



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y BIENESTAR
CARRERA DE ECONOMIA

PROYECTO DE INVESTIGACION PARA OBTENER EL TITULO DE:
ECONOMISTA

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACION

TEMA:

ANALISIS DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
LICORES ARTESANALES DEL CANTON JUNIN PROVINCIA DE
MANABI

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE: ECONOMISTA

AUTORA:

PONCE SALTOS SILVIA RAQUEL

TUTOR:

DR. C. WASHINGTON ZAMBRANO VELEZ

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2024

CERTIFICACION

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Matriz Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

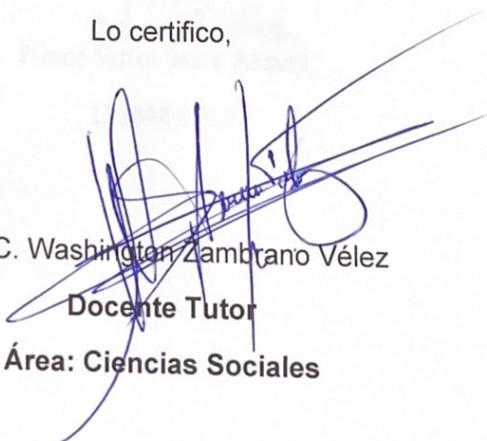
Haber dirigido y revisado el Proyecto de Investigación bajo la autoría de la estudiante Ponce Saltos Silvia Raquel legalmente matriculada en la carrera de Economía periodo académico 2023-2024, cumpliendo un total de 400 horas bajo la opción de titulación de **Proyecto de Investigación** cuyo tema de proyecto o núcleo problemático es "**ANALISIS DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LICORES ARTESANALES DEL CANTON JUNIN PROVINCIA DE MANABI**".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 31 de julio 2024

Lo certifico,



DR. C. Washington Zambrano Vélez

Docente Tutor

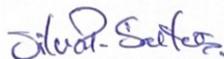
Área: Ciencias Sociales

DECLARATORIA DE AUTORIA

Ponce Saltos Silvia Raquel, declara que el contenido en el presente trabajo de titulación "**ANALISIS DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LICORES ARTESANALES DEL CANTON JUNIN PROVINCIA DE MANABI**" ha sido desarrollada respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas y pie de pagina que constan en el documento cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Los análisis, resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas en un amplio estudio son únicos y exclusivos responsabilidad de la autora, las cuales no pueden ser modificadas sin la debida autorización de la misma.

A través de esta declaración, cedo esta investigación a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí para que lo utilice como estime conveniente, según lo establecido por leyes y reglamentos estipulados por la normativa institucional vigente.



Ponce Saltos Silvia Raquel

131646595-2

Agradecimiento

A Dios por sus bendiciones en cada paso que doy.

A mi familia, mis padres que han sido el pilar fundamental de mi formación y apoyo incondicional.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y la carrera de Economía por permitirme haber realizado mis estudios en prestigiosa institución.

A los docentes que a lo largo de todo el estudio impartieron sus conocimientos y experiencias para formar profesionales. De manera especial al Econ. Fernando Anzules y la Sra. Luz García quienes han brindado tiempo, apoyo, consejos y unos cuantos llamados de atención en todo mi proceso de titulación.

Agradezco a mis amigas Carmelina, Vanesa, Lady, Claudia, Besibell, Rosa y Andrea, con las que he compartido experiencias, anécdotas y logros.

A cada uno de ustedes, mi más profundo agradecimiento por su invaluable contribución en este viaje académico.

Dedicatoria

A mis padres por brindarme la vida y con ella la capacidad de superarme y ser siempre mi apoyo en cada paso de este camino difícil y arduo de la vida.

Principalmente a mi súper héroe sin capa, mi padre Orlando, que nunca me abandona y me da las fuerzas para siempre seguir en pie siendo mi guía en el camino desde lo más alto.

Contenido

Capítulo I. Planteamiento del problema	5
Núcleo Problémico	7
Justificación del Problema	9
Delimitación del Problema	10
Planteamiento del Problema.....	10
Objeto de Estudio.....	12
Objetivo del Estudio	12
Variables Conceptuales	13
Capitulo II. Marco Teórico.....	14
Diagnóstico.....	14
Microempresas.....	15
Análisis de Contexto	20
La Caña de Azúcar	20
Aguardiente	21
Productividad.....	23
Plan de Mejora	26
Capítulo III. Diseño Metodológico.....	31
Métodos.....	31
Técnicas	31
Técnicas de Revisión Documental	32

Población.....	33
Capítulo IV. Resultados	35
Recolección de la Información.....	35
Procesamiento Y Análisis	48
Capítulo V. Conclusiones Y Recomendaciones.....	52
Conclusiones.....	52
Recomendaciones	53
Bibliografía	54

Resumen

La caña de azúcar, materia prima principal de la economía del cantón Junín para la elaboración del popular currincho, bebida alcohólica elaborada de manera artesanal por emprendedores de la zona, junto con subproductos derivados de esta misma. Existe alto porcentaje de microempresarios sin conocimientos necesarios de administración, asesorías financieras o del GAD.

Un plan de mejoras que incidan en la productividad de la comercialización de licores artesanales que generen éxito y crecimiento, permitiéndoles potenciar sus fortalezas.

Palabras Claves: Currincho, Microempresarios, Productividad, Comercialización.

Abstract

Sugar cane, the main raw material of the economy of the Junín canton for the production of the popular currincho, an alcoholic drink made in an artisanal way by entrepreneurs in the area, along with byproducts derived from it. There is a high percentage of microentrepreneurs without the necessary knowledge of administration, financial advice or the GAD.

An improvement plan that affects the productivity of the marketing of artisanal liquors that generates success and growth, allowing them to enhance their strengths.

Capítulo I. Planteamiento del problema

Núcleo Problémico

La provincia de Manabí es conocida por sus tradiciones latentes, entre las que destaca el aguardiente (licor artesanal), pues uno de los principales productos agrícolas es la caña de azúcar (Zambrano, 2014).

El Mercado de Manabí cuenta con una variedad de destilados comúnmente llamados currincho. Sin embargo, la mayor parte de la producción y comercialización empíricamente se lleva a cabo a nivel nacional y local (Cartay, García, Meza, Intriago y Romero, 2018). Esto se puede atribuir a que los responsables de realizar estas actividades no cuentan con los conocimientos adecuados. Muchos destiladores no pueden obtener el registro sanitario ni formalizar ciertos procesos debido al contenido alcohólico del currincho. Sin embargo, esta situación debe verse como uno de los aspectos del problema que les lleva a seguir siendo productores artesanales.

El cantón Junín es conocido por la producción de caña de azúcar, rubro importante en la economía de esta población, su producto base se utiliza para la producción de la misma para elaborar subproductos como panela y el popular “currincho”, bebida alcohólica elaborada de manera artesanal elaborados en la zona; por lo que existe un alto porcentaje de microempresarios, sin embargo estos no cuenta con los conocimientos necesarios acerca de la gestión empresarial, programas específicos para pymes, ni con la asesoría, además de no contar con el capital o la liquidez para invertir en tecnología y maquinaria para mejorar la productividad.

Desde diversos sectores del país llegan compradores adquirirlo debido a su pureza y alta concentración alcohólica, su producción local es una actividad empresarial combinada con la faceta de innovación que representa el proceso de elaboración.

Productores, distribuidores y comerciantes engloban la industria del alcohol que han logrado posicionarse en diversos mercados de la Organización Panamericana de Salud, (OPS, 2015). En el Ecuador, existe diversidad de aguardientes propios de cada zona, (Abad, 2013), su producción se ha instaurado como principal actividad para sustento de hogares, mediante empresas familiares que representan un rol predominante en la economía del país. Sin embargo, las ventas informales existentes plantean importantes desafíos de marketing, lo que genera competencia desleal, baja visibilidad y expansión (Abad, 2013).

De igual forma, se evidencia una baja inversión económica, falta de motivación y desconocimiento sobre lo que significa crear una pequeña empresa. Esto se debe a una mala planificación y organización de programas que permiten la promoción de pequeñas y grandes empresas, así como a aquellos que no permiten la promoción de pequeñas y grandes empresas. Deficiencias en la mecanización, producción y comercialización de bebidas de licores artesanales, falta de conocimiento del mercado, falta de comercialización, falta de un plan de negocios que pueda identificar deficiencias e implementar estrategias para mejorar los niveles de ventas. Además, esto significa que el consumidor no confía al 100% en la calidad del producto ofrecido, cumpliendo todas las expectativas de una compañía agradable, como familiares y amigos. De lo anterior, podemos formular la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores que inciden en la producción y comercialización de Licores Artesanales del Cantón Junín, Manabí?

Diversas microempresas se cimientan en una economía familiar, con conocimientos empíricos que conllevan a toma de decisiones erróneas que afectan el crecimiento de estas y las necesidades de quienes la conforman. La escasa aplicación de tecnologías, de estrategias para la planeación y control, la seguridad física de bienes y personas, la ubicación geográfica son factores que afectan las decisiones de inversión y el éxito competitivo.

Justificación del Problema

Las fábricas de licores artesanales se identifican por tener una economía informal, las cuales contribuyen a la generación de empleos, producción local, al desarrollo regional, producen artículos a precios competitivos y demás beneficios para el entorno económico nacional.

El presente estudio tiene una significativa **relevancia** porque el desarrollo de un plan de mejora para la fabricación de licores artesanales en Junín provincia de Manabí, para ello es necesario identificar las deficiencias existentes en el proceso de comercialización, tecnología, producción, mercado, marketing y otros aspectos que conducen al desarrollo de un plan de acción para lograr el objetivo principal de incrementar el nivel de ventas.

El diagnóstico de los factores internos y externos es **factible** debido a que se cuenta con la colaboración del GAD municipal del cantón Junín, los mismos que consideran que los resultados de esta investigación serán de gran ayuda para aplicar posibles acciones de mejora que permitan mejorar la productividad de las microempresas.

El estudio es **pertinente** para la mejora de la competitividad de las microempresas del cantón, con el fin de optimizar la estructura organizativa y sus habilidades para una adecuada gestión en el entorno económico actual.

La investigación es **relevante** porque permitió mostrarle a los microempresarios los principales factores tanto internos como externos que les impedían un mayor desarrollo productivo y financiero.

Los resultados de la investigación son de gran **beneficio** para los microempresarios y para la administración del cantón, les brinda las pautas necesarias para realizar acciones correctivas que les generen éxito y crecimiento, permitiéndoles potencializar sus fortalezas.

Delimitación del Problema

Campo.- Económico Social

Área.- Microempresas

Tema.- Análisis de la producción y comercialización de licores artesanales del cantón Junín, Provincia de Manabí

Problema.- Factores que inciden en la baja productividad.

