



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**ANÁLISIS ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA
DE COCTELES DE FRUTAS NATURALES EN LA PARROQUIA EL
LAUREL DEL CANTÓN DAULE DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS**

Autora:

ISABEL EMILIA MORÁN JURADO

Tutor:

MSC. LUIS ALBERTO VILLEGAS YAGUAL

Guayaquil, Ecuador

2015

ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Pág.
Caratula	
Certificación del tutor	i
Autoría notariada	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Índice general	v
Índice de gráficos	vi
Índice de cuadros	vii
Resumen	ix
Abstract	x

CAPITULO I EL PROBLEMA

Introducción	11
Problematización	15
Ubicación del problema en contexto	16
Situación conflicto	16
Delimitación del problema	17
Formulación del problema	17
Sistematización del problema	18
Determinación del tema	18
Evaluación del problema	18
Objetivo general	19
Objetivos específicos	19
Justificación e importancia	19

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

Fundamentación teórica	23
------------------------	----

Antecedentes históricos	23
Antecedentes referenciales	29
Fundamentación Legal	44
Marco conceptual	51
Variables	54
Operacionalización de las variables	57

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Tipo de investigación	59
Diseño de la investigación	59
Población y muestra	60
Métodos y técnicas de investigación	62

CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Encuesta habitantes de la parroquia Laurel	64
Estudio económico	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Matriz FODA	42
Tabla 2.2 Operacionalización de las variables	58
Tabla 4.1 Habitantes de la parroquia Laurel	64
Tabla 4.2 Existencia de ventas de cocteles de frutas en la parroquia Laurel	65
Tabla 4.3 Consumo de cocteles de frutas	66
Tabla 4.4 Causas del consumo de cocteles de frutas	66
Tabla 4.5 Establecimiento de cocteles de frutas	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 4.1 Habitantes de la parroquia Laurel	65
---	----

Grafico 4.2 Periodo de tiempo que trabaja en la Constructora	66
Grafico 4.3 Consumo de cocteles de frutas	67
Grafico 4.4 Causas del consumo de cocteles de frutas	68
Grafico 4.5 Establecimiento de cocteles de frutas	69



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Contabilidad y Auditoría.

Tema

Análisis económico para la creación de una micro empresa de cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas.

Autora: Isabel Emilia Morán Jurado

Tutor: Msc. Luis Alberto Villegas Yagual

RESUMEN

El objetivo fundamental de la presente investigación es la realización de un análisis económico para la creación de una micro empresa de cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas, con un enfoque en la matriz productiva, que permita el logro de los objetivos esperados, contribuyendo al mismo tiempo con el desarrollo económico del país.

Durante el proceso investigativo se utilizaron métodos teóricos y empíricos basados en las teorías de comercialización y económicas para la toma de decisiones a corto plazo, permitiendo obtener conocimientos prácticos sobre el tema objeto de estudio.

Se recopiló información necesaria para el análisis del entorno, logrando diagnosticar la situación real del mismo para la creación de la compañía familiar.

ECONOMÍA

EMPRENDIMIENTO

MATRIZ PRODUCTIVA

COMERCIALIZACIÓN

ABSTRACT

The main objective of this research is to carry out an economic analysis for the creation of a micro business natural fruit cocktails in the Parroquia El Laurel Daule canton of Guayas province, with a focus on the productive matrix, allowing achieving the desired objectives, while contributing to the economic development of the country.

During the investigative process theoretical and empirical methods based on the theories of marketing and financial decisions for the short term, allowing gain insight on the subject under study were used.

Information required for the environmental analysis was compiled, making diagnose

ECONOMY

ENTREPRENEURSHIP

MATRIX PRODUCTION

MARKETING

INTRODUCCIÓN

MICROEMPRESA Hay muchas definiciones posibles de una microempresa. Para este estudio fue escogida una definición muy conservadora la cuál restringe la microempresa a estratos de bajos ingresos y requiere que suministre ingresos significativos a la familia: Una "microempresa" es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar.

IMPORTANCIA DE LAS MICROEMPRESAS EN ECUADOR Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa. Las proyecciones de la población en conjunto de microempresarios indican un total de 646,084 microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (definidas en este caso como pueblos de 2,000 o más habitantes).¹ Estos microempresarios operan un total de 684,850 empresas distintas. Las microempresas ecuatorianas proporcionaron trabajo para un estimado de 1,018,135 personas o cerca del 25 por ciento de la mano de obra urbana. Además, las ventas de estas microempresas representan aproximadamente 25.7 por ciento del producto interno bruto y sobre 10 por ciento de los ingresos netos totales obtenidos en el país. Las microempresas, por lo tanto, representan un componente importante de la economía urbana.

INFORMALIDAD La mayoría de las microempresas opera en el sector informal. Aproximadamente un cuarto de las empresas tenía números de identificación de RUC (Registro Único de Contribuyentes) y un número igual

tenía licencias municipales. Menos del 15 por ciento estaba inscrito en el sistema de seguridad social. Solamente 20 por ciento de los encuestados llevaban registros financieros formales.

IMPACTO DE GÉNERO DE LAS MICROEMPRESAS Quizás la más perceptible característica de los microempresarios es el alto porcentaje de mujeres que dependen de una microempresa. Las mujeres comprenden solamente el 30.7 por ciento de la población económicamente activa, pero constituyen el 46.7 por ciento de los microempresarios encontrados en la encuesta. De las mujeres económicamente activas, 56.4 por ciento son microempresarias. Una parte sustancial de mujeres microempresarias son cabezas de familia solteras, separadas, viudas, divorciadas—demostrando que las microempresas constituyen una red de protección social importante para este sector de la población. Cuando contratan a empleados, los hombres tienden a contratar a hombres y las mujeres cuidan de contratar a mujeres. Esto es en gran parte debido a la naturaleza de los negocios y a las destrezas requeridas. Las empresas de hombres tienden a requerir las destrezas con las que los hombres están más familiarizados y en las que las mujeres tienen pocas oportunidades de desarrollarse. Las empresas poseídas por mujeres, aparte del comercio y restaurantes pequeños, tienden a especializarse en productos y servicios que abastecen a mujeres, dando como resultado una demanda más grande de empleados del sexo femenino.

OCUPACIONES PRINCIPALES Las microempresas están muy concentradas en el sector de comercio; en efecto, 55.2 por ciento de ellas están en este sector, comparadas con el 25.7 por ciento en el sector de servicios y el 19.2 en producción. Es más, dentro de cada uno de los sectores económicos hay una concentración importante de empresas en subsectores específicos. En el sector comercio por ejemplo, el 60.2 por ciento de negocios, están concentrados en comida, bebidas y vestuario. En

el sector de servicios, el 64.9 por ciento de microempresas están concentradas en cuatro subsectores: pequeños locales de comida y bebida (bares, restaurantes, y cafeterías), taxis, talleres de reparación automovilísticos y salones de belleza - En el sector de producción las microempresas están concentradas principalmente en ropa, mobiliario y artesanías y bebidas no alcohólicas - 56.2 por ciento de las empresas en estos tres subsectores. Las mujeres microempresarias exhiben aún, una más grande concentración en determinados tipos de negocios. En el sector de servicios, 85.0 por ciento de las mujeres están en alimentos y bebidas y salones de belleza. En el sector de la producción 74.7 por ciento de las mujeres empresarias se encuentran en vestuario y bebidas no alcohólicas. En el sector comercial 67.9 por ciento de las mujeres emprendedoras están involucradas en la venta de alimentos, bebidas, vestuario y artículos misceláneos pequeños. 2 INEC 2001.

RESUMEN EJECUTIVO XVII IMPACTO EN EL EMPLEO Las microempresas son una fuente importante de empleo. Para la vasta mayoría de microempresarios, la empresa es una fuente de autoempleo. Cerca del 70 por ciento de microempresas ecuatorianas no emplean trabajadores o asistentes además del microempresario. Además, tienden a no crecer: en la gran mayoría de microempresas, el empleo se genera cuando se forma y crece muy poco después. Solo el 10 por ciento de las microempresas han incrementado el nivel de empleo durante la vida del negocio. Los negocios cuyos propietarios son hombres tienden a generar más empleo que aquellos cuya propietaria es una mujer. Esto principalmente porque los negocios cuyos propietarios son mujeres tienen mayor probabilidad que operen en las casas y llevar empleados externos a ésta es problemático. Aún más, los negocios manejados por hombres tienden a ser más grandes, con mayor inversión, capacidad y ventas.

La presente investigación aporta elementos teóricos y prácticos sobre la contabilidad financiera, elementos que enriquecen y sustentan el estudio económico para la creación de una micro empresa familiar de producción y comercialización de cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas, con el objetivo de obtener los resultados esperados, reduciendo costos y manteniendo la calidad de los productos que ofrece. Tomando en consideración además que, con el aumento de la rentabilidad también aumenta el PIB del país, aumentan las oportunidades de empleo y contribuimos al desarrollo de la matriz productiva. A modo de conclusión se afirma que el aporte de esta investigación no solo contribuye al crecimiento económico de una familia sino también al crecimiento del país.

El trabajo se basa fundamentalmente en la búsqueda y análisis de información relacionada con el tema, en fuentes bibliográficas de distintos autores. La estrategia a aplicar está basada en el análisis de la información obtenida de diferentes fuentes para luego desarrollar aplicaciones para la empresa.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El análisis económico para la creación de una micro empresa de cocteles de frutas naturales en la Parroquia El laurel del Cantón Daule de la Provincia del Guayas , está basado en colaboración y aportación del desarrollo del País que se ha caracterizado por la creación de fuentes de trabajo apoyando al desarrollo económico y productivo con énfasis en el desarrollo de la matriz productiva impulsando a la comunidad en la creación de nuevas actividades comerciales y empresariales confiables y oportunos aprovechando al máximo las riquezas naturales de nuestro sector agrícola como es en el caso particular la preparación de cocteles a bases de frutas naturales producidas en nuestro sector como es en la Parroquia El Laurel.

La creación de la empresa de cocteles está fundamentada por la inexistencia de locales que brinde este tipo de bebidas con alcohol moderado diferenciándose de los lugares comunes como son los bares, barras y salones de billar existente en la Parroquia El Laurel.

Creamos este lugar de distracción para aprovechar la economía que produce este rico sector agrícola y que una parte de los ingresos de los trabajadores quede en nuestra propia parroquia y no sean desviado a otros lugares donde existe este tipo de distracción, el cual ayudaría al crecimiento económico del sector y que en lo posterior generaría nuevas oportunidades de trabajo a personas con ganas y deseos de superarse en el área de la actividad comercial y empresarial.

Ubicación del Problema en un contexto

Desde hace varios años atrás las necesidades de las personas han producido naturalmente medios para satisfacer las necesidades en base a sus consumos, las necesidades, principalmente alimenticias: de bienes productos y servicios, fueron creciendo con el aumento demográfico y automáticamente se comienza a crear los intercambios entre personas de distintos lugares. Con el paso del tiempo la cantidad de bienes productos y servicios no eran suficientes para satisfacer las necesidades inmediatas, por lo tanto las personas se limitaron en muchos aspectos, lo que los llevó a unirse, organizarse, clasificarse y también a desplazarse de las zonas en que vivían. Se mezclaron las culturas y se comienzan los traspasos de técnicas, experiencias, y un sin número de oficios que se masificaron y de esta forma nace una actividad económica organizada y con ello las micro empresas.

