Profit

“El ingreso es la cantidad de dinero que se le retribuye a una empresa por concepto de sus operaciones. El ingreso total, es el que proviene de multiplicar las cantidades vendidas por el precio medio de cada unidad. El precio medio es igual al ingreso medio”<sup>38</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

Los ingresos es la cantidad de dinero que ingresa a la empresa por concepto de sus operaciones.

#### **2.1.11.2.2. GASTOS**

“Gasto es la acción de gastar (emplear el dinero en algo, deteriorar con el uso). En un sentido económico, se conoce como gasto a la cantidad que se gasta o se ha gastado. El gasto es un concepto de utilidad tanto para las familias como para las empresas o para el gobierno”<sup>39</sup>.

“Conjunto de cuentas que tiene como finalidad exclusiva registrar el valor de los egresos en los que incurre la entidad contable para el desarrollo normal de sus actividades operativas en la búsqueda de alcanzar el objetivo principal de la empresa como tal”<sup>40</sup>.

### **CRITERIO PROPIO**

Son gastos que se realizan para el desarrollo de las actividades operativas

---

<sup>38</sup> [www.estudioeconomico.html](http://www.estudioeconomico.html)

<sup>39</sup> <http://definicion.de/gastoWemIICV>

<sup>40</sup> Ing. Borja Herrera Amarilis (2009) Módulo de Contabilidad General y Tesorería Guayaquil-Ecuador Editorial Servilibros

### **2.1.12. PERSPECTIVAS**

“La perspectiva es el arte de dibujar para recrear la profundidad y la posición relativa de los objetos comunes. En un dibujo, la perspectiva simula la profundidad y los efectos de reducción”<sup>41</sup>.

“Es un reflejo de lo que somos y de lo que hacemos, y así mismo una vía de información de hacia dónde pensamos proyectarnos”<sup>42</sup>.

#### **CRITERIO PROPIO**

Es hacia dónde pensamos proyectarnos.

### **2.1.13. DESARROLLO**

“Implica el crecimiento con variación del perfil productivo de la economía de un país o región. Es una modificación cualitativa, a diferencia del crecimiento que consiste en “más de lo mismo”, es decir, una variación cuantitativa”<sup>43</sup>.

“Proceso de crecimiento prolongado de una economía que origina una modificación socioeconómica caracterizada por la reducción en la importancia del sector primario, la mejora de la productividad, el incremento en la capacidad de innovación tecnológico, la mejora del nivel de vida, la distribución más equilibrada de la riqueza y de la renta y, en general, un avance perceptivo en la calidad de vida de toda la sociedad”<sup>44</sup>.

#### **CRITERIO PROPIO**

Es el crecimiento de la economía productiva de un país o una región, en general, un avance perceptivo en la calidad de vida de toda la sociedad.

---

<sup>41</sup>[es.wikipedia.org/wiki/Perspectiva](https://es.wikipedia.org/wiki/Perspectiva)

<sup>42</sup>[www.pragmaconsultores.com](http://www.pragmaconsultores.com) › Actualidad

<sup>43</sup>Rodríguez Mendoza Carlos ( 2009) Diccionario de economía, etimológico, conceptual y procedimental Argentina

<sup>44</sup> Martín Àmez Fernando (2008) Diccionario de Contabilidad y Finanzas Grupo Cultural Madrid - España

#### **2.1.14. CORTO PLAZO**

“(en economía, ya que la consideración varía en otras disciplinas científicas) período de tiempo en el cual al menos uno de los factores productivos (usualmente el capital) no puede ser modificado en términos generales”<sup>45</sup>.

“Es un marco de tiempo en donde las cantidades de algunos recursos son fijas. Casi siempre los recursos fijos de una empresa son su tecnología, sus edificios y su capital. La organización administrativa también es fija en el corto plazo. Al conjunto de recursos fijos de la empresa se denomina planta, por lo tanto, la planta de una empresa es fija en el corto plazo”<sup>46</sup>.

#### **CRITERIO PROPIO**

Ciclo de tiempo en el cual al menos uno de los elementos productivos (usualmente el capital) no puede ser reformado en términos generales.

---

<sup>45</sup>Rodríguez Mendoza Carlos (2009) Diccionario de economía, etimológico, conceptual y procedimental Argentina

<sup>46</sup>Parkin Michael, (2009) Economía México sexta edición Pearson College División

**CAPITULO III**

**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. MATERIALES Y MÉTODOS

##### 3.1.1. Localización de la investigación

La presente investigación se realizó en la Asociación de Comerciantes del Mercado Central N° 3, la misma que se encuentra ubicada en la calle Bolívar entre la Octava y la Novena, en la Ciudad de Quevedo, Provincia de Los Ríos.

##### 3.1.2 Materiales

- Computadora
- Internet
- Pendrive
- Libros
- Hojas A4
- Lapiceros
- Lápiz
- Cuaderno de apunte
- Impresiones
- Fotocopiadora,
- Calculadora

##### 3.1.3. Métodos de investigación

**3.1.3.1 Método Analítico- Sintético.-** En este método analítico sintético se conoció los diversos problemas y a la vez analizarlo, y esto se lo realiza mediante encuestas, y posteriormente obtener las conclusiones y recomendaciones.

**3.1.3.2. Método Inductivo.-** A través de este método se utilizó la observación, la cual permitió obtener la información necesaria y de esta manera adquirir los objetivos propuestos y estudiar los resultados que se obtuvo por medio de la investigación de campo durante el proceso de investigación.

**3.1.3.3. Método Deductivo.-** Este método manejó la técnica de estudio de este proyecto la cual permitió obtener información acerca de dicho estudio para el

entendimiento del mismo afirmándose en estudios realizados cuyo argumento permitió formar resultados en los hechos ya establecidos.

**3.1.3.4. Método Histórico- Documental.-** Por medio de este método se obtuvo información de los hechos más significativos del desarrollo del proyecto a través de internet, libros y periódicos.

## **3.2. Tipos de Investigación**

**3.2.1. Investigación Descriptiva.-** Tiene como finalidad hacer una descripción del problema en estudio, no se limita solo a la información y tabulación de datos, sino que se va a explicar de forma racional, para de este modo obtener resultados claros y precisos.

## **3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

**3.3.1. Encuestas.-** Se efectuó la encuesta a los integrantes de la asociación, con el objetivo de obtener información sobre los aspectos relacionados con la investigación.

**3.3.2. Observación.-** La observación es fundamental en todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos y mediante esta técnica nos permitió conocer como ejecutan el proceso de comercialización y en general el entorno que vive cada uno de ellos.

## **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

**3.4.1. Muestra.-** Se aplicó la encuesta a toda la población de comerciantes de la Asociación del Mercado Central N° 3, ya que lo conforman 90 socios; según el Presidente de la Asociación del Mercado Central N° 3.

**CAPITULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1. RESULTADOS

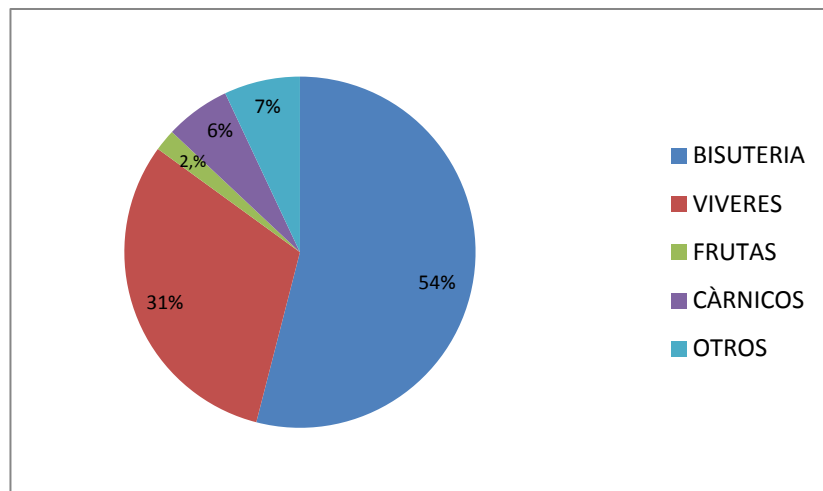
### 1.- ¿A QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD COMERCIAL SE DEDICA?

