



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN FINANZAS – CONTADOR PÚBLICO - AUDITOR**

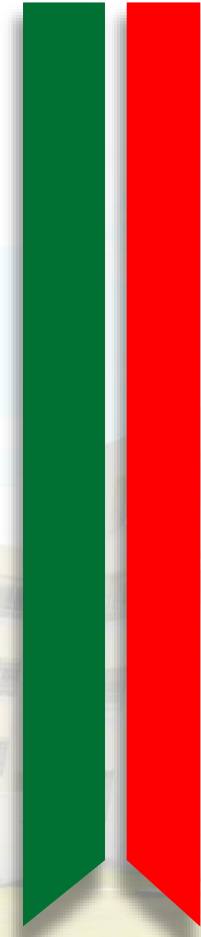
AUTORES:

**BRAVO TAPIA JORGE ANIBAL
VARGAS CORTE ANDREA MICHELLE**

DIRECTOR:

ING. JULIO CÉSAR TAPIA LEÓN

LATACUNGA, DICIEMBRE 2017



Trabajar duro por algo que no nos interesa se llama estrés, trabajar duro por algo que amamos se llama pasión.

Peter Drucker



TEMA DE PROYECTO

“ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN EL SECTOR DE COMERCIO AL POR MENOR EN ESTABLECIMIENTOS NO ESPECIALIZADOS (TIENDAS) DE PRODUCTOS LÁCTEOS, HUEVOS, ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN DE BALANCE SOCIAL”



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

EFFECTOS

Balance social deficiente

Responsabilidad solidaria asociativa inexistente

Insuficiente desarrollo del sector de comercio

Limitado conocimiento de responsabilidad solidaria asociativa del sector no financiero de comercio al por menor en establecimientos no especializados (tiendas) de productos lácteos, huevos, aceites y grasas comestibles del cantón Latacunga

CAUSAS

Escasa información del sector no financiero

Desconocimiento del impacto social del sector de comercio

Carencia de apoyo financiero al sector comercio



MACRO

Latinoamérica

La economía solidaria se ha utilizado como un mecanismo fundamental que permite desarrollar diferentes tipos de emprendimiento a través del otorgamiento de asesorías, medios de financiación, entre otras.

MESO

Ecuador

En Ecuador el sector de la economía popular no ha sido apoyada por parte del Estado, lo que conlleva a varios efectos, uno de ellos es que se disminuya el desarrollo dentro del sector.

MICRO

Cotopaxi, Latacunga

En el cantón Latacunga el sector comercio en el último año ha pasado por una grave crisis lo que ha originado que las ventas normales se redujeran más de la mitad.



JUSTIFICACIÓN



Se establecerá una herramienta que permita evaluar un modelo de balance social mediante el estudio de la responsabilidad solidaria asociativa del sector de comercio al por menor.



A través del análisis de cada una de las asociaciones y cooperativas que conforman el sector de la economía popular y solidaria para poder establecer la manera en que se desarrolla en estas la responsabilidad solidaria asociativa.



Esto beneficiará en el ámbito institucional ya que se desarrollará un estudio detallado del sector adquiriendo así mayores conocimientos sobre su desempeño y el manejo de las asociaciones o cooperativas.



Servirá como referente para futuros estudiantes que requieran un sustento en sus investigaciones acerca de la responsabilidad solidaria asociativa así como en el desarrollo de un modelo de balance social.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una herramienta que permita evaluar un modelo de Balance Social en base al estudio de la responsabilidad solidaria asociativa en el sector de comercio al por menor en establecimientos no especializados (tiendas) de productos lácteos, huevos, aceites y grasas comestibles del cantón Latacunga, año 2017.

Establecer las bases teóricas, conceptuales y legales.

Diseñar la metodología y los instrumentos de investigación.

Analizar la información obtenida con que cuenta el sector no financiero.

Valorar la indagación que se derivó sobre la responsabilidad solidaria asociativa.