Las micro empresas son unidades de producción y comercialización de bienes y servicios para la satisfacción de una necesidad. En ella se reúnen y organizan los diversos factores económicos con la perspectiva de alcanzar determinados objetivos. Esta es a la vez una acción encaminada a un fin.

La situación actual hace que muchas personas busquen nuevas fuentes de ingreso, dentro de estas posibilidades esta la creación de la micro empresa que con un poco de entusiasmo, esfuerzo y deseos de triunfar en la vida, se puede formar una unidad productiva con aspiraciones de crecimiento y desarrollo económico familiar y social.

Situación del conflicto

La obesidad es uno de los males que acecha la vida de muchos seres humanos, sobre todo de los jóvenes. Facilitada por la vida sedentaria y los malos hábitos alimenticios, lo que trae como consecuencia importante enfermedades futuras.

Entre los malos hábitos de alimentación denunciados por los especialistas destacan la ingesta de alimentos baratos, fáciles de consumir y preparar y el incremento del consumo de confituras y bebidas azucaradas.

En la actualidad, el Ecuador se encuentra enfrentando una lucha mediática contra los malos hábitos alimenticios y promoviendo la calidad de vida saludable como lo expone en el Plan nacional para el buen vivir, objetivo 3, ante este hecho, la autora de la investigación ve esta necesidad social como una oportunidad para emprender su propio negocio, y con su accionar contribuir con la solución de una de las grandes problemáticas de la sociedad, el buen estilo de vida.

1.1.2 Delimitación del problema

El problema de la presente Investigación, se enmarca en:

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Lugar: Parroquia El Laurel

Campo: Comercialización

Área: Análisis financiero

Aspecto: Matriz Productiva

Periodo: 2015.

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo aprovechar las facilidades que brinda la parroquia Laurel para emprender un negocio familiar dedicada a la producción y comercialización de cocteles de frutas naturales?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Qué delimitación genera la creación de consumo de cocteles con el uso de los productos agrícolas en la parroquia?

¿Cuáles serán las consecuencias al no cumplir con las leyes existentes para el funcionamiento de este tipo de locales de distracción?

¿Cómo perjudicaría la falta de conocimiento en la adecuada utilización y preparación de las frutas naturales existentes en la Parroquia El Laurel?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis económico para la creación de una micro empresa cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas.

Evaluación del problema

La evolución del problema que se realiza a continuación, pretende esclarecer las razones por las cuales el problema ha sido planteado en los términos escogidos por el autor, con la intención de proveer al lector una visión específica del problema, sus orígenes y consecuencias de manera coherente, relevando su factibilidad y originalidad.

Delimitado.- La investigación considera que el problema de la población no cumple con las exigencias necesarias, de la existencia de lugar de recreación en lo relacionado a cocteles, ya que delimita el área geográfica, el periodo y el espacio en el cual se desarrolla la presente investigación científica

Concreto.- El problema de investigación planteado se redactó de una manera corta, precisa, directa y adecuada, ya que se identificó de forma concreta donde

se encontraba la situación conflicto, delimitando correctamente las variables de este.

Original.- Es original porque a pesar de que este tipo de situaciones son muy comunes, el entorno donde se desarrolla el fenómeno es totalmente novedoso y no existen evidencias de investigaciones pasadas sobre este tema.

Factible.- Es un problema factible porque con la solución de este se contribuirá a mejorar la calidad de vida de la población Laureleña y una oportunidad para generar empleo

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Realizar un estudio económico para la creación de un micro empresa de cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas que contribuya a mejorar la calidad de vida de la población Laureleña.

1.2.2 Objetivos específicos

- 1.- Fundamentar teóricamente y documentadamente los antecedentes del emprendimiento micro empresarial, y en particular la preparación de cocteles en el mercado global.
- 2.- Diagnosticar la situación actual del sector para la creación de una micro empresa que permita elevar la calidad de vida de la población.
- 3.- Realizar un estudio económico para la creación de una microempresa de producción y comercialización de cocteles de frutas en la Parroquia El Laurel.

1.3 Justificación de la investigación

1.3.1 Justificación

Se ha demostrado que en muchos países latinoamericanos, las PYMES han contribuido al desarrollo tanto económico como social de sus pueblos, de acuerdo a las condiciones de mercado y a los cambios en la demanda, al tiempo que incentivan la industria nacional con exigentes y eficientes diseños organizacionales orientados a lograr la plena satisfacción de sus clientes como clave para el sostenimiento y mejoramiento de la competitividad netamente del negocio y disminuir el índice de desempleo.

La realidad empresarial, a nivel mundial, en las últimas décadas de un mundo cuyo entorno cambia dinámicamente, el creciente grado de tecnologización y automatización de todo tipo de actividades, han hecho que se incrementen las empresas que tienen como objetivo la prestación de servicios, con exigentes y eficientes diseños organizacionales orientados a lograr la plena satisfacción de sus clientes como clave para el sostenimiento y mejoramiento de la competitividad netamente del negocio.

El objetivo de la presente investigación, es la creación de una micro empresa de producción y comercialización de jugos naturales y cocteles de frutas en la Parroquia El Laurel, la misma surge ante la necesidad que tiene la población Ecuatoriana en elevar su calidad de vida.

Los resultados que se esperan obtener con la propuesta, son: Prestar servicio de excelente calidad a sus clientes. Proporcionar una rentabilidad sostenida para sus accionistas. Ofrecer oportunidades de desarrollo profesional y personal a sus empleados. Convertirse en una empresa transformadora de productos y/o servicios nuevos, en una empresa generadora de empleos. Transformarse en una empresa satisfactoria de necesidades sociales.

EMPRENDIMIENTO

El concepto de emprendimiento ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad debido a la necesidad de las personas de superar los constantes y crecientes problemas que se presentan. Del término emprendimiento ha emanado una gran cantidad de definiciones provenientes de diversos autores, las cuales, coinciden o se diferencian según la visión de estos.

En la investigación se parte en primer lugar, del origen de la palabra emprendimiento que proviene del francés entrepreneur que significa “Hacer algo” y fue utilizada desde la Edad media como “Una persona que es activa, que consigue las cosas haciéndolas”. Es decir que es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo.

Para Camacho (1998) los emprendedores son personas que tienen en mente la constante búsqueda de lo nuevo, reconoce el riesgo como parte cotidiana de lo que hacen, y perciben la adversidad como retos a vencer con un campo de acción que se fundamenta en la innovación y los límites que posee son su capacidad y tiempo de vida.

Por otro lado Ishida, Mantis y Komori (2002) conciben el emprendimiento como la capacidad de crear nuevos negocios o compañías, por ello, se puede deducir que los emprendedores son personas que comúnmente están en la búsqueda de la innovación y retos, con capacidad y talento de convertir nuevas ideas en oportunidades económicas, es decir en negocios, aún en medio de crisis.

Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad, Es decir, el emprendimiento es una característica especial de las personas que le generan ciertas actitudes

al igual que aptitudes que le permiten promover nuevos retos, nuevos proyectos, nuevos logros.

Los emprendedores cuentan con cualidades peculiares, para Muñozcano (2006) comenta que un emprendedor debe tener: determinación, compromiso y entrega total al éxito, así como iniciativa, con una moderada sensibilidad al riesgo, independencia, capacidad para proporcionar valor a las oportunidades y visiones claras y bien cimentadas.

Camacho (1998) divide a los emprendedores en dos tipos, uno son los que descubren una necesidad y buscan los recursos para satisfacerla y por otra parte está el profesional calificado, que son los que por su nivel de conocimientos técnicos crean sus propios inventos y después los comercializan. La sociedad que promueva el desarrollo del emprendimiento y la innovación en sus miembros, logra mayor productividad y se vuelve más competitiva y segura en el mercado globalizado. En las políticas regionales, el emprendimiento debe de apuntalar como estrategia para lograr mayor desarrollo económico, a partir de la creación de empresas competitivas y sostenibles, consolidar nuevos proyectos productivos, incrementar las exportaciones, crear nuevos empleos, mejorando la calidad de vida de los habitantes.

Sin embargo, la tarea del emprendedor no es fácil, se requiere más que solo descubrir oportunidades; en el camino hacia el desarrollo de ideas con innovación, se encuentran con diversas limitaciones como: falta de recursos para invertir, la escasez de conocimientos especializados para desarrollar el proyecto por sí mismos.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Antecedentes históricos

Existen diferentes teorías sobre el surgimiento y desarrollo de las empresas. Muchos estudiosos del tema dicen que los primeros en crear algo muy parecido a una empresa fueron los sumerios en Mesopotamia con la aparición de la agricultura estos aportaron grandes ideas para las civilizaciones venideras. Otros opinan que se empezaron a crear las primeras empresas en el antiguo Egipto, pero no fue hasta mediados del siglo XVIII las empresas se desarrollaron con gran lentitud. Aunque siempre existió el trabajo organizado y dirigido en la historia de la humanidad, la historia de las empresas inicia a partir de 1776, después de la invención de la máquina de vapor por James Watt (1736-1819) y su consecuente aplicación en la producción, surgió una nueva concepción de trabajo que modificó por completo la estructura social y comercial de la época, y en casi un siglo provocó profundos y rápidos cambios políticos, sociales y económicos mucho mayores que todos los cambios ocurridos en el milenio anterior. Este periodo conocido como Revolución Industrial, se inició en Inglaterra y se extendió con rapidez por todo el mundo civilizado de la época. La Revolución Industrial sustituyó el primitivo taller del artesano por la industrialización y preparó el camino para el surgimiento de las modernas empresas y los desafíos de administrarlas.

Para establecer las etapas por las cuales ha transitado el surgimiento y la evolución de las empresas se tomo como referencia la época del feudalismo. Esto permite conocer el proceso evolutivo de las empresas con cierta claridad. Estas etapas son:

Primera etapa: Artesanal.

Va desde la antigüedad hasta cerca de 1780, cuando se inicia la Revolución Industrial. En esta etapa el régimen productivo se basa en los talleres de los artesanos y en la mano de obra intensiva y no calificada empleada en la agricultura. Predominan los pequeños talleres y las granjas que utilizan el trabajo de los esclavos y emplean herramientas rudimentarias. Todavía quedan vestigios del feudalismo y el sistema comercial se basa en el intercambio local. (Monteros, 2011)

Segunda etapa.