Delimitación Espacial.- Zona urbana del cantón Junín provincia de Manabí.

Planteamiento del Problema

Durante las décadas del cincuenta, sesenta y setenta, el enfoque económico predominante (en materia empresarial) era el de la producción en serie, siguiendo modelo de industrialización impulsado en los Estados Unidos por Henry Ford; cualquier forma de organización fabril distinta al Fordismo era considerada como ineficiente y por lo tanto excluida de todo análisis económico; especialmente por ser considerada ineficiente en la intensidad de utilización de las energías. (Recinos, I. 2011).

Se ha observado que a lo largo de la historia de la humanidad el aguardiente es un producto que ha estado presente en todos los grupos sociales. América Latina ha sido considerada como la segunda región como mayor consumo de alcohol (World Health Organization, 2016), un 14% aproximadamente no se encuentra registrado, esto se debe principalmente a la producción y consumo de licores artesanales, los cuales se consideran parte importante de la gastronomía (Bueno, 2018).

Las empresas de menor tamaño no encontraban lugar dentro del sistema de producción en serie, debido a la ausencia de inversión que implicaba la adquisición de los bienes de capital necesarios para llevar a cabo la producción en masa. Esta incompatibilidad jugó desde un principio un factor en contra de las MIPYMES al considerarlas como un fenómeno plausible de ser incorporado a las economías industrializadas. (Recinos, I. 2011).

El papel de las MYPES empezó a tener fuerza hacia finales de la década de los años 70, con la crisis del Modelo Fordista. Por un lado, la crisis del petróleo encareció enormemente los precios de los energéticos y, por otro lado, la expansión económica de los países desarrollados registrada en esa década comenzó a detenerse como consecuencia lógica de la caída del consumo. A razón de la crisis, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) empieza a recomendar que los países del “tercer mundo” ayuden a las MIPYMES, otorgándoles mayores incentivos y generando políticas de promoción. (Recinos, I. 2011).

En los 80, con aparición del paradigma Post-Fordista al que se denominó “Especialización Flexible” de uso intensivo en información y conocimiento, se revaloró el papel de las MIPES dentro del proceso de crecimiento económico, ahora eran vistas como agentes de este cambio, debido a que el menor tamaño de estas empresas es considerado como signo de una mayor capacidad de adaptación e innovación. (Recinos, I. 2011).

A partir de entonces, y bajo el nuevo paradigma, las pequeñas firmas empiezan a ser consideradas como eficientes, flexibles y dinámicas, especialmente en los países en desarrollo, que necesitaban firmas adaptables que lograsen sobrevivir a los efectos exteriores de las crisis. (Recinos, I. 2011).

Objeto de Estudio

En lo que concierne al campo Económico Social con la presente investigación se identificarán los factores internos y externos que inciden en la productividad de las microempresas, mismos que serán la base para que quienes la dirigen identifiquen las oportunidades y amenazas dentro y fuera del territorio.

Objetivo del Estudio

Objetivo General

Analizar los Factores que inciden en la producción y comercialización de licores artesanales del cantón Junín.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado en las fábricas de licores artesanales.
- Proponer una planificación estratégica que contribuirá a la mejorar la situación actual

Variables Conceptuales

Variable Dependiente

Incidencia de la productividad de las microempresas comercializadoras de licores artesanales

Variable Independiente

Análisis de la producción de licores artesanales.

Capítulo II. Marco Teórico

Diagnóstico

En referencia a lo mencionado por (Velásquez, 2013) en el área de las ciencias administrativas se ha adoptado el término diagnóstico como una etapa dentro del proceso de investigación organizacional. Resulta provisorio además mencionar otras denominaciones para referirse al diagnóstico en el área de la administración, los cuales pueden ser:

- Diagnóstico Empresarial
- Diagnóstico Organizacional
- Diagnóstico Situacional y
- Diagnóstico Estratégico

(Eslava, 2013) menciona que el control de la empresa es fundamental para que pueda supervivir, para ello se debe aplicar un Diagnóstico de gestión.

Metodología de un Diagnóstico

Según lo mencionado por (Gómez, 2009) en la actualidad existen diversas metodologías de diagnóstico para la evaluación del desempeño de las empresas.

Estas metodologías de diagnóstico son un listado de preguntas que se hacen por los diferentes subsistemas de las organizaciones, arrojando información y resultados finales de forma abierta y sin especificar las posibles técnicas a utilizar para el tratamiento de esta información. Estas no están enfocadas a determinar cuáles son los principales problemas que limitan al desarrollo de la organización (Zambrano y Zamora, 2013).

Pasos de un Diagnóstico

Existe un sinnúmero de métodos de diagnóstico, que van desde trabajos realizados exclusivamente en gabinete hasta métodos que parten de la participación de la población en estudio en la elaboración del mismo. En este último caso se denomina diagnóstico participativo (Figueroa, 2012).

- Para (Figueroa, 2012) un diagnóstico empresarial procede de:
- Formulación de programas o proyectos institucionales a corto, mediano y largo plazo.
- Presentación de resultados y adopción de propuestas acorde a las necesidades de la empresa.
- Elaboración de cronogramas y ejecución de los programas o proyectos (asesoría o consultoría).
- Evolución y seguimiento del desarrollo de programas o proyectos.
- Medición del impacto de los programas o proyectos y resultados del diagnóstico empresarial.

Microempresas

(Cohen, E. y Otros. 1989), Presenta una definición operacional en cuanto a microempresas indicando que es una unidad familiar de producción donde el propietario es quien lleva a cabo la mayoría de las actividades del negocio; esta unidad debido a su tamaño, tienen capacidad para absorber entre tres a cinco personas asalariadas, quienes preferentemente son miembros de la familia o en todo caso, personas de la comunidad en la que se ubica la microempresa. Dentro de la unidad normalmente uno de los trabajadores se considera microempresario.

Muchas personas empeñan sus propiedades para agenciarse de un capital y poder ser microempresarios, una opinión nueva no usada es que muchas personas ignoran sus propiedades y toman como una pequeña empresa viajar de mojados a los estados unidos donde no se da de momento ni un producto o servicio sino bien un sacrificio con resultado de duda.

Según (Dobón, 2013) la Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedora, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 100 000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio (Dobón, 2013).

Evolución Histórica de la Microempresa

Por lo general las microempresas nacen desde el momento en que una persona quiere invertir para obtener ganancias, normalmente este tipo de personas cuentan con un capital limitado que las caracteriza dentro del sector informal quien ha identificado a las microempresas como un contexto de marginalidad económica.

División en Cuanto a las Necesidades de Financiamiento de la Microempresa

Programa de apoyo al sector informal de Guatemala, (Prosigua, 1999), analiza un estudio realizado sobre la caracterización de la economía informal realizado por la fundación para el análisis y desarrollo de centro América (FADES) las microempresas se pueden estratificar en tres grandes grupos:

- Microempresas de subsistencia, son las que no generan excedentes y solo permiten una remuneración al trabajo.
- Microempresas de producción mercantil simple, son las microempresas que logran los ingresos necesarios y suficientes para satisfacer las necesidades de la microempresa y del microempresario.
- Microempresas de acumulación, que generan excedentes cuya capitalización permite ampliar el nivel de productividad, también este tipo de microempresas llega a formar parte del sector formal e incluso deja de ser dependiente.

El estudio en referencia indica que predominan en el país las microempresas de subsistencia (FADES, 1995). En base a la clasificación anterior y por las propias condiciones de la microempresa en relación a sus actividades y las características del mercado, se considera por medio de un estudio que las microempresas pueden agruparse en tres grandes grupos:

- microempresas con altas posibilidades de crecimiento,
- microempresas con escasas potencialidades de crecimiento, y
- microempresas sin perspectivas de crecimiento.

En este y último grupo se pone de manifiesto casi la mayoría de pequeños empresarios de vida bastante joven que tienen la idea de crear algo y en la mayor parte de casos casi todos los que lo han intentado han atravesado por varias experiencias dejando tirado en varias ocasiones sus experimentos o tentativas hasta que encuentran el curso más adecuado o en otros casos el curso que más dominan por salir de esta clasificación y pertenecer a las anteriores es decir que al final han experimentado entre varias alternativas hasta que encuentren su propio camino que los llevan a desarrollarse en una situación que les cubre gastos, incursiones, indefiniciones hasta lograr su propio desarrollo. Es oportuno hacer notar

que son personas que no desean dependencia salarial o que no les gusta sujetarse a la disciplina de un jefe y es por lo mismo que insisten para convertirse al final en su propio patrono. Situaciones como la anteriormente descrita no suceden o rara vez pueden seguir quienes tienen dependencia con un salario más o menos adecuado que cubre el mínimo de mayor parte de sus necesidades que conforme se desarrolle la constancia del empresario va descubriendo la necesidad de manejar mejor situaciones productivas y organizacionales así como ventas y otros aspectos para obtener un desarrollo adecuado a la oferta de nuevos productos o servicios.

Estudios respecto a las necesidades de financiamiento de la microempresa, señalan que todas las microempresas necesitan financiamiento, que en algunas veces en lugar de favorecerles les perjudica por los altos intereses que se le cobran e incluso las inclinan a la quiebra cuando el crédito otorgado es mayor que sus posibilidades de desarrollo. También es importante resaltar que el crédito para las microempresas juega un papel preponderante en su desarrollo, y capacidad de expansión, así mismo les permite en algún momento convertirse en pequeñas o medianas empresas y llegar a colaborar con el fomento de la economía nacional y con la generación de empleos.

Características Operativas de las Microempresas

(Cohen, E. y Otros, 1989), Clasifica las características de las microempresas de la siguiente manera:

Adaptabilidad.

Es necesario mencionar como una de las primeras características de la microempresa la adaptabilidad constituida como un factor esencial en las modalidades de producción y ventas. Todo esto se refiere a la inestabilidad o inmovilizaciones de su local comercial y por consiguiente también, maquinaria, mobiliario y equipo, terrenos y otros activos fijos indispensables para el buen funcionamiento de la misma, en consecuencia de esto los

microempresarios buscan la forma de adaptarse a la producción sin importar el logro de productividad.

Generación de recursos.

Esta característica se encuentra vinculada con la adaptabilidad porque según las condiciones a las que se adapte la microempresa tiende a capacitarse para desarrollar nuevos recursos. Por lo mismo la microempresa desde su fundación se encuentra con una organización pobre y con diseños mínimos que no le permite desarrollar sus habilidades productivas y organizacionales, o también pueden ser adquisición de materia prima adecuada, insumos, manejo financiero correcto, atención de ventas y otros factores de igual importancia que son indispensables para obtener un desarrollo adecuado que permita aumentar la oferta productos o servicios.

Riesgos crecientes.