Elaborar un simulador que permita evaluar el modelo de balance social.



DEFINICIÓN

Responsabilidad social

- Es el compromiso que tiene toda empresa o negocio no solamente con las leyes o instituciones que la regulan sino también con los miembros que forman parte de la misma así como para con la sociedad en la cual se desarrolla.

Balance social

- Es aquel documento que permite registrar las actividades que desarrolla una empresa y que están relacionadas con el ámbito social, ambiental y económico.

Comercio al por menor

- Es aquel que se dedica a la compra y venta en pequeña cantidad de mercaderías sin la necesidad de realizar transformación de materia prima y cuyos consumidores son los receptores finales de las mismas.



METODOLOGÍA

Instrumento.-
Cuestionario.

Técnica de recolección de datos.- Encuesta.

Tipo.- de campo y bibliográfica – documental.

Muestra.- Al no ser una población significativa la muestra se tomará como la totalidad de la población.

Validez y confiabilidad.- Cuatro (4) expertos en el tema de investigación.

Instrumento de análisis de datos.- Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).



POBLACIÓN

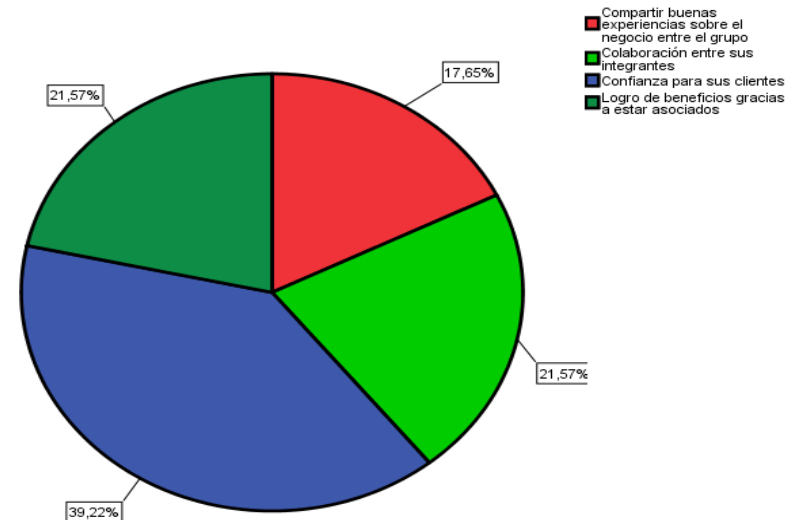
Según lo establecido por el CIIU se tomará en consideración el numeral 4711 que hace referencia a la venta al por menor en establecimientos no especializados con predominio de venta de alimentos, bebidas o tabaco.



RESULTADOS

A su criterio de los siguientes beneficios que ofrece ser parte de una asociación. ¿Cuál considera el más importante?

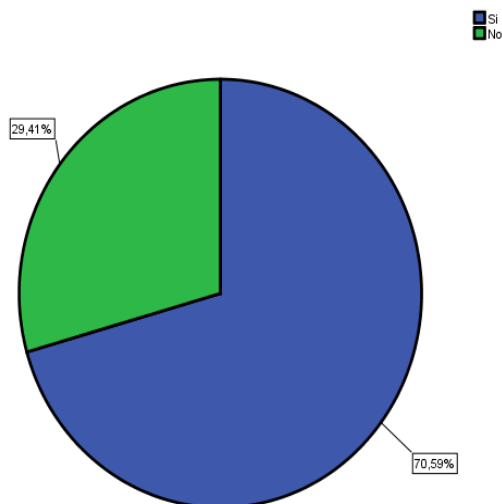
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Compartir buenas experiencias sobre el negocio entre el grupo	9	17,6	17,6	17,6
	Colaboración entre sus integrantes	11	21,6	21,6	39,2
	Confianza para sus clientes	20	39,2	39,2	78,4
	Logro de beneficios gracias a estar asociados	11	21,6	21,6	100,0
	Total	51	100,0	100,0	