Transición del artesanado a la industrialización. Corresponde a la Primera Revolución Industrial, de 1780 a 1860. Es la etapa de la industrialización naciente, de la mecanización de los talleres y de la agricultura. Los dos elementos representativos son el carbón (la nueva fuente básica de energía) y el hierro (el material básico que adquiere enorme importancia en el desarrollo de los países. En esta etapa ocurre una creciente mecanización de los talleres (con el surgimiento de la máquina de hilar en 1767, el telar hidráulico en 1769 y el telar mecánico en 1785) y de la agricultura aparición de la desmotadora de algodón en 1792) gracias a la máquina de vapor y la aplicación de la fuerza motriz del vapor a la producción. En ese momento nace el sistema fabril: los talleres mecanizados se convierten lentamente en fábricas dotadas de enormes y pesadas máquinas que sustituyen la actividad muscular humana. Los transportes toman un impulso vigoroso con la navegación de vapor (1807), la invención de la locomotora de vapor y el surgimiento de las primeras vías férreas de gran extensión (a partir de 1813). Las comunicaciones avanzan después de la invención del telégrafo eléctrico (1835) y el sello postal (1840).

Tercera etapa. Desarrollo industrial.

Corresponde a la Segunda Revolución Industrial, entre 1860 y 1914. Los dos grandes componentes de esta etapa son el acero (el nuevo material básico cuyo proceso de fabricación se desarrolló a partir de 1856) y la electricidad. Se

reemplaza el hierro por el acero como material industrial, y el vapor por la electricidad y los derivados del petróleo como fuentes principales de energía: se desarrolla la maquinaria con la aparición del motor de explosión y el motor eléctrico (1873). La ciencia y los avances tecnológicos ejercen un dominio creciente en la naciente industria. Se producen transformaciones radicales en los medios de transporte (con el surgimiento del automóvil en 1880 y el avión en 1906) y en las comunicaciones (invención del telégrafo inalámbrico, el teléfono en 1876, y el cinematógrafo) y el mundo se vuelve cada vez más pequeño. El capitalismo industrial se ve desplazado por el capitalismo financiero, aparecen los grandes bancos y las instituciones financieras, junto a la ampliación extraordinaria de los mercados. Las empresas exitosas crecen desmesuradamente, experimentan un proceso de burocratización debido a su tamaño y adoptan un enfoque mecanicista de sus funciones. (Monteros, 2011)

Cuarta etapa. Gigantismo industrial.

Etapa situada entre las dos guerras mundiales (entre 1914 y 1945), en las cuales se utilizan organización y tecnología avanzada con fines bélicos. En esta etapa se producen la gran depresión económica de 1929 y la crisis mundial que originó. En este periodo las empresas alcanzan tamaños enormes y realizan operaciones internacionales y multinacionales. Predominan las aplicaciones técnico-científicas y se enfatiza en materias petroquímicas. Se intensifican los transportes: navegación de gran calado, vías férreas y carreteras, perfeccionamiento del automóvil y el avión. Las comunicaciones se amplían y ganan rapidez con la radio y la televisión. El mundo se vuelve todavía más pequeño y complejo.

Quinta etapa: Moderna.

Es la etapa más reciente; que va desde 1945 (posguerra) hasta 1980 y marca una clara separación entre los países desarrollados (o industrializados), los países subdesarrollados (no industrializados) y los países en desarrollo. El avance tecnológico es sorprendente y se aplica con más rapidez a fines comerciales a través de productos y procesos más sofisticados. Se fabrican

nuevos materiales sintéticos básicos (plásticos, aluminio, fibras textiles sintéticas, hormigón) y se utilizan nuevas fuentes de energía (nuclear, solar); no obstante, el petróleo y la electricidad mantienen su predominio. Aparecen nuevas tecnologías (el circuito integrado, el transistor, el silicio) que permiten desarrollar las nuevas maravillas de nuestra época (televisión de colores, el sonido de alta fidelidad, el computador, la calculadora electrónica, la comunicación telefónica, la televisión satelital, la masificación del automóvil). Es la época en que, junto a las empresas multinacionales, surgen empresas nacionales de gran tamaño y una amplia variedad de empresas medianas y pequeñas (entre las que se encuentran las microempresas y las mini empresas). La automatización y la computación aparecen en muchas de estas empresas, aumentando en gran medida sus recursos y potencialidades y distanciándolas cada vez más de las empresas que no han entrado en esta modernización. Además, el ambiente se complica debido a la retracción, la escasez de recursos, la inflación, las altas tasas de interés y los costos crecientes. El mundo se empequeñece todavía más debido al enorme desarrollo de las comunicaciones y de los negocios internacionales, pero también se vuelve más complejo y variable, lo cual trae consigo una novedad: la incertidumbre y la imprevisibilidad de los acontecimientos. (Monteros, 2011)

Sexta etapa: Globalización.

Etapa posterior a 1980, llena de retos, dificultades, amenazas, presiones, contingencias, restricciones y toda clase de adversidades para las empresas. En esta fase el ambiente externo se caracteriza por la complejidad y variabilidad que las empresas no logran descifrar e interpretar de manera adecuada. En consecuencia, las empresas enfrentan la incertidumbre de lo que acontece a su alrededor y, en especial, de lo que pueda ocurrir en el futuro próximo o remoto. En esta etapa, las empresas afrontan aguda competencia, dificultades para comprender las reacciones del mercado y las acciones de los competidores. Administrar y ejecutar las tareas como se hizo siempre, no proporcionará los

resultados adecuados, pues todo ha cambiado, incluida la administración. Esta etapa se halla signada por la Tercera Revolución Industrial.

En la nueva realidad empresarial, el factor humano impera en las organizaciones, ya que se ha demostrado que es el único recurso disponible capaz de tener perspicacia, presuponer o inferir.

Se está viviendo una revolución que, lejos de ser una moda pasajera, es fruto de fuerzas incontrolables e irreversibles: la globalización, la informatización, la desintermediación económica y la intangibilización.

Explorando en la estructura económica de distintos países, podemos encontrar sectores más dinámicos que otros, actividades que cuentan con ventajas comparativas frente a otros países. Pero en todos existen empresas pequeñas, medianas y grandes.

Las frutas

Las frutas son consideradas de frutos comestibles que se obtienen de plantas cultivadas o silvestres, pero a diferencia de los otros alimentos vegetales (hortalizas y cereales) las frutas poseen un sabor y aroma intensos y presentan unas propiedades nutritivas diferentes, por ello la fruta suele tomarse como postre fresca o cocinada. Conviene comerlas cuando están maduras. Como alimento las frutas tienen propiedades como ser muy ricas en vitaminas y minerales, pocas calorías y un alto porcentaje de agua (entre 80 y 95%). (Alimentacion.org.ar, Composición y clasificación de las frutas, 2007)

Estas se clasifican según:

El tipo de semilla que contenga el fruto son:

Frutas de hueso o carozo: son aquellas que tienen una semilla grande y de cáscara dura, como el albaricoque o el melocotón. Frutas de pepita: son las frutas que tienen varias semillas pequeñas y de cáscara menos dura como la pera y la manzana.

Fruta de grano: son aquellas frutas que tienen infinidad de minúsculas semillas como el higo y la fresa.

Según el tiempo de recolección, la fruta se clasifica en:

Fruta fresca: si el consumo se realiza inmediatamente o a los pocos días de su cosecha, de forma directa, sin ningún tipo preparación o cocinado.

Fruta seca o fruta pasa: es la fruta que tras un proceso de desecación se puede consumir a los meses, e incluso años después de su recolección como las pasas o los orejones.

Otros grupos de fruta comprenden:

Fruta cítrica como la lima y la naranja.

Fruta tropical como la banana, coco, kiwi y piña.

Fruta del bosque como las frambuesas, zarzamoras y endrinas.

Fruto seco como las almendras, nueces y castañas. (Cedeño, K. (2013; pag 08)

Antecedentes de los cocteles

El termino coctel surgió en la antigua Grecia, donde en aquel momento sus habitantes mezclaban los caldos de la época con miel y diferentes plantas aromáticas, con el fin de conseguir bebidas más agradables. El primer testimonio que nos habla de mezclas de varios elementos para conseguir una bebida estimulante y agradable es de Hipócrates, en el año 400 a.C., quien en su libro *Vinum Hipocraticum* cita que dicha mezcla servía para curar enfermedades varias. La cuestión fue que muchos de esos “enfermos” encontraron en ese vino un placer inexistente en otro caldo. Tuvieron que pasar muchos años, concretamente hasta el mes de julio de 1806, para que el arte de mezclar bebidas tuviese un nombre. Entre tanto son muchas las historias que, aunque si bien es probable que tengan una parte veraz, más probable es que tengan más de fantasía. En aquel mes de julio de 1806, en el periódico *The*

Balance, aparece por primera vez la palabra “cocktail”, definiéndolo como una bebida estimulante compuesta por diversos líquidos, a la que se añaden azúcares, agua y bitters. Otra fecha significativa es el año 1862, cuando un famoso barman neoyorquino, Jerry Thomas, escribe The Bartender Guide, una recopilación de 236 recetas, en donde aparece un apartado con 13 de ellas, denominado como “Cocktails y Crustas”. Como conclusión a este hecho, se piensa que ya en aquella época debía ser al menos frecuente tomarse un cocktail. A partir de estas fechas históricas, en las que encontramos el origen del arte de mezclar bebidas, así como su origen etimológico, van surgiendo a lo largo de los años nuevas fechas en las que vemos evolucionar este mundo. La sucesión a lo largo del planeta de hechos, más o menos fortuitos, que en su momento dieron pie al nacimiento de muchos de los cócteles que a la postre han sido considerados por todos nosotros como grandes clásicos, haciendo que a lo largo de los años se haya ido forjando este fascinante mundo que supone la coctelería.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Como referentes teóricos de la investigación, la autora de la misma cita dos trabajos de titulación que a su criterio aportan elementos importantes para el sustento teórico-científico del trabajo.

Tema: “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE DIETÉTICO”

Autora: Paquita Judith Moreno Luna

Año: 2012

Universidad: UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

CONCEPTO MICROEMPRESA

Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño, que ejerce una actividad económica de forma regular ya que cuenta con un máximo de 6 empleados. La microempresa 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.

La micro y pequeña empresa se define ya no en términos de marginalidad sino como una alternativa productiva que permite la generación de procesos de desarrollo local que garantice efectivamente la equidad en el desarrollo económico. Microempresas son unidades productivas de menor escala en un sector industrial determinado. Se caracterizan por tener tecnologías que van de convencionales o artesanales a las más avanzadas ó modernas. Su rentabilidad es la del sector industrial al que pertenecen y sus niveles de productividad en la mayoría de las veces son inferiores a las de su sector. La creación de una microempresa puede ser el primer paso a la hora de realzar un proyecto y llevarlo a adelante. Al forzar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social. Este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico. Esto ocurre ya que las microempresas pueden ser una salida laboral para un desempleado o un ama de casa. La elaboración de artesanías, gastronomía, a pequeña escala y la consultaría profesional son algunos de los campos más usuales en el desarrollo de microempresas. La planificación de una microempresa significa pensar y descubrir qué hacer en el futuro, comenzar y mejorar su capacidad de generación de ingresos. Planificar una microempresa, por lo tanto, implica entre otras cosas, previsión de costos; aportaciones, resultados, ventas, beneficios y flujos de dinero.