Los riesgos crecientes son los atributos que las microempresas van desarrollando con forme van creciendo hasta llegar a un punto de formalización. Dentro de los riesgos crecientes se debe de tomar en cuenta el patrón de demanda definido, la capacidad productiva instalada, costos necesarios para innovar sus productos y lo más importante que es poder responder a una de las principales amenazas que puede estar constituidas por el financiamiento externo con que cuente la microempresa y la competencia que en general se puede identificar como productos o servicios iguales o sustitutos del nuestro.

Administración de resultados.

Por lo general una microempresa debe de considerar cada una de las etapas mencionadas anteriormente a fin de poderse adaptar de la mejor forma a sus funciones con el

objeto de obtener productividad y así mismo superar riesgos para poder convertirse en el futuro en una empresa mediana o pequeña independiente y por consiguiente obtenga la utilidad deseada y el desarrollo que se esperaba.

Análisis de Contexto

(Franklin, E. y Krieger, M. 2012), El análisis de contexto es un elemento primordial para determinar el comportamiento de una organización. La pluralidad de este enfoque incluye un extenso juego de variables que permite conocer los elementos estratégicos que inciden de manera directa e indirecta en su desempeño. Tomando en consideración el gran número de aspectos que abarca y los factores que se desprenden de cada uno de ellos, es conveniente partir de una división del entorno general en las categorías siguientes: entorno externo, entorno de tarea y entorno interno.

La Caña de Azúcar

Composición Química De La Caña De Azúcar

La caña de azúcar es una planta longeva, con una vida económica extendida en algunos ciclos ya que tolera cinco o más cortes, ventaja que se puede obtener si hay una buena preparación del suelo. (Ministerio de Agricultura y Ganadería. Costa Rica, 1991)

Según (Pereira, 2013), el tallo de la caña de azúcar corresponde a la parte anatómica y estructural de mayor valor económico e interés en la producción de azúcar y posterior producción de alcohol, por lo que su composición química resulta de particular interés. En general, la composición química de una planta es el resultado de la síntesis e interacción de varios factores que afectan directa e indirectamente su contenido, y estos factores varían según su entorno, clima, variedad y época y condición. Manejo integrado, período de evaluación, propiedades fisicoquímicas y microbianas del suelo, humedad.

Entre los azúcares más simples se han identificado la glucosa y la fructosa, que están presentes en el jugo de caña de azúcar muy maduro en concentraciones del 1% al 5%. La calidad del jugo incide en el procesamiento de la caña de azúcar y en la recuperación de sacarosa en la fábrica. El 99% de los componentes de la caña de azúcar corresponden a los elementos hidrógeno, carbono y oxígeno. Su distribución en el tallo es aproximadamente 74,5% agua, 25% materia orgánica y 0,5% materia mineral. Para muchos técnicos y expertos la caña de azúcar es básicamente fibra y jugo como materia prima.

La calidad y contenido del jugo depende en gran medida de las materias primas de las que se obtiene. El alto contenido en fibra dificulta la extracción del jugo retenido en las células parenquimatosas de los tallos, lo que obliga a triturar y preparar cuidadosamente las materias primas para lograr una mayor disolución y rotura celular y así lograr el propósito de trituración. El uso de caña que aún no ha alcanzado una madurez satisfactoria puede causar problemas en la producción de alcohol, ya que puede contener sustancias indeseables para la fermentación, ya que, como se mencionó anteriormente, en la producción de alcohol se utiliza azúcar total fermentable en una cantidad importante. (Pereira, 2013)

Aguardiente

(Abad, 2013) afirma que licor es el nombre común de las bebidas alcohólicas destiladas entre 29 y 40 grados centígrados y pueden consumirse solas, añejadas, aromatizadas o mezcladas. Se obtienen de la destilación del vino o de determinados cereales, frutas o semillas como el centeno, la cebada, el enebro, el berro, la uva y el hinojo.

Según un estudio de (Cartay et al. 2018) elaborar aguardiente o currincho es un proceso algo largo y demorado, pero se puede simplificar en tres pasos o fases básicas:

- En el primer paso, los tallos de la caña de azúcar se trituran en los rodillos del trapiche para producir jugo de caña de azúcar. Las fuentes de energía para el trapiche cambian lentamente de la presión manual o el uso de animales o tracción hidráulica para impulsarlo a la propulsión mediante motores eléctricos. El residuo fibroso sólido de la savia, conocido como bagazo, se utiliza como combustible en calderas de fábricas o grandes fábricas de papel.

- En la segunda etapa, luego de la clarificación (proceso de remoción de impurezas o materia en suspensión), el jugo de la caña es transportado a recipientes de madera o plástico, que en los sistemas tradicionales contienen el "concho", "madre" o residuos de la fermentación. Allí madurará unas 48 horas hasta que se forme el guarapo. En algunos lugares a estos contenedores los llaman contenedores combinados.

- Paso 3: Vierte el guarapo en una olla grande o recipiente tapado y cocina a fuego alto sobre leña durante unas cuatro horas. El vapor liberado durante el proceso de ebullición fluye a través de un alambique de cobre, que es un tubo largo que transporta el líquido condensado a un tanque lleno de agua fría. Del dispositivo, que tiene apariencia cristalina, caen lentamente gotas de líquido condensado que se almacenan en recipientes de plástico de un galón que llaman caneca. Si el producto no es un líquido cristalino, el defecto se debe a la adición de taninos, que provocan cambios de color, sabor y calidad. Agregar exceso de agua hará que el currincho se vuelva blanco, lo que revelará su adulteración y afectará negativamente el precio. Este producto tiene una temperatura inicial de 90°, medida con un alcoholímetro o termómetro. Luego

baja a 60° a medida que se destila. Si el alcohol tiene menos de 50°, se redestilla porque se considera perjudicial para la salud.

Productividad

Según (Rincón de Parra, 2001) el desarrollo del pensamiento económico y gerencial sobre la productividad conduce a entenderla como un fenómeno complejo, que reviste una importancia estratégica de primer orden para las empresas que aspiran convertirse en sobresalientes, y, así permanecer en el tiempo.

El concepto de productividad, si bien muy popular en los últimos años, todavía está envuelto en un manto de confusión. Para algunos autores, la productividad se concentra en la medición de indicadores, cuya variación en el tiempo evidencia el comportamiento de la empresa y el estímulo en el proceso de toma de decisiones.

Para otros la medición es menos importante y recomiendan dedicar los esfuerzos en la motivación y participación de los trabajadores. Consideran que si se logra que cada persona actúe más productivamente, el resultado global se traduce necesariamente en una empresa más productiva.

Formas de Medir la Productividad

Según (Rincón de Parra, 2001) existen muchas formas de medir y analizar la productividad de la empresa; depende de los objetivos que se busquen. Según (Blanco. 1999) algunos métodos sencillos y prácticos de analizar la productividad en la empresa son los siguientes:

- Medida de la productividad de los trabajadores.
- Sistemas de medición para planificar y analizar las necesidades de mano de obra en las unidades de producción.

- Sistemas de medición de la productividad del trabajo orientados a la estructura del uso de los recursos de mano de obra.
- Productividad del valor agregado de la empresa.

Sobre el particular, Blanco argumenta que tradicionalmente la productividad total de la empresa, se ha visualizado como una razón matemática entre el valor de todos los productos y servicios fabricados o prestados y el valor de todos los recursos utilizados en hacer el producto o prestar el servicio en un intervalo de tiempo dado, si esta razón resulta mayor que la unidad, indica que de alguna manera se está agregando valor a los recursos durante la producción, en otras palabras, que la salida del sistema productivo es mayor que su entrada.

La mayor dificultad para esta medición la constituye la diversidad de unidades de medida que se utilizan, además de los instrumentos y tiempo que son necesarios para hacerla, de ahí la necesidad de trabajar con unidades comunes tanto para los productos como para los recursos. Las más utilizadas son las unidades monetarias y las horas-planta. Entre las dos, para efectos prácticos, la de mayor utilidad es la unidad monetaria. Por lo tanto, la información de costos de los recursos utilizados en la producción y precios de venta actualizados de los productos debe estar disponible.

Factores Internos y Externos que Afectan la Productividad

Factores Internos.

- Terrenos y edificios
- Materiales
- Energía
- Máquinas y equipo
- Recurso Humano

Factores Externos.

- Disponibilidad de materiales o materias primas

- Mano de obra calificada
- Políticas estatales relativas a tributación y aranceles
- Infraestructura existente
- Disponibilidad de capital e intereses
- Medidas de ajuste aplicadas (Fuentes, 2012).

Indicadores de Productividad

(Koontz y Wehrich, 2004) citado por (Fuentes, 2012), señalan que existen tres criterios comúnmente utilizados en la evaluación del desempeño de un sistema, los cuales están relacionados con la productividad.

Eficiencia.

Es la relación con los recursos o cumplimiento de actividades, como la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos estimados o programados y el grado en el que se aprovechan los recursos utilizados transformándose en productos. La eficiencia está vinculada en la productividad; pero si sólo se utilizara este indicador como medición de la productividad únicamente se asociaría la productividad al uso de los recursos, sólo se tomaría en cuenta la cantidad y no la calidad de lo producido, se pone un énfasis mayor hacia adentro de la organización buscar a toda costa ser más eficiente y obtener un estilo eficientista para toda la organización que se materializaría en un análisis y control riguroso del cumplimiento de los presupuestos de gastos, el uso de las horas disponibles y otros.

Efectividad.

Es la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos, permite medir el grado de cumplimiento de los objetivos planificados. Se considera la cantidad como único criterio, se cae en estilos efectivistas, aquellos donde lo importante es el resultado, no importa a qué costo. La efectividad se vincula con la productividad a través de impactar en el logro de mayores y mejores productos.

Eficacia.

Valora el impacto de lo que se hace, del producto o servicio que se presta. No basta con producir con 100% de efectividad el servicio o producto que se fija, tanto en cantidad y calidad, sino que es necesario que el mismo sea el adecuado; aquel que logrará realmente satisfacer al cliente o impactar en el mercado. Del análisis de estos tres indicadores se desprende que no pueden ser considerados ninguno de ellos de forma independiente, ya que cada uno brinda una medición parcial de los resultados. Es por ello que deben ser considerados como indicadores que sirven para medir de forma integral la productividad.

Medición de la Productividad

Según (Gaither y Frazier, 2000) citado por Fuentes (2012), definieron productividad como la cantidad de productos y servicios realizados con los recursos utilizados y propusieron la siguiente medida.

Productividad = Cantidad de productos o servicios realizados/ Cantidad de recursos utilizados

Es la medida de desempeño que abarca la consecución de metas y la proporción entre el logro de resultados y los insumos requeridos para conseguirlos.