RESULTADOS

¿Ha pensado su negocio brindar algún tipo de ayuda (económica, social, trabajo comunitario, entre otros) que beneficie a la sociedad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	36	70,6	70,6	70,6
	No	15	29,4	29,4	100,0
	Total	51	100,0	100,0	



¿Considera importante a futuro que su negocio cuente con elementos de Responsabilidad Solidaria Asociativa que aporten al desarrollo del mismo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	51	100,0	100,0	100,0



COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Nivel de significancia

5 %

Grados de libertad

$$GL = (f-1) (c-1)$$

Donde:

f = filas

c = columnas

$$GL = (2 - 1) (2-1)$$

$$GL = (1) (1)$$

Grados de libertad = 1

H0: La responsabilidad solidaria asociativa del sector comercio al por menor en establecimientos no especializados (tiendas) de productos lácteos, huevos, aceites y grasas comestibles no afecta al Balance Social.

H1: La responsabilidad solidaria asociativa del sector comercio al por menor en establecimientos no especializados (tiendas) de productos lácteos, huevos, aceites y grasas comestibles afecta al Balance Social.

			¿Ha pensado su negocio brindar algún tipo de ayuda (económica, social, trabajo comunitario, entre otros) que beneficie a la sociedad?		Total
			Si	No	
¿Según su criterio cree usted que formar parte de una asociación es favorable para su negocio?	Si	Recuento	34	10	44
		Recuento esperado	31,1	12,9	44,0
	No	Recuento	2	5	7
		Recuento esperado	4,9	2,1	7,0
Total		Recuento	36	15	51
		Recuento esperado	36,0	15,0	51,0



COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Prueba de chi cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,899 ^a	1	,009		
Corrección de continuidad ^b	4,753	1	,029		
Razón de verosimilitud	6,251	1	,012		
Prueba exacta de Fisher				,018	,018
Asociación lineal por lineal	6,764	1	,009		
N de casos válidos	51				
a. 2 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,06.					
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2					



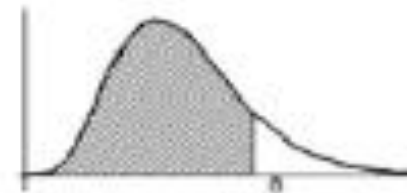
COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Decisión:

Luego de realizar la comprobación de hipótesis, se obtuvo como resultado en la tabla un valor crítico de 3.841; y el valor del Chi cuadrado calculado fue de 6.897, al resultar este valor mayor que el crítico se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa; comprobándose que la responsabilidad solidaria asociativa del sector comercio al por menor en establecimientos no especializados (tiendas) de productos lácteos, huevos, aceites y grasas comestibles sí afecta al balance social.

PERCENTILES DE LA DISTRIBUCIÓN χ^2

$$F(\alpha) = P(X \leq a)$$



α	0,995	0,99	0,975	0,95	0,9	0,75	0,5	0,25	0,05	0,025	0,01	0,005
1	7,879	6,635	5,024	3,841	2,706	1,323	0,455	0,102	0,004	0,001	0,000	0,000
2	10,597	9,210	7,378	5,991	4,605	2,773	1,386	0,575	0,103	0,051	0,020	0,010
3	12,838	11,345	9,348	7,815	6,251	4,108	2,366	1,213	0,352	0,216	0,115	0,072
4	14,860	13,277	11,143	9,488	7,779	5,385	3,357	1,923	0,711	0,484	0,297	0,207
5	16,750	15,086	12,833	11,070	9,236	6,626	4,351	2,675	1,145	0,831	0,554	0,412
6	18,548	16,812	14,449	12,592	10,645	7,841	5,348	3,455	1,635	1,237	0,872	0,676
7	20,278	18,475	16,013	14,067	12,017	9,037	6,346	4,255	2,167	1,690	1,239	0,989
8	21,965	20,090	17,535	15,507	13,362	10,219	7,344	5,071	2,733	2,180	1,646	1,344
9	23,589	21,666	19,023	16,919	14,684	11,389	8,343	5,899	3,325	2,700	2,088	1,735
10	25,188	23,209	20,483	18,307	15,987	12,549	9,342	6,737	3,940	3,247	2,558	2,156
11	26,757	24,725	21,920	19,675	17,275	13,701	10,341	7,584	4,575	3,816	3,053	2,603
12	28,306	26,217	23,337	21,026	18,549	14,845	11,340	8,438	5,226	4,404	3,571	3,074