**Cuadro 1.- Distribución de los comerciantes del Mercado Central N° 3 según el tipo de actividad comercial, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
BISUTERIA	49	54%
VIVERES	28	31%
FRUTAS	2	2%
CÁRNICOS	5	6%
OTROS	6	7%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 1**



### ANÁLISIS

En el (Cuadro 1, Figura 1), se presenta la distribución de los comerciantes del Mercado Central N° 3 en función de la actividad que desempeñan. El mayor segmento de los comerciantes se dedica a la actividad comercial de Bisutería con el 54%, seguida de la actividad de Viveres con 31 %, otras actividades comerciales con el 7%, Carnícos con el 6%, y Frutas con el 2%.

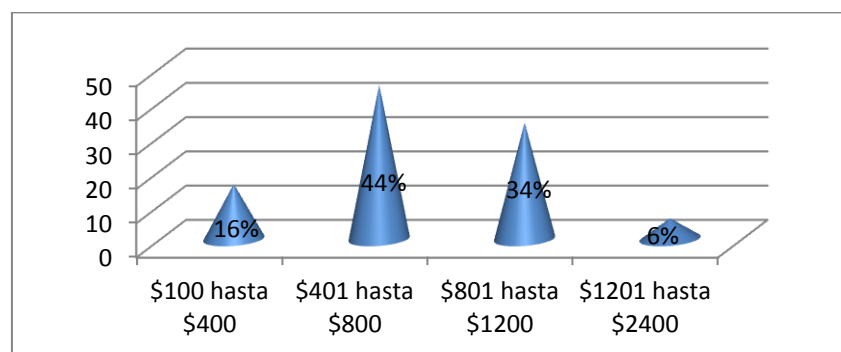
## 2.- ¿A CUÁNTO ASCIENDE SUS VENTAS MENSUALES?

**Cuadro 2.- Distribución de las ventas mensuales que ascienden los comerciantes, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$100 hasta \$400	14	16%
Desde \$401 hasta \$800	40	44%
Desde \$801 hasta \$1200	31	34%
Desde \$1201 hasta \$2400	5	6%
Más de \$2400	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 2**



### ANÁLISIS

De acuerdo a estos resultados (Cuadro 2, Gráfico 2), el 44% de los comerciantes sus ventas mensuales van desde \$401 hasta \$800, el 34% sus ventas son desde \$801 hasta \$1200, el 16% son desde \$100 hasta \$400, y el 6% sus ventas son desde \$1201 hasta \$2400.

Las ventas mensuales varían, depende del negocio, por lo general los que tienen menos ingresos son los comerciantes que se dedican a la actividad de venta de cárnicos, frutas, bazar, cabinas, y los que obtienen mayores ingresos son los de la actividad de bisutería, víveres y confitería.

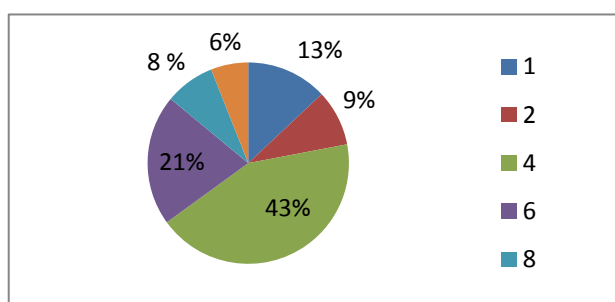
### 3.- ¿CUÁNTAS VECES INVIERTE EN SU NEGOCIO AL MES?

**Cuadro 3.- Distribución de las veces que invierte en el negocio al mes, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
1	12	13%
2	8	9%
4	39	43%
6	19	21%
8	7	8%
De 20 a 25	5	6%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 3**



### ANÁLISIS

De acuerdo con los resultados obtenidos en el cuadro 3, gráfico 3, la mayor cantidad de veces que invierte los comerciantes es de 4 veces que representa el 43%, en segundo lugar tenemos el 21% invierten 6 veces es debido a que están desabasteciéndose de mercadería por ende tiene que invertir y, seguido tenemos el 13%, y el 9% invierten poco debido a que no generaron muchas ventas, el 8% representa la inversión de 8 veces debido a que su negocio no está abastecido de mercadería, y de lo que venden invierten enseguida en mercadería, luego tenemos a los que invierten 20 a 25 veces que representa el 6% estos son los comerciantes que se dedican a la actividad de ventas de cárnicos.

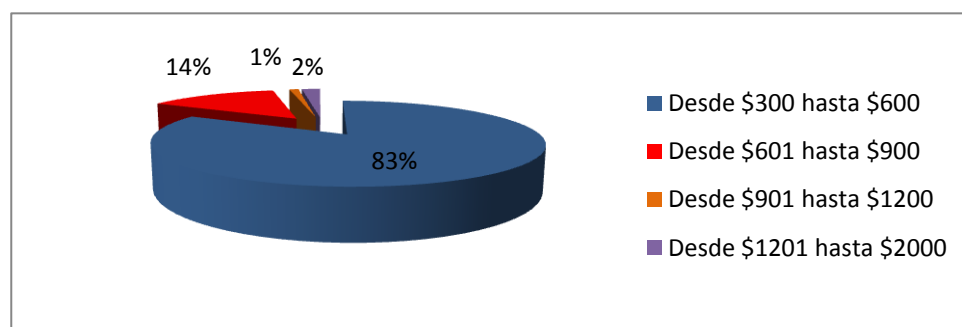
#### 4.- ¿CUÁNTO INVIERTE EN SU NEGOCIO AL MES?

**Cuadro 4.- Distribución de los montos que invierte los comerciantes en el negocio al mes, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$300 hasta \$600	74	83%
Desde \$601 hasta \$900	13	14%
Desde \$901 hasta \$1200	1	1%
Desde \$1201 hasta \$2000	2	2%
Más de \$2000	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 4**



#### **ANÁLISIS**

La mayoría de los comerciantes de esta asociación invierten poco debido, a que la mayoría de los negocios son pequeños y van desde \$300 hasta \$600 lo cual representa el 83%, seguido tenemos desde \$601 hasta \$900 que representa el 14%, mientras que desde \$901 hasta \$1200 representa el 1% y por último tenemos desde \$1201 hasta \$2000 que representa el 2%, estos son negocios que generan mayores ventas y por lo general tienen que invertir más que los demás negocios .(Cuadro 4, Gráfico 4).

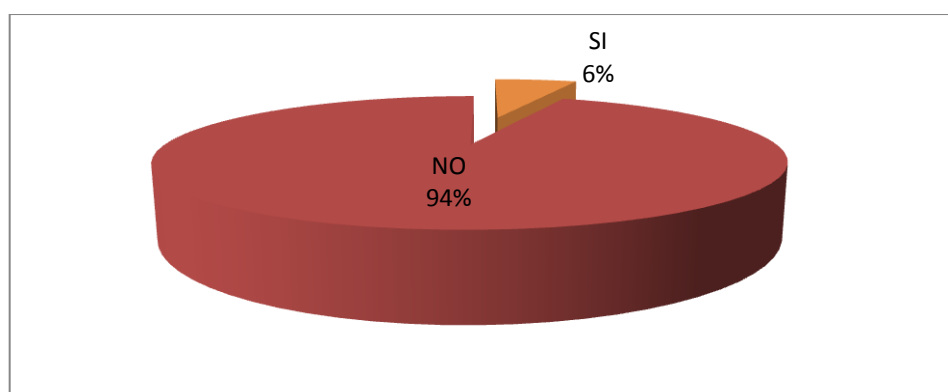
## 5.- ¿TIENE EMPLEADOS EN SU NEGOCIO?

**Cuadro 5.- Distribución de los socios que cuentan con empleados para su actividad comercial, año 2012.**

<b>CATEGORIA</b>	<b>NÚMERO DE ENCUESTADOS</b>	<b>% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS</b>
SI	5	6%
NO	85	94%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La Autora

**Gráfico 5**



### **ANÁLISIS**

De acuerdo a lo manifestado por los encuestados, en el cuadro 5, gráfico 5, el 94% de los comerciantes de esta asociación no cuentan con empleados, ellos son sus propios jefes y esto es debido a que los negocios son pequeños, y por ende no necesitan ayuda para atender a los clientes, mientras que el 6% si cuentan con empleados ya que son negocios que realizan mayores ventas y si necesitan la ayuda de otra persona.

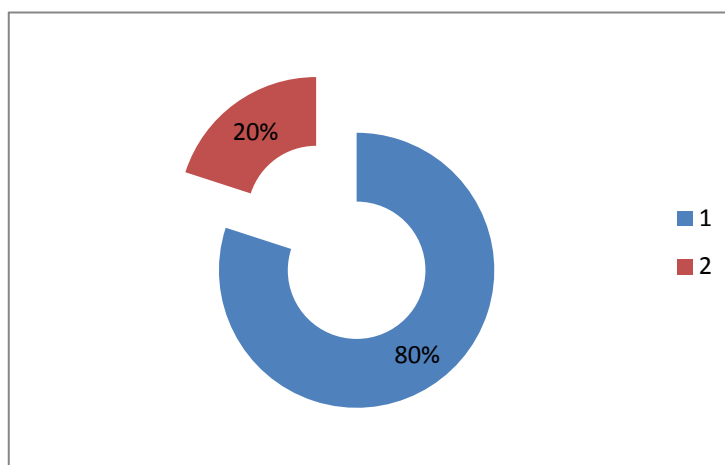
## 6.- ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE EMPLEADOS QUE TIENE SU NEGOCIO?

**Cuadro 6.- Número de empleados que tiene cada negocio, año 2012**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
1 Empleado	4	80%
2 Empleado	1	20%
3 Empleado	0	0
Más de 3 Empleado	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 6**



### ANÁLISIS

En esta asociación solamente 5 negocios cuentan con empleados ya que son negocios que generan mayores ventas, en el cual 4 socios cuentan con 1 empleado en el cual representa el 80% mientras que 1 socio cuenta con 2 empleados y esto representa el 20%. (Cuadro 6, Gráfico 6).

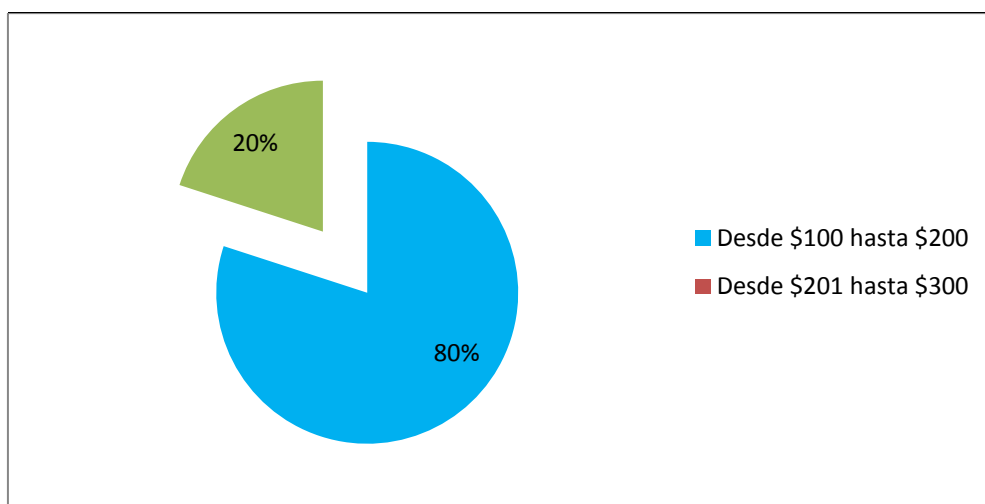
## 7.- ¿CUÁNTO GASTA EN SUELDOS DE PERSONAL MENSUALMENTE?

**Cuadro 7.- Distribución de los gastos de sueldo de personal que pagan los socios para su actividad comercial, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$100 hasta \$200	4	80%
Desde \$201 hasta \$300	0	0
Desde \$301 hasta \$400	1	20%
Más de \$400	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 7**



## ANÁLISIS

En la asociación los cuatros socios le pagan a sus empleados desde \$100 hasta \$200 lo cual representa el 80%, mientras que un socio le paga a sus dos empleados en un rango desde \$301 hasta \$400 lo cual representa el 20%, cabe recalcar que estos valores que les pagan a sus empleados son mínimos ya que son empleados ocasionales. (Cuadro 7, Gráfico 7).

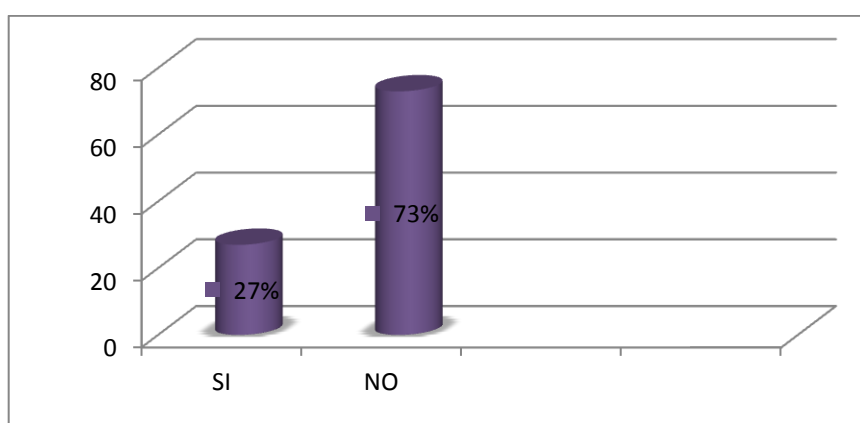
## 8.- ¿USTED TIENE DEUDAS EN INSTITUCIONES FINANCIERAS O COMERCIALES?

**Cuadro 8.- Distribución de los socios que deben a instituciones financieras o comerciales, año 2012**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
SI	24	27%
NO	66	73%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 8**



### **ANÁLISIS**

El 73 % de los socios manifestaron que no deben a instituciones financieras, ni comerciales, la causa es debido a que exigen excesivos trámites burocráticos y por ende es difícil realizar un crédito que le permita invertir en su negocio, mientras que el 27% si deben a instituciones financieras.(Cuadro 8, Gráfico 8).

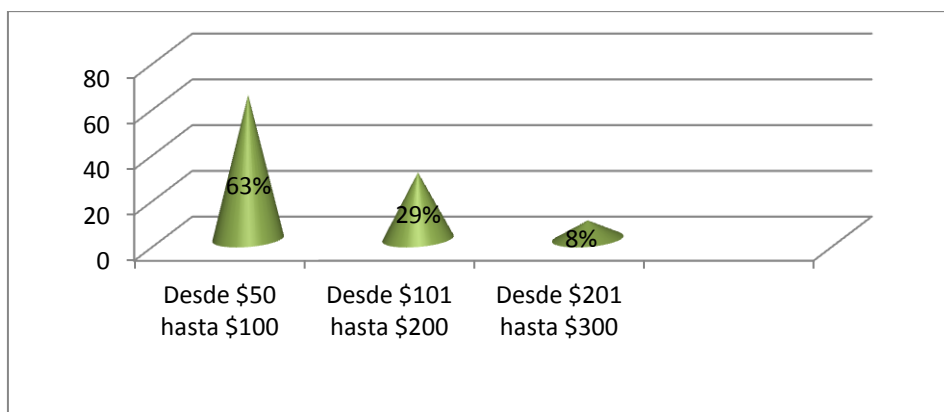
## 9.- ¿CUÁNTO ES EL MONTO QUE USTED PAGA MENSUALMENTE POR DEUDAS?

Cuadro 9.- Distribución de los montos que pagan mensualmente los socios por deudas de instituciones financieras o comerciales, año 2012.

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$50 hasta \$100	15	63%
Desde \$101 hasta \$200	7	29%
Desde \$201 hasta \$300	2	8%
Más de \$300	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

Gráfico 9



### ANÁLISIS

El 63% de los comerciantes pagan desde \$50 hasta \$100 por concepto de deudas en instituciones financieras, ya que son créditos de montos mínimos, mientras que el 29% pagan desde \$101 hasta \$200, y por último el 8% desde \$101 hasta \$200 son montos más elevados y estos los realiza los socios de negocios de mayores ingresos (Cuadro 9, Gráfico 9).

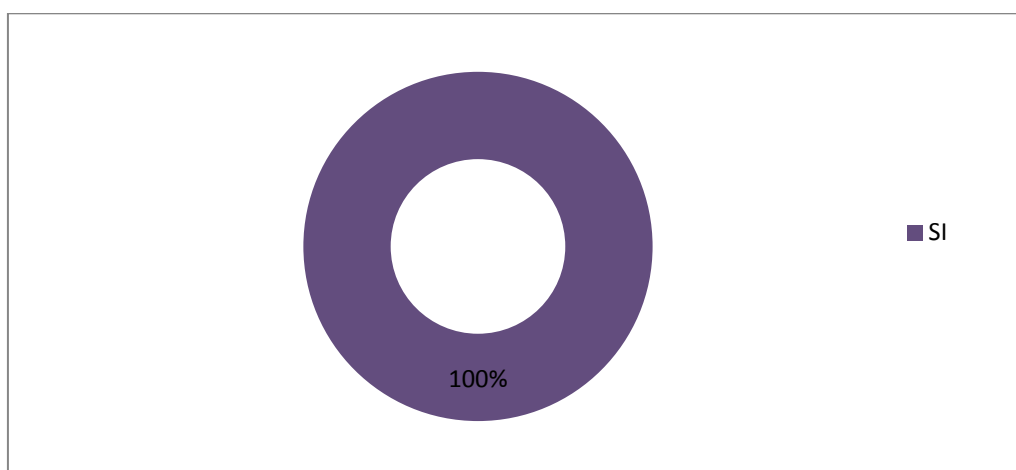
## 10.- ¿USTED PAGA IMPUESTOS?

**Cuadro 10.- Distribución de los socios que pagan impuestos, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
SI	90	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 10**



### **ANÁLISIS**

En esta asociación todos los socios pagan impuestos ya sea el RUC o RISE, ya que si no pagan tienen diversos problemas, uno de ellos es que le clausuran el negocio, y por ende le afectaría su situación económica. (Cuadro 10, Gráfico 10).

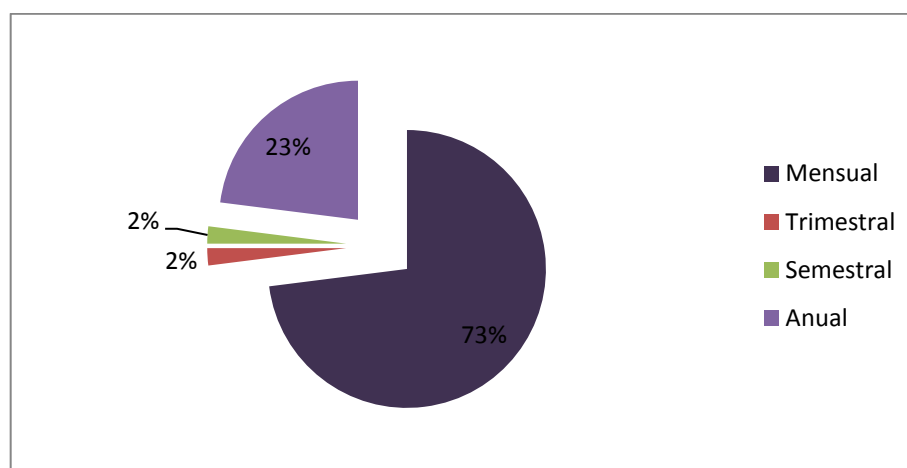
## 11.- ¿CON QUÉ FRECUENCIA DECLARA SUS IMPUESTOS?

**Cuadro 11.- Clasificación de los comerciantes de acuerdo al periodo que utilizan para la declaración de sus impuestos, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Mensual	65	73%
Trimestral	2	2%
Semestral	2	2%
Anual	21	23%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La Autora

**Gráfico 11**



### **ANÁLISIS**

El 73% de los socios declaran los impuestos de manera mensual debido a que es más recomendable para así evitar complicaciones a futuro, seguido el 23% declaran anual, mientras que el 2% declaran semestral y por último el 2% declaran sus impuestos trimestral.(Cuadro11, Gráfico 11).

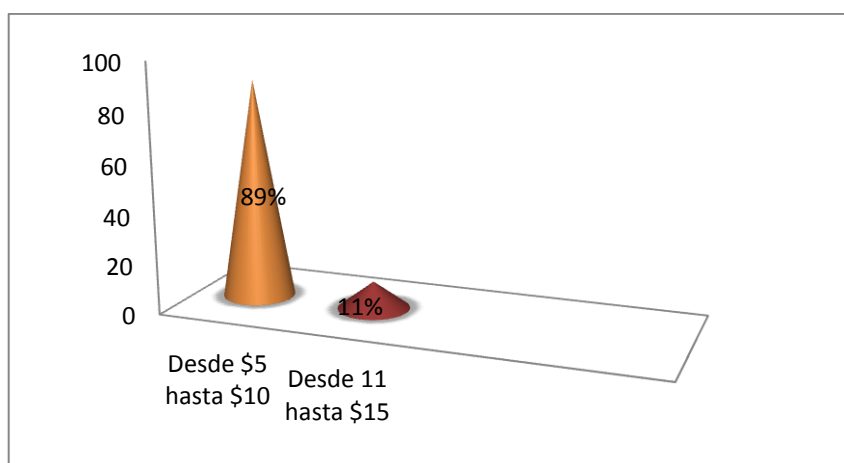
## 12.- ¿CUÁNTO UD. CONSIDERA QUE HA GASTADO EN MATERIALES DE OFICINA (CUADERNOS, LAPICEROS, LIBRETAS) MENSUALMENTE?

Cuadro 12.- Distribución de lo que ha gastado los socios en materiales de oficina (cuadernos, lapiceros, libretas) mensualmente al realizar la actividad comercial, año 2012.

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$5 hasta \$10	80	89%
Desde \$11 hasta \$15	10	11%
Desde \$16 hasta \$20	0	0
Más de \$20	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

Gráfico 12



### ANÁLISIS

De acuerdo a la encuesta realizada, el 89% de los socios gastan en materiales de oficina desde \$5 hasta \$10 debido a que son negocios pequeños, mientras que el 11% de los socios gastan desde \$11 hasta \$15 ya que son negocios más fructíferos. (Cuadro 12, Gráfico 12).

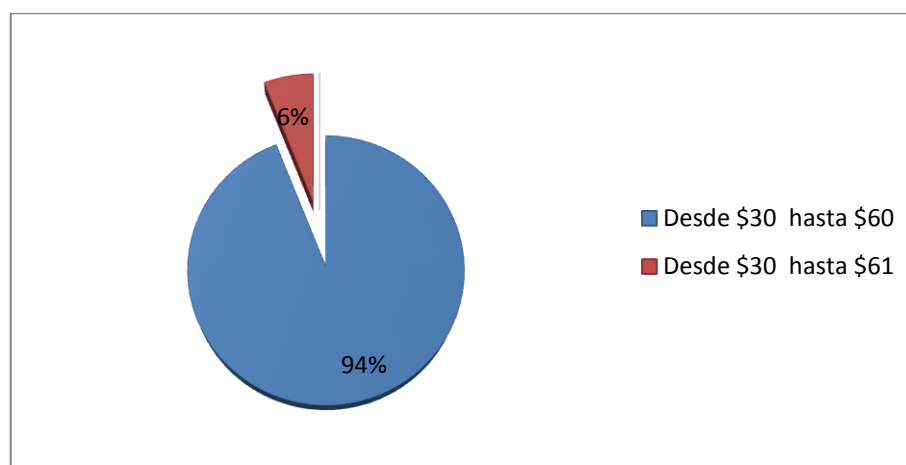
### 13.- ¿CUÁNTO UD. GASTA EN LA TRANSPORTACIÓN DE LA MERCADERIA MENSUALMENTE?

**Cuadro 13.- Distribución de lo que gastan los socios en la transportación de la mercadería mensualmente, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$30 hasta \$60	85	94%
Desde \$61 hasta \$90	5	6%
Desde \$91 hasta \$120	0	0
Más de \$120	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La Autora

**Gráfico 13**



### ANÁLISIS

El 94% de los socios gastan mensualmente desde \$30 hasta \$60 en la transportación de su mercadería, mientras que el 6% gastan desde \$61 hasta \$90 sus gastos son mayores e invierten de manera continua para así no desabastecerse de mercadería. (Cuadro12, Gráfico 12).

## 14.- ¿A CUÁNTO ASCIENDE EL GASTO MENSUAL EN SU NEGOCIO?

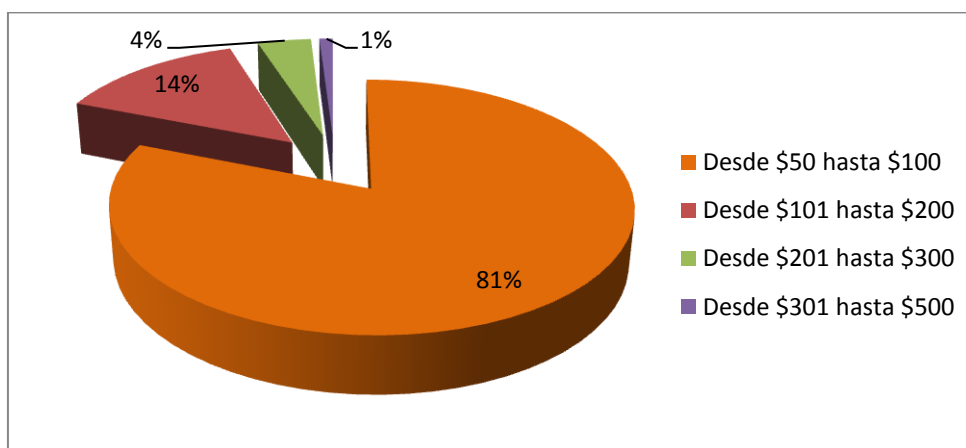
**Cuadro 14.- Distribución del gasto mensual de los negocios, año 2012**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$50 hasta \$100	73	81%
Desde \$101 hasta \$200	12	14%
Desde \$201 hasta \$300	4	4%
Desde \$301 hasta \$500	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 14**



### ANÁLISIS

En el (Cuadro 14, Gráfico 14), se puede observar que la mayoría de los comerciantes encuestados sus gastos mensuales en su negocio son desde desde \$50 hasta 100 lo que representa el 81% esto es debido a que los negocios son pequeños; seguido el 14% que son desde \$101 hasta \$200, mientras que los gastos desde \$201 hasta \$300 lo que representa el 4%, y por último los gastos desde \$301 hasta \$500 representa el 1%.

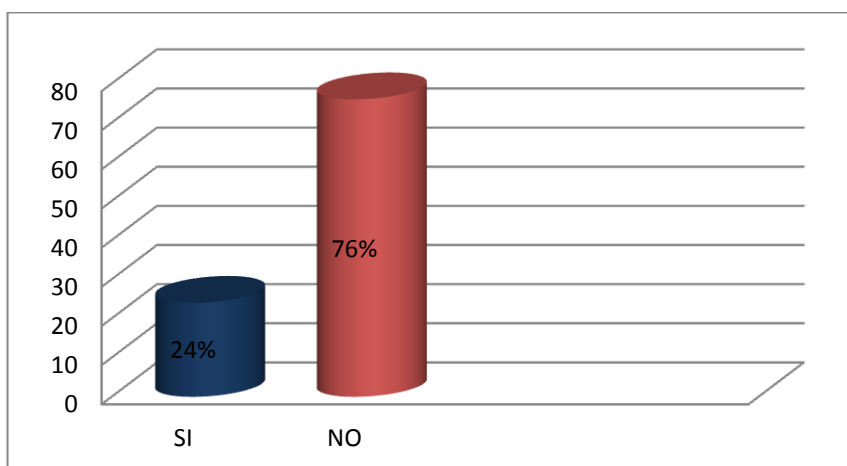
## 15.- ¿UD. DEBE A PRESTAMISTAS ILEGALES (CHULQUEROS)?

**Cuadro 15.- Distribución de los socios que debe a prestamistas ilegales (chulqueros), año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
SI	22	24%
NO	68	76%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico 15**



### **ANÁLISIS**

El 76% de los comerciantes no deben a prestamistas ilegales cuentas con otros medios para la inversión de su negocio, mientras que el 24% de los socios si prestan a los prestamistas ilegales y esto origina a que su negocio no progrese. (Cuadro 15, Gráfico 15).

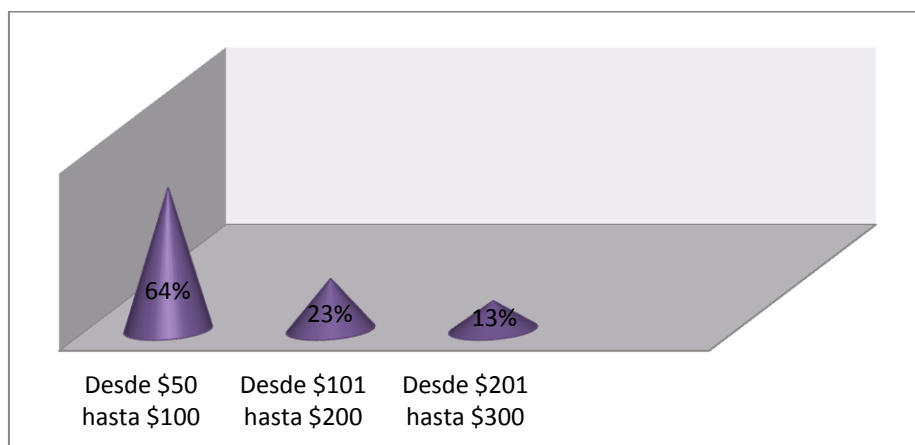
## 16.- ¿CUÁNTO PAGA UD. MENSUALMENTE A PRESTAMISTAS ILEGALES (CHULQUEROS)?

**Cuadro 16.- Distribución de los socios que pagan mensualmente a los prestamistas ilegales, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$50 hasta \$100	14	64%
Desde \$101 hasta \$200	5	23%
Desde \$201 hasta \$300	3	13%
Más de \$300	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La Autora

**Gráfico 16**



### ANÁLISIS

En el (Cuadro 16, Gráfico 16), los resultados de este análisis indican que el 64% de los comerciantes pagan mensualmente a los prestamistas ilegales desde \$50 hasta \$100, seguido el 23% desde \$101 hasta \$200, y por último el 13% desde \$201 hasta \$300, en conclusión esto conlleva a que el comerciante no mejore su calidad de vida.

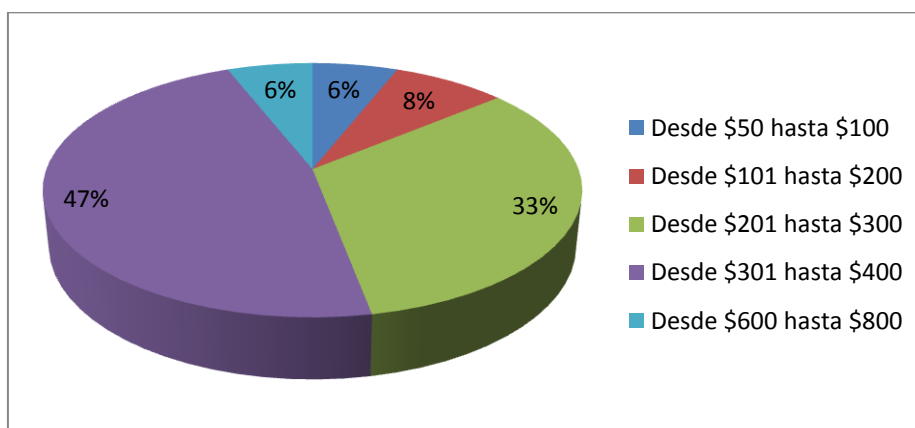
## 17. - ¿CUÁL ES LA GANANCIA MENSUAL QUE PERCIBE EN SU NEGOCIO?

**Cuadro 17.- Distribución de la ganancia mensual, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Desde \$50 hasta \$100	5	6%
Desde \$101 hasta \$200	7	8%
Desde \$201 hasta \$300	30	33%
Desde \$301 hasta \$400	43	47%
Desde \$600 hasta \$800	5	6%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La Autora

**Gráfico 17**



### ANÁLISIS

El 47% de los comerciantes encuestados tienen ganancias mensuales que perciben de su negocio desde \$301 hasta \$400, seguido el 33% desde \$201 hasta \$300, mientras que desde \$101 hasta \$200 lo cual esto representa el 8%, y desde \$600 hasta \$800 representa el 6%, y por último el 6% que son desde \$50 hasta \$100. Los ingresos varían del tipo de actividad comercial (Cuadro 17, Gráfico 17).

## 18.- ¿QUE CONSIDERA UD. NECESARIO PARA MEJORAR SU SITUACIÓN ECONÓMICA?

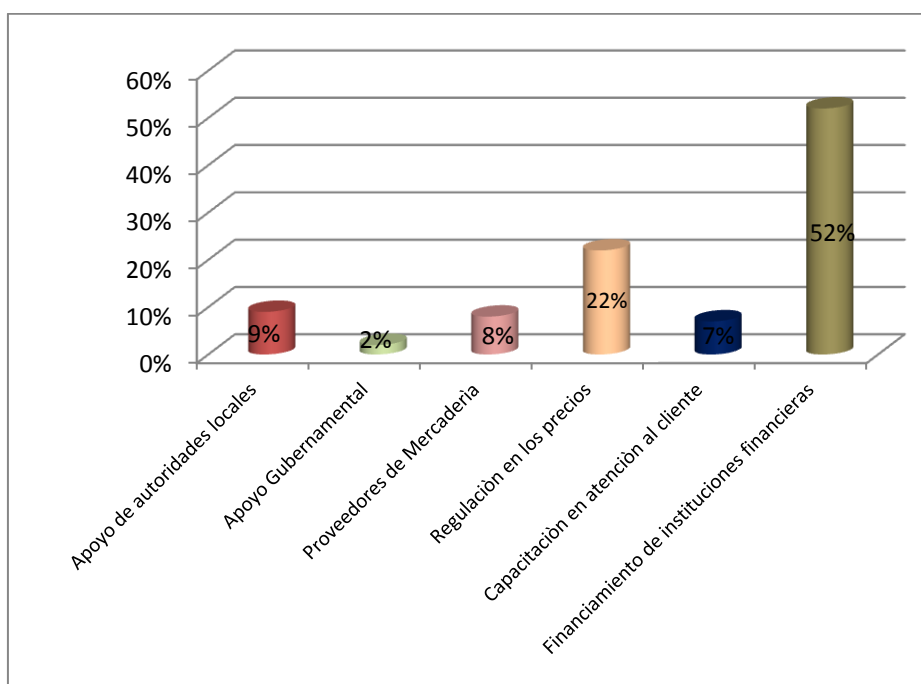
**Cuadro 18.- Alternativas de cómo mejorar la situación económica de la asociación, año 2012.**

CATEGORIA	NÚMERO DE ENCUESTADOS	% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS
Apoyo de autoridades locales	8	9%
Apoyo Gubernamental	2	2%
Proveedores de Mercadería	7	8%
Regulación en los Precios	20	22%
Capacitación en atención al cliente	6	7%
Financiamiento de instituciones financieras	47	52%
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora

**Gráfico 18**



## **ANÁLISIS**

El 52% de los comerciantes opinan que para mejorar su situación económica es fundamental que las instituciones financieras sean menos rigurosas en los trámites, seguidos del 22% la regulación de precios lo cual deben controlar a la competencia, apoyo de autoridades locales representa el 9%, proveedores de mercadería el 7%, capacitación de atención al cliente representa el 6%, y por último apoyo gubernamental el 2%. (Cuadro 18, Gráfico 18)

## 4.2. DISCUSIÓN

La mayoría de los comerciantes de la Asociación del Mercado Central N° 3 del Cantón Quevedo, se dedican a la actividad comercial de Bisutería con el 54%, seguido los Víveres con 31%, otras actividades comerciales como Bazar, Confitería, Cabina con el 7%, Cárnicos con el 6%, y Frutas con el 2% , los que generan mayores ventas son los de Bisutería, Víveres y Confitería, por ello algunos de estos negocios cuentan con empleados, cabe recalcar que son cinco negocios que cuentan con empleados ocasionales, pero la mayoría de los negocios son pequeños por ende invierten poco y ellos administran sus propios negocios, y los que invierten más veces son los comerciantes de cárnicos ya que son de 20 a 25 veces al mes y esto representa el 6%, y esto no significa que generan mayores ventas, el motivo en que invierten de esta manera es porque el producto que ofrecen al cliente tiene que estar en buen estado, y ellos no están en condiciones de mantener el producto en un ambiente adecuado, y a su vez sus ingresos son muy bajos, comparado con los demás negocios.

Algunos de los socios de esta asociación para invertir en sus negocios lo hacen con sus recursos propios, por ello los negocios no cuentan con suficiente mercadería para ofrecer, mientras que otros recurren a instituciones financieras con el 27%, y otros por no cumplir con las excesivos trámites burocráticos se ven en la necesidad de recurrir a los prestamistas ilegales con el 24%, y por ende el negocio con estas medidas nunca va a prosperar.

Todos los comerciantes pagan impuestos ya que es un trámite obligatorio para su funcionamiento, en lo cual la mayoría de los socios realiza la declaración de impuesto de manera mensual con el 73%, anual con el 23%, y pocos socios lo declaran semestralmente lo cual representa el 2% y trimestralmente que conlleva al 2%.

Para el funcionamiento de su negocio realizan diversos gastos mensuales y esto varían dependiendo de la actividad comercial, uno de ellos son los gastos

de materiales de oficina, desde \$5 hasta \$10 representa el 89%, y desde \$11 hasta \$15 constituye el 11%, y en la transportación de la mercadería, en esta asociación los gastos son mínimos, ya que la mayoría de los negocios son pequeños, y por ende sus ganancias no son tan fructíferas, ya que van desde \$30 hasta \$60 que representa el 94%, y desde \$61 hasta \$90 simboliza el 6%, efectúan mayores gastos, debido a que sus negocios generan mayores ventas.

Los socios no están satisfechos con su actividad comercial, por lo cual algunos de ellos se ven en la necesidad de recurrir a otros medios para obtener mayores ingresos, y los comerciantes opinan que para mejorar su situación económica es fundamental que las instituciones financieras sean menos rigurosas en los trámites, para así acceder a los créditos, y que haya regulación en los precios, ya que deben controlar a la competencia, y además necesitan del apoyo de las autoridades locales.

Acepto la hipótesis planteada “El análisis de la situación económica permitiría obtener un mejor control sobre el uso de sus recursos económicos”, ya que mediante el estudio realizado sobre los ingresos y gastos, se pudo conocer que los comerciantes de la Asociación del Mercado Central N° 3, sus ingresos son mínimos solo les alcanza para subsistir, y por lo general algunos de ellos buscan otras fuentes de ingresos para así mejorar su calidad de vida, y es fundamental que realicen un análisis de su situación económica, ya que permite obtener un mejor registro sobre el uso de sus recursos económicos, y por ende facilita en tomar decisiones adecuadas en el momento oportuno, y también me permitió conocer los diversos factores que le impiden a los comerciantes para acceder a un crédito, son insuficiencia de garantías, y la edad.

A corto plazo, se determinó que los socios no tienen una visión clara de cómo proyectarse al futuro, y eso es un gran error en todo negocio, ya que no se plantean objetivos que vaya en beneficio del mismo, ya que no cuentan con un registro contable, ni con técnicas administrativas adecuadas, incumplimiento en el pago de las declaraciones de impuestos, no tienen respaldo de las

autoridades locales, ni la respectiva publicidad que necesitan para el desarrollo de su actividad comercial, y esto generaría la cantidad de clientes óptima para el crecimiento de su negocio.