A criterio de la autora de la investigación, empresa es la entidad conformada esencialmente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales con

capacidades técnicas y financieras; que le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades existentes en la sociedad, con el fin de obtener una utilidad o beneficio.

Entonces se entiende por empresa al gremio formado por el recurso humano y material que realiza una actividad económica con fines de lucro para satisfacer las necesidades del cliente.

Los objetivos principales de la empresa son: la satisfacción del cliente, mediante la producción de bienes materiales, y servicios que la empresa brinda a través de estrategias y políticas, para servir al cliente de manera rápida, efectiva y eficiente.

Tema: “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE OFREZCA BEBIDAS Y POSTRES A BASE DE FRUTAS EN EL CANTÓN MILAGRO”

Autora: Vinza Enríquez Margarita María

Año: 2013

Universidad: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

Propiedad del capital

- ✓ Microempresas familiares. Cuando el propietario del capital es el grupo familiar, que se apropia de los beneficios que genera.
- ✓ Microempresas asociativas. Surge de un acuerdo entre dos o más personas que aportan el capital básico para la puesta en marcha de la microempresa. Los beneficios se distribuyen entre los asociados.
- ✓ Microempresas unipersonales. Cuando el propietario del capital es una sola persona y, en consecuencia, es el que se apropia de los beneficios.

Actividad que desarrollan

- ✓ Microempresas productivas.
- ✓ Transforman la materia prima en productos terminados.
- ✓ Microempresas comerciales. Se dedican a la venta de bienes o servicios.

Cantidad de funciones que desarrolla

- ✓ Microempresas de función única. Desarrollan una sola actividad que es el centro de su accionar.
- ✓ Microempresas de dos funciones. Generalmente, una función supera en importancia a la otra.
- ✓ Microempresas de función múltiple. Incorporan varias funciones. Su gestión suele ser más complicada.

Novedad de su producción

- ✓ Microempresas de producción por copia. Generan bienes o servicios que ya están en el mercado, tratando de marcar alguna diferencia en el marketing para absorber demandantes.
- ✓ Microempresas de producción innovadora. Fabrican nuevos bienes o servicios, o les introducen alguna modificación para posicionarlo.

Tipo de población involucrada

- ✓ Microempresas de subsistencia. Poseen un bajo nivel de productividad que solo le permite generar ingresos que posibiliten la subsistencia del micro emprendedor y su familia.
- ✓ Microempresas de acumulación simple. Las rentas que generan solo permiten superar los costos de producción, pero no logran excedentes importantes que les faciliten realizar inversiones en bienes de capital.

- ✓ Microempresas de acumulación ampliada. Tienen la capacidad de generar una elevada productividad que posibilita al micro emprendedor acumular excedentes, de manera que puede utilizarlos en la inversión para el crecimiento de la microempresa.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

Análisis Estructural de la Definición de Empresa:

Elementos que componen la estructura básica de lo que es una empresa:

1. Entidad: Es decir, que una empresa es una colectividad considerada como unidad (por ejemplo, una corporación, compañía, institución, etc., tomada como persona jurídica) [18] o un ente individual conformado por una sola persona (por lo general, el propietario).
2. Elementos humanos: Se refiere a que toda empresa está conformada por personas que trabajan y/o realizan inversiones para su desarrollo.
3. Aspiraciones: Son las pretensiones o deseos por lograr algo que tienen las personas que conforman la empresa.
4. Realizaciones: Se entiende como las satisfacciones que sienten los miembros de la empresa cuando logran cumplir aquello que aspiraban.
5. Bienes materiales: Son todas las cosas materiales que posee la empresa, como; instalaciones, oficinas, mobiliario, etc.
6. Capacidad técnica: Es el conjunto de conocimientos y habilidades que poseen los miembros de la empresa para realizar o ejecutar algo.
7. Capacidad financiera: Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones (por citar algunas).
8. Producción, transformación y/o prestación de servicios: Se refiere a que la empresa puede realizar una o más de las siguientes actividades: 1)

Fabricar, elaborar o crear cosas o servicios con valor económico, 2) transformar o cambiar, por ejemplo, una materia prima en un producto terminado y 3) prestar servicios.

9. Satisfacción de necesidades y deseos: La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación). En cambio, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para éstas necesidades profundas.

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Se puede clasificarlas de varias formas, a continuación se presentan los tipos de empresas según sus ámbitos:

De acuerdo con la actividad que desarrollen, en:

a) Del sector primario

Básicamente extractivas, que crean la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícola, ganadera, pesquera, minera, entre otros).

b) Del sector secundario

Que centra su actividad productiva al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales y de construcción.

c) Del sector terciario

Servicios y comercio, con actividades de diversa naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, entre otros.

Según la forma jurídica:

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios. Podemos distinguir:

a) Empresa individuales

Pertenece a una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.

b) Empresas societarias o sociedades

Constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria y la sociedad de responsabilidad limitada.

c) Las cooperativas u otras organizaciones de economía social.

Según Ámbito de Actuación

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir:

a) Empresas locales

- b) Regionales
- c) Nacionales
- d) Multinacionales
- e) Transnacionales
- f) Mundial

Según la Titularidad del Capital

- a) **Empresa privada:** Si el capital está en manos de particulares.
- b) **Empresa pública:** Si el capital y el control está en manos del Estado.
- c) **Empresa mixta:** Si la propiedad es compartida
- d) **Empresa de autogestión:** Si el capital está en manos de los trabajadores productivos (básicamente trabajo y capital)

Según su Dimensión

No existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores que se tienen en cuenta son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, entre otros. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores.

- a) **Microempresa** si posee menos de 10 trabajadores.
- b) **Pequeña empresa:** si tiene menos de 50 trabajadores.
- c) **Mediana empresa:** si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- d) **Gran empresa:** si posee más de 250 trabajadores.

Por interés de la autora se analizarán con mayor profundidad las Pequeñas y Medianas empresas.

Antiguamente las grandes empresas o los monopolios eran los que copaban el mercado y quebraban al resto de pequeñas y medianas empresas. En la actualidad las empresas más rápidas son las que quiebran a las empresas más

lentas y por lo regular son las pequeñas empresas que mediante un servicio ágil, oportuno y confiable han crecido considerablemente, abarcando un gran número de clientes satisfechos.

Definición de las PYMES

Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados.

Pyme también suele escribirse como PYME y PYME. Otro término semejante es mi pyme o MI Pyme, el acrónimo de micro, pequeña y mediana empresa. En este caso, se incluye además a las empresas más chicas, como las unipersonales.

La definición de pyme varía según el país. En Argentina, por ejemplo, se clasifica a las empresas de acuerdo a sus ventas anuales y su rubro (una pyme industrial puede tener un volumen de facturación que, en otro sector económico, ubicaría a la empresa entre las más grande.

En otros países, el concepto de pyme se asocia a la cantidad de empleados. Entre 1 y 10 empleados, se habla de microempresa; entre 11 y 50, de pyme. Dichas cifras, de todas maneras, pueden variar de acuerdo a la región.

Las pymes tienen necesidades específicas que deben ser atendidas por el Estado. Este tipo de empresas genera, en conjunto, grandes riquezas para cada país además de ser uno de los principales motores del empleo. Sin embargo, por sus particularidades, necesitan protección e incentivos para competir frente a las grandes corporaciones.

Se puede definir a las PYMES como el conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de

trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

PYMES EN ECUADOR

Ecuador las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Las PYMES en Ecuador se encuentran en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que constituyen un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo. (SRI, 2014)

EMPRESAS DE SERVICIOS

Las empresas de servicios ofrecen productos intangibles para satisfacer las necesidades de la población, estas a su vez pueden tener fines lucrativos y no lucrativos. Su producción puede o no estar vinculada a un producto físico.

Las empresas de servicio incluyen subsectores como; comunicación, turismo, hotelería, transporte etc.

Características de una empresa de servicio

1. La intangibilidad del servicio: significa que los servicios no se pueden ver, saborear, sentir, oír ni oler antes de comprarlos, los servicios primero se venden y después se producen y consumen al mismo tiempo.
2. La inseparabilidad del servicio, significa que los servicios no se pueden separar de sus proveedores, no importa si esos proveedores son personas o maquinas, tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado del servicio.
3. La variabilidad del servicio: la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuando, en donde y como se proporciona.
4. La naturaleza perecedera del servicio: Los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización. La naturaleza perecedera de los servicios no es un problema cuando la demanda es constante. Sin embargo, cuando la demanda fluctúa, las empresas de servicio a menudo experimentan problemas difíciles.
5. El principal insumo que se utiliza para proporcionar el servicio es el recurso humano.

La empresa privada es la unidad esencial de una economía de mercado. Es un ente que trata de maximizar sus beneficios planificando sus acciones y estudiando la forma de seleccionar sus insumos y sus productos de modo de obtener la mayor eficiencia en sus actividades. Dicha eficiencia productiva se mide en términos concretos por la ganancia, aunque esta última puede provenir, en condiciones de competencia imperfecta, de muchos otros factores.

Las empresas son, por lo tanto, unidades de decisión que efectúan elecciones económicas. De la existencia de múltiples empresas, de muy variadas características, depende la abundante oferta de bienes y servicios que caracteriza a las economías modernas. Cada una de ellas aprovecha una circunstancia particular, un deseo específico de los consumidores o una aptitud

especial para producir mercancías que éstos demandan. La finalidad de una empresa se puede resumir como aparece en el grafico 1

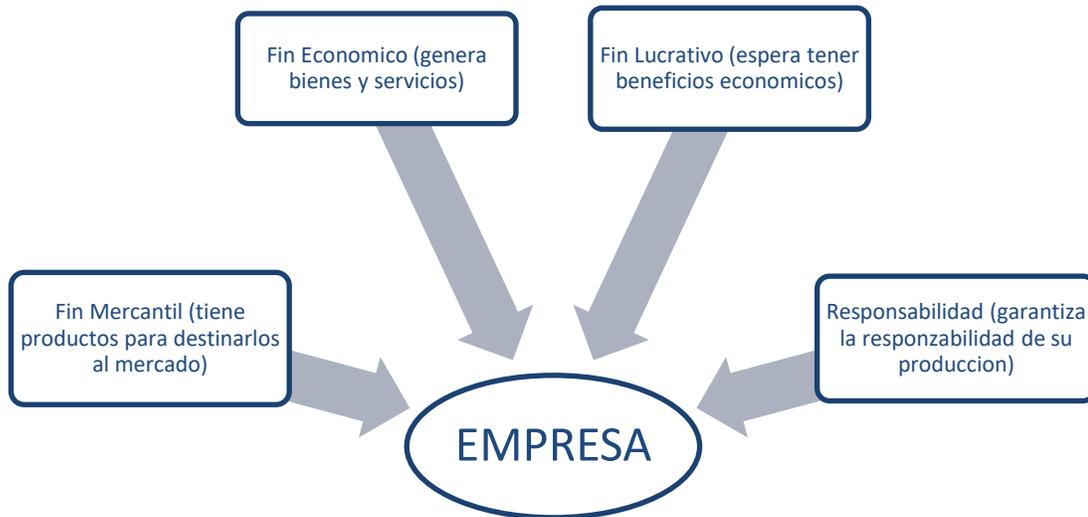


Grafico 1. Finalidad de una empresa

Cinco fuerzas de Michael Porter

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo estratégico elaborado por el ingeniero y profesor Michael Porter de la Escuela de Negocios Harvard, en el año 1979. Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio. Este análisis deriva en la respectiva articulación de las 5 fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, y por lo tanto, en cuan atractiva es esta industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad.

La autora de la investigación asume el modelo de Porter para analizar la competencia y poder tomar decisiones:

Cómo identificar las fortalezas y debilidades

Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con atributos psicológicos y su evidencia de competencias. Otro aspecto identificado como una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización, como un logro que brinda la organización y una situación favorable en el medio social. Una debilidad de una organización se define como un factor considerado vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándola en una situación considerada débil. Para Porter, las fortalezas y oportunidades son, en su conjunto, las capacidades, es decir, el estudio tanto de los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas, competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc.)

Estos talones de Aquiles de situaciones pueden generar en la organización una posición competitiva vulnerable.

Es posible destacar que acerca del procedimiento para el análisis FODA, que una vez identificados los aspectos fuertes y débiles de una organización se debe proceder a la evaluación de ambos, es decir, de las fortalezas y las debilidades. Es importante destacar que algunos factores tienen mayor preponderancia que otros, como lo plantea Strickland, al denominar el análisis FODA como la construcción de un balance estratégico, mientras que los aspectos considerados fuertes de una organización son los activos competitivos, y los débiles son los pasivos también competitivos. Pero se comete un error si se trata de equilibrar la balanza.

Lo importante radica en que los activos competitivos o aspectos fuertes superen a los pasivos competitivos o situaciones débiles; es decir, lo trascendente es darle mayor ponderación a los activos.

Matriz FODA

Fortalezas:	Debilidades:
<ol style="list-style-type: none">1. Ambiente adecuado para el giro del negocio.2. Espacios amplios y apropiados.3. Capacidad de endeudamiento.4. Personal comprometido con el trabajo.5. Poca competencia en el sector	<ol style="list-style-type: none">1. Alta dependencia del sector.2. Carece de imagen corporativa.3. No dispone de un plan de marketing establecido.4. No dispone de un plan de crecimiento a futuro
Oportunidades:	Amenazas:
<ol style="list-style-type: none">1. Ubicación comercial.2. Consolidar nuestras operaciones en la Provincia del Guayas.3. Sistema moderno de entretenimiento y capacitación de nuestro personal.	<ol style="list-style-type: none">1. Aumento de precio de los insumos.2. Situación política y económica del país.3. Exceso de requisitos de parte de los organismos reguladores y de control.4. Creación de nuevos impuestos para el sector.

Tabla 2.1 Matriz FODA

Elaborado por: La autora

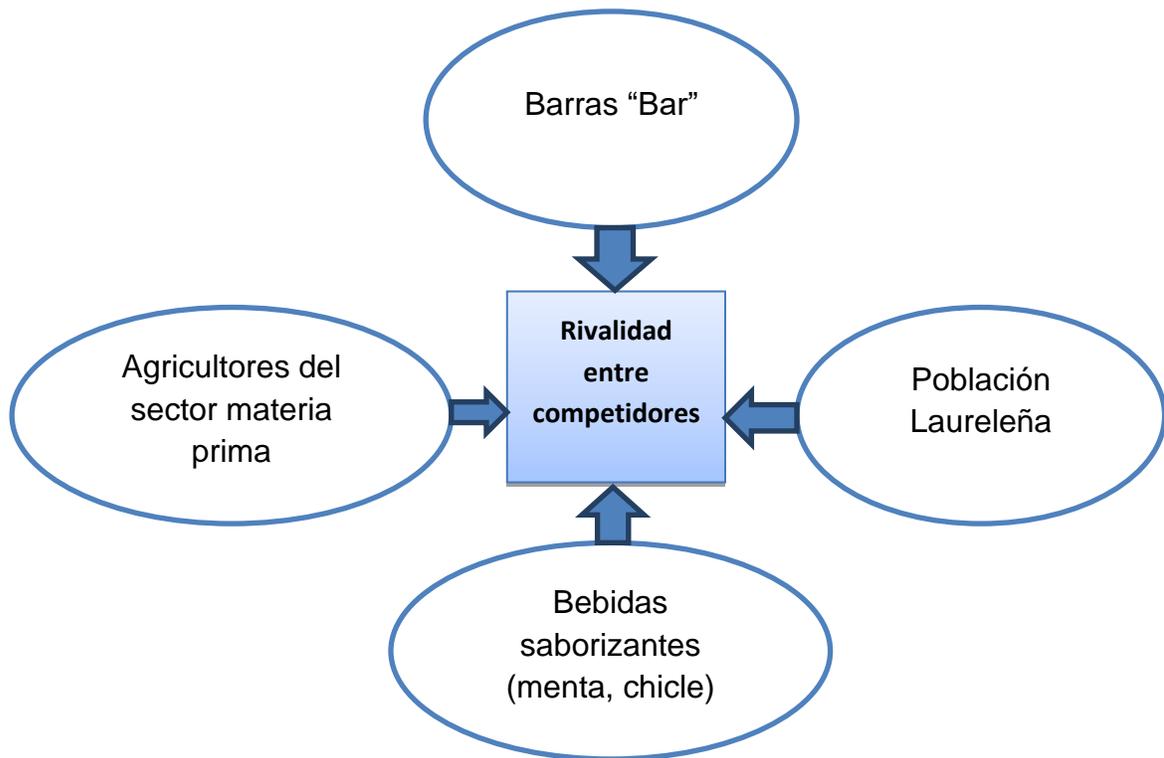
Relación FA

1. soportar los posibles cambios políticos y económicos que puedan surgir en el país.

2. La poca competencia en el sector puede hacerle frente a la creación de nuevos impuestos.

Relación OD

1. La excelente ubicación comercial minimiza la alta dependencia del sector.
2. Un sistema moderno de entretenimiento y capacitación de nuestro personal puede contribuir a la creación de un plan de crecimiento a futuro.



2.2 MARCO LEGAL

El Ministerio de Relaciones Laborales a través de la Dirección de Organizaciones Laborales, promueve, evalúa y controla los procesos para el registro y funcionamiento de organizaciones laborales sean estas asociaciones, sindicatos o comités de empresa.

Todo proyecto de empresa se desarrolla en torno a una idea que nace como consecuencia de la existencia de una oportunidad de negocio que es descubierta por una persona concreta en determinada circunstancia. Esta idea puede originarse mediante la observación del entorno, aficiones, lectura en prensa, cambios de normativa legal, oportunidad de negocio en mercados poco abastecidos, conocimientos técnicos sobre mercados concretos, desarrollo tecnológico a partir de un proceso de innovación o de transferencia de tecnología que suponga el desarrollo de un producto o servicio mejorado o no existente.

Todas las disposiciones generales de las compañías mercantiles las podemos encontrar en la publicación del Registro Oficial # 312 expedido el Viernes 5 de Noviembre de 1999, el Honorable Congreso Nacional en ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República en el cual resuelve expedir la codificación de Ley de Compañías.

Según consta en el Registro Oficial # 312 expedido el viernes 5 de noviembre de 1999, sobre los tipos de compañías mercantiles encontramos lo siguiente:

Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISIÓN LEGISLATIVA Y CODIFICACIÓN

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

RESUELVE:

**EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACIÓN DE LA LEY DE COMPAÑÍAS
SECCIÓN I**

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- * La compañía en nombre colectivo;
- * La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- * La compañía de responsabilidad limitada;
- * La compañía anónima; y,
- * La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 11.- El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

En el Reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

LEY DE FACTURACIÓN

El presente epígrafe, abarca todas las leyes, regulaciones y normativas legales que sustentan la investigación, como son el Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención publicado en el Registro Oficial N° 679 de octubre 8 del 2002. Registro Oficial N° 247 Año I Quito, viernes 30 de julio del 2010 N° 430 Rafael Correa Delgado PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA Considerando:

Que mediante Decreto Ejecutivo N° 3055, publicado en el Registro Oficial N° 679 de octubre 8 del 2002 se expidió el Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención;

Que es pertinente ajustar las disposiciones reglamentarias relativas a los comprobantes de venta y de retención a las necesidades actuales de los

contribuyentes y de la administración, con el objeto de facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias; y, En ejercicio de la atribución que le confiere el número 13 del artículo 147 de la Constitución de la República, Decreta:

EL SIGUIENTE REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS.

Capítulo I DE LOS COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a) Facturas;
- b) Notas de venta - RISE;
- c) Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d) Tíquetes emitidos por máquinas registradoras;
- e) Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- f) Otros documentos autorizados en el presente reglamento.

Art. 2.- Documentos complementarios.- Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- a) Notas de crédito;
- b) Notas de débito; y,
- c) Guías de remisión

Art. 5.- Autorización de impresión de los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención.- Los sujetos pasivos solicitarán al Servicio de Rentas Internas la autorización para la impresión y emisión de los

comprobantes de venta y sus documentos complementarios, así como de los comprobantes de retención, a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y condiciones del presente reglamento.

Los sujetos pasivos también podrán solicitar al Servicio de Rentas Internas la autorización para que dichos documentos puedan emitirse mediante sistemas computarizados, en los términos y condiciones que establezca dicha entidad.

El Servicio de Rentas Internas autorizará la utilización de máquinas registradoras para la emisión de tiquetes, siempre que correspondan a las marcas y modelos previamente calificados por dicha institución.

Los sujetos pasivos que tengan autorización para emitir comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, mediante sistemas 4 computarizados, podrán solicitar autorización para la emisión y entrega de comprobantes impresos por establecimientos gráficos autorizados, para cuando se requiera la emisión de estos, por cualquier circunstancia.

Los sujetos pasivos autorizados a emitir tiquetes de máquinas registradoras deben, además, contar obligatoriamente con facturas o notas de venta autorizadas, las que deberán entregar al adquirente del bien o servicio, con los datos que lo identifiquen como tal, cuando lo solicite, para justificar sus deducciones del impuesto sobre la renta.

Art. 6.- Período de vigencia de la autorización para imprimir y emitir comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención.

El período de vigencia de los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, será de un año para los sujetos pasivos, cuando cumplan las condiciones siguientes:

1. Haber presentado sus declaraciones tributarias y sus anexos cuando corresponda, y realizado el pago de las obligaciones declaradas o, de mantener concesión de facilidades para el pago de ellas, no estar en mora de las correspondientes cuotas.

2. No tener pendiente de pago, deuda firme alguna, por tributos administrados por el Servicio de Rentas Internas, multas e intereses provenientes de los mismos.

Se exceptúan de esta disposición los casos en los cuales exista un convenio de facilidades de pago o se haya iniciado un recurso de revisión de oficio o a insinuación del contribuyente en relación al acto administrativo que contenga la obligación en firme. Por consiguiente, se mantendrán vigentes dentro del plazo autorizado por el SRI, los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, aún cuando se encuentren pendientes de resolución las impugnaciones en vía judicial o administrativa, presentadas por los sujetos pasivos, por las que no se encuentren en firme los respectivos actos administrativos.

3. Que la información proporcionada por el sujeto pasivo en el Registro Único de Contribuyentes, en caso de comprobación realizada por la Administración Tributaria, sea correcta, conforme a lo establecido en la Ley de Registro Único de Contribuyentes.

El Servicio de Rentas Internas, cuando el sujeto pasivo no hubiere presentado y pagado cuando corresponda, durante el último semestre alguna declaración, autorizará la impresión de los documentos con un plazo de vigencia improrrogable de tres meses, tiempo dentro del cual el contribuyente deberá cumplir con todas sus obligaciones pendientes.

En ningún caso esta autorización podrá otorgarse de forma consecutiva. Excepcionalmente, se podrá conceder autorización con período de vigencia de hasta 2 años, cuando el sujeto pasivo cumpla, a más de las condiciones antes señaladas, las que mediante resolución establezca el Servicio de Rentas Internas.

Art. 7.- De la suspensión de los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

La Administración Tributaria podrá suspender la vigencia de la autorización para emitir comprobantes de venta, retención y documentos complementarios previa notificación al contribuyente, cuando este no haya cumplido con la obligación de presentación de sus declaraciones tributarias, sus anexos cuando corresponda, realizado el pago de las obligaciones declaradas o cuando la información proporcionada por el sujeto pasivo en el Registro Único de Contribuyentes, no pueda ser verificada por la Administración Tributaria. Para el caso de los contribuyentes autorizados a utilizar sistemas computarizados, la suspensión procederá también cuando no cumplan los requerimientos establecidos por el Servicio de Rentas Internas, derivados de dicha autorización.

No sustentarán crédito tributario, ni costos o gastos, los comprobantes de venta, de retención y documentos complementarios que hayan sido emitidos mientras dure la suspensión de la autorización. Para este efecto, el Servicio de Rentas Internas pondrá a disposición de la ciudadanía los mecanismos necesarios para verificar la vigencia de los mencionados comprobantes.

Art. 8.- Obligación de emisión de comprobantes de venta y comprobantes de retención.

Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que

no los requiere. Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aún cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado. La emisión de estos documentos será efectuada únicamente por transacciones propias del sujeto pasivo autorizado. El Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, establecerá el monto sobre el cual las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y aquellas inscritas en el Régimen Impositivo Simplificado, deberán emitir comprobantes de venta.

De igual manera, se establecerá la periodicidad de la emisión de un comprobante de venta resumen por las transacciones efectuadas correspondientes a valores inferiores a los establecidos en la mencionada resolución.

No obstante lo señalado en el inciso anterior, a petición del adquirente del bien o servicio, se deberá emitir y entregar comprobantes de venta, por cualquier monto. En las transferencias de combustibles líquidos derivados de hidrocarburos y gas licuado de petróleo se deberá emitir comprobantes de venta por cualquier valor.

Los sujetos pasivos inscritos en el régimen simplificado deberán sujetarse a las normas particulares de dicho régimen. Las sociedades y las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deberán emitir comprobantes de venta de manera obligatoria en todas las transacciones que realicen, independientemente del monto de las mismas. En los casos en que se efectúen transacciones al exterior gravadas con Impuesto a la Salida de Divisas, el agente de percepción emitirá el comprobante de venta por el servicio prestado en el que además de los requisitos establecidos en este reglamento se deberá detallar el valor transferido y el monto del Impuesto a la Salida de Divisas percibido. Los trabajadores en relación de dependencia no están obligados a emitir comprobantes de venta por sus remuneraciones. Los agentes de retención en forma obligatoria emitirán el

comprobante de retención en el momento que se realice el pago o se acredite en cuenta, lo que ocurra primero y estará disponible para la entrega al proveedor dentro de los cinco días hábiles siguientes al de presentación del comprobante de venta. Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, las instituciones del sistema financiero nacional, podrán emitir un solo comprobante de retención a sus clientes y proveedores, individualmente considerados, cuando realicen más de una transacción por mes.

El comprobante de retención así emitido deberá estar disponible para la entrega dentro de los cinco primeros días del mes siguiente. Los agentes de retención del impuesto a la salida de divisas, cuando realicen la transferencia de valores gravados con el impuesto, emitirán el respectivo comprobante de retención al momento en que se realice la retención del impuesto, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador y en su reglamento de aplicación. Los comprobantes de retención deberán estar a disposición de los contribuyentes del impuesto a la salida de divisas, dentro de los dos días hábiles siguientes a la fecha de retención.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Frutas

Se denomina fruta a aquellos frutos comestibles obtenidos de plantas cultivadas o silvestres que, por su sabor generalmente dulce-acidulado, por su aroma intenso y agradable, y por sus propiedades nutritivas, suelen consumirse mayormente en su estado fresco, como jugo y/o como postre (y en menor medida, en otras preparaciones), una vez alcanzada la madurez organoléptica, o luego de ser sometidos a cocción.

Coctel

Un cóctel o coctel (del inglés cocktail) es una preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas en diferentes proporciones, que contiene por lo general uno o más tipos de bebidas alcohólicas junto a otros ingredientes, generalmente jugos, frutas, miel, leche o crema, especias, etc.

Microempresa

Para (Beltrán L. 2009) la unidad productiva más pequeña de la estructura empresarial, en términos de escala de activos fijos, ventas y números de empleados, que realiza actividades de producción, comercio o servicio e áreas rurales o urbanas.

Actividad económica

Se llama actividad económica a cualquier proceso mediante el cual se adquieren productos, bienes y los servicios que cubren nuestras necesidades o se obtienen ganancias.

Las actividades económicas son aquellas que permiten la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún servicio; teniendo como fin la satisfacción de las necesidades humanas.

Cada comunidad encuentra que sus recursos son limitados y por lo tanto, para poder satisfacer a estas necesidades debe hacer una elección que lleva incorporado un coste de oportunidad.

Las actividades económicas abarcan fases: producción, distribución y consumo. Como la producción depende del consumo, la economía también analiza el comportamiento de los consumidores. Algunas actividades económicas son la agricultura, la ganadería, la industria, el comercio, las comunicaciones, entre otras.

Los países se emplean específicamente en alguna actividad económica lo que permite clasificarlos, y de acuerdo a la capacidad de producción y eficiencia de dicha actividad se generara su riqueza.

Análisis de Mercado

Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción.

Los aspectos que se deben analizar en el estudio de mercado son:

1. El consumidor del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
2. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
3. El producto del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
4. Comercialización del producto y del proyecto.

Análisis Financiero

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

MATRIZ PRODUCTIVA

El cambio de la matriz productiva es, en estos tiempos, uno de los puntos de debate que más circula en el ámbito económico. Revisemos un poco a qué se refiere esto (en mi perspectiva) y, posteriormente, una pequeña reflexión.

¿Qué es una matriz productiva? Como yo lo veo, este término engloba un significado matemático y económico al mismo tiempo. Una matriz es una forma de ordenamiento de números que pueden representar tanto vectores como puntos en un plano. Lo esencial de esto es que tanto filas como columnas de una matriz tienen que ver unas con otras en su intersección.

La parte productiva, obviamente, tiene una connotación económica. Las preguntas comunes en economía para referirse a la producción son: ¿Qué producir? ¿Cómo producir? Y ¿Para quién producir? Todo esto engloba el aparato productivo de un país que, por medio de diferentes industrias, genera bienes (o servicios) a ser consumidos por clientes.

Uniendo estos dos conceptos, podemos deducir que la matriz productiva es una forma de ordenamiento de los diferentes procesos productivos de una economía. Este ordenamiento (matriz) combina insumos y bienes finales con el objetivo de divisar de una manera clara la dinámica de las industrias y de cómo estas se intersecan (esto fue desarrollado, académicamente, en la matriz de Leontief).

Cambiar (o diversificar) la matriz productiva se refiere a ampliar la cantidad de industrias tanto de insumos como de bienes finales con el fin de agrandar el aparato productivo ecuatoriano. La propuesta del Gobierno de hacer esto parece coherente ¿o no?

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable General

Con el análisis económico para la creación de una micro empresa cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas, se determinará el adecuado manejo de los productos agrícolas aplicando un diseño de costos de producción durante el proceso y preparación de cocteles. El inadecuado sistema en la utilización de los productos en la

parroquia El Laurel genera un desequilibrio sobre los estados económicos generados en la población.

2.4.2 Variables Particulares

El escaso conocimiento de los beneficios naturales que contienen las frutas existentes en la parroquia El Laurel, perjudica la producción y comercialización de cocteles

La falta de verificación o control en la manipulación de las frutas, genera un desequilibrio económico a la producción de la empresa.

El poco entendimiento sobre el control del manejo y producción de las frutas provoca dificultad en identificar correctamente los precios de compra en los productos agrícolas

2.4.3 Declaración de Variables

- **Variable Independiente (causa):** Deficiente control
- **Variable Dependiente (efecto):** Desequilibrio en la producción

Variable Particular 1:

- **Variable Independiente:** Mecanismos para comprobar el control adecuado de los productos agrícolas
- **Variable Dependiente:** Evaluación de los recursos para el bienestar y el desarrollo de la micro empresa

Variable Particular 2:

- **Variable Independiente:** Cálculo de costos en las etapas de la producción
- **Variable Dependiente:** Control en los procesos de preparación

Variable Particular 3:

- **Variable Independiente:** Actividades realizadas con determinación en la actividad económica
- **Variable Dependiente:** Efectos sobre la disminución o sobrevaloración de precios

2.4.4 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	ÍNDICE
VARIABLE DEPENDIENTE			
Desequilibrio en los estados financieros	Evaluación del correcto uso de los recursos para el bienestar y el desarrollo de la micro empresa	Planeación y coordinación de los recursos	Vigente
Evaluación de los recursos	Control adecuado en los productos.	Determinar y Evaluar los resultados financieros	Bueno
Control de los Precios	Se analiza los defectos que genera en la organización por la Disminución o sobrevaloración de precios.	Identificar el manejo de costos en los productos	Bueno
Conocimiento de la actividad a emprender	Estudio de la existencia y movimiento de establecimientos existente en la población	Aplicación de estrategias de acuerdo a la economía de la población	Bueno

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	ÍNDICE
VARIABLE INDEPENDIENTE			
Control de productos	Se utilizan mecanismos para comprobar el control adecuado de los productos agrícolas	Conocer el correcto manejo de productos	Bueno
Diseño de Costos	Aplicación de cálculo de costos en las etapas de la producción para verificar la situación económica.	Identificar los costos de la micro empresa	Bueno
Actividades realizadas con control económico	Desarrolla la situación económica que consiste en el registro de todas las actividades realizadas	Control económico y financiero personalizado	Vigente
Actividades Operativas	Justificación y valoración en las responsabilidades personales	Desempeño del personal en sus funciones	Vigente

Tabla 2.2 Operacionalización de las variables

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

En el presente capítulo se establece la metodología seguida durante toda la investigación, tipos de estudio así como métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recolección de información para la constatación del problema a investigar.

Se establece la población y se determina la muestra a través de métodos matemáticos y se realiza el análisis de los resultados para la correcta identificación del problema de la investigación.

Inductivo

Para la investigación del presente proyecto se partió de lo simple a lo complejo, se caracteriza porque tiene una síntesis, recopilando varios datos y observando hechos referidos al problema en particular, el cual sirvió de mucha ayuda para conocer la gestión administrativa y financiera

Analítico

Este método permitió realizar un análisis de los movimientos transaccionales y las funciones administrativas desempeñadas por cada funcionario, que son los objetivos que persigue esta investigación.

Sintético

Este método brindó la posibilidad de agrupar conclusiones para determinar la situación administrativa-financiera de la micro empresa.

Descriptiva

A través de esta investigación se obtuvo todo lo referente al desarrollo de cada transacción o función y con ello poder obtener un resultado con la finalidad de mejorarla.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Para realizar la caracterización del análisis económico de una micro empresa de cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel de la provincia del Guayas que contribuya a mejorar la calidad de vida de la población Laureleña. Se trabajó con una Población de 4000 habitantes de la población La muestra de habitantes es probabilística ya que todos los que conforman la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se realiza la selección a través de cálculo estadístico.

Fórmula para calcular la muestra en la presente investigación:

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

$$n = \frac{4000 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(4000-1) \frac{0,05^2}{1,96^2} + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{1000}{10 + 0,25}$$

$$n = \frac{1000}{2,50}$$

$$n = 385$$

Donde:

- ◆ n = tamaño de la muestra
- ◆ N = población total (en este caso corresponde a 4000,00 habitantes de la Parroquia El Laurel de la provincia del Guayas)
- ◆ p = Posibilidad de que ocurra un evento, $p= 0,5$
- ◆ q = Posibilidad de que no ocurra el evento, $q= 0,5$
- ◆ E = Error, se considera el 5%; $E= 0,05$
- ◆ Z = Nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

3.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

El estudio realizado del proyecto va dirigido a la Análisis económico para la creación de una micro empresa cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas,

3.2.2 DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN

La investigación realizada nos confirma que el tamaño de la población (**N**) es finita ya que con seguridad se cuenta establecida a la población de la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas,

Se aplicara a la población como herramienta investigativa las encuestas.

3.2.3 TIPO DE MUESTRA

La muestra es representativa ya que analizamos la población exacta en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas

3.2.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Dentro de la investigación realizada observamos que el tamaño de la muestra se encuentra clasificado de la siguiente manera:

Los cuestionarios son aplicados a los 385 habitantes de la Parroquia El Laurel

3.2.5 PROCESO DE SELECCIÓN

La muestra es de tipo probabilística para lo cual se llevara a cabo el siguiente procedimiento:

El grupo de habitantes que intervendrán en el proceso de en cuenta lo harán libre y voluntariamente, expresando así sus puntos de vista.

Consiste en la elaboración de cuestionarios y entrevistas que me permiten obtener datos y así corroborar con las hipótesis planteadas en la investigación.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Método teórico

Se determina las cualidades de la investigación en el Análisis económico para la creación de un micro empresa cocteles de frutas naturales en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas,

Método científico

La observación aplicada al estudio se trabaja de forma directa permite ayudar a profundizar en base a la experiencia mediante el proceso de investigación obtenidas de las pruebas realizadas.

Método deductivo

Mediante la derivación o conclusión particular se evalúa una serie de herramientas y procedimientos que permite tener manejo en el sistema de inventarios

3.3.2 Método Empírico- Analítico

Esencialmente para realizar el registro y clasificación mediante estudio ayudando a la contratación de los hechos con el objetivo de facilitar opiniones razonables de parte de los habitantes.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Para el presente estudio de la investigación aplicamos las siguientes técnicas en determinación a las encuestas realizadas:

Los cuestionarios desarrollados a la población en la Parroquia El Laurel del cantón Daule de la provincia del Guayas

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

El tratamiento estadístico de la información en la investigación del proyecto se lo aplicara por medio de la acumulación de datos a través de la encuesta mediante el cual se procederá a tabular los resultados para graficar porcentualmente utilizando el programa Microsoft Excel para el respectivo análisis.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS INFORMACIÓN GENERAL OBTENIDA DEL ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA.

Encuesta a posibles clientes, con el objetivo de obtener información que permita identificar el problema de la investigación.

1. ¿Vive usted en la parroquia Laurel?

	Si	No
Nº	400	0
%	100%	0%

Tabla 4.1 Habitante de la parroquia Laurel.

Elaborado por: La autora

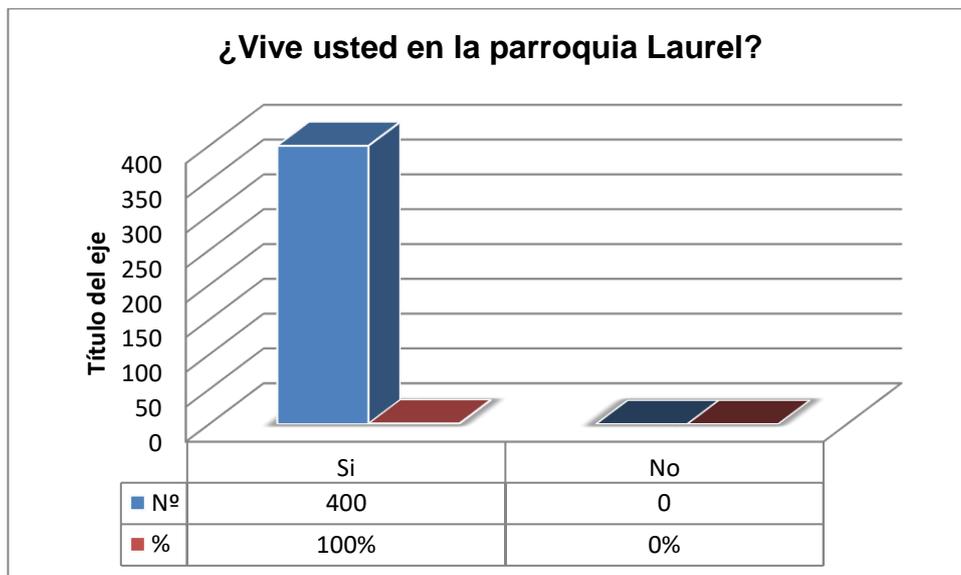


Gráfico 4.1 Habitante de la parroquia Laurel.

Elaborado por: La autora

Análisis

El 100% de los encuestados son habitantes de la parroquia Laurel, elemento a tener en cuenta, pues a criterio de la autora esto permite conocer

la situación actual del objeto de estudio y proporciona información para la toma de decisiones.

2. ¿Conoce la existencia de la venta de cocteles de frutas en la parroquia Laurel?

	Si	No
Nº	0	400
%	0%	100%

Tabla 4.2 Existencia de venta de cocteles de fruta en la parroquia Laurel
Elaborado por: La autora

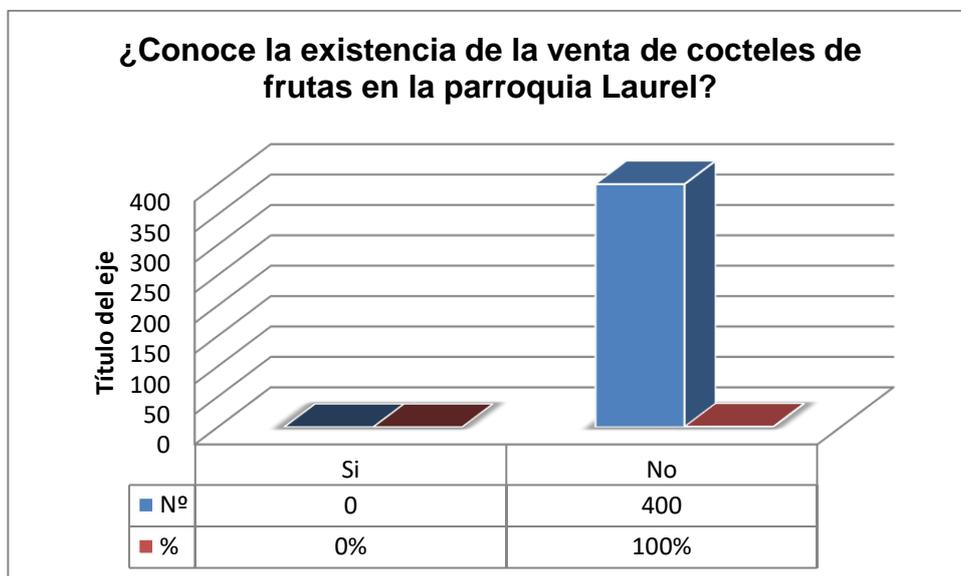


Gráfico 4.2 Existencia de venta de cocteles de fruta en la parroquia Laurel
Elaborado por: La autora

Análisis

Todos los entrevistados manifiestan no tener conocimiento de la existencia de cocteles de frutas en el sector. Información relevante para la autora de la investigación y para el desarrollo de la encuesta.

3. ¿Ha degustado alguna vez cocteles de frutas?

	Si	No
Nº	400	0
%	100%	0%

Tabla 4.3 Consumo de cocteles de frutas

Elaborado por: La autora

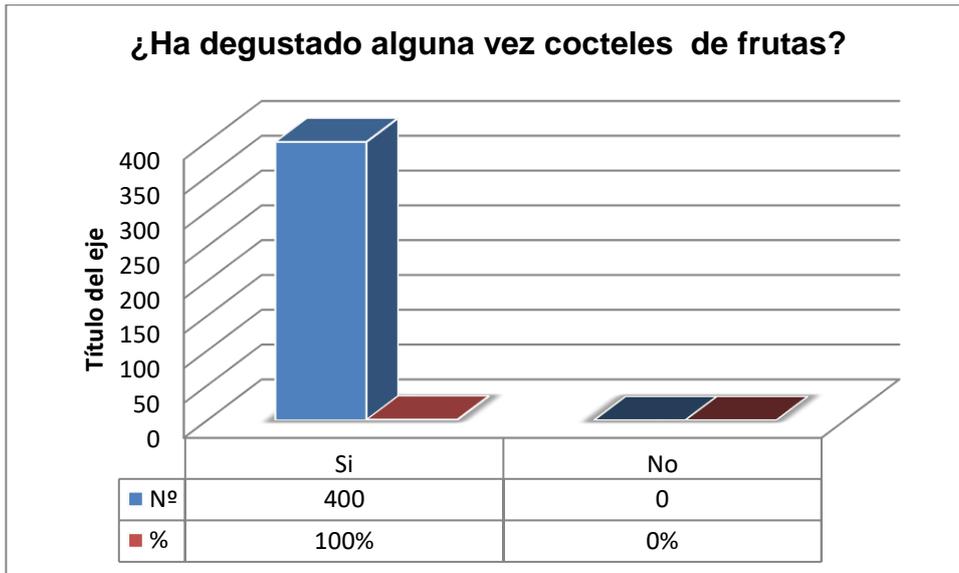


Gráfico 4.3 Consumo de cocteles de frutas

Elaborado por: La autora

Análisis

Ante la pregunta: ¿Ha degustado alguna vez los cocteles de frutas?, los 385 habitantes de la parroquia Laurel, que representan el total de la muestra encuestada, plantean consumir cocteles de frutas.

4. ¿Si la respuesta anterior fue afirmativa, diga si consume cocteles de frutas frecuentemente?

	Si	No
Nº	0	400
%	0%	100%

Tabla 4.4 Causas del consumo de cocteles de frutas

Elaborado por: La autora

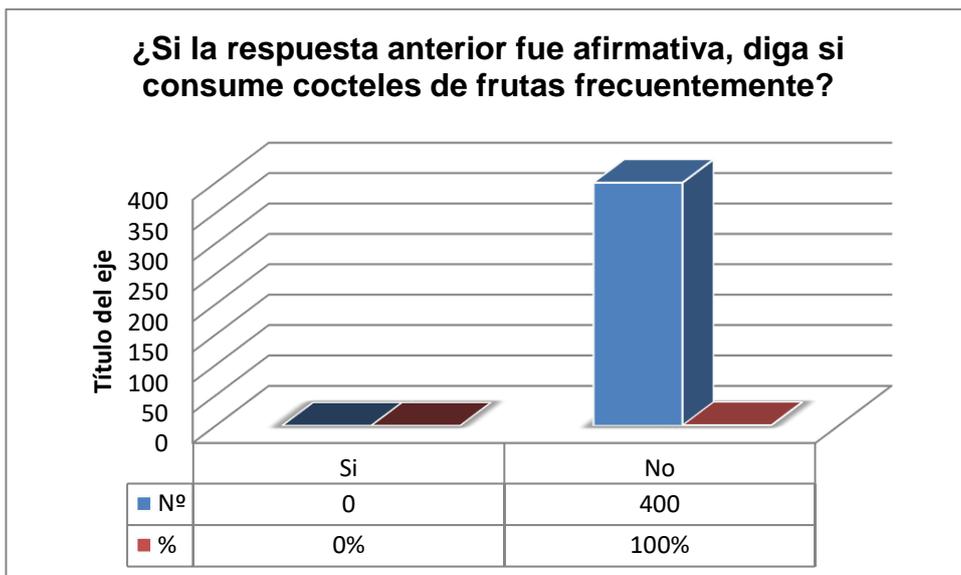


Grafico 4.4 Causas del consumo de cocteles de frutas

Elaborado por: La autora

Análisis

Ante la pregunta formulada, el 100 % de los habitantes encuestados manifestaron no consumir frecuentemente cocteles de frutas. Respuesta que dio lugar a la siguiente pregunta.

5. ¿Si por el sector donde vive se abriera un establecimiento que ofreciera jugos y cocteles naturales, usted estaría dispuesto a consumirlo?

	Si	No
N°	400	0
%	100%	0%

Tabla 4.5 establecimiento de cocteles de frutas

Elaborado por: La autora

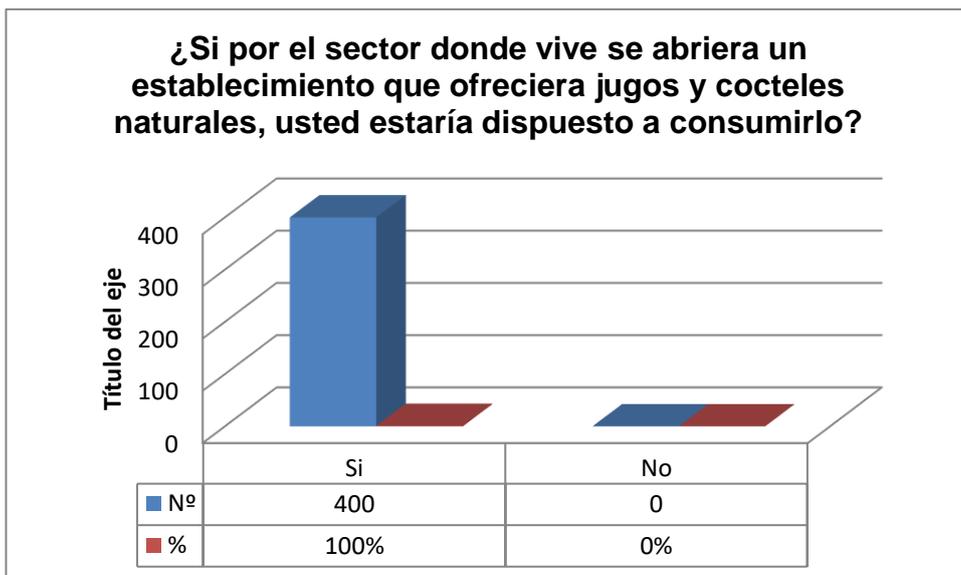


Grafico 4.5 establecimiento de cocteles de frutas

Elaborado por: La autora

Análisis

El 100 % de la muestra expresan que si estarían dispuestos a consumir en el establecimiento los cocteles de frutas. Información que valida en su totalidad la propuesta de la presente investigación.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

Toda empresa debe tener una identidad que la defina: quiénes son, qué buscan, su razón de ser, qué pretende ser y sus objetivos. Las organizaciones son creadas para cumplir propósitos, tienen metas a corto y largo plazo; en el marco de identidad de la empresa encontramos la esencia del negocio, lo que ambiciona, lo que hace, cómo lo hace y sus valores.

MISIÓN

Brindar un producto de excelente calidad, con el propósito de satisfacer el mercado local, proporcionándole al cliente el mejor sabor, la mayor variedad y la mejor presentación de los mismos. Buscando siempre la máxima satisfacción personal del cliente.

VISIÓN

Ser una empresa líder a través de la elaboración, variedad e innovación de cocteles de frutas, con una excelente calidad en sus productos y el mejor servicio, fomentando el continuo crecimiento, proporcionando una rentabilidad sostenida para sus accionistas, oportunidades de desarrollo profesional y personal a sus empleados y una contribución positiva a la sociedad.

VALORES DE LA EMPRESA

- Ética,
- Compromiso,
- Pro actividad,
- Profesionalismo,
- Comunicación,
- Respeto y,
- la responsabilidad social.

ESTUDIO ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE COCTELES DE FRUTAS EN LA PARROQUIA LAUREL				
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO (USD.)	Cantidad	TOTAL (USD.)	
Maquinaria				
Extractor de jugos	139.00	2	141	141.00
Licadora Oster	112.00	2	224	224.00
MUEBLES Y ENSERES				
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO (USD.)	Cantidad	TOTAL (USD.)	
Mesas	\$ 250.00	4	1,000.00	1,890.00
Escritorios	\$ 250.00	1	250.00	
Sillas	\$ 40.00	16	640.00	
			1,890.00	
Equipos de oficina y computo				
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO (USD.)	Cantidad	TOTAL (USD.)	
Computadoras	600.00	1	600.00	
Aires acondicionados	950.00	2	1,900.00	
			TOTAL (USD.)	4,755.00

CONCLUSIONES

La investigación realiza una fundamentación teórica del objeto de estudio. Realizando un análisis crítico de las principales tendencias y premisas más actuales que sustentan el emprendimiento empresarial en el mercado global.

Estudia las diferentes etapas por las que han transitado las empresas así como las características que marcaron cada etapa desde el orden político, administrativo y económico.

A partir del análisis de la información obtenida a través de la aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de datos, se realiza un diagnóstico de la parroquia Laurel para la creación de una micro empresa de cocteles de frutas, se realiza además un estudio de mercado donde se identifica la oferta y la demanda en la realización del proyecto, un estudio financiero que permitió demostrar que la propuesta de la presente investigación, permitirá obtener los resultados esperados e insertarse en nuevos mercados.

Convertirse en líderes del mercado, prestar servicio de excelente calidad a sus clientes. Ofrecer oportunidad de empleo, convertirse en una empresa transformadora de productos y/o servicios nuevos, en una empresa generadora de empleos. Transformarse en una empresa satisfactoria de necesidades sociales y generadora de servicio. Determinando todo esto el impacto del proyecto en el ámbito Social - Económico, Comercial, Empresarial, Ético y Ambiental.

RECOMENDACIONES

1. Realizar análisis periódicos a los costos con el objetivo de identificar cuáles son los más elevados y que decisiones tomar para reducirlos sin desmejorar la calidad de los productos.
2. Desarrollar estrategias que mantengan a la micro empresa en un lugar privilegiado dentro del mercado, mediante la matriz de análisis de la competencia.
3. Que la presente investigación, sirva como referente teórico para futuras investigaciones.

BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜOGRAFIA

- ANZOLA, Sérvulo (1993)**; Administración de Pequeñas Empresas México.
- CASTILLO, Patricio (2006)**; Agenda Informativa Contable Laboral, Quito Ecuador.
- CERDA, Hugo (2003)**; Como Elaborar Proyectos”, Editorial Magisterio, Quito Ecuador.
- CHILQUINGA, Manuel (2005)**, Costos, Ibarra Ecuador.
- JÁCOME, Walter (2005)**, Bases teóricas y científicas para la evaluación de Proyectos” Ibarra-Ecuador.
- LAWRENCE W. Gitman (1982)**, Fundamentos de Administración Financiera, México.
- LOPEZ, Antonio (2001)**; Enciclopedia Interactiva Estudiantil Siglo XXI, Madrid- España.
- POSSO, Miguel (2006)**, Metodología Para Trabajo de Grado” 3ra. Edición.
- SALVAT, EDITORES S.A.**, Diccionario (2000).
- VASCONEZ, José (1981)**; Contabilidad General Para el Siglo XXI.

LINGÜOGRAFÍA

<http://www.virtual.unal.edu.co>

<http://www.ingenieriaindustrialonline.com>

<http://www.eumed.net>

<http://www.auditool.org>

http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101510042/1/Producci%C3%B3n_agr%C3%ADcola_en_Ecuador.html#.VianyW5syCw

<http://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/diferencia-entre-margen-bruto-y-margen-neto>

<http://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-bruto-y-neto.html>

www.dole.com.ec/noticias.php

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=38836>

<http://www.fao.org/3/a-i0529s/i0529s04.pdf>

<http://es.scribd.com/doc/117267517/Obligatoriedad-de-La-Contabilidad#scribd>

<http://www.todaviasomos pocos.com/ponencias/la-obligacion-de-llevar-contabilidad/>

<http://fernandaeconomia.blogspot.com/2011/09/la-obligacion-legal-de-llevar.html>

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

<http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/patentes-municipales>

<http://losimpuestos.com.mx/declaraciones-mensuales-sat/>

http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles304909_archivo_pdf_retefuente

<http://controlinterno hoy.blogspot.com/2010/09/modelos-de-control-interno.html>