PROPUESTA

La presente herramienta (simulador) tiene como objetivos evaluar tanto la responsabilidad solidaria asociativa como el balance social presente en el sector de comercio al por menor y mostrar a los propietarios de los establecimientos los beneficios que tiene ser parte de una asociación.

Requiere únicamente el ingreso de datos básicos con los que todos los propietarios de los establecimientos cuentan, posterior al ingreso de los mismos, el simulador entregará los resultados acorde a las especificaciones.

Adicionalmente el simulador no solamente entregará resultados cuantitativos sino también cualitativos y gráficos, de tal manera que sea entendible para los propietarios de los establecimientos.



JUSTIFICACIÓN

Se evaluará a los establecimientos de comercio al por menor del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi y permitirá analizar a este sector de tal manera que se pueda identificar las falencias existentes en el mismo.

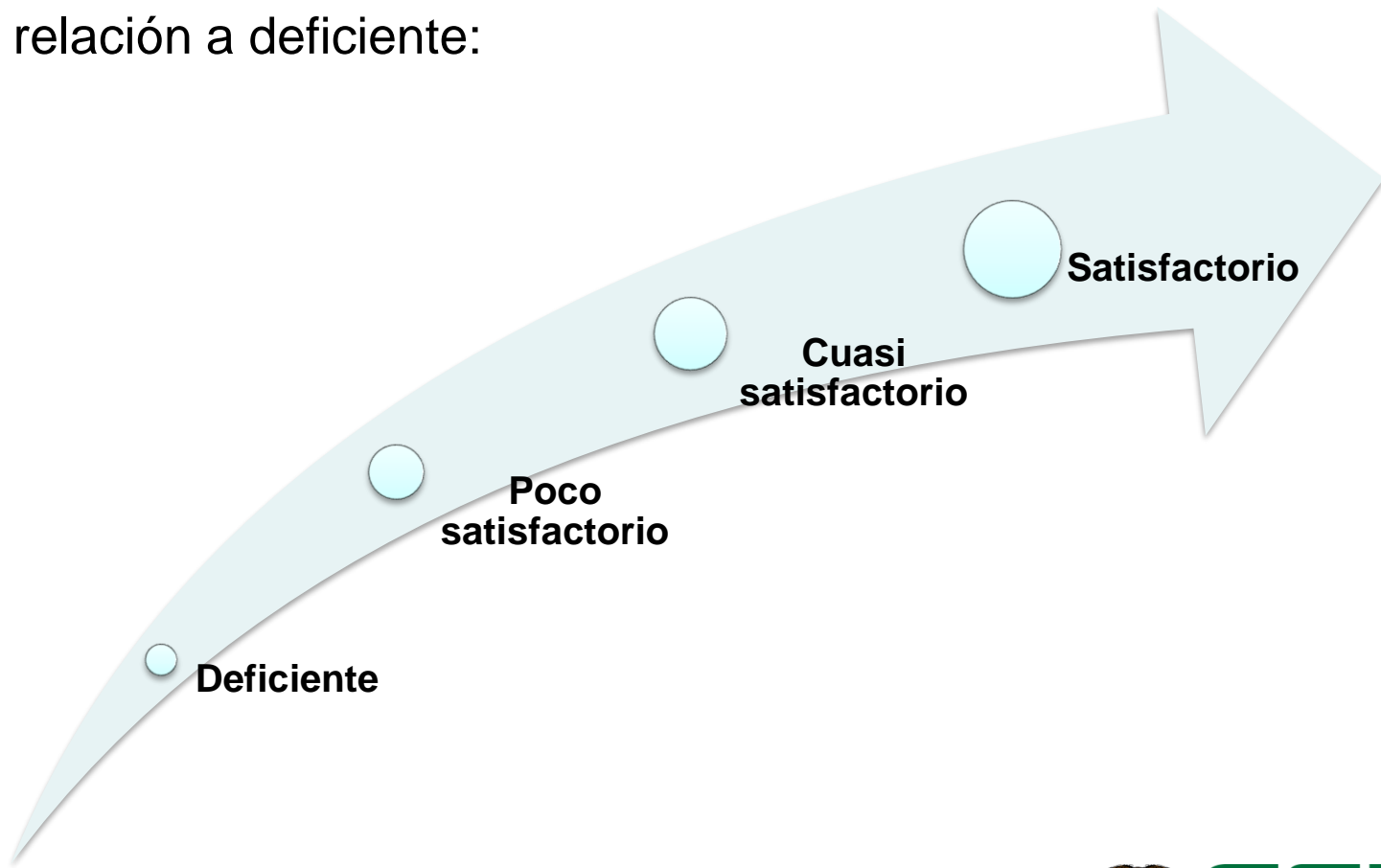


Este simulador servirá como referente tanto en el aspecto teórico como práctico para los propietarios de los establecimientos de comercio al por menor que requieran saber cómo se encuentra su establecimiento en la aplicación de responsabilidad solidaria asociativa y balance social,



METODOLOGÍA

Los indicadores cualitativos se medirán a través de los siguientes ítems teniendo una valoración de 1 en relación a satisfactorio hasta 0 en relación a deficiente:



ASPECTOS DE CONTROL

Para control de la herramienta (simulador) se ha implementado una matriz de semaforización basada en el Balance Score Card (BSC) misma que contendrá especificaciones de los rangos.

Calificación	Rango	
Satisfactorio	Más de 1	
Cuasisatisfactorio	0,70	0,99
Poco satisfactorio	0,35	0,69
Deficiente	0,00	0,34