Además no hay motivación por parte de los miembros de la asociación en que funcione correctamente dicha organización, en la cual están inscritos bajo el Acuerdo Ministerial N.-01114 en el Ministerio de Inclusión Económica y Social, lo cual obtuvieron la aprobación de los estatutos de la Asociación, el 5 de julio del 2005 y entro en vigencia el 2 de Enero del 2007, y no han realizado la actualización de la nueva directiva y de los posibles socios que desean formar parte de esta agrupación, si en los socios de esta Asociación existiera más organización, su agrupación funcionaría exitosamente, y en la actualidad están controlados por la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo (EPUMEM-Q)

**CUADRO N.- 19**

**PERSPECTIVAS DE DESARROLLO A CORTO PLAZO PARA LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL Nº 3**

<b>PERSPECTIVAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>
Actualización en la Inscripción de la nueva directiva y de los futuros socios al Ministerio de Inclusión Económica y Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directivos de la Asociación</li> <li>• Abogado</li> <li>• MIES</li> </ul>	1 mes
Asesoramiento en temas administrativos y contables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contador</li> <li>• Directivos de la Asociación</li> </ul>	6 meses
Capacitación en las declaraciones de impuestos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de Rentas Internas</li> <li>• Directivos</li> </ul>	6 meses
Inscripción de la Asociación al Servicio de Rentas Internas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de Rentas Internas</li> <li>• Directivos</li> </ul>	1 mes
Financiamiento a la Asociación por parte de las instituciones financieras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banco Nacional de Fomento</li> <li>• Directivos</li> </ul>	3 meses
Publicidad a través de radio y televisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoridades locales</li> <li>• Directivos</li> </ul>	1 año

**CAPITULO V**

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. CONCLUSIONES

En el presente trabajo de investigación se concluye:

1. La situación económica de los comerciantes de la Asociación del Mercado Central N° 3 del Cantón Quevedo, no es satisfactoria ya que solo les alcanza para subsistir, pero una de las causas es que ellos no tienen conocimiento sólidos de cómo llevar el control de los ingresos y gastos, que se originan en la realización de su actividad comercial, y por ende no conocen sus verdaderos ingresos.
2. En la mayoría de los socios el problema principal para acceder a un crédito por parte de instituciones, es que no cuentan con garantías suficientes que permitan el cumplimiento del pago, y en otros socios su impedimento es la edad, ya que son personas de tercera edad, y no están en capacidad de adquirir un crédito.
3. Algunos de los socios no realizan con puntualidad el pago de sus declaraciones de impuestos, y esto es causa muchas veces de irresponsabilidad, olvido, o desconocimiento del socio, ya que el valor a pagar es mínimo.
4. No tienen un apoyo incondicional por parte de las autoridades locales, ya que no realizan controles periódicamente en la regulación de los precios, y esto afecta a que sus ventas disminuyan, ya que hay una excesiva competencia hacia sus alrededores.
5. No cuentan con perspectivas de desarrollo a corto plazo, ya que no tienen un enfoque de como proyectarse al futuro, no buscan alternativas que le ayudan en el crecimiento de su negocio, por eso es que estos comerciantes no se sienten satisfechos con su actividad comercial debido a este factor, ya que sin metas propuestas no hay avance en el negocio, y no hay preocupación por parte de los miembros de la

organización, ya que están afiliados al MIES, pero su despreocupación ha originado que no estén actualizado con la nueva directiva y los posibles socios que desean formar parte de esta agrupación .

6. No cuentan con estrategias publicitarias y esto genera disminución en las ventas, puesto que no logran la aceptación total de los consumidores, en razón que no hacen conocer los productos ofertantes y sus respectivos precios.

## 5.2. RECOMENDACIONES

En esta Asociación de Comerciantes del Mercado Central N° 3 se recomienda:

1. Es primordial que reciban capacitación en temas administrativos y contables, para que de este modo lleven un adecuado registro contable y tengan un mejor control acerca de los ingresos y gastos, que realizan al desarrollar su actividad comercial, y por ende puedan mejorar su situación económica.
2. Se recomienda la Inscripción de la Asociación como Sociedad en el Servicio de Rentas Internas, en el Régimen General del Registro Único del Contribuyente, para que de esta forma puedan realizar créditos a nombre de la Asociación en las diferentes instituciones bancarias y financieras, pero la recomendable es el Banco Nacional del Fomento, ya que las tasas de interés son más bajas, y así los socios puedan obtener dicho crédito e invertir en sus respectivos negocios.
3. Es fundamental que los socios reciban capacitación en temas de tributación, para que de esta manera tengan conocimientos necesarios para el pago de sus declaraciones de impuestos, y así eviten problemas a futuro, puesto que la impuntualidad genera sanciones, que van desde multas hasta clausuras en sus negocios.
4. Se recomienda también que los Directivos de la Asociación comuniquen a las autoridades competentes, como el Intendente de Quevedo que les ayude en la regulación de los precios, que incide en su situación económica, y si no toman medidas al respecto deben dialogar con autoridades superiores.
5. Se recomienda actualizar la nueva directiva con los futuros socios en el Ministerio de Inclusión Económica y Social, que es un organismo que promueve el desarrollo, y de este modo que la Asociación siga

manteniéndose en el mercado, pero no solo que sea un negocio que sirva para subsistir, sino para que mejore la calidad de vida de los integrantes de la Asociación.

6. Es importante que realicen publicidad en los medios de comunicación como radio, televisión, de los diversos productos que ofrece el Mercado Central N° 3, para que así el consumidor tenga conocimiento de los productos ofertantes, tengan mayor acogida, y por ende mayores ingresos.

**CAPITULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## VI BIBLIOGRAFIA

### 6.1 Literatura Citada

- Ávila Macedo Juan José (2007) Introducción a la Contabilidad México: Editorial Umbral.
- Baca Urbina Gabriel (2006) Evaluación de Proyectos México : Editorial MC GRAW HILL Quinta Edición.
- Brachfield Pére (2007) Introducción a la Contabilidad y Finanzas Barcelona: Editorial Profit.
- Diederick Stoel, Rene van Leeuwen (2007) Guía para asesores en formación: Calidad del e-learning y evaluación del ROI Tartu- Estonia: Edición ELQ-SMEs Project .
- Eco. Vascones Arroyo José Vicente (2006) “Contabilidad General para el siglo XXI”, primera edición MC GRAW HILL, Quito – Ecuador.
- Faga Héctor y Ramos Mariano (2008) Como Profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales Buenos Aires : Editorial Granica Segunda Edición.
- Gil del Campo Miguel (2008) Fiscalidad de Fundaciones, Asociaciones y del Mecenazgo Valencia: 2da.Edición Cisspraxis S.A.
- Gutiérrez Martha y Hernández Adriana (2009) Prácticas de Contabilidad Financiera I México: Editorial International Thomson.

- Haden Jeff (2007) El Diccionario Completo de Términos de Bienes Raíces Explicados en Forma Simple: Lo que los inversores necesitan saber.
- Ing. Borja Herrera Amarilis (2009) Modulo de Contabilidad General y Tesorería Guayaquil-Ecuador Editorial Servilibros.
- LanderoRodríguez (2008) Curso de Derecho Mercantil.
- Mankiw Gregory (2007) Principios de Economía México: Edición Cuarta Cengage Learning S.A.
- Martin Àmez Fernando (2008) Diccionario de Contabilidad y FinanzasMadrid- España; Grupo Cultural S.A.
- Miranda J. (2008) Gestión de Proyectos Colombia Quinta Edición.
- Mora Enguidanos Araceli (2009) Diccionario de Contabilidad, Auditoría y Control de Gestión Madrid-España: Editorial Ecobook.
- Ortiz Anaya Héctor (2008) Análisis Financiero Universidad Externado de Colombia
- Parkin Michael, (2009) Economía México sexta edición Pearson College División.
- Rodríguez Mendoza Carlos (2009) Diccionario de economía, etimológico, conceptual y procedimental Argentina.
- Rodríguez Valencia J. (2009) Administración de pequeñas y medianas empresas México sexta edición

- Sanz Carlos Javier (2009) Diccionario económico, contable, comercial y financiero Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Sepúlveda Cesar (2008) Diccionario de Términos Económicos Santiago de Chile: Editorial Universitaria S.A.
- Sulser Valdez Rosario y Pedroza José (2008) Exportación Efectiva Reglas Básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador Primera Edición.
- Wachowiez John M. y Van Horne James (2008) Fundamento de Administración Financiera México Décima Tercera Edición Pearson Educación.
- Zapata Sánchez Pedro (2008) Contabilidad General McGraw-Hill Interamericana Quinta Edición 70-73.
- Zuluaga Giraldo Ramiro (2007) Creación y Consolidación de Empresas Teoría Práctica y Aplicación Ecoe Editores Pág. 15

### **EN WEB**

- [descuadrando.com/Rentabilidad\\_financiera](http://descuadrando.com/Rentabilidad_financiera)
- [bibliotecadigital.umsa.bo:8080/rddu/bitstream](http://bibliotecadigital.umsa.bo:8080/rddu/bitstream)
- [es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_de\\_coste-beneficio](http://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_de_coste-beneficio)
- [es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_de\\_coste-efectividad](http://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_de_coste-efectividad)
- [es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_de\\_coste-minimizaciòn](http://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_de_coste-minimizaciòn)
- [es.wikipedia.org/wiki/Perspectiva](http://es.wikipedia.org/wiki/Perspectiva)
- <http://definicion.de/gastoWemIICV>

- <http://www.monografias.com/trabajos30/comercio-informal/comercio-informal>.
- [pyme.lavoztx.com/tipos-de-analisis-economicos-7225.htm](http://pyme.lavoztx.com/tipos-de-analisis-economicos-7225.htm)
- [www.desarrolloweb.com](http://www.desarrolloweb.com) › Manuales › Estrategias de negocio en Internet
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Administración y Finanzas
- [www.estudioeconomico.html](http://www.estudioeconomico.html)
- [www.pragmaconsultores.com](http://www.pragmaconsultores.com) › Actualidad

## **CAPITULO VII**

### **ANEXOS**

**ANEXO N.- 1**

**ENCUESTAS**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE ECONOMÍA Y FINANZAS  
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL  
Nº 3**

**OBJETIVO:** Analizar la situación económica de los integrantes del Mercado Central Nº 3 y sus perspectivas de desarrollo a corto plazo.

SIRVASE COLOCAR UNA X EN LA RESPUESTA QUE CONSIDERE PERTINENTE

**1.- ¿A QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD COMERCIAL SE DEDICA?**

Bisutería  Víveres  Frutas  Cárnicos  Otros  -----

**2.- ¿A CUÁNTO ASCIENDE SUS VENTAS MENSUALES?**

Desde \$100 hasta \$400

Desde \$401 hasta \$800

Desde \$801 hasta \$1200

Desde \$1201 hasta \$2400

Más de \$2400 especifique cuánto: -----

**3.- ¿CUÁNTAS VECES INVIERTE EN SU NEGOCIO AL MES?**

1

2

4

6

8

Más de 8 veces especifique cuánto: -----

**4.- ¿CUÁNTO INVIERTE EN SU NEGOCIO AL MES?**

Desde \$300 hasta \$600

Desde \$601 hasta \$900

Desde \$901 hasta \$1200

Desde \$1201 hasta \$2000

Más de \$2000 especifique cuánto: -----

**5.- ¿TIENE EMPLEADOS EN SU NEGOCIO?**

SI

NO

**6.- ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE EMPLEADOS QUE TIENE SU NEGOCIO?**

1

2

3

Más de 3 empleados especifiquen cuántos-----

**7.- ¿CUÁNTO GASTA EN SUELDOS DE PERSONAL MENSUALMENTE?**

Desde \$100 hasta \$200

Desde \$201 hasta \$300

Desde \$301 hasta \$400

Más de \$400 especifique cuánto: -----

**8.- ¿USTED TIENE DEUDAS EN INSTITUCIONES FINANCIERAS O COMERCIALES?**

SI

NO

**9.- ¿CUÁNTO ES EL MONTO QUE USTED PAGA MENSUALMENTE POR DEUDAS?**

Desde \$50 hasta \$100

Desde \$101 hasta \$200

Desde \$201 hasta \$300

Más de \$300 especifique cuánto: -----

**10.- ¿USTED PAGA IMPUESTOS?**

SI

NO  CUÁLES: -----

**11.- ¿CON QUÉ FRECUENCIA DECLARA SUS IMPUESTOS?**

MENSUAL

TRIMESTRAL

SEMESTRAL

ANUAL

**12.- ¿CUÁNTO UD. CONSIDERA QUE HA GASTADO EN MATERIALES DE OFICINA (CUADERNOS, LAPICEROS, LIBRETAS) MENSUALMENTE?**

Desde \$ 5 hasta \$10

Desde \$11 hasta \$15

Desde \$16 hasta \$20

Más de \$20 especifique cuánto: -----

**13.- ¿CUÁNTO UD. GASTA EN LA TRANSPORTACIÓN DE LA MERCADERIA MENSUALMENTE?**

Desde \$30 hasta \$60

Desde \$61 hasta \$90

Desde \$91 hasta \$120

Más de \$120 especifique cuánto: -----

**14.- ¿A CUÁNTO ASCIENDE EL GASTO MENSUAL EN SU NEGOCIO?**

Desde \$50 hasta \$100

Desde \$101 hasta \$200

Desde \$201 hasta \$300

Más de \$300 especifique cuánto: -----

**15.- ¿UD. DEBE A PRESTAMISTAS ILEGALES (CHULQUEROS)?**

SI

NO

**16.- ¿CUÁNTO PAGA UD. MENSUALMENTE A PRESTAMISTAS ILEGALES (CHULQUEROS)?**

Desde \$50 hasta \$100

Desde \$101 hasta \$200

Desde \$201 hasta \$300

Más de \$300 especifique cuánto: -----

**17.- ¿CUÁL ES LA GANANCIA MENSUAL QUE PERCIBE EN SU NEGOCIO?**

Desde \$ 50 hasta \$100

Desde \$101 hasta \$200

Desde \$201 hasta \$300

Desde \$301 hasta \$400

Más de \$400 especifique cuánto: -----

**18.- ¿QUE CONSIDERA UD. NECESARIO PARA MEJORAR SU SITUACIÓN ECONÓMICA?**

Apoyo de autoridades locales

Apoyo Gubernamental

Proveedores de Mercadería

Regulación en los precios

Capacitación en atención al cliente

Financiamiento de instituciones financieras

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO N.- 2**  
**ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL N.- 3**  
**BALANCE GENERAL**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**

<b>ACTIVOS</b>	
<b>CORRIENTE</b>	
Bancos	\$ 6.000
Cuentas por cobrar asociados	2.400
Cuentas por cobrar diversos	600
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>9.000</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	
Muebles y enseres	1.080
Equipos de Computación	1.139
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>2.219</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>11.219</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTES</b>	
Cuentas por pagar	500
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>500</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
<b>CAPITAL</b>	<b>6.579</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>4.140</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>\$ 11.219</b>

**ANEXO N.- 3**

**ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL N.- 3  
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS  
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**

<b>INGRESOS</b>	
Cuotas ordinarias de asociados	\$ 5.400
Ingreso por multas de asociados	700
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>6.100</b>
<b>GASTOS</b>	
Arriendo de local	600
Luz	60
Gastos de Sueldo	720
Materiales de oficina	350
Gastos bancarios	150
Varios	80
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>1.960</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 4.140</b>

## ANEXO N.- 4

### MERCADO CENTRAL N.- 3 ANTIGUO



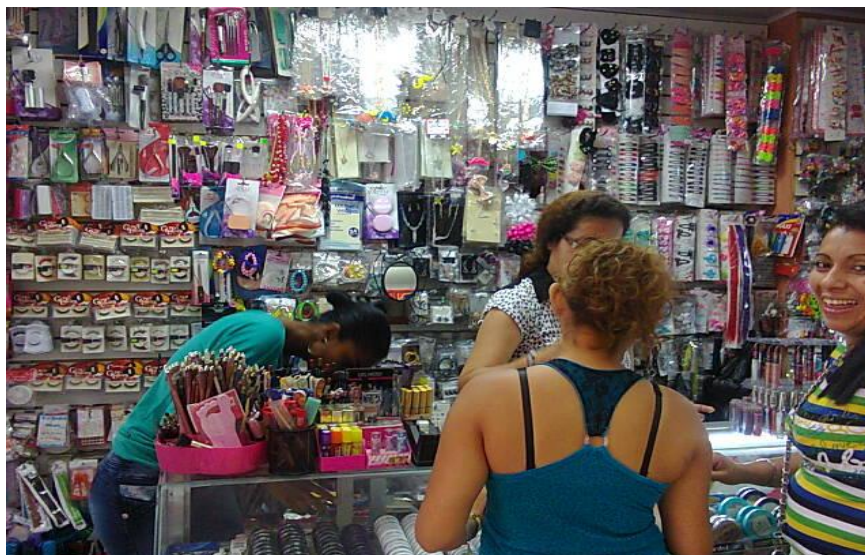
RAFAEL PINTO / EL UNIVERSO

### MERCADO CENTRAL N.-3 ACTUAL



## ANEXO N.- 5

### BISUTERIA



### VIVERES



## CÀRNICOS



## FRUTAS



## BAZAR



## CABINAS