Plan de Mejora

Según lo indica el (Ministerio de Administración Pública, 2014), es provisorio considerar al plan de mejora como el conjunto de acciones planeadas, organizadas, integradas y sistematizadas que implementa la organización para producir cambios en los resultados de su gestión, mediante la mejora de sus procedimientos y estándares de servicios; para garantizar que estas acciones sean efectivas deben tener los siguientes atributos:

Consensuadas: Las acciones a ejecutar deben ser debatidas y consensuadas entre todos los involucrados.

Coherentes: Las acciones a ejecutar deben ser coherentes con las mejoras identificadas en el proceso de evaluación y los objetivos que se pretenden lograr.

Realistas: Las acciones deben ser viables para poder realizarlas.

Flexibles: Las acciones deben ser susceptibles de ser modificadas por imprevistos internos y del entorno, sin que se pierda el objetivo original (Ministerio de la Administración Pública, 2014).

Según la (Universidad de Antofagasta (UA), 2012) el plan de mejoras integra principalmente la decisión estratégica sobre cuáles son los cambios que deben hacerse. Dicho plan, además de servir de base para la detección de mejoras, debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas. Para su elaboración será necesario establecer los objetivos que se proponen alcanzar y diseñar la planificación de las tareas para conseguirlos. El plan de mejoras permite:

- Identificar las causas que provocan las debilidades detectadas.
- Identificar las acciones de mejora a aplicar.
- Analizar su viabilidad.
- Establecer prioridades en las líneas de actuación.
- Disponer de un plan de las acciones a desarrollar en un futuro y de un sistema de seguimiento y control de las mismas.
- Negociar la estrategia a seguir.
- Incrementar la eficacia y eficiencia de la gestión.

- Motivar a la comunidad universitaria a mejorar el nivel de calidad.

Procedimiento de un Plan de Mejora Continua

Según (Lucas, 2014) los pasos o fases que una organización debe seguir para la mejora de sus procesos mediante su revisión y modificación continua son los mostrados a continuación:

Identificación, Definición del Proceso Real y Posterior Medición y Análisis del Mismo.

La identificación y definición de un proceso consiste en conocer la secuencia de actividades y tareas que conforman el proceso, para poder establecer cuáles son sus límites, sus clientes, sus proveedores, sus inputs, sus outputs, etc. Una vez definido el proceso, se procede a su medición y análisis, mediante el estudio de los indicadores, a través de los cuales se detectan aquellas áreas del proceso que son susceptibles de mejora. Otra fuente importantísima para la identificación de oportunidades de mejora es el análisis de las quejas y reclamaciones presentadas por los clientes, así como de las incidencias y el resultado de encuestas de satisfacción. No se puede mejorar un proceso si no se dispone de datos, por lo que es necesario establecer indicadores que posibiliten revisar la eficacia y eficiencia de los procesos. Esto permite controlar el proceso y conocer su variabilidad.

Identificación de Oportunidades de Mejora e Implementación.

En función de los resultados obtenidos en la fase anterior se identifican las áreas de mejora y se procede a realizar los cambios necesarios para la mejora del proceso. Una vez que se ha modificado el proceso con las mejoras detectadas, habrá que medir nuevamente los resultados para comprobar que las innovaciones son positivas.

Normalización/Estabilización del Proceso.

Para garantizar la estabilidad del proceso y reducir de este modo la variabilidad del mismo se deberán perfeccionar las mejoras introducidas hasta conseguir un nivel estable de resultados.

Plan para la Revisión y Mejora Continua.

Verificado la bondad de los cambios introducidos y estabilizado el proceso, se diseñarán los mecanismos de seguimiento dentro del proceso que permitan controlar el mismo y llevar a cabo la mejora continua de los procesos.

Componentes del Plan de Mejora

Según el Departamento de Comunicaciones de Republica Dominicana (2014) estos son los componentes del plan de mejora:

- **Actividades:** Acciones que se llevan a cabo para resolver la debilidad o área de mejora identificada.
- **Objetivo:** Define claramente el resultado que se persigue con la acción de mejora que se ejecuta.
- **Metas:** Desde la perspectiva conceptual, es un conjunto de acciones o actividades orientadas a concretar un objetivo determinado.
- **Capacidad de Ejecución:** Lo determina el grado de orientación de la institución hacia la ejecución y se refiere a los recursos materiales, financieros, humanos, tecnológicos, otros.
- **Productos:** Se refiere a los indicadores de resultados programados para alcanzar como consecuencia de la mejora.

- **Fecha Inicio/Fin:** Cada actividad o acción de mejora colocada en el plan debe quedar enmarcada dentro de una fecha de inicio de su ejecución y la fecha en que debe terminar.
- **Responsables:** A cada actividad o acción de mejora se le debe asignar un responsable de su ejecución y logro.

Formulación Del Plan De Mejoramiento

Según (Carreño et al., 2012) para desarrollar la formulación concreta y sencilla del plan de mejoramiento se sugiere la utilización de la matriz 5W1H que toma su nombre por sus siglas en inglés: what, who, when, where, why y how (qué, quién, cuándo, dónde, por qué o para qué y cómo), la cual debe complementarse con indicadores para poder realizar un seguimiento regular, lo que hace necesario concertar metas a todo nivel de la organización.

Según (Mariño, 2001) citado por (Rosero, 2013) las 5 W y 1 H, esto es, establecer que acciones se van a seguir para alcanzar las metas; porqué o justificación de adelantar dichas acciones, colocando en ejecución de las estrategias vitales establecidas; cuando se ejecutarán las acciones, precisando el período de ejecución y, por tanto, la fecha última o plazo para terminar con cada acción: quién o quienes tienen la responsabilidad por el desarrollo de cada acción acordada, con indicaciones exactas del nombre de la personas responsable, no del cargo de ellas: donde se llevara a cabo cada acción; y cómo se hará, es decir, indicación del procedimiento a seguir. En cuándo está definido en el objetivo o meta por lograr.

Capítulo III. Diseño Metodológico

Métodos

Método Inductivo

Según (Maya, 2014) menciona que es el razonamiento mediante el cual, a partir del análisis de hechos singulares, se pretende llegar a leyes. Se utilizó este método para estudiar y analizar cada una de las variables que componen la productividad.

Método Deductivo

Según (Cano, 1975) citado por (Maya, 2014) es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares. En base al método deductivo se identificaron las principales falencias dentro del sector micro empresarial; y a partir de este contexto se determinaron los factores internos y externos con mayor repercusión en el sector.

Método Sintético

Según (Cano, 1975) citado por (Maya, 2014) es el que analiza y sintetiza la información recopilada, lo que permite ir estructurando las ideas. El método sintético se utilizó para analizar y darle concordancia a cada una de las respuestas de los encuestados, lo que permitió determinar los principales factores que inciden en la productividad de los licores artesanales.

Técnicas

Observación

Con la observación directa se establecieron los posibles factores con mayor incidencia dentro de la productividad de las microempresas. Esta técnica es un elemento fundamental de

todo proceso investigativo; gracias a la utilización de esta técnica se logró obtener un mayor número de datos.

Encuesta

Técnica a través de la cual es posible conocer un determinado elemento, sus componentes, participantes y reglas que lo rigen (Peinado, 2015). Se utilizó esta técnica para la recolección de información que le permita al investigador dar las posibles soluciones al tema objeto de estudio.

Cuestionario.

Se elaboró un cuestionario de 18 preguntas en base a los factores internos y externos, con el objetivo de obtener información necesaria que permita dar solución a los problemas que surgen en las microempresas del sector del urbano del cantón Junín.

Técnicas de Gráficas

La aplicación de las técnicas gráficas ayudó a presentar los resultados de la investigación de forma ordenada y concisa, también facilitó la comunicación de la información y el análisis de los datos.

Matriz 5w+1h

Para llevar a cabo la presentación del plan de mejora se requirió de la matriz **5w+1h**, que es una metodología de análisis que contesta a 6 preguntas: qué (WHAT), por qué (WHY), cuándo (WHEN), dónde (WHERE), quién (WHO) y cómo (HOW).

Técnicas de Revisión Documental

La revisión bibliográfica y documental constituye uno de los principales pilares en los que se sustenta la investigación educativa con la investigación de citas bibliográficas (Rodríguez, s.f.).

La revisión documental permitió delimitar con mayor precisión el objeto de estudio, se requirió en la investigación para hacer un análisis de la compilación teóricas de libros, revistas científicas, páginas web, entre otras.

Meta-Análisis de la Información

Según (Martínez *et al.*, 2009) indica que los meta-análisis son revisiones sistemáticas, objetivas y científicas, precisamente porque se desarrollan a través de una serie de etapas claramente establecidas, y que son muy similares a las propias de cualquier investigación empírica.

Se requirió de la meta-análisis de la información para realizar un estudio de las compilaciones teóricas de los factores internos y externos, ayudó a definir las variables que inciden dentro de cada factor.

Población

El análisis de la producción y comercialización de licores artesanales que inciden en la productividad de la microempresas, se realizó en la zona urbana del cantón Junín; de acuerdo al último censo realizado por el INEC (2010), el cantón Junín cuenta con 18.942 habitantes, de los cuales 5.398 son de la zona urbana y 13.544 pertenecen a la zona rural.

La investigación fue dirigida a un grupo de microempresarios que se encontraron dentro del área específica de estudio, tomando en cuenta las características de las fábricas de licores artesanales.

Muestra

Según datos de la Superintendencia de compañías, Cámara de Comercio de Junín y la Asociación de pequeños comerciantes (2018), existen **57** microempresas que comercializan y producen licores artesanales en el perímetro urbano y rural del cantón Junín, por lo que no se hizo necesario aplicar una muestra de tal manera que se aplicó la encuesta al total de la población.

Capítulo IV. Resultados

Recolección de la Información

Se aplicó la encuesta a los 57 microempresas que comercializan y producen licores artesanales con el fin de obtener información fidedigna. A continuación se presentan los datos en tablas y gráficos estadísticos:

Aspectos Socioculturales

Pregunta N°1. Identidad del informante:

Cuadro 4.1. Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	37	64,91%
Femenino	20	35,09%
Total	57	100%

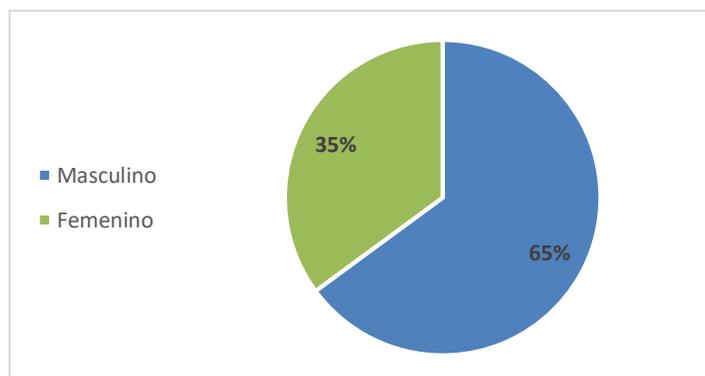


Gráfico 4.1. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

Cuadro 4.2. Edad

Rango	Frecuencia	Porcentaje
15-20 años	5	8,77%
20-40 años	17	29,82%
40-60 años	23	40,35%
Más de 60 años	12	21,05%
Total	57	100%

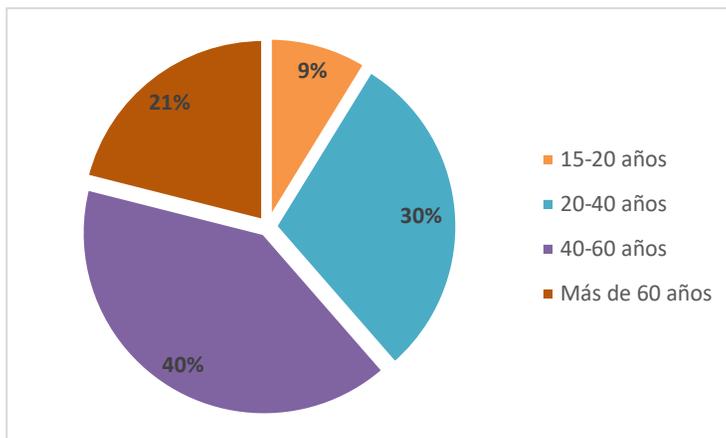


Gráfico 4.2. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

Cuadro 4.3. Cargo

	Frecuencia	Porcentaje
Empleado	23	40.35%
Propietario	34	59.65%
Total	57	100%

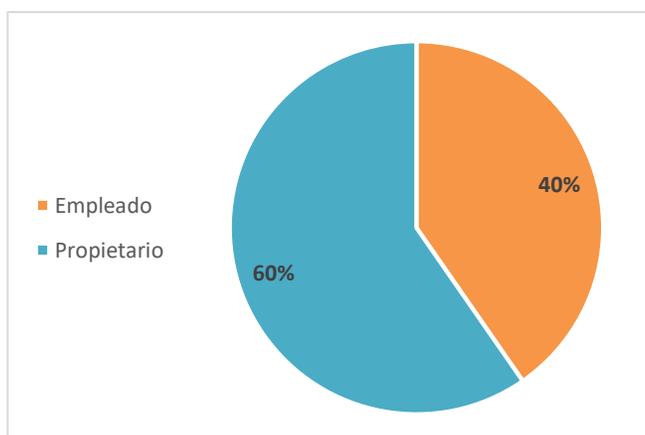


Gráfico 4.3. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.1.** se observa que el 65% de la población encuestada es de sexo masculino mientras que el 35% pertenece al sexo femenino.

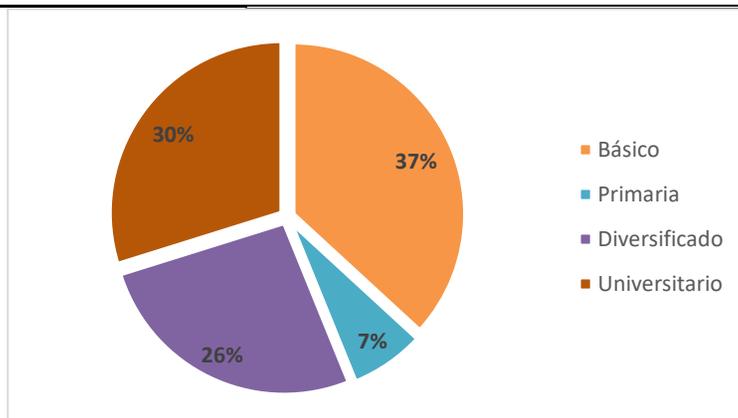
El **gráfico 4.2.** denota que el 40% de los encuestados están en un rango de edad de 40-60 años, el 30% de 20-40 años, el 21% de más de 60 años, y un 9% está en un rango de 15-20 años.

En el **gráfico 4.3.** se observa que el 60% de las personas que están en los establecimientos son los propietarios, mientras que solo el 40% son empleados.

Pregunta N°2. Estudios realizados:

Cuadro 4.4. Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Básico	21	36.84%
Primaria	4	7.02%
Diversificado	15	26.32%
Universitario	17	29.82%
Total	57	100%

*Gráfico 4.4. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta*

Los resultados de la encuesta denotan que el 37% de los comercializadores y productores de licores tiene un nivel de instrucción básico, que solo el 30% tiene un título universitario y que el 26% y 7% tienen un nivel diversificado y estudios primarios, tal como se muestra en el **gráfico 4.4.**

Pregunta N°3. ¿Cuál es el número de trabajadores con los que cuenta en el proceso de comercialización de licores artesanales?

Cuadro 4.5. Número de trabajadores

Rango	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 5	49	85.96%
De 5 a 10	8	14.04%
De 10 a 20	0	0.00%
Más de 20	0	0.00%

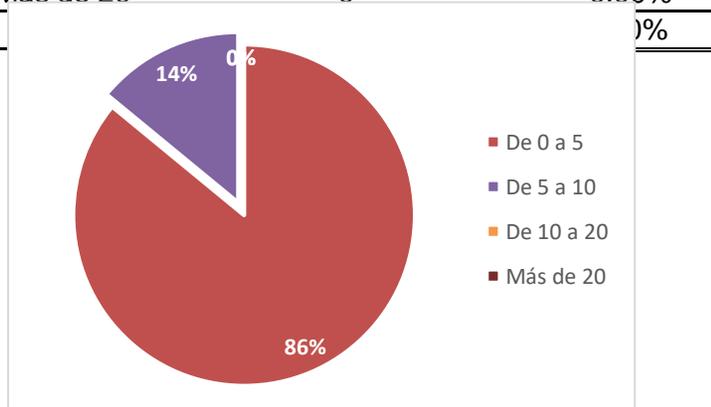


Gráfico 4.5. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.5.** se observa que el 86% de los encuestados cuentan con un número de trabajadores de 0 a 5, y solo el 14% de 5 a 10 trabajadores.

Pregunta N°4. ¿Cuántas horas dedica trabajando en el área de licores?

Cuadro 4.6. Horas que dedica a la microempresa

Rango	Frecuencia	Porcentaje
De 4 a 6 horas	9	15.79%
De 5 a 7 horas	17	29.82%
De 7 a 9 horas	18	31.58%
Más de 9 horas	13	22.81%
Total	57	100%

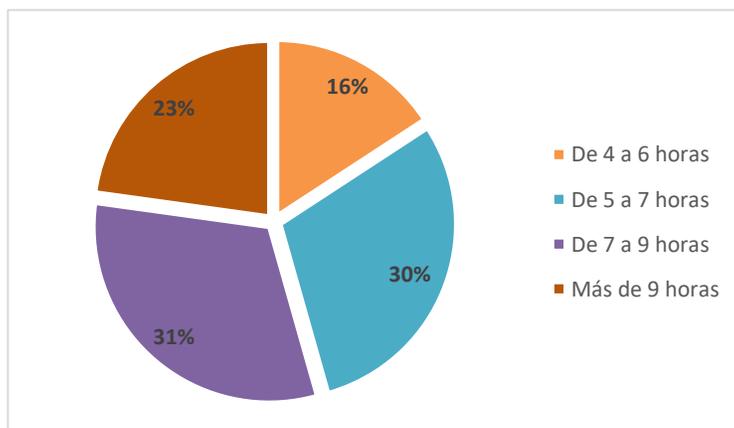


Gráfico 4.6. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.6.** se observa que el 31% de los comercializadores de licores dedica de 7 a 9 horas diarias a sus establecimientos, el 30% le dedica de 5 a 7 horas, el 23% más de 9 horas y el 16% de 4 a 6 horas.

Aspectos Económicos

Pregunta N°5. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando en la comercialización de licores?

Cuadro 4.7. Tiempo de existir de la microempresa

Rango	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 1 año	7	12.28%
De 1 a 3 años	27	47.37%
De 3 a 5 años	15	26.32%
Más de 10 años	8	14.04%
Total	57	100%

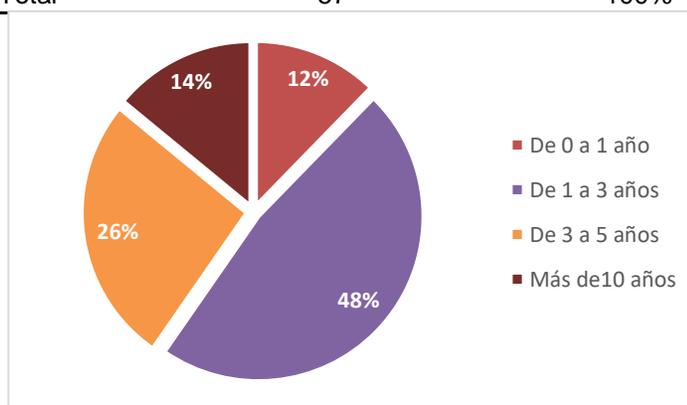


Gráfico 4.7. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

El 48% de las microempresas tienen en el mercado de 1 a 3 años, mientras que el 26% solo tiene de 3 a 5 años, el 14% tienen más de 10 años y el 12% 0 a 1 año, como se muestra en el **gráfico 4.7.**

Pregunta N°6. ¿Cuál es el ingreso mensual aproximando de su microempresa?

Cuadro 4.8. Ingreso mensual

Rango	Frecuencia	Porcentaje
\$100 - \$300	12	21.05%
\$300 - \$500	28	49.12%
\$500 - \$800	13	22.81%
\$800 - \$1100	4	7.02%
Total	57	100%

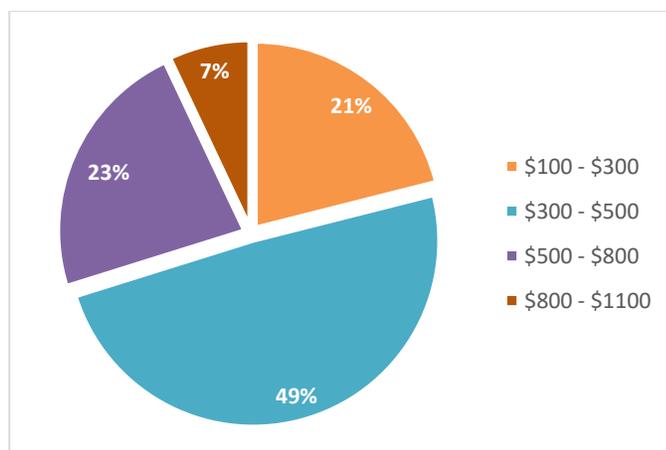


Gráfico 4.8. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

Según muestra el **gráfico 4.8.** el 49% de los encuestados tienen un ingreso mensual de \$300 a \$500, el 23% de \$500 a \$800, solo el 21% de \$100 a \$300, mientras que el 7% solo de \$800 a \$1100.

Pregunta N°7. ¿Cómo es la venta de dichos licores, es decir su rotación?

Cuadro 4.9. Rotación de ventas

	Frecuencia	Porcentaje
Normal	48	84.21%
Poco Recurrente	9	15.79%
Total	57	100%

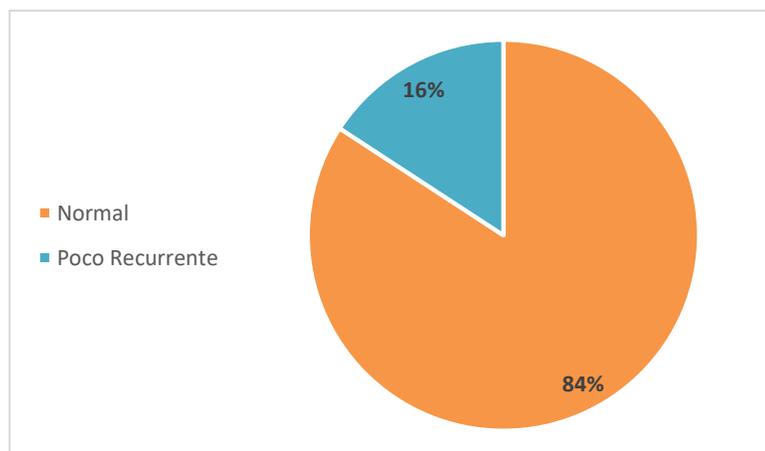


Gráfico 4.9. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.9.** se denota que el 84% de los encuestados tienen una rotación normal de la venta de sus licores y que solo el 16% su rotación es poco recurrente.

Pregunta N°8. ¿Cuáles son los principales costos en los que incurre la microempresa?

Cuadro 4.10. Costos

Costos	Frecuencia	Porcentaje
Administrativos	19	33.33%
Producción	4	7.02%
Financiamiento	32	56.14%
Distribución	2	3.51%
Total	57	100%

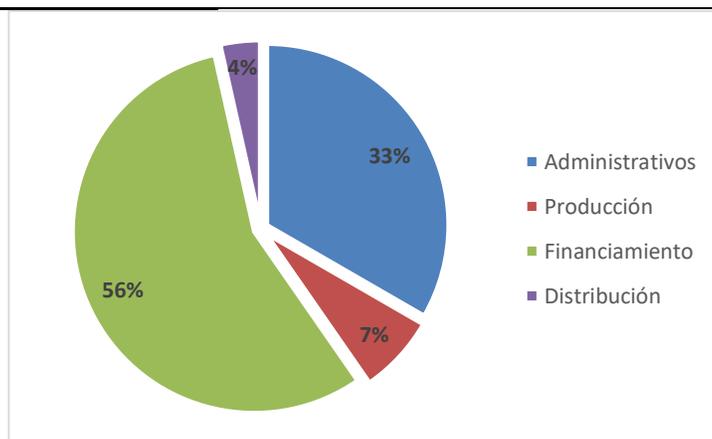


Gráfico 4.10. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.10.** se muestran los principales costos con los que incurren las microempresas, el 56% incurre en costos de financiamiento, mientras que el 33% en costos administrativos, solo el 7% en costos de producción y un 4% muestra costos de distribución de licores.

Aspectos Tecnológicos

Pregunta N°9. ¿Cuenta con equipos tecnológicos adecuados para la producción de licores?

Cuadro 4.11. ¿Cuenta con equipos tecnológicos?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	34	59.65%
NO	23	40.35%
Total	57	100%

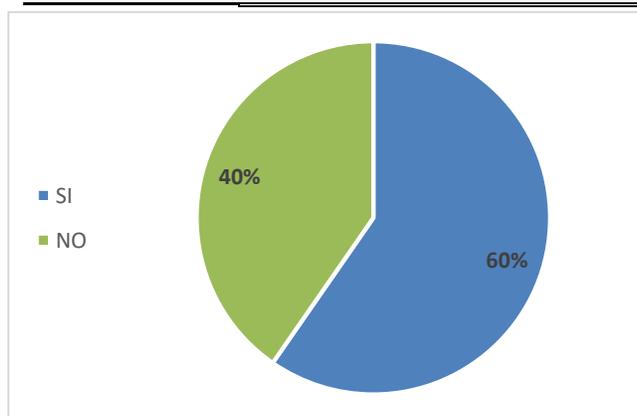


Gráfico 4.11. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.11.** se denota que el 60% de los encuestados si cuentan con equipos tecnológicos y que solo el 40% no cuentan con estos.

Pregunta N°10. ¿Ha recibido usted algún curso o capacitación sobre temas administrativos?

Cuadro 4.12. Capacitación sobre temas administrativos

	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	21.05%
NO	45	78.95%
Total	57	100%

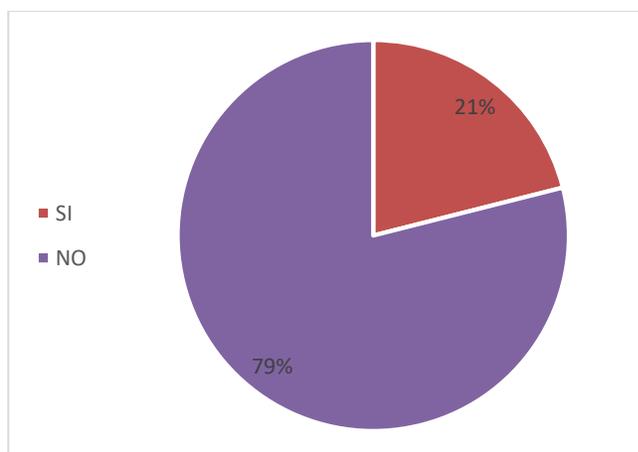


Gráfico 4.12. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

El 79% de los comercializadores de licores aseguran no haber recibido ningún tipo de capacitación en cuanto a temas administrativos, y solo el 21% ha tenido alguna (**gráfico 4.12.**).

Pregunta N°11. ¿Cree usted contar con la implementación y herramientas necesarias para la elaboración del aguardiente artesanal?

Cuadro 4.13. Herramientas elaboración aguardiente.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	32	56.14%
NO	25	43.86%
Total	57	100%

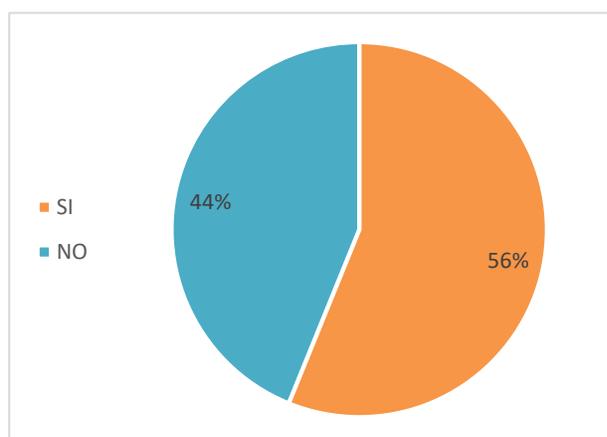


Gráfico 4.13. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

Según muestra el **gráfico 4.13**. El 56% de los encuestados si cuentan con las herramientas necesarias para la elaboración de licores, mientras que el 44% no cuentan con estas mismas.

Gobierno Corporativo

Pregunta N°12. ¿Ha recibido ayuda por parte de alguna institución dedicada al apoyo a microempresarios?

Cuadro 4.14. Ayuda de alguna institución

	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	26.32%
NO	42	73.68%
Total	57	100%

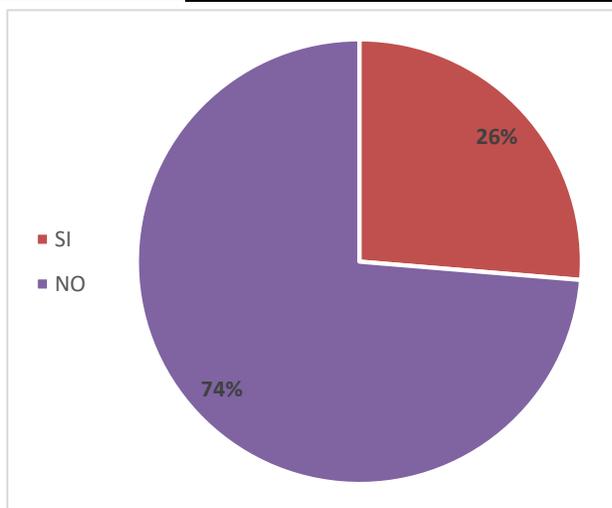


Gráfico 4.14. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.14**. se observa que el 74% de los microempresarios no ha recibido ningún tipo de apoyo de instituciones dedicadas al fortalecimiento y apoyo a este sector, mientras que solo el 26% lo ha tenido.

Pregunta N°13. ¿Le gustaría afiliarse o acercarse a alguna organización que le brinde apoyo?

Cuadro 4.15. Afiliarse a alguna organización

	Frecuencia	Porcentaje
SI	39	68.42%
NO	18	31.58%
Total	57	100%

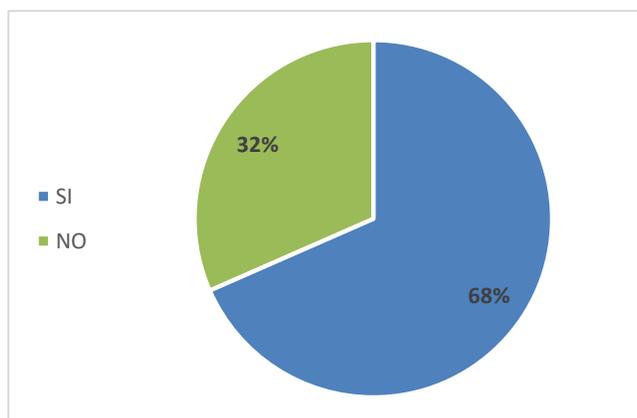


Gráfico 4.15. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.15**, se observa que el 68% de los comercializadores de licores están dispuestos a afiliarse a una organización que les brinde apoyo, y al 32% no le gustaría afiliarse.

Administrativo

Pregunta N°14. ¿La microempresa cuenta con registro de ingresos y gastos?

Cuadro 4.16. Registros de ingresos y gastos

	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	28.07%
NO	41	71.93%
Total	57	100%

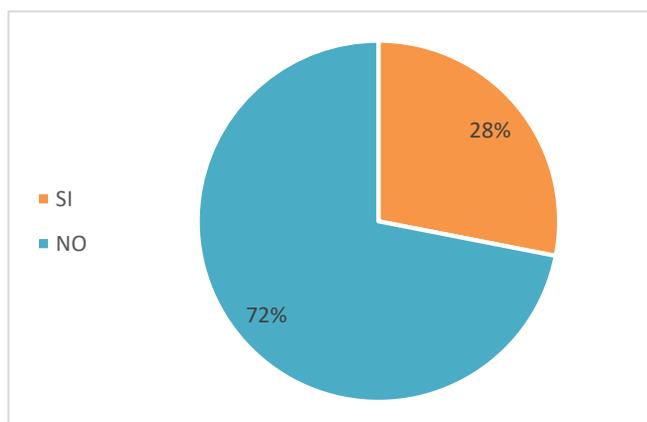


Gráfico 4.16. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

El 72% de las microempresas no cuentan con un registro de ingresos y gastos por considerarlo innecesario o irrelevante, y solo el 28% tiene cuenta con un registro (**gráfico 4.16.**).

Pregunta N°15. ¿Ha solicitado algún préstamo para poder financiar su microempresa?

Cuadro 4.17. Solicitud de préstamo para poder financiar la microempresa

	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	78.95%
NO	12	21.05%
Total	57	100%

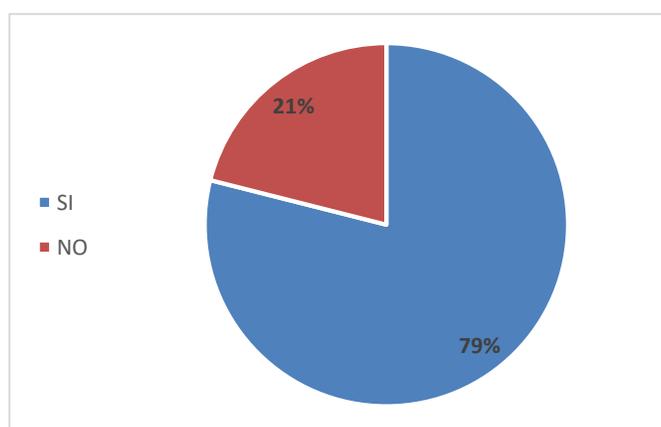


Gráfico 4.17. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

El 79% de los microempresarios ha solicitado un préstamo a una entidad financiera para invertir en la comercialización y producción de licores, mientras que el 21% no lo ha solicitado debido al papeleo que este conlleva (**gráfico 4.17.**).

Pregunta N°16. ¿Considera usted que los licores artesanales que comercializa satisfacen las necesidades del consumidor?

Cuadro 4.18. Los licores artesanales satisfacen las necesidades del consumidor

	Frecuencia	Porcentaje
SI	57	100.00%
NO	0	0.00%
Total	57	100%



Gráfico 4.18. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.18.** se observa que el 100% de los comercializadores de licores artesanales están convencidos de que los productos que venden satisfacen las necesidades del consumidor.

Pregunta N°17. ¿Cómo considera usted que la comercialización de los licores artesanales ha crecido con el pasar del tiempo?

Cuadro 4.19. Crecimiento de la microempresa

	Frecuencia	Porcentaje
Exitosamente	27	47.37%
Normal	22	38.60%
Lentamente	8	14.04%
Nada	0	0.00%
Total	57	100%

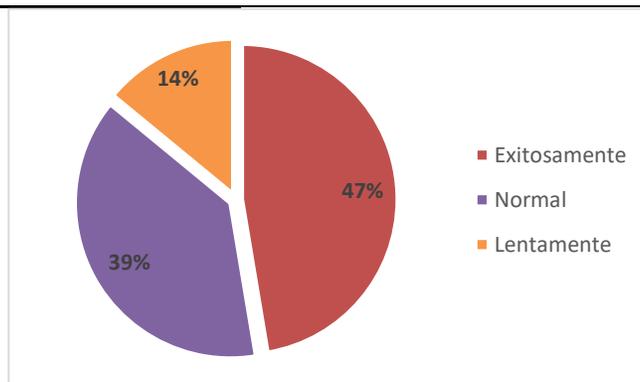


Gráfico 4.19. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

El 47% de los encuestados consideran que con el pasar del tiempo la comercialización de licores artesanales ha crecido de manera exitosa, el 39% dice haber normalmente y mientras que el 14% ha crecido de forma lenta (**gráfico 4.19.**).

Pregunta N°18. ¿Cuáles considera que han sido los principales obstáculos que a su parecer no le han permitido lograr el crecimiento adecuado de su microempresa?

Cuadro 4.20. Principales obstáculos

	Frecuencia	Porcentaje
Económicos	22	41.51%
Infraestructura	15	28.30%
Tecnológicos	16	30.19%
Políticos	4	7.55%
Total	57	108%

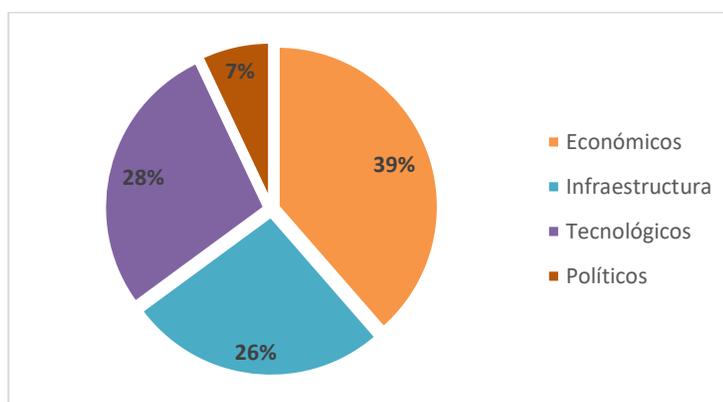


Gráfico 4.20. Porcentajes de los datos obtenidos en la encuesta

En el **gráfico 4.20.** se muestran los principales obstáculos que no les han permitido lograr el crecimiento a los microempresarios, siendo el factor económico el principal motivo (39%), el 28% se debe a la falta de tecnología, el 26% a la falta de infraestructura de los negocios, el 7% a los factores políticos del sector.

Procesamiento Y Análisis

Las fases 1 y 2 del procedimiento de la investigación se describen mediante el marco teórico y la metodología de la investigación respectivamente. A continuación se presentan los resultados de la fase 3.

Implementación De Los Instrumentos Para El Diagnóstico De Los Factores Internos Y Externos En Las Microempresas

Para la implementación de los instrumentos se analizó cada una de las respuestas de los encuestados sobre la comercialización y producción de licores artesanales. El análisis de la comercialización dio como resultado que la mayor parte de los microempresarios están entre un rango de 40 a 60 años y que el 65% es masculino como se muestra en el **(Cuadro 4.1)**, y tienen un nivel de instrucción básico **(Cuadro 4.4)**, el 86% **(Cuadro 4.5)** de las microempresas cuenta con un rango de trabajadores de entre 0-5 y dedican de 5 a 7 horas **(Cuadro 4.6)**; se denota que el 48% **(Cuadro 4.7)** solo tiene de 1 a 3 años de existir, estos tienen un ingreso mensual de \$300 a \$ 500 **(Cuadro 4.8)**, siendo la rotación de sus licores de forma normal **(Cuadro 4.9)**, el principal costo que incurren los microempresarios para la comercialización de licores es el de financiamiento con 56% **(Cuadro 4.10)**; mientras que el 60% de los microempresarios **(Cuadro 4.11)** cuentan con equipos tecnológicos, y el 79% **(Cuadro 4.12)** no ha recibido nunca una capacitación sobre temas administrativos que les permitan mejorar el rendimiento de la microempresa. Dentro de las herramientas que se implementan para la producción y comercialización de licores se encontró que el 56% **(Cuadro 4.13)** si cuenta con estas, a su vez la población encuestada no ha recibido ayuda de ninguna institución y que tan solo el 68% **(Cuadro 4.15)** está dispuesto a afiliarse a alguna organización que les brinde apoyo. Así mismo se denoto que el 72% **(Cuadro 4.16)** no cuenta con registros contables, pero el 79% **(Cuadro 4.17)** tiene un préstamo que les ha permitido financiar la microempresa; también se resalta que el 47% **(Cuadro 4.19)** considera que su microempresa ha crecido de manera exitosa y que sus productos satisfacen al 100% las necesidades de los consumidores **(Cuadro 4.18)**; según datos recolectados el 39% **(Cuadro 4.20)** le adjunta la situación de crecimiento de sus microempresas a los problemas económicos.

El **cuadro 4.21** es elaborado con el fin de obtener los factores internos y externos de mayor incidencia en la productividad de las microempresas del cantón Junín, se encontraron los siguientes factores.

Cuadro 4.22. Incidencia de los factores en la productividad de las microempresas

	VARIABLES	FACTORES	Porcentaje
Nivel de instrucción (Básico)	Aspectos	Externos	37%
	Socioculturales		
Número de trabajadores (5 a 10)	Aspectos	Externos	14%
	Socioculturales		
Costos (Producción)	Aspectos	Externos	7%
	Económicos		
Capacitación sobre temas administrativos	Aspectos	Externos	79%
	Económicos		
Equipos tecnológicos	Aspectos	Externos	40%
	tecnológicos		
Apoyo de instituciones	Gobierno	Interno	74%
	Corporativo		
Registros contables	Administrativo	Interno	79%
Crecimiento de la microempresa (poco)	Administrativo	Interno	14%
Obstáculos para el crecimiento (económicos)	Administrativo	Interno	39%

A continuación se presenta un plan de mejora basado en las variables que inciden en la productividad de la comercialización de licores artesanales del cantón Junín; cabe señalar que en el plan de mejora solo constaran las variables de los factores internos, como es de conocimiento sobre los factores externos no se puede ejercer ningún control.

Cuadro 4.23. Plan de mejora mediante la aplicación de matriz 5W+1H

¿QUÉ?	¿POR QUÉ?	¿QUIÉN?	¿DÓNDE?	¿CUÁNDO?	¿CÓMO?
Gobierno Corporativo	No reciben apoyo de instituciones	GAD Junín	Microempresas del cantón Junín	Inmediatamente	Reuniones semanales, foros gratuitos, capacitaciones
Administrativo	Poco crecimiento de las microempresas	GAD Junín	Microempresas del cantón Junín	Inmediatamente	Talleres de liderazgo y gerencia
Administrativo	Obstáculos para el crecimiento	Instituciones financiera y GAD Junín	Microempresas del cantón Junín	Inmediatamente	Dar créditos con bajos intereses para microempresarios
Administrativo	No poseen registros contables	Instituciones educativas y GAD Junín	Microempresas del cantón Junín	Inmediatamente	Cursos gratuitos de contabilidad

Capítulo V. Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

Se concluye que:

- El análisis teórico permitió conocer todos aspectos que influyen en los factores internos y externos y como inciden estos en el crecimiento económico de las microempresas productoras de licores artesanales del cantón Junín.
- Con la aplicación de los instrumentos para el diagnóstico se determinó que los principales factores que inciden en el crecimiento económico de las microempresas son: en el factor interno el gobierno corporativo y el aspecto administrativo, mientras que en el factor externo son los aspectos económicos, socioculturales y tecnológicos.
- La elaboración de plan de mejora a través de la matriz 5w+1h permitió darle a conocer a los microempresarios de manera clara y concisa las acciones de mejora a tomar para optimizar la productividad y mejorar el rendimiento económico de las microempresas.

Recomendaciones

A la ULEAM:

- Aplicar este tema de investigación en otros cantones productores de licores artesanales con el fin de fortalecer el sector micro empresarial, para así vincularse de mejor manera con los sectores productivos de la provincia.

A los microempresarios:

- Fortalecer el gremio o asociación de empresarios del cantón Junín para así poder acercarse a alguna institución pública o privada que les pueda brindar orientación administrativa con el propósito de mejorar el manejo y funcionamiento de la microempresa y a la vez generar mayor productividad y competitividad.
- Aplicar las acciones de mejora propuestas en esta investigación.

Al GAD Junín:

- Brindar capacitaciones y talleres gratuitos a los microempresarios, a fin de fortalecer el sector.
- Realizar convenios con las instituciones financieras para otorgar créditos con menores tasas de interés a los microempresarios.

Bibliografía

- Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A. y Maksimovic, V. (2011). *Empresas pequeñas vs. Jóvenes en todo el mundo - Contribución al empleo, creación de empleo y crecimiento*". Banco Mundial Development Research Group.
- Abad, D. (2013). Proceso de producción del licor pájaro azul, para convertirlo en producto exportable con estándares de calidad (tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Carreño, D; Castro, R; Ochoa, S. 2012. *Plan de mejoramiento continuo para una IPS*. Tesis pregrado. Universidad EAN, Bogotá, Colombia. Recuperado en <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1989/CarreroDiana2012.pdf?sequence=5>
- Cohen, E. y otros, (1989), Microempresas y economía popular. Guatemala, Edit. ILPES.
- Departamento de Comunicaciones Republica Dominicana. 2014. Recuperado en <http://map.gob.do/wp-content/uploads/2012/04/GUIA-para-la-Elaboracion-e-Implementacion-del-Plan-de-Mejora-Institucional.pdf>
- Divanni, A. S. (2016). Las pymes como principal fuente de empleo. Recuperado 22 julio, 2018, de <http://vinculacion.dgire.unam.mx/Memoria-Congreso-2016/trabajos-ciencias-sociales/politicas/1.pdf>
- Dobón, M. 2013. Definición y concepto de microempresa. Recuperado en <http://www.gestion.org>.
- Eslava, J. 2013. La gestión del control de la empresa. Recuperado en: <https://books.google.es/>
- Figuroa, A. 2012. Consultoría en dirección estratégica. Recuperado en <http://es.scribd.com/doc/48768452/Guia-Para-El-Diagnostico-Empresarial#scribd>
- Fisher, L. y Navarro, A. (1984), Introducción a la investigación de mercados. México, Edit. Interamericana.

FOMIN (2000) en www.iadb.org/mif/projects/view.asp presenta: Proyecto piloto de servicios empresariales.

Franklin, E. y Krieger, M. (2012), Comportamiento Organizacional. 1era. Ed. México, Edit. Pearson Educación.

Fuentes, S. 2017. "Satisfacción laboral y su influencia en la productividad" estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango. Tesis pregrado. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Recuperado en <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>

FUNDES, (2000) en www2.fundes.org/guatemala/noticias/not-enero.html. Guatemala realiza un informe sobre la convención de instituciones vinculadas al micro, pequeñas y medianas empresas.

Galmadez, E. (1999) en www.netcomsa.com/netcom/opinionD.html. Perfiles de la micro y pequeña empresa.

Gómez, I. 2009. Evaluación del desempeño en la gestión empresarial. Recuperado en: <https://www.gestiopolis.com/evaluacion-del-desempeno-en-la-gestion-empresarial/>

INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) 2010. Estadísticas sectoriales. (En línea).EC. Consultado, 06 de Nov. 2018. Formato PDF. Disponible en http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Presentaciones/espac_2010.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010) en www.inec.gov.ec Investigaciones orientadas a la industria manufacturera del Ecuador.

Koontz, H. Y Wehrich, H. (1998), Administración una perspectiva global. 11ª. ed. México, Edit. McGraw-Hill.

Lucas, P. 2015. Gestión de las Empresas de Procesos. Recuperado en https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/23486/PFC_EOI_PLA_201406_Gesti%C3%B3n%20de%20las%20Empresas%20por%20Procesos.pdf

- MAP (Ministerio de Administración Pública). 2014. "Guía para la elaboración e implementación del plan de mejora institucional". p 5-6. Recuperado en <http://map.gob.do/wp-content/uploads/2012/04/GUIA-para-la-Elaboracion-e-Implementacion-del-Plan-de-Mejora-Institucional.pdf>
- Martínez, M; Sánchez, J; López, J. 2009. El meta análisis en el ámbito de las Ciencias de la Salud: una metodología imprescindible para la eficiente acumulación del conocimiento. (En línea). ES. Consultado, 09 de ene. 2018. Formato PDF. Disponible en <http://www.um.es/metaanalysis /pdf/5016.pdf>
- Maya, E. 2014. Métodos y técnicas de investigación. (En línea). México D.F, Mex. Consultado, 06 de Nov. 2018. Formato PDF. Disponible en http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnicas.pdf
- Peinado, J. 2015. Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica. (En Línea). p 37-75. Consultado, 6 de nov. 2018. Disponible en: <https://books.google.es/>
- Recinos, I. E. (2011). El apoyo del estado a las micro y pequeñas empresas de el salvador. Recuperado 22 julio, 2018, de http://ri.ues.edu.sv/1017/1/El_Apoyo_del_Estado_a_las_MYPES_de_E._S..pdf
- Rincón de Parra, H. (2001). Calidad, Productividad y Costos: Análisis de Relaciones entre estos Tres Conceptos. Actualidad Contable Faces, 4 (4), 49-61.
- Rodríguez, D. s.f. Metodología de la investigación. (En línea). Consultado, 06 de Nov. 2018. Formato PDF. Disponible en http://zanadoria.com/syllabi/m1019/mat_cast-nodef/PID_00148556-1.pdf
- Rosero, L. 2013. Gestión de procesos de la empresa servicios automotriz PARM-SAP. Tesis pregrado. Escuela Politécnica del Ejército, Sangolquí, Ecuador. Recuperado en <https://www.google.com.ec>
- Stoner, J. y Freeman E. (1994), Administración. 5a. ed. México, Edit. Prentice Hall.
- UA (Universidad de Antofagasta). 2012. Plan de Mejoras: Herramienta de trabajo. Recuperado en <https://www.uantof.cl>

Velásquez, E. 2013. Calidad de la gestión administrativa de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa. Tesis Doctoral. Universidad María Auxiliadora-Encarnación, Asunción Paraguay. Recuperado en http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/erv/diagnostico.html#_ftnref2

Yance, C., Solís, L., Burgos, I., y Hermida, L. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador. Recuperado 22 julio, 2018, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec17pymes-ecuador>

Zambrano, A. y Zamora, R. 2013. Diagnóstico de los beneficios de la presa la Esperanza en el desarrollo del cantón Bolívar. Tesis pregrado. ESPAM MFL. Calceta-Manabí, EC. p 26. Recuperado en <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/153/1/Ana%20Zambrano%20%26%20Ramona%20Zamora.pdf>

ANEXOS

**ENCUESTA PARA EL ANALISIS DE LA PRODUCCION Y
COMERCIALIZACION DE LICORES ARTESANALES DEL CANTON JUNIN
PROVINCIA DE MANABÍ**

Dicha investigación tiene fines académicos para estudios de tesis; por lo que se le agradece su colaboración al contestar la presente encuesta con la mayor veracidad posible.

Marque una X en el cuadro de la opción a su selección.

Aspectos Socioculturales:

1. Identidad del Informante:

Sexo: Masculino

Femenino

Edad: _____

Cargo: _____

2. Grado de estudios realizados:

Universitarios

Básico

Diversificado

Primaria

3. ¿Con cuántos trabajadores cuenta en el proceso de comercialización de licores artesanales?

Sexo: Masculino

Femenino

4. ¿Cuántas horas dedica trabajando en el área de licores?

De 4 a 6 horas

De 7 a 9 horas

De 5 a 7 horas

Mas a 9 horas

Aspectos Económicos:

5. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando en la comercialización?

0 a 1 años

1 a 3 años

3 a 5 años

Más tiempo, especifique: _____

6. ¿Cuál es el ingreso mensual de su microempresa?

\$100 - \$300

\$300 - \$500

\$500 - \$700

\$700 - \$1000

7. ¿Cómo es la venta de dichos licores, es decir su rotación?

Normal Poco recurrente

8. ¿Cuáles son los principales costos en los que incurre la producción de los licores?

Administrativos Producción
Financiamiento Distribución

Aspectos Tecnológicos:

9. ¿Cuenta con equipos tecnológicos adecuados para la producción de sus licores?

SI NO Porque: _____

10. Ha recibido usted algún curso o capacitación sobre temas administrativos:

Si Cuando _____ Donde _____
No Porque _____

11. ¿Cree usted contar con la implementación y herramientas necesarias para la elaboración del aguardiente artesanal?

SI NO Porque: _____

Gobierno Corporativo:

12. Ha recibido ayuda por parte de alguna institución dedicada al apoyo a microempresarios:

Si Donde _____
No

13. Le gustaría afiliarse o acercarse a alguna organización que le brinde apoyo:

SI NO Porque _____

Administrativo:

14. ¿La microempresa cuenta con registros de ingresos y gastos?

SI NO Porque _____

15. Ha solicitado algún préstamo para poder financiar su microempresa:

Sí No

16. Considera usted que los licores artesanales que comercializa satisfacen las necesidades del consumidor:

No Más o menos Si

17. ¿Cómo considera usted que la comercialización de los licores artesanales ha crecido con el pasar del tiempo?

Exitosamente	<input type="checkbox"/>	Normal	<input type="checkbox"/>
Lentamente	<input type="checkbox"/>	Nada	<input type="checkbox"/>

18. ¿Cuáles considera que han sido los principales obstáculos que a su parecer no le han permitido lograr el crecimiento adecuado de su microempresa?

Económicos	<input type="checkbox"/>	Tecnológicos	<input type="checkbox"/>
Infraestructura	<input type="checkbox"/>	Políticos	<input type="checkbox"/>

Gracias, por su colaboración!