..\SIMULADOR.XLSX



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

CONCLUSIONES

El 64.71% de los encuestados orientan la ayuda de su negocio a aspectos sociales de la población debido a que por el tamaño de los establecimientos la ayuda económica les significaría un gasto adicional a los ya existentes en su establecimiento.

El 100% de los establecimientos de comercio al por menor encuestados no forman parte de asociaciones debido a que no existe una ley que los obligue a asociarse, y piensan que al ser parte de una asociación deberían cumplir con más obligaciones e impuestos y no conocen los beneficios de estar asociados.

El 100% de los propietarios de los establecimientos de comercio al por menor desconocen acerca del balance social y como aplicar este para beneficio de la sociedad por lo cual la herramienta desarrollada facilitará la comprensión y aplicación en este sector tanto de responsabilidad solidaria asociativa como de balance social.



RECOMENDACIONES

Los establecimientos registrados que fueron encuestados optan más por brindar ayuda de tipo social que económica, sin embargo, ofrecer otros tipos de ayuda también es beneficioso para la comunidad, uno de ellos es en el área del medio ambiente.

Se recomienda que los establecimientos opten por asociarse, pues es una manera de beneficiarse ya que uno de esos beneficios será el de abastecerse de conocimiento en general para el desarrollo de su local y por ende subir sus ventas haciendo una fuerte competencia a los supermercados.

Existe desconocimiento por parte del balance social, y pues como recomendación se opta por hacer uso del modelo de balance social que explica de mejor manera y más detalladamente todos los aspectos que abarca el mismo.



Gracias



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA