



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GEL ANTIESTRÍAS Y CICATRIZANTE A BASE DE ALOE VERA BARBADENSIS MILLER, EN LA CIUDAD DE IBARRA.”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A**

AUTORA: NARVÁEZ G. Erika I.

DIRECTOR: ECON. CERVANTES, Luis.

IBARRA, OCTUBRE 2012

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto es un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GEL ANTIESTRÍAS Y CICATRIZANTE A BASE DE ALOE VERA, BARBADENSIS MILLER, EN LA CIUDAD DE IBARRA cuyo propósito es ofrecer un producto de calidad que ayude a contrarrestar las afecciones de la piel. El desarrollo de este proyecto tiene siete capítulos:

El primer capítulo se refiere al Diagnóstico Situacional con el cual se busca obtener una visión real del problema de la investigación sus causas y consecuencias; en base a la recolección de datos.

El segundo capítulo contiene toda la información veraz del tema de investigación, teniendo en cuenta un orden lógico de los contenidos.

El Estudio de Mercado con los diferentes resultados de las encuestas aplicadas tanto a los consumidores como a las principales tiendas comercializadoras de este tipo de productos en la ciudad de Ibarra; permitió determinar la oferta, demanda, precios y canales de comercialización.

El cuarto capítulo es la Ingeniería del Proyecto donde se describe la macro y micro localización, tamaño, distribución e inversiones en general que requerirá el proyecto.

El quinto capítulo compuesto por el estudio económico, capital de trabajo, estado de situación inicial, estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja. Adicionalmente tiene la evaluación económica – financiera para lo que incluyo VAN, TIR, y el Beneficio-Costo, para conocer qué tan rentable es el proyecto.

El sexto capítulo trata de la estructura organizacional y funcional de la microempresa, con la organización administrativa, constitución jurídica, y estrategias operacionales.

En el último capítulo se realiza un análisis de impactos social, ambiental, económico y empresarial; que generará la puesta en marcha del proyecto.

EXECUTIVE SUMMARY

This project is a "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A SMALL BUSINESS DEVELOPMENT AND MARKETING OF ANTI GEL AND HEALING WITH ALOE VERA, BARBADENSIS MILLER, IN THE IBARRA CITY, whose purpose is to offer a quality product that helps counteract skin disorders. The development of this project has seven chapters:

The first chapter deals with the Situational Diagnosis with which it seeks to obtain a true picture of the problem of research its causes and consequences, based on data collection.

The second chapter contains all the truthful information on the research topic, given a logical order of content.

Market research with different survey results applied to both consumers and marketers of major retailers such products in the city of Ibarra, allowed to determine the supply, demand, prices and marketing channels.

The fourth chapter is the Project Engineering which describes the macro and micro location, size, distribution and general investment in the project will require.

The fifth chapter consists of the economic study, working capital, baseline status, income statement and cash flow. Additionally it has the economic evaluation - which included financial NPV, IRR, and Benefit-Cost, to know how the project is profitable.

The sixth chapter deals with the organizational and functional structure of the micro, with administrative, legal constitution, and operational strategies.

The last chapter is an analysis of social impacts, environmental, economic and business, which will generate the implementation of the project.

AUTORÍA

Yo, ERIKA IZAMAR NARVÁEZ GUERRERO portador de la cédula de ciudadanía N° 100249145-2 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GEL ANTIESTRÍAS Y CICATRIZANTE A BASE DE ALOE VERA, BARBADENSIS MILLER, EN LA CIUDAD DE IBARRA. “, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma
CI: 100249145-2

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **ERIKA IZAMAR NARVÁEZ GUERRERO**, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GEL ANTIESTRÍAS Y CICATRIZANTE A BASE DE ALOE VERA, BARBADENSIS MILLER, EN LA CIUDAD DE IBARRA. “. Considerando el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los nueve días del mes de julio 2012.

ECON. LUIS CERVANTES
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL
NORTE

Yo, ERIKA IZAMAR NARVÁEZ GUERRERO, con cédula de ciudadanía N° 100249145-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de propiedad intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GEL ANTIESTRÍAS Y CICATRIZANTE A BASE DE ALOE VERA, BARBADENSIS MILLER, EN LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

ERIKA NARVÁEZ

C.I. 100249145-2

Ibarra al día del mes de octubre 2012

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

YO, Erika Izamar Narváz Guerrero, con cédula de ciudadanía N° 100249145-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 143.

3. CONCORDANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por terceros.

Ibarra, a los 9 días del mes de julio del 2012.

EL AUTOR

ACEPTACIÓN

ERIKA NARVÁEZ GUERRERO
CC: 100249145-2

DRA. BETTY CHÁVEZ
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario. _____

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico con mucho cariño a mi madre, Lic. Guadalupe Narváez por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por su ejemplo de perseverancia, por sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por ser la persona que me enseñó a ser quien soy, pero más que nada, por su amor incondicional.

ERIKA

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a todos quienes forman parte de la prestigiosa Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por abrirme las puertas para que pueda dar inicio y emprender el camino en busca de una carrera que sea el soporte de mi presente y futuro.

A todos aquellos profesores que durante los cinco años de estudio me impartieron sus conocimientos, y dándome una formación ética y moral intachable.

Al Econ. Luis Cervantes porque con su entereza y capacidad hizo posible llegar a feliz término este trabajo que es el complemento de mi formación integral y una ventana abierta a mi futuro.

A David Tejada por siempre estar a mi lado, brindándome todo su amor, entrega, dedicación y sobre todo por el apoyo durante estos años de mi vida y quien ha sido una pieza clave en mi desarrollo profesional.

Erika

PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como fin realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera (*barbadensis miller*), en la ciudad de Ibarra., el cual pretende ofertar un producto de buena calidad, competitivo, que satisfaga las necesidades de los consumidores en el momento adecuado. La investigación está fragmentada en siete capítulos en siete capítulos los cuales contienen información trascendental sobre el proyecto y reconocen la viabilidad del mismo.

A continuación se plasma una síntesis de cada capítulo del informe final del trabajo de grado:

CAPÍTULO I.- Se da a conocer el Diagnóstico Situacional, en el cual se determina la manera de cómo se ejecutó la investigación, la forma de cómo se determinó la población objeto de estudio, el muestreo y a recolección de información, para poder establecer el problema diagnóstico.

CAPÍTULO II.- En el Marco Teórico se cimienta la investigación mediante el soporte conceptual de temas relacionados con el proyecto, creación de microempresas, administración, marketing, contabilidad y fundamentos sobre el aloe vera y su industrialización.

CAPÍTULO III.- En el Estudio de Mercado, se determinó la muestra poblacional para realizar la investigación de campo con encuestas y entrevistas, dirigidas a determinar la oferta y demanda, lo cual permitió identificar la oferta y demanda potencial a satisfacer. También se realizó el análisis de precios y comercialización, en relación al producto que pretende sacar al mercado.

CAPÍTULO IV.- El cuarto capítulo es el estudio técnico, en el que se establece la ubicación de la microempresa, tamaño e infraestructura,

descripción del proceso productivo, requerimiento de materia prima, equipos así como también de talento humano necesario para la operatividad de la microempresa.

CAPÍTULO V.- En el Estudio Económico se realizó una exposición de la inversión necesaria para ejecutar el proyecto, a través de proyecciones de ingresos y egresos, los mismos que hacen posible la concepción de los estados proforma y flujos de efectivo, de los cuales se realiza los análisis financieros necesarios para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO VI.- En el sexto capítulo se efectuó la organización de la microempresa instaurando la misión y la visión y valores institucionales con los que la microempresa trabajará con el objetivo de alcanzar la excelencia.

CAPÍTULO VII.- El último capítulo trata de los impactos que el presente proyecto generará el campo social, económico, empresarial y ambiental. Finalmente este trabajo finiquita con las conclusiones y de la investigación ejecutada.

ÍNDICE GENERAL CONTENIDO

	PÁG.
PORTADA	
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARIZE.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE DE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	xxiii
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES.....	25
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	26
Objetivo General	
Objetivos Específicos.....	27
Variables Diagnósticas e Indicadores	
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	29
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	30
PRINCIPALES CENTROS NATURISTAS Y FARMACIAS	
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	33
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	35
DETERMINACIÓN DE AOR.....	50
Aliados	
Riesgos.....	51

Oponentes	
Oportunidades.....	52
Cuadro Resumen AOOD	
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DEL PROYECTO.....	53

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

ALOE VERA.....	54
Historia	
Etimología	
Características.....	55
Zonas de Cultivo.....	56
Propiedades.....	57
Clasificación Taxonómica.....	58
Utilización del Aloe Vera.....	59
Productos Cosméticos	
Productos Medicinales	
Productos de Aseo.....	60
GEL DE ALOE VERA.....	61
Estudios Científicos.....	62
GEL CICATRIZANTE Y ANTIESTRÍAS.....	63
Cicatriz	
Estría	
Beneficios en Cicatrices y Estrías.....	64
MICROEMPRESA.....	65
Definición	
Objetivos de la Microempresa.....	66
Características.....	67
ESTUDIO DE MERCADO.....	68
Mercado	
Mercado Meta	

Oferta.....	69
Demanda	
Comercialización.....	70
Canales de Comercialización.....	71
Mezcla de Marketing	
Producto	
Plaza o Distribución.....	72
Precio	
Promoción.....	73
ESTUDIO TÉCNICO	
Macrolocalización	
Micro Localización.....	74
Tamaño de la Planta	
Inversión Inicial.....	75
Capital de Trabajo	
Capital Fijo.....	76
Capital Variable	
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	
Contabilidad.....	77
Ingresos.....	78
Gasto	
Costo	
Elementos Del Costo.....	79
Materia prima directa o Materiales directos	
Mano de Obra Directa o Trabajo Directo	
Costos Indirectos de Fabricación.	
MPI, MOI, OTROS CIF.....	80
Estados Financieros.....	81
Balance General	
Estado de Resultados.....	82
Estado de Flujo de Efectivo	
Depreciación.....	83

Punto de Equilibrio	
Evaluadores Financieros del Proyecto.....	84
Valor Actual Neto	
Tasa Interna De Retorno	
Relación Beneficio/Costo (B/C).....	85
Tiempo De Recuperación de la Inversión	
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	86
Misión	
Visión.....	87
Organigrama	
Organigrama Estructural	
Organigrama Funcional.....	88
IMPACTOS	

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

PRESENTACIÓN.....	89
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	
Objetivo General	
Objetivos Específicos.....	90
Variables Diagnósticas e Indicadores	
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN.....	92
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	93
Valor Agregado	
Mercado Meta.....	94
Segmentación de Mercado	
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	95
Población Urbana de la Ciudad de Ibarra.....	96
Demanda Anual	

Proyección de la Demanda.....	97
Representación Gráfica De La Demanda Futura.....	98
ANÁLISIS DE LA OFERTA	
Oferta por Producto.....	99
Proyección de la Oferta.....	100
Representación Gráfica de la Oferta Futura	
BALANCE OFERTA – DEMANDA.....	101
Representación Gráfica de la Oferta – Demanda	
Porcentaje que abarcaría el proyecto	
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	102
Proyección de Precios.....	103
Sensibilidad de la Investigación	
Comercialización o Canal de Distribución	
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	
Precio.....	104
Plaza	
Publicidad	
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	105

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	107
Macro Localización	
Micro Localización.....	108
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	109
Diseño de Instalaciones	
Diseño del Proceso Productivo.....	110
Materias Primas A Utilizar.....	111
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	
Selección De La Penca De Aloe Vera	
Pelado	

Mezcla.....	112
Proceso Térmico.....	113
Conservante	
Refrigeración	
Envasado Y Etiquetado	
Tamaño del Proyecto.....	114
Valoración de Inversiones	
Inversiones en Activos Fijos.....	115
Requerimiento Terreno	
Infraestructura	
Inversión en Equipo.....	116
Equipo de Seguridad	
Equipos de Computación.....	117
Muebles de Oficina	
Equipos de Oficina	
Resumen de la Inversión Fija.....	118
Inversión en Activos Diferidos	
Gastos de Constitución.....	119

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	120
PRESUPUESTO DE EGRESOS	
MPD	
MOD.....	121
CIF.....	123
Gastos Administrativos.....	125
Gastos de Venta.....	126
Gastos Financieros.....	127
Tabla de Amortización de la Deuda.....	128

Pago de Interés.....	130
Depreciaciones.....	131
Amortizaciones	
PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS.....	132
Balance de Situación Inicial o Arranque	
Proyección del Estado de Resultados.....	133
Flujo De Caja Proyectado	
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	134
Tasa de Descuento (TRM)	
Valor Actual Neto (VAN).....	135
Tasa Interna De Retorno (TIR)	
Relación Beneficio – Costo.....	137
Punto De Equilibrio.....	138
Período De Recuperación De La Inversión.....	139
SÍNTESIS DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA.....	140

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	141
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	
LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA	
TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA MICROEMPRESA	
BASE FILOSÓFICA DE LA MICROEMPRESA.....	142
Misión	
Visión	
Valores Microempresariales.	
Estructura Orgánica.....	143
Organigrama Estructural.	
Manual de Funciones	
Gerencia.....	144
Perfil del Puesto	

Requisitos	
Deberes y Responsabilidades.....	145
Unidad de Contabilidad	
Perfil del Puesto.....	146
Requisitos.	
Deberes y/o Responsabilidades	
Unidad de Producción.....	147
Perfil del Puesto	
Requisitos.....	148
Deberes y/o Responsabilidades	
Unidad de Comercialización.....	149
Perfil del Puesto	
Requisitos	
Deberes y/o Responsabilidades	

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Impacto Social.....	151
Impacto Empresarial.....	152
Impacto Económico.....	153
Impacto Ambiental.....	154
RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS.....	155

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

LINCOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

Nº	CONTENIDO	PÁG.
1	Comerciantes de Productos antiestrías y cicatrizantes	30
2	Principales Centros Naturistas y Farmacias	31
3	Estratificación Económica	32
4	Tabulación Pregunta 1	35
5	Tabulación Pregunta 2	36
6	Tabulación Pregunta 3	37
7	Tabulación Pregunta 4	38
8	Tabulación Pregunta 5	39
9	Tabulación Pregunta 6	40
10	Tabulación Pregunta 7	41
11	Tabulación Pregunta 8	42
12	Tabulación Pregunta 9	43
13	Tabulación Pregunta 10	44
14	Tabulación Pregunta 11	45
15	Cuadro Resumen AOOD	52
16	Clasificación Taxonómica	58
17	Objetivos de la Microempresa	66
18	Matriz de Operacionalización	92
19	Primera Segmentación de Mercado	94
20	Segunda Segmentación de Mercado	95
21	Demanda Anual	96
22	Proyección de la Demanda	97
23	Análisis de la Oferta	98
24	Oferta Anual por Producto	99
25	Evolución de las ventas	
26	Proyección de la Oferta	100
27	Balance Oferta – Demanda	101
28	Proyección de Precios	103
29	Materias Primas a Utilizar	111
30	Rendimiento Aproximado Anual	114
31	Requerimiento de Terreno	115
32	Infraestructura	
33	Vehículo	
34	Inversión en Equipo	116
35	Equipo de Seguridad	
36	Equipo de Computación	117
37	Muebles de Oficina	

38	Equipo de Oficina	
39	Resumen de la Inversión Fija	118
40	Gastos de Constitución	119
41	Capital de Trabajo	
42	Resumen de las Inversiones	
43	Presupuesto de Ingresos	120
44	Materia Prima Directa	
45	Tasa de Crecimiento del SBU	122
46	Proyección Salario Básico Unificado	
47	Mano de Obra Directa	
48	Materia Prima Indirecta	123
49	Mano de Obra Indirecta	124
50	Determinación de Costo de la Mano de Obra Indirecta	
51	Otros Costos Indirectos de Fabricación	125
52	Gastos Administrativos	126
53	Proyección Gastos Administrativos	
54	Gasto de Venta	
55	Gasto Publicidad	127
56	Gastos Financieros	
57	Tabla de Amortización de la Deuda	128
58	Pago de Intereses	130
59	Depreciación Área de Producción	
60	Depreciación Área Administrativa y Ventas	131
61	Proyección de la Depreciación	
62	Amortizaciones	132
63	Balance de Situación Inicial o de Arranque	
64	Estado de Resultados	133
65	Flujo de Caja	134
66	TRM	135
67	VAN	
68	TIR	136
69	Relación Beneficio – Costo	137
70	Punto de Equilibrio	138
71	Período de Recuperación de la Inversión	139
72	Síntesis de la Evaluación Financiera	140
73	Valorización de Impactos	151
74	Impacto Social	
75	Impacto Empresarial	152
76	Impacto Económico	153
77	Impacto Ambiental	154
78	Resumen General de Impactos	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	CONTENIDO	PÁG.
1	Tabulación Pregunta 1	36
2	Tabulación Pregunta 2	37
3	Tabulación Pregunta 3	38
4	Tabulación Pregunta 4	39
5	Tabulación Pregunta 5	40
6	Tabulación Pregunta 6	41
7	Tabulación Pregunta 7	42
8	Tabulación Pregunta 8	43
9	Tabulación Pregunta 9	44
10	Tabulación Pregunta 10	45
11	Tabulación Pregunta 11	46
12	Proyección de la Demanda	98
13	Proyección de la Oferta	100
14	Balance Oferta – Demanda	101
15	Flujograma de Proceso Productivo	110

ÍNDICE DE IMÁGENES

Nº	CONTENIDO	PÁG.
1	Historia	54
2	Características	55
3	Productos Cosméticos	59
4	Productos Medicinales	
5	Productos de Aseo	60
6	Gel de Aloe Vera	61
7	Beneficios del Gel de Aloe Vera	64
8	Identificación del Producto o Servicio	93
9	Macrolocalización	107
10	Micro Localización	108
11	Diseño de Instalaciones	109
12	Selección de la Penca de Aloe Vera	111
13	Pelado	112
14	Mezcla	
15	Logotipo de la Microempresa	141

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES

Ibarra, capital imbabureña, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador, conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por su historia, fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el Capitán Cristóbal de Troya, está Localizada a 0°17'30'' y 0°22'30'' de latitud norte y sur 78°05'00'' y 78°09'00'' de longitud este y oeste, a una altitud de 2225 m.s.n.m.

Se caracteriza por su clima templado seco, con una temperatura aproximada de 18°C, que varía levemente desde el subhúmedo hasta ligeramente húmedo, por ello su flora y fauna es variada.

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes.

Las especies más representativas son la acacia, chilca, pencas, eucalipto, lecheros, maíz, fréjol, habas, arveja y papa. En cuanto a fauna existen tórtolas, vencejos, palomas, colibríes, gorriones, jilgueros, quilco, picaflores, pequeños roedores, raposas, lagartijas, sapos, entre otros.

Entre las tradiciones gastronómicas más destacadas se encuentran los reconocidos helados de paila, el arrope de mora, las nogadas, empanadas de morocho, Café y Pan de Leche y el tradicional Norteño.

Principalmente la ciudad de Ibarra es la vitrina que exhibe la producción y los atractivos de los seis cantones por lo tanto Imbabura no es industrial,

pero igual atrapa a los inversionistas por su estratégica ubicación geográfica y su mejoramiento vial.

Esta ciudad se constituye en el lugar apropiado para el cultivo de distintas especies entre ellas la penca de aloe vera o también conocida como sábila, siendo Imbabura la tercera provincia con mayor cultivo después de Pichincha y Manabí. Existen alrededor de 300 especies de esta planta entre la más comercializada esta la especie *Barbadensis Miller*, que se ha venido cultivando desde algunos años en la región, debido sus bondades dentro del campo de la medicina, nutrición y belleza.

El crecimiento del consumo del Aloe Vera bajo cualquier presentación ya sea en bebidas y jugos o productos cosméticos ha tenido una elevada demanda en el mercado, debido a las diversas propiedades que se le acreditan y a las características propias del producto entre ellas están sus bondades cicatrizantes, antiestrías, antiinflamatorias, antitóxico, antimicrobiano, y más.

La situación económica por la que atraviesa nuestro país y la falta de ideas innovadoras nos han convertido únicamente en exportadores de materia prima, es decir solo de la penca de aloe vera. Lo que se pretende hacer es obtener productos elaborados a base de Aloe Vera como es un gel cicatrizante y antiestrías con esto se busca dinamizar la economía de los involucrados tanto de los productores del aloe vera como de los comercializadores de este producto.

Por lo tanto una manera de reactivar la economía del sector es la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante a base de Aloe Vera *Barbadensis Miller* en la ciudad de Ibarra.

OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional de la producción de aloe vera Barbadensis Miller en la ciudad de Ibarra, mediante la identificación de aliados estratégicos, oponentes, oportunidades y riesgos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los antecedentes históricos, geográficos, climáticos, demográficos y económicos de la ciudad de Ibarra.
- Conocer los sistemas de producción que manejan los productores de aloe vera, del sector investigado.
- Establecer los sistemas de comercialización que utilizan los productores de aloe vera.
- Determinar la utilidad y los distintos beneficios de la planta de Aloe Vera

VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES

Las variables diagnosticas a utilizarse en la presente investigación son:

- **Aspectos Históricos**
 - Historia
 - Situación Geográfica
 - Clima
 - Situación Demográfica
 - Situación Económica
- **Producción**
 - Tipo de producto
 - Ciclo de producción
 - Volumen de Producción
 - Mano de Obra

➤ **Comercialización**

- Tipo de Mercado
- Competencia
- Precio
- Canales de Distribución
- Forma de Venta
- Publicidad

➤ **Utilización**

- Cosméticos
- Alimentación
- Productos de Aseo
- Beneficios

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS O HERRAMIENTAS	PÚBLICO INVOLUCRADO
✓ OB. 1. Identificar los antecedentes históricos, geográficos, climáticos, demográficos y económicos de la ciudad de Ibarra.	Aspectos Históricos	<ul style="list-style-type: none"> • Historia • Situación Geográfica • Clima • Situación Demográfica • Situación Económica 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores
✓ OB. 2. Conocer los sistemas de producción que manejan los productores de aloe vera, del sector investigado.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de producto • Ciclo de producción • Volumen de producción • Mano de obra 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores • Comerciantes
✓ OB. 3. Identificar los sistemas de comercialización que utilizan los productores de aloe vera.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de mercado • Competencia • Precio • Canales de distribución • Forma de venta • Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Comerciantes • Farmacias • Centros Naturistas
✓ OB. 4. Determinar la utilidad y los distintos beneficios de la planta de Aloe Vera	Utilización	<ul style="list-style-type: none"> • Cosméticos • Alimentación • Productos de Aseo • Beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Comerciantes

Elaborado por: La Autora

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

PRODUCTORES DE ALOE VERA

Los productores de aloe vera o sábila en El Valle del Chota, donde se encuentra conformada la “Cooperativa La Esperanza del Chota” que se dedican al cultivo y comercialización de la penca de aloe vera en el sector de San Alfonso, parroquia Ambuquí, Cantón Ibarra, tiene como socios fundadores a 4 personas:

- Sr. Manuel Lara Salvador Delgado (+)
- Sr. Cristóbal Congo
- Sra. Hermelinda Calderón
- Sr. Segundo Calderón

COMERCIANTES DE PRODUCTOS CICATRIZANTES Y ANTIESTRÍAS

Población de comerciantes de productos para las cicatrices y antiestrías como son centros naturistas y farmacias de la ciudad de Ibarra.

CUADRO Nº 1

Centros Naturistas	17
Farmacias	9
TOTAL	26

Fuente: Ilustre Municipalidad de Ibarra

Elaborado por: La autora

PRINCIPALES CENTROS NATURISTAS Y FARMACIAS

La siguiente información fue proporcionada por la Municipalidad de la Ciudad de Ibarra, dichos datos fueron ordenados de acuerdo a la necesidad del proyecto, en este caso se clasifico a los Centros Naturistas y Farmacias más representativas de la ciudad; a continuación se presente el cuadro resumen:

CUADRO Nº 2

CENTROS NATURISTAS			
NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCIÓN	FECHA DE REGISTRO	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES
CENTRO NATURISTA MANANTIAL	AV. M ACOSTA 13-024	22/03/2011	02/08/2009
CENTRO NATURISTA EL EDÉN	BOLÍVAR Y PÉREZ GUERRERO	16/06/2008	21/02/2008
CENTRO NATURISTA LOS GIRASOLES	BOLÍVAR Y VELASCO	25/06/2008	25/06/2008
CENTRO NATURISTA " ORTIGA"	CHICA NARVÁEZ 08-048	11/10/2004	11/01/1992
CENTRO NATURISTA LA SALUD	BOLÍVAR Y VELASCO	15/09/2009	15/09/2009
CENTRO NATURISTA ELIXER DE VIDA YUSMARY	CHICA NARVÁEZ 08-035	14/05/2009	30/04/2009
CENTRO NATURISTA INTEGRAL	BOLÍVAR Y VELASCO	15/06/2011	14/06/2011
PRODUCTOS NATURALES SANTO REMEDIO	BOLÍVAR Y OVIEDO 663	06/09/2011	09/06/2011
PRODUCTOS NATURALES/BAÑOS DE CAJÓN	MALDONADO 13-068	27/05/2008	11/12/2008
DULCAMARA PRODUCTOS NATURALES MEDICINALES	AV. E ESPEJO TERM TERR A 01	30/04/2010	30/04/2010
PRODUCTOS NATURALES FITO NATURA	COLON 9-072	28/06/2010	05/05/2010
CHINO KOREANO PRODUCTOS NATURALES	AV. M ACOSTA 12-028	13/01/2006	01/12/2006
VIDA SANA VENT. MEDICINA NATURAL	AV. E ESPEJO TERM TERR A 11	07/06/2005	15/05/2005
TIENDA NATURISTA NATURALEZA Y SALUD	ROCAFUERTE 07-095	07/07/2010	29/01/2010
SHAJANA S.A. VENT.POR MAYOR PRODUC.NATURALES	COLON 3-060	31/03/2006	29/03/2006
EL SORTARIO PRODUCTOS NATURALES	O MOSQUERA 07-033	14/10/2005	30/04/2004
JAMBI PRODUCTOS NATURALES	A CORDERO 09-119	16/11/2004	19/10/2004
FARMACIAS			
FARMACIA ROSS	CHICA NARVÁEZ 08-106	11/10/2004	10/11/2004
FARMACIAS ECONÓMICAS	BOLÍVAR Y PÉREZ GUERRERO	12/01/2009	27/08/2008
FARMACIA SANA	SÁNCHEZ Y C 12-038	19/01/2006	08/11/2005
FARMACIAS SOLIDARIAS	O MOSQUERA 09-035	11/10/2004	10/11/2004
FARMACIA PATRONATO MUNICIPAL	BOLÍVAR Y CRISTÓBAL COLON	30/03/2007	11/10/2006
FARMACIAS CRUZ AZUL	BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA	13/11/2007	22/11/2005
FARMACIA LA MERCED	SÁNCHEZ Y C 06-85	11/10/2004	03/12/1997

FARMACIA FEDERAL	OVIEDO 08-92 Y SÁNCHEZ Y C	11/10/2004	10/11/2004
FARMACIAS LA DOLOROSA	SUCRE Y PÉREZ GUERRERO	11/10/2004	18/09/2003

Elaborado por: La Autora

Fuente: Ilustre Municipio de la Ciudad de Ibarra

- **Población de la zona urbana de la ciudad de Ibarra lugar donde va a desarrollarse el proyecto.**

La población actual de la ciudad de Ibarra es de 181175 habitantes de los cuales 93389 son mujeres y 87786 son hombres. La población objeto de estudio será la femenina en edades comprendidas entre 18 y 50 años, de estratos económicos alto, medio alto, y medio, del sector urbano de la ciudad de Ibarra.

Según El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la población femenina de la zona urbana de la ciudad de Ibarra en edades comprendidas entre 18 a 50 años es de 30661, la distribución de acuerdo a los estratos económicos es como se observa en el siguiente cuadro:

ESTRATIFICACIÓN ECONÓMICA CUADRO Nº 3

ESTRATO ECONÓMICO	PORCENTAJE	POBLACIÓN
ALTO	0,02	583
MEDIO ALTO	0,21	6439
MEDIO	0,62	19010
TOTAL POBLACIÓN		26031
BAJO	0,11	3281
INDIGENCIA	0,04	1349
TOTAL GENERAL	100%	30661

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Fórmula para aplicar la muestra

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

Representación de los Símbolos

N= Población

n= Muestra

Z= Nivel de Confianza

σ^2 = Varianza igual al 0.25

E= Error asociado

Fórmula Muestral

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

$$n = \frac{26031 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.25}{(26031 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{25000,1724}{66,0354}$$

$$n = 378,59 \Rightarrow 379$$

DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

INFORMACIÓN PRIMARIA

Para realizar la recolección de información para esta investigación se va a utilizar la encuesta, la entrevista y la observación directa.

Encuesta

Para la obtención de información primaria se realizó encuestas estructuradas con preguntas cerradas de las cuales se obtuvo importante información que permitirá determinar de manera clara y concreta aspectos de vital importancia para el proyecto.

Las encuestas aplicadas para la recolección de información fueron dirigidas a los consumidores.

Entrevista

La entrevista se estructuró con preguntas previamente elaboradas de acuerdo a las variables de la investigación, con esta técnica se obtuvo datos importantes sobre el cultivo de aloe vera y la comercialización de productos elaborados a base de esta planta.

Las entrevistas realizadas fueron dirigidas a las siguientes personas:

- a) Entrevista dirigida a los productores de aloe vera del sector del Valle del Chota
- b) Entrevista dirigida a los comerciantes de productos elaborados a base de aloe vera
- c) Entrevista dirigida a un experto.

Observación Directa

La observación directa se la aplicó conjuntamente con la entrevista y encuesta con el propósito de verificar que la información recopilada estaba de acuerdo a la realidad, de igual manera la observación directa permitió obtener información sobre el cultivo del aloe vera el mismo que será de mucha importancia para la correcta elaboración de esta investigación.

INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria ha sido muy indispensable para la estructuración de este proyecto debido a que ha permitido conocer ciertos aspectos realmente necesarios y útiles tanto del producto investigado

como de la metodología a aplicarse. La información secundaria que se utilizó fue la siguiente:

- Libros Técnicos de producción de aloe vera y elaboración de productos obtenidos a base de esta planta.
- Libros de investigación y proyectos.
- Libros de contabilidad y costos.
- Libros de marketing, mercadeo y servicio al cliente.
- Libros de administración.
- Libros de estadística.
- Internet

EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS CONSUMIDORES

Se presenta los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las mujeres de la ciudad de Ibarra en edades comprendidas de 18 a 50 años, de tal manera que se pueda apreciar cual es el nivel de aceptación por el producto.

1. ¿Utiliza usted algún producto para el cuidado de su piel?

CUADRO Nº 4

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
SI	65%	246
NO	35%	133
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

1.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta aplicada la mayor cantidad de la muestra manifiesta que si utiliza algún producto para el cuidado de su piel, mientras que una mínima cantidad de las mujeres encuestadas dice que no utiliza, lo que indica que si existe un porcentaje considerable de mujeres que posiblemente adquirirían un gel a base de aloe vera para cuidar su piel.

2. ¿Ha utilizado usted productos para las cicatrices?

CUADRO N° 5

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
SI	87%	201
NO	13%	138
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 2



FUENTE: Encuesta noviembre 2011
ELABORACIÓN: La Autora

2.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En este gráfico se puede apreciar que una mayor cantidad de las mujeres, sí ha utilizado algún producto para las cicatrices, mientras que el la diferencia dijo que no, lo que indica que existe una gran mayoría de mujeres que tiene conocimiento sobre los productos cicatrizantes y optan por usarlos comúnmente, el porcentaje restante manifestó que no ha utilizado porque no se ha presentado la oportunidad de hacerlo.

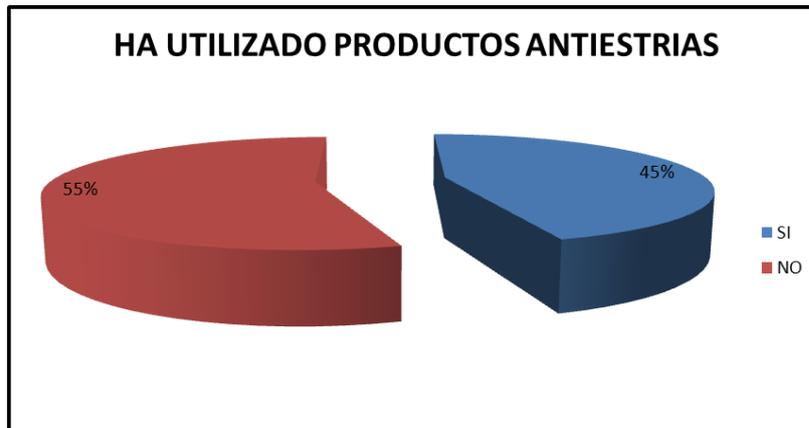
3. ¿Ha utilizado usted productos antiestrías?

CUADRO Nº 6

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
SI	2%	171
NO	98%	208
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 3



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En referencia a esta pregunta un menor número de encuestados manifestó que si han adquirido productos antiestrías, mientras que una cantidad un poco superior indico que no lo ha adquirido por que no han tenido problemas de estrías; pero revelaron que en caso de presentarlas si adquirirían productos para combatirlas.

4. ¿En dónde adquiere este tipo de productos?

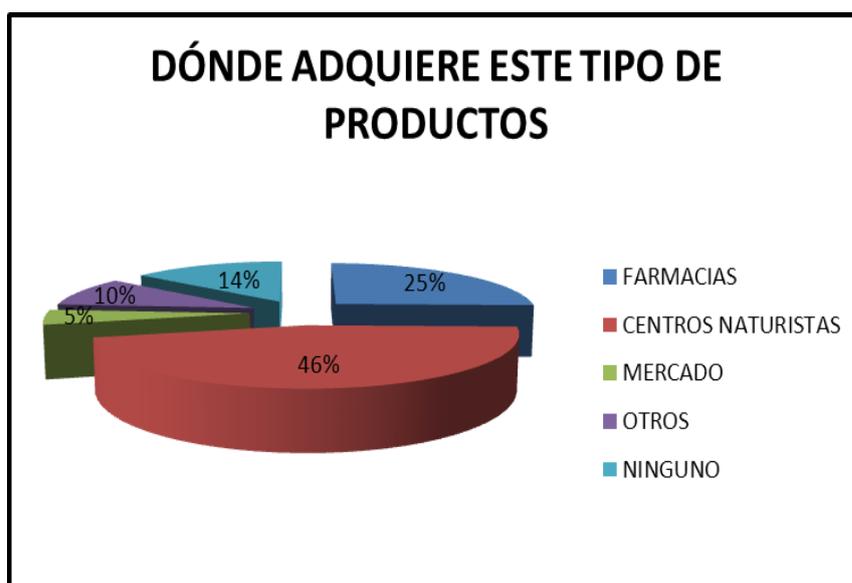
CUADRO N° 7

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
FARMACIAS	25%	96
CENTROS NATURISTAS	46%	175
MERCADO	5%	18
OTROS	10%	36
NINGUNO	14%	54
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 4



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico indica que la mayor cantidad de mujeres adquiere productos para las cicatrices y antiestrías en centros naturistas, el otro porcentaje mayoritario lo adquiere en farmacias, mientras que una mínima cantidad manifestó que los adquieren en mercados y otros sitios, lo que indica que existen variedad de puntos de distribución de estos productos.

5. ¿A qué precio los adquiere?

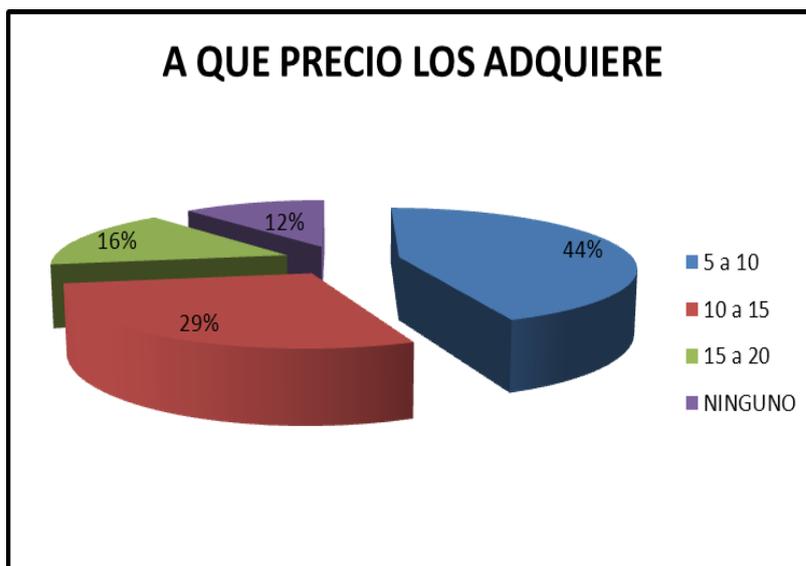
CUADRO N° 8

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
5 a 10	33%	167
10 a 15	29%	108
15 a 20	16%	44
NINGUNO	22%	60
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 5



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

5.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Una gran cantidad de mujeres afirmó que adquiere este tipo de productos en un precio valorado entre 5 y 10 dólares, el porcentaje mayoritario siguiente indicó que los consigue entre 10 y 20 dólares, mientras que porcentajes mínimos manifestaron que los adquieren a precios superiores; las respuestas encontradas facilitarán la estructuración de este proyecto.

6. ¿Conoce usted la planta de Aloe Vera?

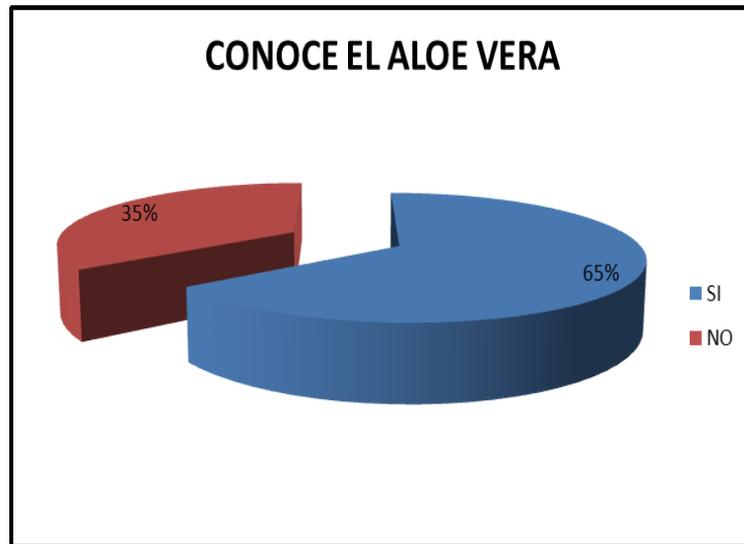
CUADRO N° 9

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
SI	65%	247
NO	35%	132
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 6



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

6.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor cantidad de la muestra si conoce la planta de aloe vera, mientras que la diferencia afirma que no; esto indica que si existe un número considerable de personas que está al tanto de la existencia de esta planta y resultará más fácil persuadirlas para que adquieran este gel.

7. ¿Tiene conocimiento sobre los beneficios del Aloe Vera?

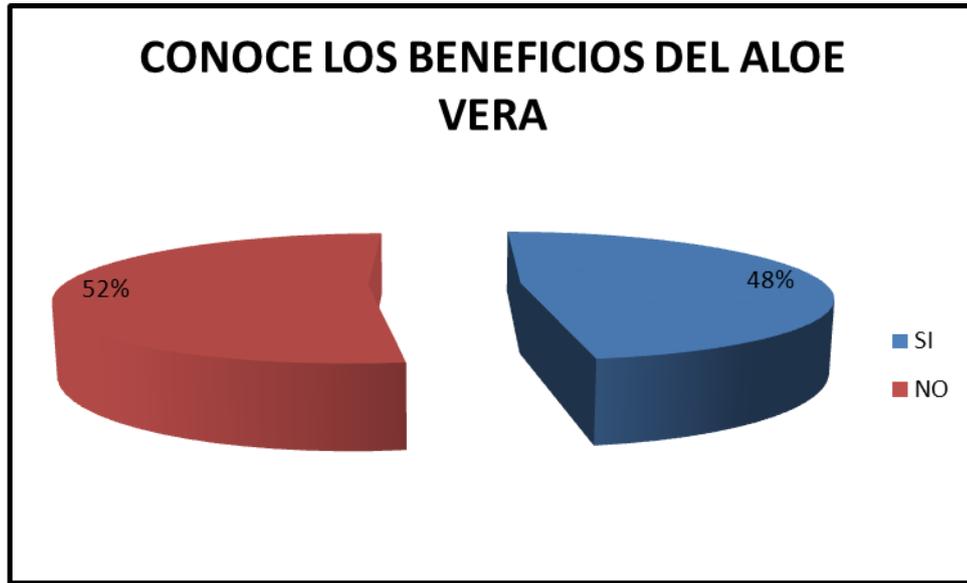
CUADRO Nº 10

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
SI	48%	181
NO	52%	198
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

7.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En este cuadro se indica que existe un diferencia del 2% entre los que conocen los beneficios del aloe vera y los que no los conocen; lo que quiere decir que si es una planta conocida en el medio por sus beneficios pero de igual forma hay que enfocarse en dar a conocer más los beneficios de la planta de aloe vera para que tenga mayor acogida.

8. ¿Adquiere usted productos elaborados a base de esta planta?

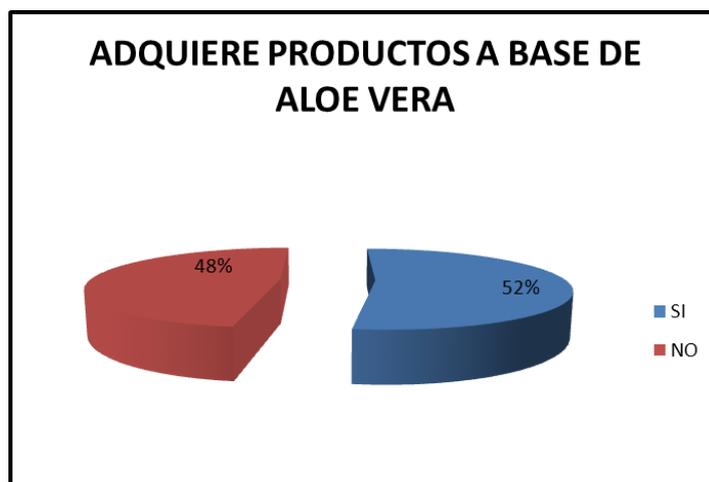
CUADRO N° 11

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
SI	52%	199
NO	48%	180
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 8



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

8.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de las personas encuestadas adquiere productos elaborados a base de aloe vera, lo que favorece al desarrollo de este estudio de factibilidad y a la puesta en marcha de este proyecto, de igual manera se aprecia un porcentaje de personas que no adquieren productos a base de aloe vera, lo que indica que se debe tomar en cuenta este porcentaje para implementar estrategias de mercado que ayuden a tener acogida al producto.

9. ¿Le gustaría adquirir un gel cicatrizante y antiestrías elaborado a base de Aloe Vera?

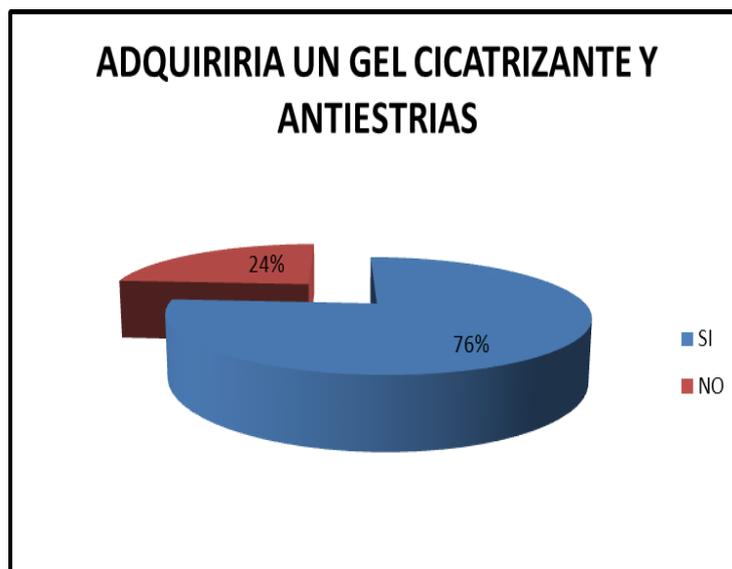
CUADRO Nº 12

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
SI	76%	289
NO	24%	90
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 9



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

9.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta aplicada presenta los siguientes resultados, la gran mayoría de la muestra manifiesta que adquiriría un gel cicatrizante y antiestrías mientras que una ínfima parte no lo haría; esto implica que existe una buena probabilidad de aceptación de este proyecto pero también implica trabajar para lograr persuadir al 24% de la muestra para adquirir el producto.

10. ¿Cada cuánto compraría este gel?

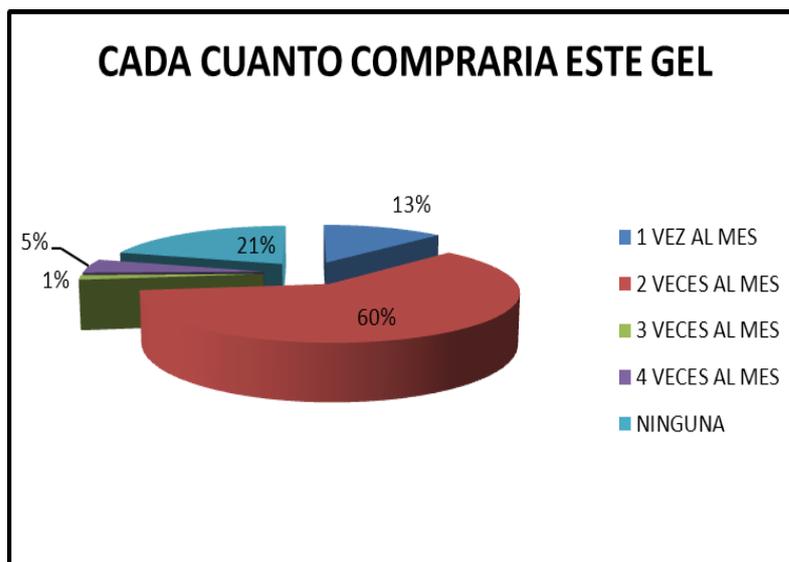
CUADRO N° 13

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
1 VEZ AL MES	13%	48
2 VECES AL MES	60%	229
3 VECES AL MES	2%	6
4 VECES AL MES	5%	18
NINGUNA	21%	78
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 10



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

10.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor cantidad de las encuestadas manifiesta que adquiriría el gel 2 veces al mes, mientras que variados porcentajes inferiores indican que lo haría de 2 a 4 veces al mes; este es un punto de referencia sobre las personas que probablemente comprarían el gel y será un dato que serviría para el estudio de mercado.

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto?

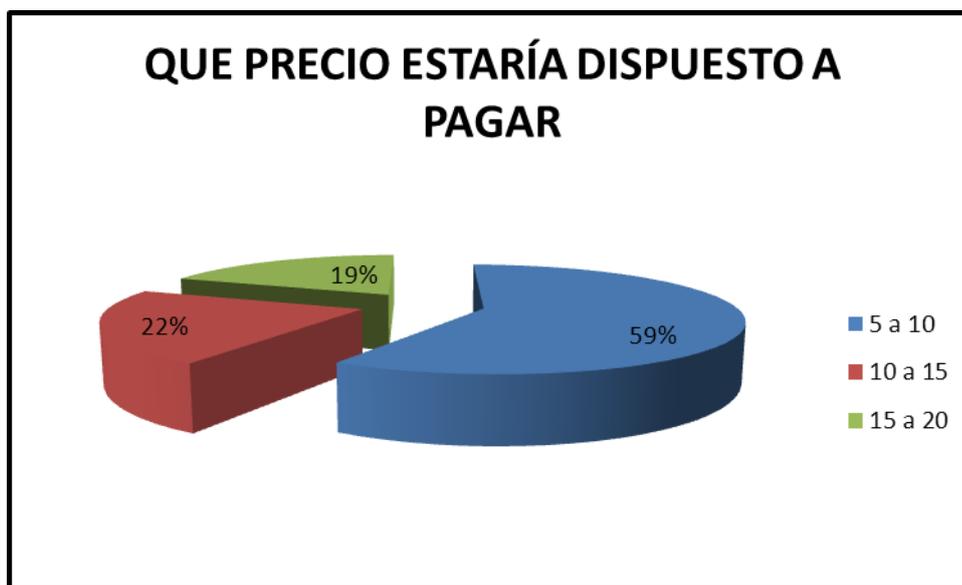
TABLA Nº 14

EXPECTATIVA	%	Nº Mujeres
5 a 10	59%	223
10 a 15	22%	84
15 a 20	19%	72
TOTAL	100%	379

FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 11



FUENTE: Encuesta noviembre 2011

ELABORACIÓN: La Autora

11.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con relación a esta pregunta la mayoría de las personas encuestadas manifiesta que adquiriría el gel a un precio que fluctúa entre 5 a 10 dólares, seguido por otro porcentaje que lo adquirirá entre 10 y 15 dólares y un mínima cantidad de personas que lo comprarían a un precio de 15 a 20 dólares; con esto ya se tiene un dato referencial para la adopción del precio de venta con el cual se va a comercializar el gel.

RESULTADO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE ALOE VERA DEL SECTOR DEL VALLE DEL CHOTA

1. ¿Aproximadamente cuantas personas se dedican al cultivo de la penca de sábila en esta zona?

En la zona del Valle del Chota existe la “Cooperativa La Esperanza del Chota” que está conformada por un grupo de personas que nos dedicamos al cultivo y comercialización del penca de sábila en el

sector del San Alfonso, Parroquia Ambuquí, Cantón Ibarra; entre los fundadores nos encontramos 4 personas: El Sr Manuel Lara Salvador Delgado (+), El Sr. Cristóbal Congo, la Sra. Hermelinda Calderón y el Sr Segundo Calderón.

2. ¿Cada que tiempo cultiva la penca de sábila?

Su vida productiva empieza a partir de los 18 meses y cubre un periodo de hasta 10 años, y cada 2 meses se obtiene cosecha de pencas.

3. ¿Cuántas pencas de sábila se cultivan en una hectárea de terreno?

Según los años de experiencia en el cultivo de la penca de sábila más o menos estamos hablando de unas 10000 plantas.

4. ¿Qué tipo de tecnología utiliza?

Ninguna nosotros cultivamos de forma manual, utilizando cuchillos, nos ponemos guantes y camisas de manga larga para protegernos de las espinas que tiene la penca.

5. ¿Cómo determina su precio de venta?

Por lo general nosotros vendemos por lotes y el precio depende de los metros de terreno, por ejemplo un lote de 20 metros se da a \$800 dólares estamos hablando más o menos de unas 2000 plantas.

6. ¿Cómo comercializa la penca de sábila?

Los que necesitan vienen a comprar directamente acá porque ya conocen que aquí vendemos, vienen de los comisariatos, de mercados de otras ciudades hasta han venido personas de Colombia.

7. ¿De acuerdo a su conocimiento la demanda de la sábila es variable?

Un poquito disminuye cuando está el clima lluvioso pero de ahí se mantiene la venta normal.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE PRODUCTOS PARA LAS ESTRÍAS Y CICATRIZANTES

Sra.: Sofía Ramírez

Local: Centro Naturista “Su Salud”

1. ¿Qué tiempo tiene su local?

Este local ya tiene aproximadamente 5 años funcionando aquí en la ciudad de Ibarra.

2. ¿Qué le motivo a poner en marcha un negocio de este tipo?

Principalmente lo que nos motivó es que un gran número de personas hoy en día buscan medicina natural para contrarrestar ciertas molestias, de ahí surgió la idea y pues poco a poco nos fuimos introduciendo en el mercado y estamos donde estamos.

3. Tiene a la venta productos para combatir las cicatrices y las estrías? Y cuáles son?

Si tengo ese tipo de productos pero son 2 los que yo siempre recomiendo como es la Rosa Mosqueta que es para la cicatrices y cualquier otra afección de la piel este producto cuesta 3 dólares, y el otro producto que recomiendo es el ARAWAK que de igual manera es para las cicatrices, manchas y otros problemas de la piel, este tiene un costo de 9 dólares.

4. Existe diversidad de productos elaborados a base de Aloe Vera?

Si la verdad que si tengo un número bastante significativo de productos elaborados a base de esta planta, aquí en el medio ya es

muy reconocida la sábila debido a que posee muchas propiedades curativas y la gente la solicita a menudo la prefiere antes que cualquier otro producto.

5. Cuantos productos cicatrizantes y antiestrías vende usted al mes?

Bueno estamos hablando de que se venden alrededor de 7 a 8 productos diarios tanto de productos cicatrizantes como antiestrías más o menos serían 140 al mes.

6. Quiénes son los que más se acercan a comprar este tipo de productos hombre o mujeres?

Se acercan tanto hombres como mujeres pero las que más adquieren sin duda son las mujeres que siempre están preocupadas por su aspecto físico.

7. Estaría usted dispuesto a adquirir un producto cicatrizante y antiestrías elaborado a base de Aloe Vera?

Sí, siempre y cuando venga a un precio asequible y me brinden las garantías necesarias de que el producto es recomendado.

ENTREVISTA DIRIGIDA A UN EXPERTO

Sr. Byron Zapata

Ingeniero Agrónomo

1. ¿Qué se requiere para el cuidado de esta planta

Esta planta no es muy exigente en nutrientes, únicamente se necesita de abono que se lo puede hacer con estiércol o con la misma cáscara de la hoja de sábila; de igual manera requiere del control de maleza que no es algo complicado las limpiezas pueden hacerse una vez al año por las condiciones propias de la planta que

hacen que se adapte a condiciones muy adversas en que la mayor parte de malezas y otro tipo de plantas no soportarían condiciones de sequedad; En cuanto al riego es preferible hacerlo esporádicamente porque la raíz tiende a pudrirse cuando permanece por mucho tiempo en suelo húmedo.

2. ¿Cuáles son las condiciones óptimas para el cultivo de la penca de sábila?

La principal recomendación para el cultivo de la penca de sábila es que se requiere ser plantada a plena exposición solar pues necesita alta luminosidad para su desarrollo, en lo que se refiere al suelo esta especie no requiere condiciones especiales de preparación del suelo.

3. ¿De los tipos de aloe vera existente cual es el que más se cultiva en esta zona?

Existen muchas variedades de sábila pero en la zona y principalmente aquí en el Ecuador lo que más se cultiva es la Barbados Miller, que es una de las variedades que posee más propiedades y mayor rendimiento.

4. ¿Qué propiedades posee la planta de aloe vera?

Actualmente se le atribuye la acción emoliente, cicatrizante, hidratante, antialérgica, laxante, entre otras; con frecuencia se descubren nuevas propiedades y usos para el aloe entre los que destacan para la sequedad y manchas de la piel, irritaciones cutáneas, quemaduras, acné y estrías.

DETERMINACIÓN DE ALIADOS, RIESGOS, Oponentes Y OPORTUNIDADES.

ALIADOS

- Zona idónea para el cultivo del Aloe Vera

- Preferencia por parte de la población femenina del sector a la utilización de productos naturales para el cuidado de su piel.
- La planta de Aloe Vera posee grandes propiedades curativas y sus beneficios son reconocidos a nivel mundial.
- La cultura por el cuidado de la salud va en aumento, por lo que las personas buscan prevención y estética con la finalidad de tener un mejor estilo de vida.
- La desconfianza existente hacia productos químicos debido a sus grandes probabilidades de convertirse en cancerígenos.

RIESGOS

- El tiempo que tome posesionar y demostrar a la población femenina que el Aloe Vera es un producto garantizado, limitará la distribución y venta del mismo.
- La carencia de información estadística sobre la utilidad que se le da al Aloe Vera.
- Inestabilidad económica del país debido a la inflación, globalización y crisis mundial.
- Variaciones climáticas que afectan las plantaciones causándoles daños.

OPONENTES

- La existencia de productos alternativos para las cicatrices y estrías en el mercado repercutirá en la demanda del producto.
- No existe motivación a los productores para implementar tecnología adecuada para el cultivo del Aloe Vera.

- Los costos de inversión se incrementan, dependiendo del sistema de cultivo a utilizarse.
- Falta de capacitación y asesoramiento para mejorar los sistemas de cultivos de esta planta.

OPORTUNIDADES

- Las facilidades que ofrece el gobierno para la puesta en marcha de proyectos productivos.
- La ciudad de Ibarra carece de industrias que se dediquen a la elaboración de productos a base del Aloe Vera, por lo que no existirá riesgo de competencia.
- El Gel a base de Aloe Vera es un producto para el cuidado y belleza de la piel, lo que despierta el interés en la población femenina de la ciudad.
- Vías de acceso de primer orden facilita la labor y provoca una reducción en los costos.

CUADRO RESUMEN AOR

CUADRO N° 15

ALIADOS	OPORTUNIDADES
Zona idónea para el cultivo del Aloe Vera	Las facilidades que ofrece el gobierno para la puesta en marcha de proyectos productivos.
Preferencia por parte de la población femenina del sector a la utilización de productos naturales para el cuidado de su piel.	La ciudad de Ibarra carece de industrias que se dediquen a la elaboración de productos a base del Aloe Vera, por lo que no existirá riesgo de competencia.

La planta de Aloe Vera posee grandes propiedades curativas y sus beneficios son reconocidos a nivel mundial.	El Gel a base de Aloe Vera es un producto para el cuidado y belleza de la piel, lo que despierta el interés en la población femenina de la ciudad.
La cultura por el cuidado de la salud va en aumento, por lo que las personas buscan prevención y estética con la finalidad de tener un mejor estilo de vida.	Vías de acceso de primer orden facilita la labor y provoca una reducción en los costos.
La desconfianza existente hacia productos químicos debido a sus grandes probabilidades de convertirse en cancerígenos.	
OPONENTES	RIESGOS
La existencia de productos alternativos para las cicatrices y estrías en el mercado repercutirá en la demanda del producto.	El tiempo que tome posesionar y demostrar a la población femenina que el Aloe Vera es un producto garantizado, limitará la distribución y venta del mismo.
No existe motivación a los productores para implementar tecnología adecuada para el cultivo del Aloe Vera.	La carencia de información estadística sobre la utilidad que se le da al Aloe Vera.
Los costos de inversión se incrementan, dependiendo del sistema de cultivo a utilizarse.	Inestabilidad económica del país debido a la inflación, globalización y crisis mundial.
Falta de capacitación y asesoramiento para mejorar los sistemas de cultivos de esta planta.	Variaciones climáticas que afectan las plantaciones causándoles daños.

Elaborado por: La Autor

DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DEL PROYECTO

Una vez realizado el diagnóstico situacional y tomando en cuenta los aliados y oportunidades, se determinó que en la ciudad no existen microempresas especializadas en la elaboración de productos a base de Aloe Vera, por lo que es viable realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de gel cicatrizante y antiestrías a base de Aloe Vera, en la ciudad de Ibarra.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

ALOE VERA

HISTORIA

IMÁGEN N°1



Elaborado por: La Autora

Según la página **“EL ALOE VERA”** (www.elaloevera.com) se dice que “El Aloe Vera: Es nativa de África (El Congo) donde hay más de 300 especies distintas. Hoy se cultiva principalmente en África del Sur, América Latina, y el Caribe”. La planta se caracteriza por unas hojas muy grandes y carnudas, configuradas en rosetones. En el interior de las hojas hay un jugo que corresponde a una savia mucilaginosa. Las flores van de amarillas a rojas anaranjadas en un racimo a lo alto de la planta.

A lo largo de la historia, aloe vera se ha utilizado para multitud de usos que van desde afecciones a la piel hasta el estreñimiento. Aunque su fama se liga a la curación de la piel, prácticas de protección, incluyendo tratamiento para el cáncer de piel en la medicina popular.

ETIMOLOGÍA

“SALUDISIMA.COM” (www.aloevera.saludisima.com/) menciona que: “El nombre genérico "aloe" proviene del término árabe "alloeh" y de su

sinónimo hebreo "hallal", que significa "sustancia brillante y amarga" ". La procedencia del otro nombre con el que se le conoce, sábila, y sus variantes locales zábila, zabida, zábira, y pita zábila es atribuida a una deformación del vocablo árabe "cavila" que significa "planta espinosa".

CARACTERÍSTICAS

“**SALUDISIMA.COM**” (<http://aloevera.saludisima.com/>) establece que: “El aloe es una planta perenne que presenta un tronco leñoso de entre 30 y 50 centímetros de altura, coronado por una roseta de dos hojas carnosas y lanceoladas de cubierta muy cutinizada y bordes espinosos, con una longitud de entre 40 y 50 centímetros de altura y de entre 5 y 10 de anchura”.

IMÁGEN Nº2



Elaborado por: La Autora

El tallo floral lleva un racimo de flores colgantes, regulares con los pétalos soldados, de color amarillo y el fruto es una cápsula.

La planta más beneficiosa recibe la denominación de Aloe Vera L., Aloe vulgaris Lam. o también Aloe Barbadosis Miller. No es un cactus, a pesar de su parecido familiar, pero pertenece a la familia de las liliáceas y está considerado uno de los mayores regeneradores celulares que ha dado la naturaleza.

Está relacionado con otros miembros de la familia de los lirios, tales como la cebolla, el ajo y el nabo. La planta de aloe suele crecer hasta los 2 metros de altura y tiene entre 12 y 16 hojas largas y carnosas, de las que se extrae un jugo de uso medicinal, resinoso y con un sabor muy amargo.

ZONAS DE CULTIVO

La “**GUÍA DEL EMPRENDEDOR**” (www.guiadelemprendedor.com.ar) manifiesta que: “El Aloe Vera presenta un amplio rango de adaptabilidad a diferentes condiciones ambientales; el Consejo Internacional del Aloe señala que se desarrolla generalmente, en áreas 15° hacia al norte y hacia el sur del ecuador, obstante puede ser encontrada en un espectro climático bastante amplio”. Los climas en que se desarrolla van de tropicales y subtropicales a desérticos.

Se establecen preferentemente en área con temperaturas medias anuales de 18 a 25 grados centígrados con una precipitación media anual de 400 a 800 mm, encontrándose en sitios hasta de 200mm al año, donde su desarrollo es más lento.

Aunque esta planta puede encontrarse en bosques ecuatoriales, climas templados y montañas, se adaptada bien a zonas de pronunciada sequía, a la intensidad de los rayos solares y concentración de las sales, condiciones que caracterizan a grandes superficies localizadas en las zonas áridas y semiáridas.

Debido a la gran demanda que ha adquirido en los últimos años, el Aloe Vera como cultivo se encuentra creciendo en grandes extensiones de países tales como Antillas Holandesas, Portugal, España, Japón, Rusia, Venezuela, Arabia, Estados Unidos y muchos más.

En las áreas sujetas a la precipitación pluvial, el aloe vera puede presentar una alternativa para el aprovechamiento de tierras marginales que por sus características presentan limitaciones para otro tipo de

cultivo. En terrenos de mejor calidad y con disponibilidad de agua este cultivo puede significar una mayor rentabilidad y una diversificación de la producción de las comunidades donde se establezcan.

PROPIEDADES

“CONCIENCIA ANIMAL” (www.conciencia-animal.cl) dice que: “Actualmente se le atribuye acción emoliente, cicatrizante, coagulante, hidratante, antialérgica, desinfectante, antiinflamatoria, astringente, colerético y laxante”. El Aloe se administra oralmente bajo forma de bebida (zumo de las hojas, té de aloe) y en polvos y cápsulas. El Aloe actúa como purificante y desintoxicante dulce (es necesario utilizar solo el gel y no la aloína presente bajo la capa de recubrimiento de la hoja), actuando sobre todo el aparato digestivo y penetrando en el tejido celular.

Elimina las células muertas de la piel, ayuda a regenerar el crecimiento de las nuevas y favorece la salud de los tejidos acelerando la curación. Con frecuencia se descubren nuevas propiedades y usos para el Aloe, entre los que destacan ante sequedad y manchas de la piel, irritaciones cutáneas, quemaduras, acné, eccemas, verrugas, psoriasis, torceduras, esguinces, dolores reumáticos, artritis, úlceras bucales y gastroduodenales, gastritis y colon irritable. Aplicada sobre quemaduras, el Aloe calma el dolor y reduce la posibilidad de infección.

En cortes y heridas, detiene la hemorragia ya que cierra y cicatriza las heridas gracias a su poder astringente. El Aloe es también útil en el tratamiento de herpes, lesiones radiológicas e infecciones de la piel. También ayuda a curar las heridas del cuero cabelludo y le añade brillo. Es tónico, purgante, estimulante de la formación y secreción de bilis y ayuda a eliminar parásitos intestinales. Estimula el apetito, facilita la digestión, favorece la función del hígado y reduce los gases. En dosis altas, tiene efecto laxante.

La planta aloe vera es construida con los elementos más básicos de la vida, incluyendo vitaminas y minerales esenciales, proteínas, polisacáridos, enzimas y aminoácidos. (Algunas personas beben el aloe vera para resistencia física y fuerza vital, en lugar de las bebidas energéticas). La mayor parte de una hoja de aloe vera es llena de un gel, que es aproximadamente 99% agua. El otro 1% contiene:

- 75 nutrientes
- 20 minerales,
- 12 vitaminas,
- 18 aminoácidos,
- 200 compuestos llamados fitonutrientes en un plan activo,
- enzimas y,
- agua.

CLASIFICACIÓN TAXONÓMICA

Según el “**HERBARIO COMUNERO**” (www.herbario-comunero.wikispaces.com) la clasificación Taxonómica es:

CUADRO N° 16

REINO	VEGETAL
División	Embriophyta-siphonogama
Subdivisión:	Angiosperma
Clase	Monocotiledoneae
Orden	Liliales
Familia	Liliaceae
Subfamilia	Asfondoideae
Tribu	Aloinaeae
Género	Aloe
Especie	Vera
Sinónimo	Barbadensis

Elaborado por: La Autora

Fuente: Herbario Comunero

UTILIZACIÓN DEL ALOE VERA

PRODUCTOS COSMÉTICOS

IMAGEN Nº 3



El Aloe Vera se ha convertido en parte esencial para el desarrollo de actividades tan comúnmente practicadas como lo son las actividades estéticas. El descubrimiento y utilización de algunos nuevos compuestos naturales le ha permitido al mercado cosmético evolucionar de tal forma, que la elaboración de productos para el beneficio de las personas se ha aumentado considerablemente.

El aloe vera se encuentra como tal naturalmente, en la planta llamada penca sábila o simplemente sábila. El aloe vera se encuentra oculta dentro de dos capas, las cuales la protegen de factores como los insectos y plagas herbáceas.

PRODUCTOS MEDICINALES

IMAGEN Nº 4



Elaborado Por: La Autora

La utilización del aloe vera se presume comienza desde los inicios del hombre, pues se han encontrado indicios, que demuestran que el hombre primitivo la utilizaba para curarse las heridas y para que estas tuvieran una correcta cicatrización.

Para la edad media el aloe vera ya era utilizado por los médicos de la realeza para la curación y tratamientos como las heridas y las quemaduras, sin comentar que se estaba intentando desarrollar un té de aloe, pero fue descartado, ya que su sabor amargo la convertía en un elemento difícil de consumir.

Para el siglo XX, el aloe vera demuestra sus capacidades curativas para otras enfermedades como úlceras, eczemas y una gran cantidad de enfermedades cutáneas; todo esto gracias a al doctor Collin y a su hijo, que a raíz de las quemaduras causadas por el rayo láser tanto en pacientes como en doctores, comenzaron a investigar exhaustivamente el aloe vera.

En la actualidad las bondades del aloe vera la convierten en el principal ingrediente en la concepción de productos que favorezcan la imagen estética de una persona, ya que también se le encontraron bondades que demostraban no solo sus capacidades curativas, sino también las capacidades para conservar el equilibrio de la salud de la piel.

PRODUCTOS DE ASEO

IMAGEN Nº 5



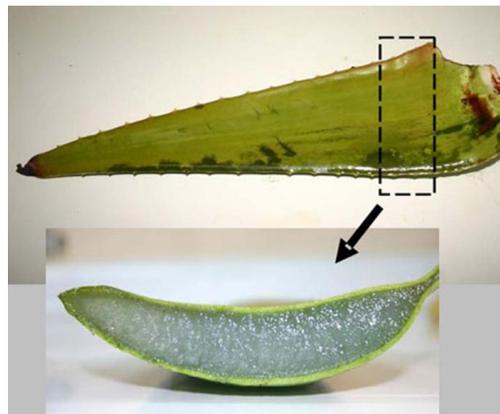
En el día de hoy existen plantas industriales a nivel mundial que se dedican al cultivo de la planta de sábila conocida con el nombre de Aloe Vera, de ella desarrollan productos los cuales han tomado gran auge en la sociedad moderna. Este auge es debido a que en la sociedad actual las personas tienen un estigma enfocado a la belleza exterior.

De esta manera la planta de aloe vera toma un camino importante hacia su uso como materia prima para el desarrollo de productos de aseo, tales como shampoo y jabones, debido a sus bondades y beneficios para la piel y el cuero cabelludo, constituye en un elemento esencial para este tipo de productos.

GEL DE ALOE VERA

El gel de la planta (Gel Aloe) sacado de la parte central de la hoja es un remedio casero muy popular para cortes pequeños o quemaduras leves, o quemaduras del sol.

IMAGEN Nº 6



Elaborado por: La Autora

El Aloe Vera puede encontrarse en muchas lociones y cosméticos para la piel, esto es debido a que contiene componentes activos para detener el dolor, la inflamación y estimular el crecimiento, y la reparación de la piel.

Por esta razón el gel aloe vera ha ganado una enorme popularidad para aliviar afecciones en la piel.

De hecho, en investigaciones preliminares, tanto en animales como en personas, se señala que su popular uso tiene validez científica.

ESTUDIOS CIENTÍFICOS

Un estudio financiado por la **Comisión de Energía Atómica de Estados Unidos** (actualmente la Comisión Reguladora Nuclear) encontró que el áloe era extraordinariamente efectivo en la cicatrización de las quemaduras producidas como consecuencia de las radiaciones.

El tratamiento con esta planta acelera, según los datos, la fase de reparación de la lesión hasta que se produce la completa curación de la úlcera.

Los científicos estadounidenses han manifestado un gran interés por el áloe vera, pero esta atracción ha llegado también a otros países, como la antigua Unión Soviética.

En el **Instituto Estomatológico de Moscú**, los investigadores demostraron que el extracto de esta planta en una solución acuosa podía regenerar las fibras nerviosas.

Entre los estudios más conocidos y documentados, cabe destacar el que llevó a cabo el **Instituto de Ciencia y Medicina Linus Pauling**, en California (Estados Unidos), en 1985; éste reveló el efecto beneficioso que tiene el consumo habitual de áloe sobre el aparato digestivo.

En este trabajo se determinó científicamente que los pacientes afectados de colitis, acidez estomacal o colon irritable que consumieron a diario el jugo extraído de las hojas de áloe vera experimentaron una gran mejoría.

También descubrieron que el uso del gel era efectivo para tratar los problemas auditivos. Para ello llevaron a cabo un estudio clínico en el que aplicaron extracto de áloe a distintos pacientes.

Los resultados fueron contundentes: con este tratamiento se prevenía la destrucción de tejidos sanos y se recuperaban con rapidez los dañados, de forma que una buena parte de los pacientes con la capacidad auditiva deteriorada recuperaron un porcentaje importante de audición.

GEL CICATRIZANTE Y ANTIESTRÍAS

CICATRIZ

De acuerdo al libro “**Todas las Medicinas Todas**”, Enciclopedia práctica familiar; “Las cicatrices son marcas en el cuerpo de alguna herida, mientras más profundas más marcadas serán las cicatrices”.

A mucha gente le desagrada tener cicatrices en el rostro, sobre todo en el caso de las mujeres, ya que si son muy grandes o demasiado toscas resultan antiestéticas, y la vanidad de las personas se ve afectada por ello.

El interés mayor que puede tener el uso de Aloe Vera en el caso de heridas que puedan dejar una cicatriz, es que ayudará a regenerar la piel con un crecimiento rápido de las células sanas, que se adelantarán por lo tanto a la producción de tejido cicatricial, evitando de esta manera que la zona herida quede cubierta por tejido queratinizado.

ESTRÍA

Según el libro “**Todas las Medicinas Todas**”, Enciclopedia práctica familiar; “las estrías son líneas deprimidas de la piel fina y enrojecida, que más tarde se vuelven blancas y brillantes y acentúan su hundimiento”.

Suelen aparecer en el abdomen hacia el final del embarazo o en las mamas durante la lactancia, también se las puede observar en las piernas, en la espalda, en los brazos y en los glúteos como consecuencia de la distensión que sufre la piel.

Las estrías son tremendamente antiestéticas y el temor de mujeres y hombres, son uno de los males mayores para la estética cutánea, y para eso no hay nada mejor que mantener el peso acorde, y también aplicar algunos masajes o remedios naturales cuando las estrías aún se encuentren de color rojo, está es una manera más fácil de evitar que sigan creciendo y lleguen a tornarse blancas.

La piel puede verse sabiamente beneficiada por la presencia del aloe vera, una planta que es perfecta para el cuidado del cutis en general, aplicada sobre la zona por 20 minutos antes de enjuagar, será una buena forma de contrarrestar a las estrías.

BENEFICIOS DEL GEL DE ALOE VERA EN CICATRICES Y ESTRÍAS

Aprovechando todas las propiedades del Aloe Vera se pretende elaborar un gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera, el mismo que será de mucha ayuda para aquellas personas que buscan una solución a los problemas de cicatrices y estrías en su piel, en este caso en mayor cantidad las mujeres que son las que están en constante preocupación por su salud y belleza.

IMAGEN Nº 7



El aloe es muy efectivo en la prevención o eliminación de pequeñas estrías y cicatrices debido a que penetra las tres capas de la piel (la epidermis, la dermis y la hipodermis) y expulsa las bacterias y los depósitos de grasa que tapan los poros de la piel. Al penetrar la acción de los nutrientes naturales, los minerales, las vitaminas, los aminoácidos y las enzimas estimulan la reproducción de nuevas células ya que es un potente regenerador celular, cicatrizante, tonificador y de alta penetración en la piel.

MICROEMPRESA

DEFINICIÓN

Monteros, Edgar (2005) define pág. 15: “Es la asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.

www.gestiopolis.com manifiesta: “Es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales. Su capital máximo es de \$ 30.000 y el número de trabajadores no supera los 10, incluyendo el dueño”.

Estas dos fuentes de información coinciden en que la microempresa es la asociación de personas que se unen con la finalidad de comercializar un producto o servicio a fin de generar un beneficio económico para todos los involucrados, en base a esto y para una mejor comprensión de puede concluir que la microempresa es un negocio constituido por un reducido número de personas que buscan generar una rentabilidad por medio de la comercialización de bienes o servicios.

OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

LOULTER, Robbins (2010) dice: Son operativos y deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la microempresa. Así:

CUADRO N° 17

OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

OBJETIVOS	DEFINICIÓN
Comercialización	La microempresa debe ser capaz de crear un cliente que constituya un soporte fundamental para su producción y mantenimiento.
Innovación	La microempresa debe ser capaz de innovar, de lo contrario la competencia la dejará relegada.
Recursos Humanos	La microempresa debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.
Productividad	Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva
Dimensiones Sociales de la Microempresa	Debe afrontar responsabilidades sociales por cuanto existe en la sociedad y la comunidad, hasta el punto que sume la responsabilidad de su propia influencia sobre el ambiente.
Supervivencia	Le permite obtener de la actividad productiva o de los servicios, los ingresos necesarios para la reposición de materias primas, mano de obra y gastos de fabricación para la elaboración de sus productos.
Crecimiento	Los resultados de la actividad productiva de la microempresa, permiten a sus dueños ir fortaleciendo y creciendo en sus negocios y se refleja en mayores ingresos, mayor rotación de inventarios, mayor demanda de sus productos y consecuentemente mejores niveles de ganancias.
Rentabilidad	Estos objetivos se logran si se fortalece las áreas de resultados, los mismos que dependerán de las estrategias de cada microempresa.

Elaborado por: La Autora

De igual manera necesita obtener ganancias, de lo contrario no podría realizar ninguno de los objetivos, los cuales significan costos y riesgos, por lo que no podrían llamarlo objetivo, sino más bien requerimiento que debería determinarse en relación con la acción de la microempresa.

La microempresa, en función de la orientación que le dé su dueño, determina si cumple o no satisfactoriamente su responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesita, para lo cual se concentra en incrementar la participación de su producto en el mercado, pero sin salirse del mercado local que conoce y maneja.

CARACTERÍSTICAS

www.gestiopolis.com manifiesta: Como característica general de las microempresas se puede señalar que carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza su dueño se asemeja al de un hombre – orquesta y eventualmente recurre a la asesoría externa y en el mejor de los casos al manejo contable y financiero. A continuación se mencionan otras características importantes de la microempresa:

- Su capacidad es limitada razón por la cual no excede más de diez empleados.
- La gran mayoría de microempresas se dedican a la actividad de comercializar o a la prestación de servicios y un pequeño porcentaje a las actividades de transformación.
- Es de tipo familiar
- Tiene la tendencia a mantenerse en los sitios donde iniciaron su actividad originalmente.
- Existe una estrecha relación entre el microempresario y la comunidad.
- El dueño administra y controla los movimientos económicos.

ESTUDIO DE MERCADO

BACA, Gabriel (2010) manifiesta pág. 7: “Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”

CHAIN, NASSIR; CHAIN REINALDO (2008) afirman pág. 167: “El Estudio de Mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto”.

Estos dos autores hacen mención a que el estudio de mercado permite tener una apreciación de la oferta y demanda existente con respecto a un bien o un servicio que se quiere dar a conocer en el mercado, es decir consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial.

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público, se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo.

MERCADO

BRAVO, Mercedes (2008) menciona pág.15: “Ámbito económico en donde se exterioriza la oferta y la demanda de las mercaderías y servicios”.

GUARNICA, Clotilde; MAUBERT, Claudio (2009) dice pág. 87: “Mercado es la suma de todos los compradores reales y potenciales de un producto”.

Estos dos autores coinciden en que el mercado es el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

MERCADO META

KOTLER, Philip (2008) dice: El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar; al

Mercado Meta también se le conoce como Mercado Objetivo o Target.

Uno de los objetos del Mercado Meta es lograr el posicionamiento al aglutinar a consumidores con las mismas características psicográficas con mismas actitudes, necesidades y gustos es más fácil delimitar las características del producto o marca, así como las necesidades que va a cubrir.

La determinación del mercado meta implica evaluar que tan atractivo es cada segmento de mercado y seleccionar el o los segmentos a que se ingresará. Las empresas deben enfocarse hacia segmentos donde puedan generar el mayor valor posible para el cliente de manera rentable y sostenerlo a través del tiempo.

OFERTA

BACA, Gabriel (2010) dice pág. 55: “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

CHAIN, NASSIR; CHAIN REINALDO (2008) manifiestan pág. 106: “El termino oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicios que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios”.

Las definiciones antes mencionadas manifiestan que la oferta es una fuerza del mercado que indica la cantidad de productores o vendedores que existen de un determinado bien o servicio, y están en capacidad de poner a disposición del mercado, durante un periodo de tiempo y a un precio determinado.

DEMANDA

CHAIN, NASSIR; CHAIN REINALDO (2008) afirman pág. 106: “La demanda son los consumidores que logran una utilidad

o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios”.

<http://es.wikipedia.org/wiki/> dice: “La demanda se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Por lo tanto se puede concluir que la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

COMERCIALIZACIÓN

BACA, Gabriel (2010) manifiesta pág. 57: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

<http://www.tumercadeo.com> dice: “La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor”.

Estas dos fuentes de información concuerdan en que la comercialización es un conjunto de actividades, encaminadas a la venta de un bien o servicio desde el productor hacia el consumidor, en un tiempo determinado y a un precio preestablecido. Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

BACA, Gabriel (2010) expresa pág. 58: “Es la ruta que toma un producto para poder pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de la trayectoria”.

<http://www.gestiopolis.com> dice: “Los canales de distribución se definen como los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible”.

Estos dos conceptos concuerdan con que los canales de distribución son el camino por donde atraviesa un bien o un servicio para llegar hacia su consumidor final. El punto de partida del canal de distribución es el productor, el punto final o de destino es el consumidor. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios.

MEZCLA DE MARKETING

Se conoce como marketing mix a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía. La mezcla de marketing se divide en los elementos 4 P's: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

PRODUCTO

KOTLER, Philip (2008) afirma pág. 89: “Un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y

presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras”.

Puedo mencionar que el producto es un bien o un servicio objeto de comercialización en el mercado, de manera que se busque la satisfacción de una necesidad.

PLAZA O DISTRIBUCIÓN

KOTLER, Philip (2008) dice Pág. 88: “Se define cómo y dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Inicialmente, dependía de los fabricantes y ahora depende de ella misma”

De acuerdo a lo expresado en el párrafo anterior puedo concluir diciendo que la plaza o distribución es el canal por el cual se hará llegar el producto hacia el consumidor final.

PRECIO

KOTLER, Philip (2008) manifiesta pág. 88: “Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Hay que destacar que el precio es el único elemento del mix de Marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costos. Por otro lado, se debe saber que el precio va íntimamente ligado a la sensación de calidad del producto (así como su exclusividad).

Luego de lo expuesto anteriormente cabe recalcar que el precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio para su

comercialización, de manera que se recupere su costo de operación y se obtenga una ganancia o rentabilidad.

PROMOCIÓN

KOTLER, Philip (2008) menciona que pág. 89: “Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales”.

Tomando en cuenta lo citado anteriormente se menciona que la promoción es una manera de darle al producto o servicio un valor agregado de manera que el cliente tenga la convicción de comprarlo.

ESTUDIO TÉCNICO

BACA, Gabriel (2010) afirma pág. 79 : “El Estudio Técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”.

CHAIN, NASSIR; CHAIN REINALDO (2008) manifiesta pág. 124: “El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área”.

Para complementar estas definiciones mencionadas por los dos autores se puede decir también que el Estudio Técnico sirve para hacer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación.

MACROLOCALIZACIÓN

MORALES, Arturo (2009), dice pág. 102: Es el estudio que tiene por objetivo determinar la región o territorio en la que

el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta.

Tomar la decisión de localizar una planta industrial es particularmente importante para contribuir a los objetivos empresariales, por lo que no debe realizarse superficialmente; se deben analizar todas las alternativas antes de seleccionar el lugar donde va a operar el proyecto.

MICROLOCALIZACIÓN

MORALES, Arturo (2009), afirma pág. 103: Es la selección específica del sitio o terreno que se encuentra en la región que ha sido evaluada como la mas conveniente, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

La microlocalización sirve para realizar el estudio pertinente del lugar donde se ubicará la microempresa, de manera que se puedan ejecutar de la mejor manera las actividades y se logren cumplir los objetivos propuestos.

TAMAÑO DE LA PLANTA

BACA, Gabriel (2006) manifiesta pág. 107: “El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”

Se conoce como tamaño de una planta a la capacidad instalada de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo. Es decir, volumen, peso, valor, o unidades de producto elaborados por año, mes, días por turnos y horas, etc.

La capacidad de un proyecto o empresa se expresa, no en términos de la

cantidad de productos que se obtienen, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

INVERSIÓN INICIAL

BACA, Gabriel (2010) afirma pág. 109: “La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”.

BRAVO, Mercedes (2008) menciona pág. 98: “Egreso realizado para adquirir bienes muebles e inmuebles, tangibles o intangibles que den ingresos o presten servicios”.

También se puede mencionar que la Inversión Inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad.

CAPITAL DE TRABAJO

BACA, Gabriel (2010) menciona pág. 110: “Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”

VARELA, Rodrigo (2010) dice: “El Capital de Trabajo es el dinero necesario para mantener la empresa en funcionamiento”.

Se argumenta además que el capital de trabajo es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo. Puede calcularse como el excedente de los activos sobre los pasivos de corto plazo. Se trata de una herramienta muy importante para el análisis interno de la empresa, ya que refleja una relación muy estrecha con las operaciones diarias del negocio.

CAPITAL FIJO

<http://es.wikipedia.org> dice: “El capital fijo es parte del capital productivo que, participando por entero y reiteradamente en la producción de la mercancía, transfiere su valor por partes al nuevo producto, en el transcurso de varios períodos de producción, a medida que se va desgastando.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente se puede concluir que el capital fijo son Bienes que participan en el proceso productivo de la Empresa sin consumirse necesariamente en el proceso o al menos en un ciclo del mismo (maquinaria, instalaciones, edificios).

CAPITAL VARIABLE

<http://es.wikipedia.org> afirma: “Capital variable o parte variante del capital es la porción del capital invertida en fuerza de trabajo independientemente de cada uno de sus accionistas, se caracteriza a esta porción del capital como variable debido a que la fuerza de trabajo tiene la capacidad de crear valor, es decir, de reproducir su propio valor y un excedente (la plusvalía).

De acuerdo a lo manifestado anteriormente se puede mencionar que el capital variable es aquel que voy moviendo de acuerdo a las finanzas que realizo o lo que vendo y compro incluyendo ganancias y pérdidas. Este excedente creado por la fuerza de trabajo puede aumentar o disminuir según aumente o disminuya la fuerza productiva del trabajo cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

BACA, Gabriel (2010) dice pág. 120: “El Estudio Económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

CHAIN, NASSIR; CHAIN REINALDO (2008) manifiestan pág. 138: “El Estudio Financiero se encarga de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”.

Es muy importante resaltar que el Estudio Económico permite simular o proyectar, es manejar un escenario optimista de la empresa, para tener una apreciación de los resultados aproximados que la empresa va a obtener cuando ya se ponga en marcha.

CONTABILIDAD

BRAVO, Mercedes (2008) indica pág. 1: La contabilidad “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el registro, clasificación, análisis e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable.”

ZAPATA, Pedro (2008) menciona pág. 4: La contabilidad “es la ciencia, la técnica y el arte de recolectar, organizar, registrar y analizar en forma cronológica cada una de las operaciones económicas y financieras que realiza una empresa durante un período determinado, con el fin de conocer los resultados obtenidos y estructurar los estados financieros que servirán de base para la toma de decisiones”.

Estos dos autores coinciden en que la contabilidad es el arte, ciencia y técnica que permite el registro y análisis de las transacciones financieras de cualquier actividad comercial para en base a ello tomar decisiones acertadas que permitan la superación empresarial y el cumplimiento de las obligaciones legales y tributarias.

Por lo tanto la contabilidad es indispensable para tener un mejor control de los movimientos financieros que se realicen en toda actividad comercial se cual se el tipo.

INGRESOS

BRAVO, Mercedes (2008) indica pág. 21: “Es una expresión con dos acepciones completamente distintas. En primer lugar significa percepción de dinero y valores representativos de dinero como cheques y giros a la vista, y en segundo lugar se usa para identificar la utilidad o ganancia obtenida en un periodo. La utilidad en ventas constituye el principal ingreso de la empresa comercial.

<http://es.wikipedia.org/wiki/> dice: “En economía el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios y por otra puede hacer referencia al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos”.

Para complementar lo que indican estas dos fuentes de información se puede decir que entendemos por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia.

GASTO

BRAVO, Mercedes (2008) manifiesta pág. 14: “Son los desembolsos que se realizan en las funciones de financiamiento, administración y ventas para cumplir con los objetivos de la empresa.”

<http://es.wikipedia.org/wiki/> dice: “Un gasto es una salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio”.

Por lo tanto se puede argumentar que dentro de la microempresa un gasto vendría a ser todos aquellos desembolsos necesarios para el buen funcionamiento de las actividades diarias, las mismas que buscarán el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

COSTO

BRAVO, Mercedes (2008) afirma pág. 22: “El costo constituye una inversión, es recuperable, trae consigo

ganancias, es un concepto que tiene vigencia en la empresa industrial”.

ZAPATA, Pedro (2007) define pág. 9: “Se entiende como el valor monetario que se invierte en elementos materiales, fuerza laboral necesaria y demás insumos requeridos para la fabricación o elaboración de un producto o la prestación de un servicio.”

Las dos fuentes de información consultadas coinciden en que el costo son valores incurridos para la transformación de un producto y es recuperable e invertible. En base a esto se puede argumentar que el costo es un valor utilizado en la fabricación de un producto el mismo que está compuesto por la materia prima, mano de obra y los costos generales de fabricación todos estos valores son recuperables al momento de la venta o prestación del servicio.

ELEMENTOS DEL COSTO

*Según **MERCEDES, Bravo**: Para que un artículo sea producido o transformado, necesariamente debe contener los tres elementos del costo como son:*

➤ **Materia prima directa o Materiales directos**

Es el material o materiales sobre los cuales se realiza la transformación se identifican plenamente con el producto elaborado. Ejemplo en la industria textil el algodón, en la industria cervecera la cebada.

➤ **Mano de Obra Directa o Trabajo Directo**

Es el salario que se paga a los trabajadores que intervienen directamente en la fabricación del producto. Ejemplo pago a obreros de planta.

➤ **Costos Indirectos de Fabricación.**

Este elemento está constituido por:

a. Materia Prima Indirecta

Son los materiales utilizados en el proceso productivo que no se identifican plenamente con el producto, por lo tanto no son fácilmente medibles y cuantificables; requieren ser calculados de acuerdo a una base de distribución específica.

b. Mano de Obra Indirecta

Es el sueldo o salario que se paga al personal que no interviene directamente en la fabricación del producto, pero sirve de apoyo indispensable en el proceso productivo.

c. Otros Costos Indirectos de fabricación

Son los egresos que se realizan por concepto de servicios correspondientes a la planta, tales como: seguros, arriendos, teléfono, agua, luz, etc.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

MORALES, Arturo (2009) define pág 164: “Son todos aquellos costos y gastos administrativos que se requieren para dirigir y operar la empresa normalmente.”

Son todos los gastos que se realizan en el área administrativa de la empresa por ejemplo el pago de remuneraciones, utilización de servicios básicos, suministros, honorarios, viáticos, subsistencias, entre otros.

GASTOS DE VENTA

BRAVO, Mercedes (2007) conceptualiza pág 191: “Los gastos de ventas son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad entre otros”

Los gastos de ventas corresponden a los gastos derivados de la distribución y comercialización que se realizan para generar las ventas, por ejemplo, sueldo de personal que las supervisa, sueldo de vendedores, viáticos, gastos de los vehículos utilizados por los vendedores y repartidores de los productos, gastos de publicidad y promoción, gastos de mantenimiento de los equipos utilizados para la actividad de venta de los productos, entre otros.

GASTOS FINANCIEROS

BACA, Gabriel (2006) señala Pág. 173: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo.”

Es decir dentro de los gastos financieros se encuentran todos aquellos desembolsos dirigidos al pago de los intereses bancarios por concepto de una deuda a pagar a una entidad financiera por el préstamo solicitado.

ESTADOS FINANCIEROS

BRAVO, Mercedes (2008) dice pág 45: “Cuadros que se preparan para presentar sistemáticamente la situación económica y financiera de una empresa”.

<http://es.wikipedia.org> afirma: “Son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado”.

Es necesario recalcar que la información que proporcionan los Estados Financieros resulta útil para la Administración, los Accionistas, Acreedores o Propietarios, para una correcta toma de decisiones de manera que se busque la consecución de los objetivos organizacionales.

BALANCE GENERAL

BRAVO, Mercedes (2008) afirma pág. 46: “Es el reflejo de la situación económica y financiera de la empresa en una fecha determinada”.

VARELA, Rodrigo (2010) manifiesta pág 56: “El Balance General presenta la situación financiera de la organización en un momento dado. Este integra información del flujo y el estado de resultados, incluyendo partidas que están por cobrarse y/o por pagarse”.

Las dos fuentes de información consultadas coinciden en que el Balance General es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada.

ESTADO DE RESULTADOS

BACA, Gabriel (2010) menciona: “El Estado de Resultados muestra la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta”

VARELA, Rodrigo (2010) dice: “Este estado compara hechos de la operación: ingresos vs costos y gastos en un periodo fiscal, generalmente un año gravable, y permite determinar las utilidades gravables, los impuestos y las utilidades netas”.

En base a la información proporcionada por estos dos autores a continuación expongo mi definición: “El Estado de Resultados es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado, a base de la diferenciación de los ingresos y egresos que obtuvo la empresa en un periodo determinado”.

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

CHAIN, NASSIR; CHAIN REINALDO (2008) manifiestan: “El estado de flujo de efectivo permite medir la rentabilidad de la inversión”.

VARELA, Rodrigo (2010) afirma: “El estado de Flujo de Efectivo permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo de la microempresa y determina los momentos en los cuales los aportes de los socios y/o los préstamos de los intermediarios financieros son absolutamente necesarios para mantener una posición positiva al final de cada periodo.

Para complementar estas definiciones también se puede argumentar que la información que proporciona el Estado de Flujo de Efectivo es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como sus necesidades de liquidez. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad que la empresa tiene para generar efectivo y equivalentes al efectivo.

DEPRECIACIÓN

VARELA, Rodrigo (2010) afirma: El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

Luego de leer y analizar la definición expuesta anteriormente, y complementando la información con otras fuentes puedo mencionar que la depreciación es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil.

PUNTO DE EQUILIBRIO

BRAVO, Mercedes (2008) afirma: “Se conoce con este término a determinado volumen de ventas con el cual una empresa ni gana ni pierde dinero. Este análisis es usado para computar la utilidad o pérdida aproximadamente que experimentará una empresa en algunos niveles de producción”.

BACA, Gabriel (2010) dice: “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. En primer lugar hay que mencionar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad, sino que sólo es una importante referencia a tomar en cuenta”.

El Punto de Equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

EVALUADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

VALOR ACTUAL NETO

CHAIN, NASSIR; CHAIN REINALDO (2008) manifiestan: “El VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual, este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero”.

<http://es.wikipedia.org> dice: “Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión”.

La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

BACA, Gabriel (2010) afirma: “La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero.

Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”

CHAIN, NASSIR; CHAIN REINALDO (2008) dicen: “Evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual”.

Estas dos fuentes de información manifiestan que la tasa interna de retorno – TIR, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)

DÍAZ, Flor (2009) manifiesta: Este indicador consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos. En este caso se suman todos los ingresos y los egresos del proyecto para cada periodo, recalculan sus valores presentes y se calcula la razón entre ellos”.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar, la relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos.

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

BESLEY, Scott (2009) manifiesta: “El periodo de recuperación de la inversión - PRI – está definido como el

número de años esperado que se requiere para recuperar la inversión original (el costo del activo)”.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

LOULTER, Robbins (2010) dice que: “El Estudio Organizacional analiza la organización administrativa para la operación del proyecto. Para esto se definen los procesos, los cargos, las funciones y se determina los requerimientos de infraestructura, de personal y demás egresos propios de la operación. También se analiza los asuntos legales y forma como estos impactan económicamente al proyecto”.

De acuerdo a lo que menciona el autor citado, se puede argumentar que el estudio organizacional sirve establecer una estructura base de cómo va a estar establecida la microempresa, es decir permitirá conocer cuáles serán los aspectos legales que se deben tomar en cuenta al momento de su constitución, de igual forma se procede a identificar su posible organigrama estructural y funcional para que sea más fácil la correcta toma de decisiones.

MISIÓN

LOULTER, Robbins (2010) afirma: “Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas”.

Tomando en cuenta la definición antes citada puedo decir que la misión sirve como base para el desarrollo de las actividades de toda empresa, es decir dentro de la misión se establece la razón de ser, o el motivo de la existencia de cada institución.

VISIÓN

LOULTER, Robbins (2010) manifiesta: “Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, y de la aparición de nuevas condiciones del mercado”.

Tomando como base la definición anterior puedo recalcar que la visión es hacia dónde quiere llegar la empresa con el transcurso del tiempo, cuáles son sus aspiraciones a futuro.

ORGANIGRAMA

LOULTER, Robbins (2010) dice: “Es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competencias de vigor en la organización”

El organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

www.igestion20.com dice: “el organigrama estructural es una representación gráfica donde se presenta solamente la estructura administrativa de la organización”.

De acuerdo a lo manifestado se puede argumentar que el organigrama estructural muestra gráficamente la forma como está estructurada cierta organización de manera que sirva como medio de orientación e identificación de posibles errores.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

www.igestion20.com dice: “Un organigrama funcional es una representación gráfica donde se muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento”.

Con lo mencionado anteriormente se puede decir que un organigrama funcional busca informar de forma gráfica las funciones asignadas a cada persona o unidad administrativa, este organigrama sirve para capacitar o hacer una presentación generalizada de la empresa.

IMPACTOS

LOULTER, Robbins (2010) dice: “Es la identificación de cambios que el proyecto genera sobre elementos que aportan o inciden sobre e bienestar, es decir son los efectos directos o indirectos ya sea en el ámbito social, político, comercial, empresarial, educativo, ambiental, etc”.

En resumen, se puede afirmar que en el proceso de identificar el impacto del proyecto, es necesario siempre tener en cuenta el mismo objetivo de la evaluación económica: el de identificar la manera en que el proyecto aporta bienestar a la colectividad.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

PRESENTACIÓN

El estudio de mercado se lo realizó en la ciudad de Ibarra, mediante la aplicación de encuestas, observación e investigación de campo con la finalidad de identificar las características del mercado existente para la venta de un gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera, estimando un número de consumidores o clientes, el nivel de compra que tendrá el producto, basándonos en parámetros de segmentación que facilitara la veracidad del estudio.

Se debe considerar que el estudio de mercado en un proyecto, es un elemento de gran validez dentro de la factibilidad del mismo, considerando que dentro de este capítulo se podrá advertir en forma clara la aceptación o no del producto que se pretende ofertar.

Se analizará la demanda empleando sus variables o componentes a fin de establecer cuál es la demanda real, y grado de consumo, además se aplicará una segmentación de mercado para determinar el perfil del posible consumidor.

Se pretende también obtener un conocimiento sobre la preferencia de mercado al cual se intenta llegar con la elaboración y comercialización de un gel a base de aloe vera, preferencias que ayudarán a mejorar la calidad del producto que se va a ofertar y por ende aumentar la demanda del mismo.

Finalmente el estudio de mercado permite obtener información apropiada de los precios y la competencia existente en el mercado.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO GENERAL

Determinar el grado de aceptación sobre la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera en la ciudad de Ibarra, a través de un estudio de mercado que permita establecer la oferta y la demanda existente del producto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis para identificar la cantidad gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera a demandarse en la ciudad de Ibarra.
- Establecer un análisis para identificar la cantidad de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera a ofertarse en la ciudad de Ibarra.
- Hacer un análisis para fijar el precio más adecuado para el gel en la ciudad de Ibarra.
- Identificar las posibles estrategias de comercialización a realizarse para la venta del gel en la ciudad de Ibarra.

VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES

Las variables diagnosticas a utilizarse en la presente investigación son:

Demanda

- Características del consumidor
- Lugar de compra
- Frecuencia de compra
- Cantidad de compra

Oferta

- Identificación de los competidores

- Características de los competidores
- Factores estratégicos

Precio

- Nivel de precio
- Factores de fijación de precio

Comercialización

- Publicidad
- Promoción
- Canales de Comercialización

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

CUADRO N° 18

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
1. Realizar un análisis para identificar la cantidad gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera a demandarse en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Características del consumidor • Lugar de compra • Frecuencia de compra • Cantidad de compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Observación • Encuesta • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores • Competencia
2. Establecer un análisis para identificar la cantidad de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera a ofertarse en la ciudad de Ibarra.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los competidores • Características de los competidores • Factores estratégicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Consumidores
3. Hacer un análisis para fijar el precio más adecuado para el gel en la ciudad de Ibarra.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de precio • Factores de fijación de precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores • Competencia
4. Identificar las posibles estrategias de comercialización a realizarse para la venta del gel en la ciudad de Ibarra.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Promoción • Canales de Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Consumidores

Elaborado Por: La Autora

Fuente: Diagnóstico

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

IMAGEN Nº 8



Elaborado por: La Autora

Dentro del estudio de mercado que se está realizando, el producto principal que esta microempresa en particular desea elaborar y comercializar dentro del mercado es un gel antiestrías y cicatrizante a base de Aloe Vera.

VALOR AGREGADO

Este producto a diferencia de los existentes en el mercado cumple dos funciones en uno, es decir que el mismo gel sirve tanto para las cicatrices como para contrarrestar las estrías, es decir el cliente pagaría un gel que le serviría para contrarrestar dos afectaciones cutáneas.

EL GEL CICATRIZANTE Y ANTIESTRÍAS, es un producto elaborado a base de Aloe Vera que posee cualidades curativas avaladas por miles de años de historia y están siendo confirmadas por los más recientes descubrimientos científicos, es por ello la elaboración de este gel que puede utilizarse en casos de cicatrices provocadas por quemaduras, cortaduras, etc., y de igual manera es un reconstituyente dérmico que ayuda a prevenir y reducir las estrías, los principios activos de este novedoso producto actúan sobre las estrías hidratando toda la zona dañada y con su uso continuado, se consigue disminuir visualmente tanto el grosor como la profundidad de las estrías.

MERCADO META

La microempresa de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera, tendrá como principal objetivo, la introducción de su producto en la zona urbana del cantón Ibarra, aplicando ventas directas a pequeños y medianos locales.

La distribución a los centros naturistas de la ciudad de Ibarra que son los que comercializan en mayor cantidad este tipo de productos, de acuerdo a las encuestas tienen gran afluencia de personas en buscan de productos para contrarrestar afecciones cutáneas.

La comercialización directa lo realizaran los centros naturistas, de acuerdo a las encuestas que realizadas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, la misma que demostró que la mayoría de mujeres en edades comprendidas entre los 18 años hasta los 50 las mismas que están dispuestas a adquirir este gel, por ser atractivo para usarlo en el cuidado de su salud y belleza.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado para las ventas directas se realizó tomando en cuenta aspectos geográficos, demográficos, psicográficas y socio-económicos, a fin de tener una clara determinación del mercado al que se desea llegar con el producto.

El mercado se subdividirá en los segmentos de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO N° 19

PRIMERA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTO DEL MERCADO
Geográfica	
Región	Sierra

Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Sector	Urbano-Centro
Demográfica	
Edad	18 a 50 años
Sexo	Femenino
Psicográficas	
Preferencias	Productos Naturales a precios económicos
Socio-Económico	
Nivel Económico	Clase media-media alta - alta

Elaborado por: La Autora

Para la distribución a los pequeños y medianos locales de la zona urbana de la ciudad de Ibarra se realizó la siguiente segmentación de acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas:

CUADRO N° 20

SEGUNDA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTO DE MERCADO
Empresas de expendio de productos naturales	Centros Naturistas

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad del proyecto, por lo tanto se determinarán las cantidades del producto que las clientes están dispuestas a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción, se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición del poder adquisitivo suficiente y con gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades.

Para poder determinar la demanda actual, se utilizó la información recolectada de las encuestas a los consumidores, en la encuesta se realizó preguntas de opción múltiple, de las cuales cada una se encuentra previamente interpretada y analizada en el Capítulo I, Diagnóstico Situacional.

POBLACIÓN URBANA DE LA CIUDAD DE IBARRA

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes. Tomando en cuenta el mercado meta a quien va dirigido este producto como es la población femenina en edades comprendidas entre 18 y 50 años se conoce que se encuentran alrededor del 26031 habitantes de estratos económicos alto medio alto y medio.

DEMANDA ANUAL

Por medio de la aplicación de las encuestas se pudo determinar que las mujeres de la ciudad de Ibarra en un 76% estarían dispuestas a comprar el gel cicatrizante y antiestrías lo que significa que del total de la población femenina de las edades antes indicadas 19784 personas manifestaron que adquirirían este producto de 2 a 3 veces al mes lo que equivale un consumo aproximado de 24 unidades al año por cada una. A continuación el detalle de la demanda anual que servirá de base para la proyección:

**CUADRO N° 21
DEMANDA ANUAL**

AÑO	POBLACIÓN FEMENINA	CANTIDAD DE COMPRA MENSUAL	CANTIDAD DE COMPRA ANUAL	CANTIDAD TOTAL DEMANDADA	Cantidad por (cajas de 12 u)
2011	19784	2	24	474805	39567

Fuente: Encuestas Noviembre 2011

Elaborado por: La Autora

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El consumo se determinó en base al crecimiento de la población, que de acuerdo a los datos estadísticos del INEC, para el cantón Ibarra es el 1,82% anual.

Para la proyección de la demanda se utilizó el modelo exponencial:

$$Q_n = Q_0 (1+i)^n$$

Donde:

Q_n= Consumo Futuro

Q₀= Consumo Inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = Año Proyectado

En base a los datos detallados el consumo futuro para los próximos años tomando como base el año 2011 es:

**CUADRO N° 22
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑOS	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0(1+0,0182)^n$	CANTIDAD DE COMPRA ANUAL	CANTIDAD TOTAL DEMANDADA	CANTIDAD (CAJAS 12 u)
2011	19784	24	474805	39567
2012	20144	24	483447	40287
2013	20884	24	501205	41767
2014	22045	24	529071	44089
2015	23694	24	568652	47388
2016	25930	24	622318	51860

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores de la ciudad de Ibarra

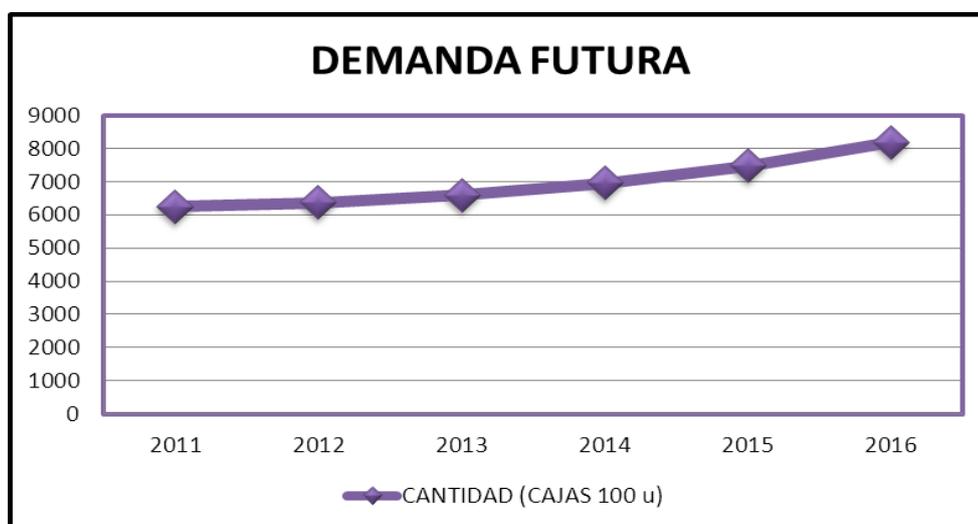
Elaborado por: La Autora

La demanda proyectada de la población urbana femenina de la ciudad Ibarra, resulta ser muy buena para el proyecto, debido a que en el periodo

2011 se observa 19784 habitantes mujeres en las edades entre 18 a 50 años que demandaran 474805 unidades y en el último periodo proyectado habrá una población de 25930 con una demanda de 622318 unidades como se puede observar tiene un crecimiento representativo.

REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LA DEMANDA FUTURA

GRÁFICO N° 12



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta se ha determinado en base a datos históricos proporcionados por los distribuidores de productos cicatrizantes y antiestrías de la ciudad de Ibarra en año 2011, los mismos que totalizan 26, entre farmacias y centros naturistas, expendieron un promedio de 14400 unidades al año.

CUADRO N° 23

AÑO BASE	Nº FARMACIAS Y CENTROS NATURISTAS	VENTAS MENSUALES	VENTA ANUALES	TOTAL CAPTACIÓN	(CAJAS 12 U)
2011	26	1200	14400	374400	31200

Elaborado por: La Autora

Fuente: Datos obtenidos de la entrevista realizada a los centros naturistas y farmacias de la Ciudad De Ibarra.

OFERTA ANUAL DE LA CIUDAD DE IBARRA POR PRODUCTO

CUADRO N° 24

AÑO	PRODUCTO	VENTAS MENSUALES	VENTA ANUAL	TOTAL CAPTACIÓN	(CAJAS 12 U)
2011					
CICATRIZANTES	ROSA MOSQUETA	600	7200	187200	15600
	ARAWAK	100	1200	31200	2600
	CICATRICURE	450	5400	140400	11700
ANTIESTRÍAS	HINDS	50	600	15600	1300
		1200		374400	31200

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Directa

La oferta actual de productos para las cicatrices y las estrías se determinó en base a la investigación directa a los comerciantes de los centros naturistas y farmacias de la ciudad de Ibarra, para poder determinar el crecimiento que ha tenido la industria han servido de base los datos obtenidos de la Ilustre Municipalidad de Ibarra.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN BASE AL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA

CUADRO N° 25

Año	Venta productos por años/Base Crecimiento de la Industria	$i = Q_n / Q_0 - 1$	%
2009	360862	0	
2010	370554	0,026857912	2,69
2011	374400	0,010379054	1,04
TOTAL		0,037236967	3,72

Fuente: Investigación Directa Comercializadores

Elaborado Por: La Autora

La tasa promedio es:

$$\sum i / n = 0,0372 / 2 = 1,86$$

Por lo que se realiza un incremento del 1,86% por cada año.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

OFERTA FUTURA

CUADRO Nº 26

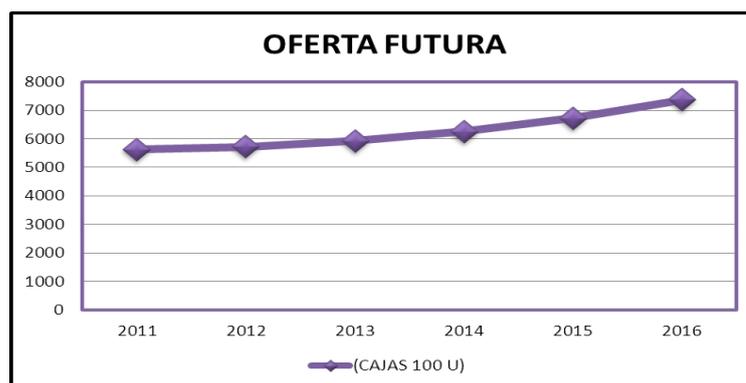
Año	Oferta Anual	(CAJAS DE 12 u)	Tasa de Crecimiento Anual de la Industria
2011	374400	31200	0,0186185
2012	381214	31768	0,0186185
2013	395217	32935	0,0186185
2014	417190	34766	0,0186185
2015	448401	37367	0,0186185
2016	490718	40893	0,0186185

Elaborado por: La Autora

Los datos de la tabla muestran que la oferta de Gel de Aloe Vera tiene la tendencia de crecimiento en el transcurso del tiempo, es así que para el año 2016 se proyecta una oferta de 490718 unidades, sin embargo sigue constituyéndose inferior para la demanda existente en la ciudad de Ibarra.

REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LA OFERTA FUTURA

GRAFICO Nº 13



BALANCE OFERTA – DEMANDA

El balance oferta – demanda del gel cicatrizante y antiestrías de acuerdo a la información obtenida de las encuestas y entrevistas se muestra en el siguiente cuadro:

BALANCE OFERTA – DEMANDA

CUADRO N° 27

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2011	474805	374400	100405
2012	483447	381214	102233
2013	501205	395217	105988
2014	529071	417190	111881
2015	568652	448401	120251
2016	622318	490718	131599

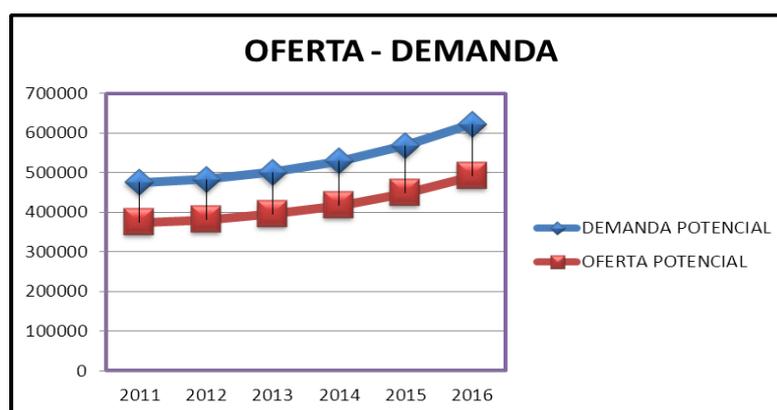
Elaborado por: La Autora

La demanda potencial probable mostrada en el Cuadro N° 27 se ubica en 102233 unidades para el año 2012, lo que indica la existencia de un nicho justificado en el mercado.

REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LA OFERTA - DEMANDA

RELACIÓN OFERTA Y DEMANDA

GRAFICO N° 14



Elaborado por: La Autora

PORCENTAJE QUE ABARCARÍA EL PROYECTO

Para calcular el porcentaje a cubrir por la capacidad de producción del proyecto se utiliza la siguiente fórmula:

$$\% \text{ a cubrir} = \frac{\text{Capacidad.Producción.Programada}}{\text{Demanda.Potencial.a.Satisfacer}}$$

$$\% \text{ a cubrir} = \frac{32400}{102233}$$

% a cubrir= 31,69%; significa el porcentaje a cubrir de producción inicialmente

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

De acuerdo a la investigación realizada se puede determinar que en la ciudad de Ibarra no existen microempresas que se dediquen a la elaboración de geles a base de aloe vera, al incursionar en este proyecto se pretende llegar a ofertar este producto a costos inferiores, debido a que es elaborado en el mismo lugar de distribución; y esto implica una disminución de costos, convirtiéndose en una fortaleza para la microempresa. Por lo que poner en marcha esta idea, será en un buen negocio; puesto que si existe demanda creciente.

PROYECCIÓN DE PRECIOS

Para realizar el análisis de precios se utilizó datos obtenidos de las entrevistas realizadas a la personas que comercializan productos similares de centros naturistas y farmacias de la ciudad de Ibarra, para luego proyectarlos conservando un margen de utilidad aceptable que permita cubrir los costos.

De acuerdo al análisis realizado y a la comparación de precios entre la competencia se realiza la proyección tomando en cuenta el porcentaje de inflación acumulada para el año 2012 que es del 3.68% anual (Datos Proporcionados por el Banco Central del Ecuador); la proyección es como se muestra a continuación

PROYECCIÓN DEL PRECIO

CUADRO Nº 28

Producto	Valor Actual	PRECIO PROYECTADO (cajas de 12 u)				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GEL CICATRIZANTE Y ANTIESTRÍAS	29	29,40	30,48	31,60	32,77	33,97

Elaborado por: La Autora

SENSIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Los precios y los gastos de la microempresa como todo lo relacionado a la situación económica en el país no son fijos, en el caso del presente proyecto los costos de producción y ventas se verán afectados por fluctuaciones en la tasa inflacionaria del país, la misma que no se puede determinar si para los próximos años será más alta o baja.

COMERCIALIZACIÓN O CANAL DE DISTRIBUCIÓN

En lo que respecta a la comercialización se analizó cuidadosamente la situación del mercado y la manera de cómo llegar al cliente, por lo tanto el canal de distribución que adoptará la microempresa será la distribución a los centros naturistas de la ciudad de Ibarra, convirtiéndonos en una microempresa distribuidora.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

La microempresa buscará acogida en el mercado por lo tanto aplicará estrategias que faciliten la labor de ventas y el posicionamiento en el entorno.

Para ello se utilizará las siguientes estrategias:

PRECIO

El Precio que manejará la microempresa para iniciar será el mismo del mercado, de manera que se adquiera clientes y reconocimiento. A medida que se vaya ganando posicionamiento en el mercado se irá imponiendo precios que sean competitivos y accesibles.

PLAZA

La microempresa estará ubicada en un sector estratégico de manera que el cliente pueda llegar fácilmente a las instalaciones. Estará organizado de manera que el cliente se sienta a gusto de ingresar, observe higiene y organización, de esta manera se busca llegar al cliente a través de su percepción visual que es la que le da la primera impresión del producto.

PUBLICIDAD

La microempresa se apoyará de la prensa radial para dar conocer su producto; las cuñas publicitarias se las realizarán en la Radio Sónica con 8 cuñas diarias de lunes a viernes y 4 cuñas sábado y domingo, se ha escogido este medio de comunicación debido a que hoy en día tiene bastante sintonía por todo tipo de público.

De igual forma se distribuirá volates constantemente para difundir el producto garantizando su efectividad y sus beneficios.

“GEL CICATRIZANTE Y ANTIESTRÍAS A BASE DE ALOE VERA”

RENOVALOE

Salud Y Belleza para tu piel

Av. Fray Vacas Galindo y Brasil Telf. 0993866394

ANTIESTRÍAS Y CICATRIZANTE

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Según la investigación realizada y una vez hecho el análisis oferta – demanda se puede llegar a la conclusión de que la demanda se encuentra insatisfecha, debido a que no existe las suficientes microempresas para industrializar el aloe vera, lo que deja percibir que existe la factibilidad para la creación de la microempresa.

- El estudio de mercado permitió conocer que este tipo de producto tiene muy buena acogida por lo que de acuerdo al estudio preliminar se pudo conocer que la demanda proyectada para el año 2012 será de 483447 unidades, lo que significa 40287 cajas de 12 u.

- En lo que concierne a la oferta se logró identificar que existentes 26 centros de distribución de productos para las cicatrices y estrías, los mismos que según la proyección efectuada ofertarán 381214 unidades para el año 2012, equivalente a 31768 cajas de 12 u.
- A través de la relación oferta – demanda se llegó a la conclusión de que existe una demanda insatisfecha de 102233 unidades (8519 cajas de 12u) para el año 2012 y que de acuerdo a la capacidad de la microempresa en el inicio se podrá cubrir un 31,69%, y a medida que trascorra el tiempo y la microempresa gane reconocimiento en el medio, irá aumentado este porcentaje.
- En lo que se refiere a los precios del producto a ofertarse se puede concluir que el precio que manejará la microempresa estará dado por el mercado, hoy en día este precio se encuentran fluctuando por los \$29,4 dólares la caja de 12 unidades, de igual manera a medida que se logre un posicionamiento en el mercado se impondrá los precios de acuerdo a lo que sea conveniente para la microempresa.
- Con respecto a la comercialización se llegó a la conclusión de que la microempresa utilizará canales de distribución directo hacia las tiendas naturistas, que serán las encargadas de la venta la consumidores finales, de igual manera se utilizará los medios para difundir el producto a ofertarse, como son Radio Sónica y volantes.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

MACRO LOCALIZACIÓN

El presente proyecto estará ubicado dentro del territorio ecuatoriano, en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, conocida a nivel nacional como la ciudad blanca, la misma que está en constante crecimiento de su actividad económica dando lugar a que tenga un desarrollo notable en varios sectores productivos.

IMAGEN Nº 9



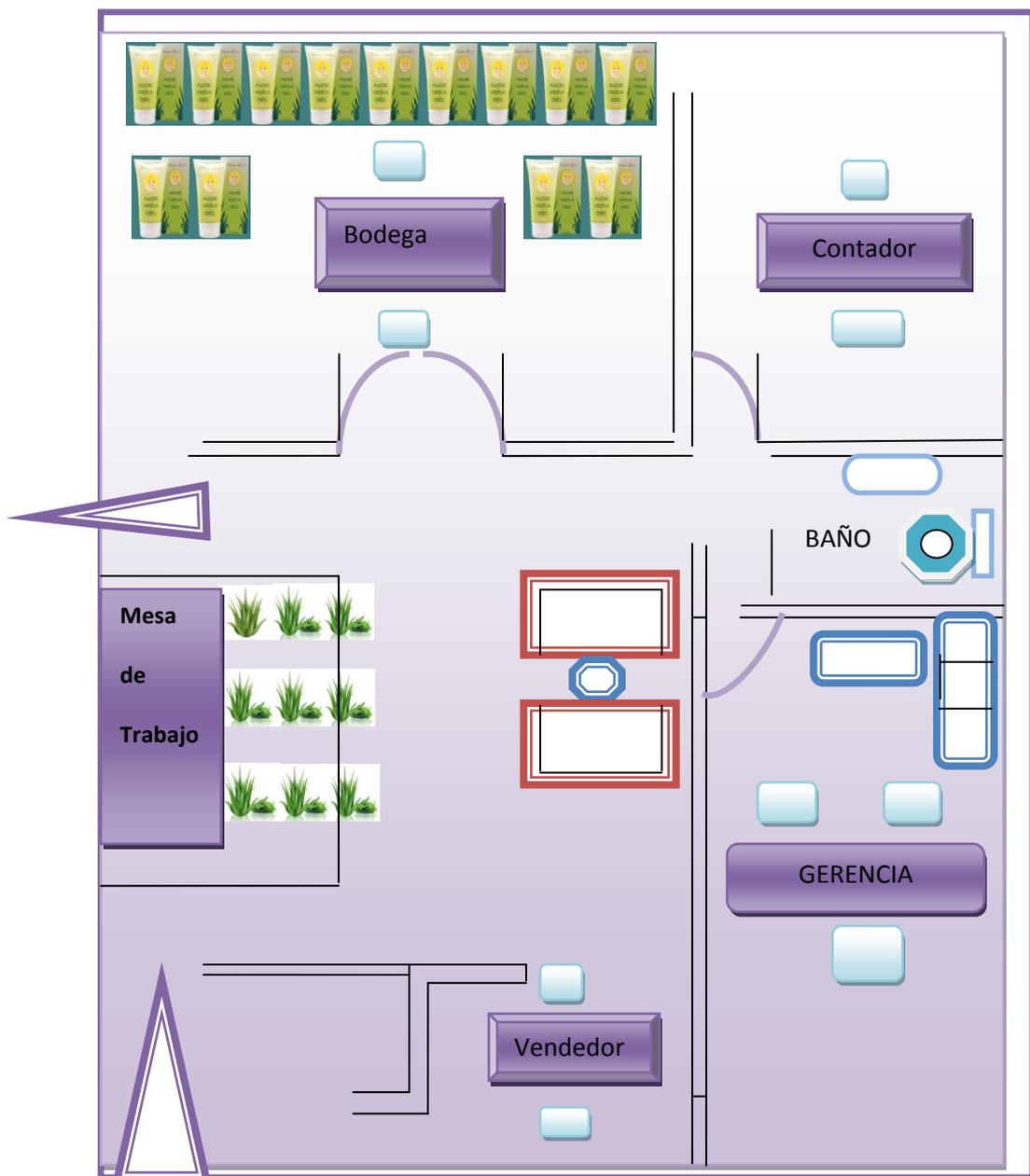
Fuente: MUNICIPIO DE LA CIUDAD DE IBARRA
Elaborado por: La Autora

comercio donde se encuentran otros negocios. Además cuenta con los servicios básicos (luz, agua, teléfono, internet, tv por cable, recolección de basura y demás), tiene las condiciones apropiadas y el espacio suficiente para el desarrollo de las actividades de la microempresa.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

DISEÑO DE INSTALACIONES

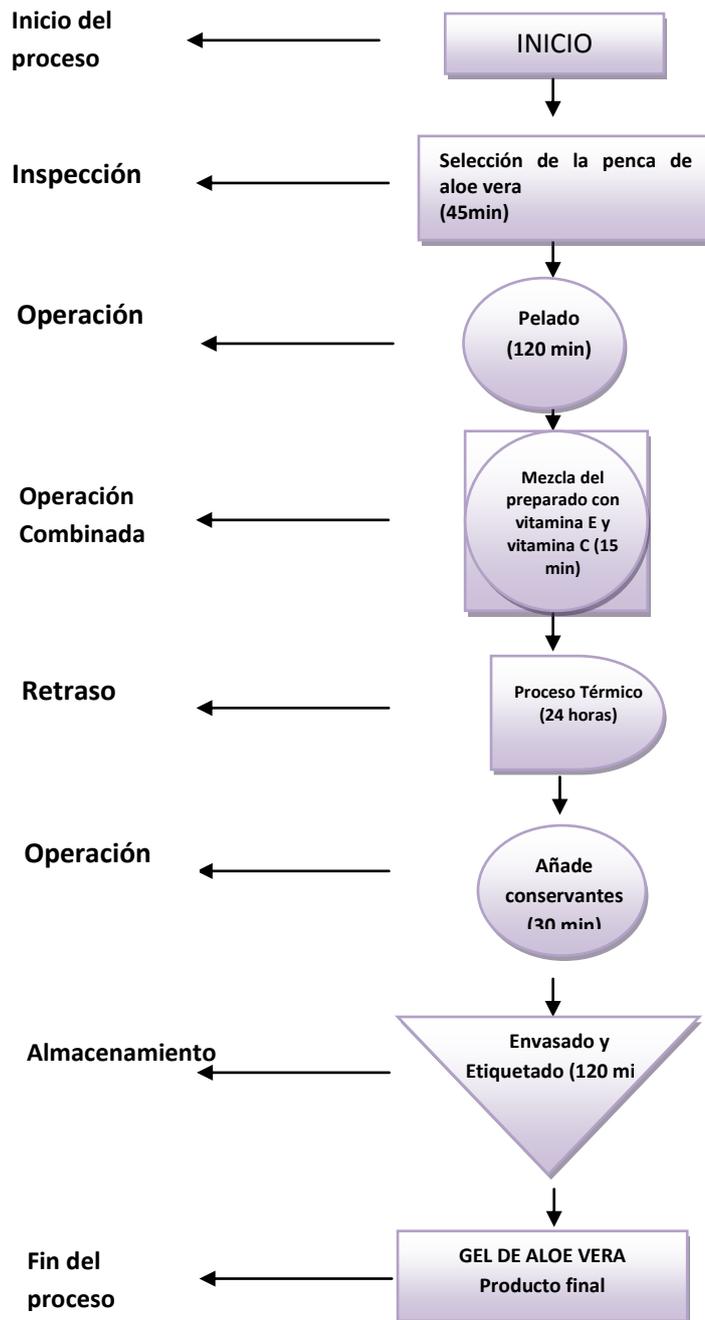
IMAGEN Nº 11



DISEÑO DEL PROCESO PRODUCTIVO

GRAFICO Nº 15

FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



Elaborado por: La Autora

Fuente: www.aloe-vera.es

MATERIAS PRIMAS A UTILIZAR

CUADRO N° 29

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Planta de Aloe	3 pencas	0,06	0,18
Vitamina C	1 gr	0,02	0,02
vitamin E	1 gr	0,03	0,03
Delcide	0,05%/litro agua	0,02	0,02
TOTAL		0,13	0,25

Fuente: www.aloe-vera.es

Elaborado por: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

SELECCIÓN DE LA PENCA DE ALOE VERA

Es necesario realizar un proceso riguroso de selección de las pencas de Aloe Vera, se las debe clasificar por su tamaño y contextura para que sea mucho más fácil efectuar las siguientes labores.

IMAGEN N° 12



Elaborado por: La Autora

PELADO

Una vez seleccionadas las pencas se procede a pelar la capa superior de la piel de la hoja usando un cuchillo, hasta que se pueda recoger la pulpa interior.

IMAGEN Nº 13



Elaborado por: La Autora

MEZCLA

Luego de pelada la penca de Aloe Vera se coloca la pulpa en la mezcladora a potencia máxima. Por cada $\frac{1}{4}$ de taza de aloe se añade 1gr de vitamina C y 1gr de vitamina E.

Se procede a mezcla la preparación hasta que quede homogénea. Una vez que esté lista se debe colocar en un recipiente que haya sido previamente esterilizado para evitar la penetración de bacterias.

IMAGEN Nº 14



Elaborado por: La Autora

PROCESO TÉRMICO

El crecimiento de bacterias en los productos de Aloe Vera puede controlarse elevando la mezcla a 74°C durante 30 minutos, luego se añaden conservadores. Este tratamiento Térmico elimina las bacterias presentes en el momento, y el conservante químico impide que crezcan bacterias después del embazado.

Una vez culminado los 30 minutos se procede a sacar la mezcla a temperatura ambiente para permitir que repose y se destruyan los microorganismos existentes.

CONSERVANTES

Es necesario añadir un conservante y antioxidante de manera que se logre preservar sus características tanto vitamínicas como físicas, para ello se utilizará "Delcide" mismo que se encargará de que el concentrado tenga mayor subsistencia, la vitamina E que contiene el gel también actúa como antioxidante.

Al complementar el proceso térmico con la aplicación del conservante se refuerza la duración del gel a base de aloe vera por un alrededor de 4 a 6 meses.

ENVASADO Y ETIQUETADO

Luego de reposado se procede a envasar en cada uno de los recipientes de 50ml, que deben ser previamente esterilizados de manera que se evite la introducción de algún tipo de bacteria que pueda afectar a la consistencia del gel.

Una vez terminado el envasado se prosigue a guardar 12 unidades en cada una de las cajas.

TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto de la microempresa, de manera óptima y racional se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como por ejemplo: Volumen de demanda, capacidad de producción u oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación e inversión.

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista además de tomar en cuenta variables como: demanda, oferta, desarrollo futuro de la microempresa la disponibilidad de recursos financieros, tecnología entre otros.

El cálculo de la capacidad instalada se lo realiza tomando en cuenta el número de operarios y la cantidad de productos terminados que elabore cada uno de ellos como se demuestra en el siguiente cuadro:

RENDIMIENTO APROXIMADO ANUAL POR OPERARIO

CUADRO N° 30

Nº DE OPERARIOS	DIARIO	TOTAL DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	TOTAL PRODUCCIÓN ANUAL
3	45	135	675	2700	32.400

Fuente: Opinión de Expertos
Elaborado por: La Autora

VALORACIÓN DE INVERSIONES

Dentro de la planificación del proyecto es necesario determinar la compra de accesorios, herramientas y materiales necesarios para la producción. Por lo tanto la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, variables, diferidos y capital de trabajo.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Se realizará en un terreno de 98 m² para la microempresa de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante, la cual estará construida bajo criterios técnicos que se requieren para este tipo de negocios.

El lugar para el desarrollo de este proyecto, contará con los todos los servicios básicos con el fin de garantizar seguridad a los clientes, las paredes y el piso de cerámica a fin de tener mejor limpieza para la correcta elaboración del producto.

REQUERIMIENTO TERRENO

CUADRO N° 31

Detalle	Metros Cuadrados m2	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	98	90	8820

Fuente: Avalúos y Catastros del Ilustre Municipio de Ibarra
Elaborado Por: La Autora

INFRAESTRUCTURA

CUADRO N° 32

Detalle	Metros Cuadrados m2	Valor Unitario	Valor Total
Área de Producción	48	235	11280
Área de Bodega	30	235	7050
Área Administrativa	20	235	4700
		705	23030

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora.

INVERSIÓN EN VEHÍCULO

CUADRO N° 33

Vehículo	Año	Valor Total
Camioneta medio uso 4 x2	2008	14000

Fuente: Investigación Directa

INVERSIÓN EN EQUIPO

Para la producción de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera en la ciudad de Ibarra, se requiere el equipo que se detalla a continuación:

CUADRO N° 34

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Balanza	1	75,9	75,9
Cocina Industrial	1	800	800
Mezcladora	1	268,98	268,98
Cucharas	2	5	10
Embudo	3	2,91	8,73
Utensilios de Cocina	3	4,76	14,28
Total			1177,89

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

EQUIPO DE SEGURIDAD

Se detallan dos rubros importantes que necesita el Área de Producción:

CUADRO N° 35

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Extintor (10 libras)	2	60,00	120,00
Botiquín	1	55,00	55,00
TOTAL			175,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Para el inicio de las labores de la microempresa será indispensable el uso de dos computadores para el área administrativa:

CUADRO N° 36

DETALLE	CANT.	Valor Unitario	Valor Total
Computador	2	879	1758
Escáner multifunción	1	69	69
TOTAL			1827

Fuente: Investigación Directa a World Computers.

Elaborado por: La Autora

MUEBLES DE OFICINA

Los muebles de oficina necesarios para el desarrollo del proyecto se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 37

DETALLE	CANT.	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio Grande	1	472	472
Escritorio Mediano	2	312	624
Sillas	5	16	80
Archivador metálico 4 gavetas	1	195	195
TOTAL			1371

Fuente: Investigación Directa en Almacén "Línea Nueva Mobiliaria"

Elaborado por: La Autora

EQUIPOS DE OFICINA

CUADRO N° 38

DETALLE	CANT.	V. UNIT	TOTAL
Telefax Panasonic	1	220.15	220,15
Sumadora Casio	1	65	65
TOTAL			285,15

Fuente: Investigación Directa.

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA

CUADRO N° 39

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	8820,00
Infraestructura	23030,00
Vehículo	14000,00
Equipo para la producción	1177,89
Equipo de seguridad	175,00
Equipo de Computación	1827,00
Muebles de Oficina	1371,00
Equipo de Oficina	285,15
TOTAL	50686,04

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Para poner en marcha la microempresa es necesario hacer la inversión intangible en este caso son los gastos realizados para la investigación, así como también para la legalización.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Son aquellos gastos que se requieren para cumplir con los requisitos de ley los cuales son exigidos por las diferentes entidades de control, para el correcto funcionamiento de la microempresa.

CUADRO N° 40

Detalle	Valor Total
Gastos de Constitución	300,00
Gastos de Investigación	500,0
TOTAL	800,00

Fuente: Investigación Directa en la Cámara Nacional de Microempresas
Elaborado por: La Autora

CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de Trabajo está representado por el capital adicional, distinto de la inversión en activos fijos y diferidos, para la puesta en marcha de esta microempresa es necesario tener un capital; es decir hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DEL TRABAJO

CUADRO N° 41

Detalle	Valor
Materia Prima Directa	1505,37
Mano de Obra Directa	13541,21
Costos Indirectos de Fabricación	11213,03
Gastos Administrativos	13.596,20
Gastos de Venta	5.077,74
CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	44933,55
CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES	11233,39

Elaborado por: La Autora

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

CUADRO N° 42

Inversiones	V. Anual
ACTIVOS FIJOS	50686,04
ACTIVOS DIFERIDOS	800,00
INVERSIÓN VARIABLE	11233,39
INVERSIÓN TOTAL	62719,43

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

PRESUPUESTO DE INGRESOS

La determinación del presupuesto de ingresos está elaborado de acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado, donde se estableció que la capacidad instalada de la microempresa para el primer año abarcará un 31,69% del total de la demanda potencial insatisfecha para el año 2012.

Por lo tanto los ingresos presupuestados son los que se detallan a continuación:

CUADRO N° 43

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad (Cajas de 12 u)	2700	2749	2799	2850	2902
Precio de Venta	29,40	30,48	31,60	32,77	33,97
INGRESO POR VENTAS	79.374,07	83.792,81	88.457,53	93.381,94	98.580,49

Elaborado por: La Autora

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Se considera egresos todos los costos requeridos para la operación del proyecto entre estos se encuentra la Materia Prima, Mano de Obra y Costos Generales de Fabricación.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

MATERIA PRIMA DIRECTA

Dentro de la Materia Prima Directa están detallados aquellos componentes que forman parte directamente del gel, a continuación se detalla la cantidad requerida para el año con su respectivo costo, la proyección está dada tomando en cuenta el porcentaje de inflación de 3,68% para el año 2012, todos estos datos está determinados de acuerdo a la información proporcionada por expertos.

CUADRO N° 44

Detalle	AÑO BASE 2011	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Planta de Aloe						
Cantidad Plantas	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Precio	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07	0,07
Subtotal	1200,00	1244,16	1289,95	1337,42	1386,63	1437,66
Vitamina C						
Cantidad (gr)	3500	3564	3629	3695	3762	3830
Precio	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Subtotal	70,00	73,90	78,01	82,35	86,94	91,78
Vitamina E						
Cantidad (gr)	4500	4582	4665	4750	4837	4925
Precio	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04
Subtotal	135,00	142,52	150,45	158,82	167,67	177,00
Delcide						
Cantidad (litros)	2200	2240	2281	2322	2365	2408
Precio	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Subtotal	44,00	44,80	45,62	46,45	47,29	48,15
TOTAL MATERIA PRIMA	1449,00	1505,37	1564,02	1625,04	1688,53	1754,59

Fuente: www.aloe-vera.com

Elaborado por: La Autora

MANO DE OBRA DIRECTA

Corresponde al trabajo físico o intelectual que el ser humano aporta directamente en la transformación de la materia prima al producto terminado.

Para empezar la actividad microempresarial la Mano de Obra Directa estará conformada por 3 operarios, los mismos que trabajaran 8 horas diarias los 5 días a la semana de lunes a viernes, recibiendo una remuneración básica unificada mensual.

Para el cálculo del salario básico unificado se tomó como referencia años anteriores de acuerdo a los datos proporcionados por el banco central del Ecuador para determinar la tasa de crecimiento y proyectar con la misma tasa los años siguientes:

CRECIMIENTO HISTÓRICO DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

CUADRO Nº 45

AÑOS	SBU	$i=(Q_n/Q_o)-1$
2007	170	
2008	185	8,82
2009	218	17,84
2010	240	10,09
2011	264	10,00
		46,75

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La Autora

Fórmula:

$$\sum i / n = 0,4675 / 4 = 11,69$$

De acuerdo a la tendencia de años anteriores se puede llegar a la conclusión de que para la proyección de los años posteriores existe una tendencia de alza de aproximadamente un 11,69%.

PROYECCIÓN SALARIO BÁSICO UNIFICADO

CUADRO Nº 46

Detalle	AÑO BASE 2011	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	264	292	326,13	364,25	406,82	454,37

Elaborado por: La Autora

MANO DE OBRA DIRECTA REQUERIDA

CUADRO Nº 47

Detalle	Operarios	AÑO BASE 2011	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico U.	3	9504	10512	11741	13113	14646	16357
Aporte Patronal		1154,74	1277,21	1426,49	1593,22	1779,44	1987,43
Fondo de Reserva				978,39	1092,75	1220,47	1363,12
Décimo Tercer Sueldo		792,00	876,00	978,39	1092,75	1220,47	1363,12
Décimo Cuarto Sueldo			876,00	978,39	1092,75	1220,47	1363,12
TOTAL		11450,74	13541,21	16102,33	17984,42	20086,48	22434,25

Elaborado por: La Autora

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Forman parte de los CIF los materiales indirectos, mano de obra indirecta y otros costos indirectos. Son los que se utilizan como parte fundamental para la obtención del producto terminado.

Para determinar los costos indirectos de fabricación, se consideró una tasa del 3,68%, en concordancia con la inflación observada para el año 2012.

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Para este proyecto la Materia Prima Indirecta está constituida por el envase o recipiente donde se va a distribuir el gel, la etiqueta que será parte del distintivo; y las cajas.

CUADRO N° 48

Detalle	Cantidad	Valor unitario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Envase	32400	0,07	2268,00	2351,46	2438,00	2527,71	2620,73
Etiqueta	64800	0,05	3240,00	3359,23	3482,85	3611,02	3743,91
Cajas	2700	0,2	540,00	559,87	580,48	601,84	623,98
TOTAL			6048,00	6270,57	6501,32	6740,57	6988,62

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

MANO DE OBRA INDIRECTA

Este rubro proviene del personal que interviene indirectamente en el proceso de elaboración del gel, en este caso se cuantifica la contratación técnica de un experto químico, él mismo que prestara su servicio ocasional es decir asistirá 2 horas diarias a la semana; él se encargará de realizar la supervisión y el control de calidad, adoptando medidas necesarias para lograr excelentes rendimientos en la producción.

CUADRO N° 49

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe de Producción	300,00	335,06	374,23	417,97	466,82
TOTAL	300,00	335,06	374,23	417,97	466,82

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

DETERMINACIÓN DE COSTO DE LA MANO DE OBRA INDIRECTA

CUADRO N° 50

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico U.	3600,00	4020,78	4490,74	5015,63	5601,87
Aporte Patronal	437,40	488,52	545,62	609,40	680,63
Fondo de Reserva		335,06	374,23	417,97	466,82
Décimo Tercer Sueldo	300,00	335,06	374,23	417,97	466,82
Décimo Cuarto Sueldo	292,00	326,13	364,25	406,82	454,37
TOTAL	4629,40	5505,56	6149,07	6867,79	7670,51

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Son los gastos generales complementarios que sin ellos no se podría llevar a cabo un adecuado funcionamiento de las labores de la microempresa.

A continuación se detalla en el siguiente cuadro los rubros tomados en cuenta:

CUADRO Nº 51

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	118,80	125,41	132,40	139,77	147,55
Agua	58,08	61,31	64,73	68,33	72,13
Teléfono	32,34	34,14	36,04	38,05	40,17
Útiles de Limpieza	38,10	39,50	40,95	42,46	44,02
Útiles de Oficina	47,28	49,02	50,82	52,69	54,63
TOTAL OTROS CIF PRODUCCIÓN	294,60	309,39	324,94	341,30	358,50

ADMINISTRATIVOS					
Luz	64,80	68,41	72,22	76,24	80,48
Agua	31,68	33,44	35,31	37,27	39,35
Teléfono	17,64	18,62	19,66	20,75	21,91
Útiles de Limpieza	20,78	21,55	22,34	23,16	24,01
Útiles de Oficina	25,79	26,74	27,72	28,74	29,80
TOTAL OTROS CIF ADMINISTRATIVOS	160,69	168,76	177,24	186,16	195,55

DE VENTA					
Luz	32,40	34,20	36,11	38,12	40,24
Agua	15,84	16,72	17,65	18,64	19,67
Teléfono	8,82	9,31	9,83	10,38	10,95
Útiles de Limpieza	10,39	10,77	11,17	11,58	12,01
Útiles de Oficina	12,89	13,37	13,86	14,37	14,90
TOTAL OTROS CIF DE VENTA	80,34	84,38	88,62	93,08	97,77

TOTAL OTROS CIF	535,63	562,52	590,80	620,54	651,82
------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

A GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los Gastos Administrativos están conformados por todos aquellos egresos que se efectúen para el pago de sueldos del siguiente personal: Gerente y Contador.

CUADRO N° 52

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	500	558,45	623,73	696,65	778,09
Contador	400	446,76	498,99	557,32	622,47
TOTAL	900	1005,21	1122,72	1253,96	1400,55

Fuente: Investigación Directa

PROYECCIÓN SALARIO ANUAL PERSONAL ADMINISTRATIVO

CUADRO N° 53

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	10.800,00	12.062,52	13.472,63	15.047,58	16.806,64
Aporte Patronal	1.312,20	1.465,60	1.636,92	1.828,28	2.042,01
Fondos de Reserva		1.005,21	1.122,72	1.253,96	1.400,55
Décimo Tercer Sueldo	900,00	1.005,21	1.122,72	1.253,96	1.400,55
Décimo Cuarto Sueldo	584,00	652,26	728,50	813,65	908,75
TOTAL	13.596,20	16.190,80	18.083,49	20.197,44	22.558,50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

B GASTOS DE VENTA

Son todos los egresos relacionados con la gestión de vender, incluyen sueldos y publicidad, en este caso es el pago de sueldos a 1 vendedor que recibirá una remuneración básica unificada, a continuación se detalla esta información:

SUELDOS PERSONAL DE VENTAS

CUADRO N° 54

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	3.504,00	3.913,56	4.370,98	4.881,88	5.452,48
Aporte Patronal	425,74	475,50	531,07	593,15	662,48

Fondos de Reserva		326,13	364,25	406,82	454,37
Décimo Tercer Sueldo	292,00	326,13	364,25	406,82	454,37
Décimo Cuarto Sueldo	292,00	326,13	364,25	406,82	454,37
TOTAL	4.513,74	5.367,44	5.994,81	6.695,49	7.478,08

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

GASTO PUBLICIDAD

CUADRO N° 55

Detalle	VALOR MENSUAL (\$)	VALOR ANUAL (\$)
Publicidad radial	42	504
Hojas Volantes (250 impresiones)	5	60
TOTAL		564

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

C. GASTOS FINANCIEROS

Para financiar este proyecto se requiere un financiamiento de 15000 que representa el 31% de la inversión total, se obtendrá un crédito en el Banco de Fomento a una tasa de interés del 12% anual a 5 años, los pagos del crédito se realizarán de forma mensual.

CUADRO N° 56

INVERSIÓN TOTAL	MONTO (\$)	PORCENTAJE
Capital Propio	47.719,43	76%
Inversión Financiada	15.000,00	24%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	62.719,43	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

➤ **Cálculo del Valor presente de la Deuda**

El valor presente de la inversión financiada constituye el costo del dinero en el valor actual y la determinación de las cuotas fijas del préstamo para dicha inversión.

$$VP = \frac{VF * i (1 + i)}{((1+i)^n - 1)}$$

Donde:

VP= Valor Presente

VF= Valor Futuro (15000)

I = Tasa de interés (12%)

N = Tiempo del Préstamo (5 años)

$$VP = \frac{VF * i (1 + i)}{((1+i)^n - 1)}$$

$$VP = (15000 * 0,12 / (1 + 0,12)^60) / ((1 + 0,12)^60 - 1)$$

$$VP = \frac{272,5045048}{0,816696698}$$

$$VP = 333,67$$

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

CUADRO Nº 57

NRO	VALOR PRESENTE	INTERÉS	CAPITAL SOLUTO	CAPITAL INSOLUTO
1	333,67	150,00	183,67	14.816,33
2	333,67	148,16	185,51	14.630,82
3	333,67	146,31	187,36	14.443,46
4	333,67	144,43	189,24	14.254,23
5	333,67	142,54	191,13	14.063,10
6	333,67	140,63	193,04	13.870,06
7	333,67	138,70	194,97	13.675,09
8	333,67	136,75	196,92	13.478,17
9	333,67	134,78	198,89	13.279,28
10	333,67	132,79	200,88	13.078,41
11	333,67	130,78	202,89	12.875,52

12	333,67	128,76	204,91	12.670,60
13	333,67	126,71	206,96	12.463,64
14	333,67	124,64	209,03	12.254,61
15	333,67	122,55	211,12	12.043,48
16	333,67	120,43	213,24	11.830,25
17	333,67	118,30	215,37	11.614,88
18	333,67	116,15	217,52	11.397,36
19	333,67	113,97	219,70	11.177,66
20	333,67	111,78	221,89	10.955,77
21	333,67	109,56	224,11	10.731,66
22	333,67	107,32	226,35	10.505,30
23	333,67	105,05	228,62	10.276,69
24	333,67	102,77	230,90	10.045,78
25	333,67	100,46	233,21	9.812,57
26	333,67	98,13	235,54	9.577,03
27	333,67	95,77	237,90	9.339,13
28	333,67	93,39	240,28	9.098,85
29	333,67	90,99	242,68	8.856,17
30	333,67	88,56	245,11	8.611,06
31	333,67	86,11	247,56	8.363,50
32	333,67	83,63	250,04	8.113,46
33	333,67	81,13	252,54	7.860,93
34	333,67	78,61	255,06	7.605,87
35	333,67	76,06	257,61	7.348,26
36	333,67	73,48	260,19	7.088,07
37	333,67	70,88	262,79	6.825,28
38	333,67	68,25	265,42	6.559,86
39	333,67	65,60	268,07	6.291,79
40	333,67	62,92	270,75	6.021,04
41	333,67	60,21	273,46	5.747,58
42	333,67	57,48	276,19	5.471,39
43	333,67	54,71	278,96	5.192,43
44	333,67	51,92	281,75	4.910,68
45	333,67	49,11	284,56	4.626,12
46	333,67	46,26	287,41	4.338,71
47	333,67	43,39	290,28	4.048,43
48	333,67	40,48	293,19	3.755,24
49	333,67	37,55	296,12	3.459,13
50	333,67	34,59	299,08	3.160,05
51	333,67	31,60	302,07	2.857,98
52	333,67	28,58	305,09	2.552,89

53	333,67	25,53	308,14	2.244,75
54	333,67	22,45	311,22	1.933,52
55	333,67	19,34	314,33	1.619,19
56	333,67	16,19	317,48	1.301,71
57	333,67	13,02	320,65	981,06
58	333,67	9,81	323,86	657,20
59	333,67	6,57	327,10	330,65
60	333,67	3,30	330,65	(0,00)
TOTAL		5019,93	15.000,00	

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

Elaborado por: La Autora

➤ **PAGO DE INTERESES**

En este caso son los intereses bancarios a pagar al Banco Nacional de Fomento por el préstamo que se va a solicitar de \$ 15.000,00; el valor que se tiene que cancelar es de \$ 1674,64 del primer año, en el Cuadro anterior está la tabla de amortización, donde se detalla los intereses generados en los para cada mes.

CUADRO N° 58

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
INTERÉS	1.674,64	1.379,22	1.046,33	671,21	248,53	5.019,93

Elaborado por: La Autora

➤ **DEPRECIACIONES**

Para el cálculo de las depreciaciones se tomó como punto de referencia los porcentajes establecidos por la LRTI. A continuación se presente el cuadro de activos fijos y su respectiva depreciación:

DEPRECIACIÓN ÁREA DE PRODUCCIÓN

CUADRO N° 59

DESCRIPCIÓN	Vida Útil	V Original	Cuota de Depreciación
Equipo para la Producción	10	1177,89	117,79
Equipo de seguridad	10	75	7,50
TOTAL		1252,89	125,29

Fuente: LRTI

Elaborado Por: La Autora

DEPRECIACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS

CUADRO N° 60

DESCRIPCIÓN	Vida Útil	V Original	Cuota de Depreciación
Construcciones	20	23030	1151,50
Equipo de seguridad	10	100	10,00
Vehículo	5	14000	2800,00
Equipo de Computación	3	1827	609,00
Muebles de Oficina	10	1371	137,10
Equipo de Oficina	10	285,15	28,52
TOTAL		40613,15	4736,12

Fuente: LRTI

Elaborado Por: La Autora

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN

CUADRO N° 61

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCCIÓN					
Equipo para la producción	117,79	117,79	117,79	117,79	117,79
Equipo de seguridad	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50
SUB TOTAL	125,29	125,29	125,29	125,29	125,29
ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Construcciones	1151,50	1151,50	1151,50	1151,50	1151,50
Vehículo	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00
Equipo de seguridad	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Equipo de Computación	609,00	609,00	609,00		
Muebles de Oficina	137,10	137,10	137,10	137,10	137,10
Equipo de Oficina	28,52	28,52	28,52	28,52	28,52
SUB TOTAL	4.736,12	4.736,12	4.736,12	4.127,12	4.127,12
TOTAL	4.861,40	4.861,40	4.861,40	4.252,40	4.252,40

Elaborado Por: La Autora

➤ AMORTIZACIÓN

Se amortizan a 5 años aquellos valores que intervienen en la fase de estudios y legalización de la microempresa, los mismos que se especifican en la siguiente tabla:

PROYECCIÓN DE LA AMORTIZACIÓN

CUADRO N° 62

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	60	60	60	60	60
Gastos de Investigación	100	100	100	100	100
TOTAL	160	160	160	160	160

Elaborado Por: La Autora

PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL O ARRANQUE

Este balance presenta la situación económica y la capacidad de pago del proyecto, de manera estimada, registrando activos, pasivos y el patrimonio con que cuenta para iniciar la actividad, como se detalla a continuación:

CUADRO N° 63

ACTIVOS			<u>62719,43</u>
Inversión Variable		11233,39	
Inversión Diferida		800,00	
Inversión Fija		50686,04	
Terreno	8820		
Infraestructura	23030		
Vehículo	14000		
Equipo para la producción	1177,89		
Equipo de seguridad	175		
Equipo de Computación	1827		
Muebles de Oficina	1371		
Equipo de Oficina	285,15		
PASIVOS		15.000,00	
Documentos por pagar	15.000,00		
PATRIMONIO		47.719,43	
Capital Propio	47.719,43		

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>62.719,43</u>

Elaborado por: La Autora

PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS

El estado de pérdidas y ganancias proyectado muestra la gestión de la microempresa para obtener utilidades o pérdidas al término de un año económico, se comparan los ingresos operacionales que son las ventas del gel, versus el detalle de gastos operativos y financieros y se obtiene la utilidad respectiva de la cual se restan los impuestos de ley, y se obtiene la utilidad, como se muestra a continuación.

CUADRO N° 64

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS PROYECTADAS	79.374,07	83.792,81	88.457,53	93.381,94	98.580,49
(-) Costo de Producción	-26143,87	-29877,16	-32710,07	-35849,96	-39331,77
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	53.230,21	53.915,65	55.747,46	57.531,98	59.248,72
(-) GASTOS					
Gastos Administrativos	18.653,00	21.255,67	23.156,84	25.279,71	27.650,16
Gastos de Venta	5.158,08	6.015,82	6.647,43	7.352,58	8.139,86
Gastos Financieros Interés	1.674,64	1.379,22	1.046,33	671,21	248,53
UTILIDAD OPERACIONAL	25.485,73	28.650,71	30.850,59	33.303,50	36.038,55
15% Participación Trabajadores	3822,86	4297,61	4627,59	4995,53	5405,78
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	21662,87	24353,10	26223,00	28307,98	30632,76
Impuesto a la Renta 23% año 1; 22% sig. Años.	4982,46	5357,68	5769,06	6227,75	6739,21
(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA	16680,41	18995,42	20453,94	22080,22	23893,56

Elaborado por: La Autora

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingresos (Ingresos Proyectados) y egresos de efectivo (Proyección de

gastos), constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

CUADRO N° 65

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	-62719,43					
Utilidad Operacional		25.485,73	28.650,71	30.850,59	33.303,50	36.038,55
+ Depreciación		4.861,40	4.861,40	4.861,40	4.252,40	4.252,40
- Reinversión					2.850,00	
- 15% Participación Trabajadores		3.822,86	4.297,61	4.627,59	4.995,53	5.405,78
- Impuesto a la Renta		4.982,46	5.357,68	5.769,06	6.227,75	6.739,21
+ Venta de Activos						7.483,60
FLUJO NETO	-62719,43	21541,81	23856,82	25315,35	23482,63	35629,56

Elaborado por: La Autora

EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

TASA DE DESCUENTO (TRM)

Con esta tasa se actualizan los flujos efectivos generados a futuro, es decir se los trae a valor presente.

CUADRO N° 66

INVERSIÓN TOTAL	MONTO (\$)	PORCENTAJE	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADA
Capital Propio	47719,43	76%	8	608
Inversión Financiada	15000,00	24%	12	288
TOTAL DE LA INVERSIÓN	62719,43	100,00%		896

$$\text{TRM} = (1 + C_k) (1 + \text{INFLACIÓN}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1+0,0896) (1+0,0368) - 1$$

$$\text{TRM} = 12,97\%$$

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este indicador muestra el monto de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión.

La tasa de rendimiento medio es de 12,97%, el VAN para los cinco años proyectado será igual a:

$$\text{INVERSIÓN} = 62719,43$$

$$\text{VAN} = (\text{Inversión Inicial}) + \sum \text{Flujo de Caja Neto} / (1+i)^n$$

CUADRO N° 67

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS
1	21541,81	19068,66
2	23856,82	18693,41
3	25315,35	17558,91
4	23482,63	14417,78
5	35629,56	19364,22
		89102,98
INVERSIÓN INICIAL		-62719,43
	VAN	26383,55

Elaborado por: La Autora

El valor del VAN es positivo lo que significa que supera a 0, por lo tanto es aceptable la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno, muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados:

Fórmula.-

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

Donde

Ti = Tasa inferior

Ts = Tasa superior

VPN Ti=Valor Presente Neto de la Tasa Inferior

VPN Ts= Valor Presente Neto de la Tasa Superior

CUADRO Nº 68

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE DESCUENTO	
		20	22
0	-62.719,43	-62.719,43	-62.719,43
1	21.541,81	17.951,51	17.657,22
2	23.856,82	16.567,24	16.028,50
3	25.315,35	14.650,09	13.941,34
4	23.482,63	11.324,57	10.600,04
5	35.629,56	14.318,72	13.182,91
VAN		12.092,70	8.690,58

Elaborado por: La Autora

INTERPOLANDO

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

$$TIR = 20 + (22 - 20) \left[\frac{12092,70}{12092,70 - 8690,58} \right]$$

$$TIR = 27,11\%$$

La tasa interna de retorno que se logró muestra rentabilidad en el proyecto, con una tasa del 27,11% positiva en los años de validez del proyecto, dicho indicador supera a la tasa pasiva vigente en el sistema financiero con lo que la inversión demuestra que tiene un mínimo de riesgo, por lo tanto el proyecto es viable.

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Es la relación de los flujos de efectivo positiva con los flujos de efectivo negativos, Mismos que sirven para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos.

Si B/C es mayor que uno, tenemos un adecuado retorno.

Si B/C es menor que uno, no hay un adecuado retorno por tanto no es atractiva la inversión.

Si B/C es igual a uno, significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

Fórmula:

$$B/C = \frac{\text{Ingresos Deflactados}}{\text{Egresos Deflactados}}$$

$$B/C = \frac{308.184,98}{219.070,19}$$

$$B/C = 1,41$$

CUADRO N° 69

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS 12,97%	EGRESOS ACTUALIZADOS 12,97 %
1	79.374,07	51.629,60	70.261,36	45.702,15
2	83.792,81	58.527,86	65.657,23	45.860,47

3	88.457,53	63.560,67	61.354,80	44.086,15
4	93.381,94	69.153,46	57.334,31	42.458,59
5	98.580,49	75.370,31	53.577,27	40.962,83
TOTAL			308.184,98	219.070,19

Elaborado por: La Autora.

Se puede notar que el retorno de los ingresos es favorable, ya que por cada dólar de gasto, el proyecto está generando 1,41 dólares de ingresos o retorno de la inversión, es decir que por cada dólar se gana 0,41 centavos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del punto de equilibrio es válido únicamente para el primer año del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

CUADRO N° 70

DETALLE	AÑO 1
INGRESOS	
VENTAS NETAS	79.374,07
COSTOS FIJOS	36.672,55
Sueldos Personal Operativo	13.541,21
Sueldos Personal Administrativo	13.596,20
Sueldos Personal de Ventas	4.513,74
Amortización Diferidos	160,00
Depreciación	4.861,40
COSTOS VARIABLES	2.774,27
Servicios Básicos	380,40
Gasto Interés	1.674,64
Útiles de Oficina	85,96
Útiles de Limpieza	69,27
Publicidad	564,00
COSTO TOTAL	39.446,82
PVU promedio \$	29,40
CVU \$	14,61
Cantidad cajas	2700

Elaborado por: La Autora

A continuación se presenta el punto de equilibrio del proyecto.

$$PE\$ = \frac{\text{Costo.Fijo.Total}}{1 - (\text{CostoVariable} / \text{Ventas})}$$

$$PE. = \frac{36.672,55}{1 - (2.774,27 / 79374,07)}$$

$$PE. = 38000,75$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo, para tomar la decisión de si se realiza o no dicha inversión.

El cálculo se lo realiza como se muestra en el cuadro siguiente.

CUADRO Nº 71

AÑOS	FLUJOS NETOS.	
0	-62.719,43	
1	21.541,81	
2	23.856,82	45.398,64
3	25.315,35	
4	23.482,63	
5	35.629,56	
TOTAL	129.826,17	

Elaborado por: La Autora

SUMA F.C.A.	129826,17	—————→	5 años
INV TOTAL	62719,43	—————→	? = 2, 42
Recuperación de la Inversión Total a los 2 años, 5 meses, 4 días			

Por lo tanto se puede decir que a mayor tiempo de recuperación sobre la inversión esta pierde su atractivo financiero, es decir no es conveniente; es por eso que el presente proyecto es viable porque a partir de los dos años, 5 meses y 4 días se recuperará por completo la inversión.

SÍNTESIS DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

CUADRO N° 72

INDICADORES FINANCIEROS	RESULTADO OBTENIDO
VAN	26383,55
TIR	27,11
PUNTO DE EQUILIBRIO	38000,75
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	2 AÑOS 5 MESES 4 DIAS
COSTO - BENEFICIO	1,41

Elaborado por: La Autora.

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La microempresa de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera en la ciudad de Ibarra se denominará **“RENOVALOE”**

LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA

IMAGEN Nº 15



Elaborado por: La Autora

TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA MICROEMPRESA

“RENOVALOE”, será una entidad con personería jurídica, estará legalmente constituida como una microempresa con responsabilidad limitada, conformada por tres socios, quienes serán los encargados de tomar las decisiones y responder por las obligaciones que contraiga la microempresa.

Entre los principales requisitos para la legal constitución de la microempresa están la obtención del RUC, la Patente Municipal, Permiso Sanitario de Funcionamiento y Permiso del Cuerpo de Bomberos.

BASE FILOSÓFICA DE LA MICROEMPRESA

MISIÓN

“RENOVALOE” tiene como misión fundamental producir el mejor gel antiestrías y cicatrizante, que satisfaga las necesidades y expectativas de belleza y cuidado de la piel, llegando cada vez a más clientes, al mejor precio posible, sustentándose en la ética empresarial y la confianza en nuestros colaboradores.

VISIÓN

En los próximos 5 años “RENOVALOE” será una microempresa líder en la distribución de gel de aloe vera a nivel local, regional y nacional, ofreciendo a los potenciales compradores un producto con estándares de calidad, cimentados en el logro de objetivos mediante el mejoramiento continuo, y la innovación en los procesos”.

VALORES MICROEMPRESARIALES.

La microempresa incluirá en su cultura organizacional los siguientes valores empresariales.

- Compromiso
- Honestidad

- Trabajo en equipo
- Puntualidad
- Innovación y creatividad
- Identidad y compromiso
- Transparencia

ESTRUCTURA ORGÁNICA

La ejecución de este proyecto tiene por objetivo la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera en la ciudad de Ibarra; la estructura orgánica a la que se registrará es de tipo vertical.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.

El organigrama que adoptara la microempresa demuestra, la relación existente entre los departamentos determinando los responsables de los mismos.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES

La microempresa en su inicio contará con tres unidades tal como se lo expreso gráficamente en el organigrama anterior, los mismos que tendrán

a su cargo ciertas actividades para el correcto funcionamiento de la microempresa a continuación detallan las funciones para cada unidad:

GERENCIA

La Gerencia representa el nivel directivo de la microempresa, delegará su autoridad más no su responsabilidad, de sus decisiones dependerá el curso normal de la organización, deberá diseñar previsiones futuras que ayuden al crecimiento de la microempresa, bajo su dependencia están sus subordinados.

➤ **PERFIL DEL PUESTO**

- a) Cumplir con las decisiones del directorio
- b) Liderar el equipo de trabajo a su responsabilidad
- c) Representar a la empresa
- d) Agilidad para la toma de decisiones
- e) Presidir las reuniones del equipo de trabajo
- f) Avalar los informes financieros
- g) Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.
- h) Ser positivo
- i) Ser flexible
- j) Ser responsable en las funciones encomendadas
- k) Poseer experiencia en la estructura y función de la microempresa

➤ **REQUISITOS**

- a) Estudios Superiores en administración de empresas y/o carreras afines.

- b) Tener experiencia mínima de tres años en cargos similares
- c) Manejo eficiente de paquetes informáticos
- d) Residir en el lugar de trabajo
- e) Facilidad para relacionarse
- f) Dinámico
- g) Proactivo
- h) Ser líder
- i) Trabajo bajo presión

➤ **DEBERES Y RESPONSABILIDADES**

- a) Representar legalmente a la microempresa en forma judicial y extrajudicial.
- b) Controlar y decidir en todos los aspectos el funcionamiento de la microempresa.
- c) Orientar y ejecutar la política administrativa, técnica y financiera de la microempresa.
- d) Presentar a los socios anualmente un informe sobre la situación Administrativa y financiera de la microempresa.
- e) Nombrar y remover a los empleados y fijar sus remuneraciones.
- f) Adquirir o enajenar bienes muebles o enseres.
- g) Firmar en las cuentas corrientes de ahorro e inversiones.

UNIDAD DE CONTABILIDAD

Es el que se encarga de las acciones administrativas financieras necesarias para el correcto funcionamiento de la microempresa, mediante

la emisión, investigación e interpretación rápida de los recursos financieros que tendrá la microempresa.

➤ **PERFIL DEL PUESTO**

- a) Ser una persona íntegra y ética profesionalmente
- b) Estabilidad Emocional
- c) Trabajar en equipo
- d) Trabajo bajo presión
- e) Contar con iniciativa y emprendimiento
- f) Capacidad de responder al trabajo bajo presión
- g) Confidencialidad de la información que maneja en su trabajo diario.

➤ **REQUISITOS.**

- a) Contar con título profesional de contador público autorizado
- b) Tener por lo menos 2 años de experiencia en cargos similares.
- c) Poseer conocimientos de computación.
- d) Cursos relacionados a la profesión.
- e) Facilidad para relacionarse, dinámico, proactivo, liderazgo, trabajo bajo presión.

➤ **DEBERES Y/O RESPONSABILIDADES.**

- a) Realizar los registros de ingresos y egresos de las actividades diarias.
- b) Registrar facturas de compras, y realizar pagos, previa autorización de la gerencia.

- c) Recibir y responder todo tipo de comunicación que llegue a la microempresa.
- d) Elaborar, pagar y registrar los roles de pagos de los empleados, y sus aportes al IESS, previa autorización de gerencia.
- e) Manejo del libro bancos de la empresa.
- f) Adquisición de suministros, materia prima con autorización de la gerencia.
- g) Elaborar las declaraciones de impuestos mensuales y anexos de la microempresa.
- h) Manejo del fondo de caja chica de la microempresa y su respectiva reposición mensual.
- i) Elaboración de libros diarios y mayores de la microempresa
- j) Firmar balances y presentar la información a los clientes
- k) Fijar Precios
- l) Controlar costos, gastos y tributos
- m) Supervisar los informes financieros
- n) Negociar créditos

UNIDAD DE PRODUCCIÓN

La unidad de producción representa el nivel operativo de la microempresa y controlará el proceso productivo, la calidad del producto, contando con un grupo de personas capacitadas en la ejecución de las actividades.

➤ PERFIL DEL PUESTO

- a) Poseer actitud de trabajo en equipo.

- b) Tener buena iniciativa de trabajo
- c) Poseer buenas relaciones personales
- d) Capacidad de trabajo a presión.
- e) Manejo de grupos
- f) Ético y transparente
- g) Estabilidad Emocional
- h) Creativo

➤ **REQUISITOS.**

- a) Título mínimo de bachiller
- b) Tiempo y experiencia previa requerida mínimo 1 año.
- c) Tener conocimientos en computación.

➤ **DEBERES Y/O RESPONSABILIDADES.**

- a) Supervisar, dirigir y controlar que las actividades productivas se cumplan en forma eficiente.
- b) Reportar diariamente el informe de producción.
- c) Coordinar la provisión oportuna de materia prima.
- d) Velar por los estándares de calidad.
- e) Conservar en forma óptima la maquinaria y equipo de la microempresa.
- f) Contactar con los proveedores de Materia Prima e insumos.
- g) Supervisar la seguridad interna de la planta.
- h) Verificar las tareas asignadas a los obreros.
- i) Planificar el mantenimiento preventivo y correctivo.

UNIDAD DE COMERCIALIZACIÓN.

La Unidad de comercialización representa el nivel operativo de la microempresa y se encarga de realizar los contactos directos con los clientes.

➤ PERFIL DEL PUESTO.

- a) Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.
- b) Poseer actitud de trabajo en equipo.
- c) Poseer buenas relaciones personales (atención al cliente).
- d) Ser responsable.

REQUISITOS.

- a) Poseer título de técnico en marketing y ventas o carreras afines.
- b) Tener 1 año de experiencia en ventas.
- c) Poseer conocimientos básicos de computación.

DEBERES Y/O RESPONSABILIDADES.

- a) Identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores.
- b) Supervisar en forma diaria la calidad del producto.
- c) Establecer convenios con otras instituciones que faciliten el proceso de publicación, distribución y venta de productos.
- d) Determinar los canales adecuados de comercialización de los productos.
- e) Comunicar diariamente sobre las ventas realizadas y novedades de clientes.
- f) Cumplir con los objetivos de venta propuestos por la microempresa.

- g)** Llevar un adecuado control de ventas a contado y a crédito.
- h)** Diseñar campañas de publicidad y promoción.
- i)** Realizar estudios de mercado.
- j)** Políticas de Ventas.

CAPITULO VII

IMPACTOS

La evaluación de impactos analizados para la ejecución del proyecto de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera a través de la matriz de impactos, que funciona con la asignación de una calificación a los componentes del entorno sean estos directos o indirectos que afecten o no en el entorno en el que se instale el proyecto.

La evaluación se hace aplicando la siguiente escala:

CUADRO N° 73

VALORIZACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Alto	3
Medio	2
Bajo	1
Indiferente	0
Bajo	-1
Medio	-2
Alto	-3

Elaborado por: La Autora

La fórmula para la determinación del impacto a aplicarse es:

Nivel de Impacto= Sumatoria de calificación / Número de Indicadores.

IMPACTO SOCIAL

CUADRO N° 74

N°	INDICADORES	NIVELES						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Generación de empleo						X	
2	Calidad de Vida							X
3	Estabilidad Laboral							X
4	Desarrollo Profesional						X	
	TOTAL						4	6

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{10}{4}$$

$$= 2,5 \quad \text{Impacto Positivo Alto}$$

➤ Análisis

El impacto social es positivo alto, debido a que la creación de una microempresa de elaboración de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera, constituirá un emprendimiento que promoverá el desarrollo del sector comercial, posibilitando la generación de empleo para la población de la ciudad y sus alrededores, al poseer un trabajo fijo estarían recibiendo un ingreso mensual, que facilitará la satisfacción de sus principales necesidades, así mismo la microempresa estará constituida legalmente y bajo principios de transparencia y responsabilidad para con sus empleados, los mismos que gozarán de beneficios sociales que constituirán un respaldo personal, de esta manera se contribuirá al mejoramiento de su calidad de vida; cabe recalcar que al ser una microempresa recién estructurada requerirá de actualización constante de conocimientos, es decir, se buscará que todo el equipo de trabajo se desarrolle profesionalmente para que encuentren satisfacción personal y colaboren al fortalecimiento del equipo de trabajo.

IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 75

N°	INDICADORES	NIVELES						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Gestión Administrativa							X
2	Clima Organizacional							X
3	Atención y servicio al cliente							X
4	Posicionamiento en el mercado					X		
	TOTAL					1		9

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\begin{aligned} \text{Nivel de Impacto Empresarial} &= 10/4 \\ &= 2,5 \text{ Impacto Positivo Alto} \end{aligned}$$

➤ **Análisis**

Con la ejecución de la microempresa se busca tener una buena gestión administrativa que facilite las labores organizacionales, es decir que se logre que el equipo de trabajo cumpla sus obligaciones y objetivos; tanto a nivel directivo como operativo, deberán colaborar para crear un clima organizacional adecuado para el buen desarrollo de las actividades empresariales, al ser una microempresa recién creada es necesario brindar una buena atención al cliente para poder captar la mayor cantidad de demandantes existentes y ganar posicionamiento en el mercado.

IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 76

N°	INDICADORES	NIVELES						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Rentabilidad							X
2	Efecto Multiplicador							X
3	Inversión						X	
4	Estabilidad Económica						X	
TOTAL							4	6

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = 10/4$$

= 2,5 **Impacto Positivo Alto**

➤ **ANÁLISIS**

Después del respectivo análisis del impacto económico, se obtuvo un resultado positivo alto, debido a que la ejecución de este proyecto constituye un negocio alternativo bastante rentable, así lo reflejan el estudio económico, dicha rentabilidad hará posible la reinversión de los recursos y la búsqueda de nuevas formas de mejoramiento del producto, lo que conlleva a la prosperidad de la microempresa en el tiempo, al obtener el logro de los objetivos empresariales se logra fortalecer el bienestar del círculo de comercio consiguiendo de esta forma un efecto multiplicador que generará estabilidad económica de los involucrados.

IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO Nº 77

Nº	INDICADORES	NIVELES						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Contaminación Auditiva				X			
2	Materiales a utilizar			X				
3	Salud Humana							X
4	Polución Ambiental				X			
5	Reciclaje							X
TOTAL				-1	0			6

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

Nivel de Impacto Ambiental = 5/5

= 1 **Impacto positivo bajo**

➤ **Análisis**

La matriz muestra una incidencia positivo baja, debido a que se tomó en consideración aspectos como la contaminación auditiva, materiales a utilizar, salud humana, polución ambiental y reciclaje, en lo que hace referencia a la contaminación auditiva y ambiental no se genera incidencia dado que, en primer lugar la microempresa estará ubicada en el parque industrial de la ciudad de Ibarra por lo que no se causará contaminación auditiva, en segundo lugar los materiales y herramientas a utilizar no emanan ningún tipo de gases tóxicos que puedan provocar contaminación ambiental alguna. En cuanto a los materiales a utilizar el envase en el cual se distribuirá el gel no serán 100% biodegradable, lo que causará un impacto ambiental a largo tiempo dependiendo de la forma que sean desechados luego de ser utilizados por los consumidores. Con respecto al reciclaje los desechos que generará la microempresa son orgánicos, mismos que se los puede volver a reusar como abono para las tierras donde se realiza la siembra de aloe vera.

RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS

IMAGEN Nº 78

		NIVELES						
Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Impacto Social							X
2	Impacto Empresarial							X
3	Impacto Económico							X
4	Impacto Ambiental					X		
TOTAL						1		9

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

Nivel de Impacto = 10/4

= 2,5 **Impacto Positivo Alto**

➤ **Análisis**

Se puede apreciar en la matriz general de impactos los indicadores que influyen en el proyecto de elaboración y comercialización de gel cicatrizante y antiestrías a base de aloe vera y el resultado correspondiente que es de 3 es un nivel alto, lo que establece la importancia de esta investigación dado que garantiza la implementación y funcionamiento sostenible, así como el éxito de la microempresa.

CONCLUSIONES

Al culminar con el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de gel antiestrías y cicatrizante a base de aloe vera en la ciudad de Ibarra es pertinente citar las siguientes conclusiones:

1. De acuerdo al Diagnóstico Situacional realizado se puede concluir que la ciudad de Ibarra es un lugar óptimo para poner en marcha el proyecto, dado que cuenta con la zona idónea para el cultivo del Aloe Vera, posee vías de acceso de primer orden, y además la población tiene tendencia a utilizar productos naturales para el cuidado de su piel, debido a que hoy en día las personas buscan prevención y estética con la finalidad de tener un mejor estilo de vida, esto y muchas cosas más ayudarán a que la microempresa logre los objetivos que se propone, cabe recalcar que el diagnóstico situacional permitió conocer la aceptación que tendrá el gel en la población de la ciudad de igual forma, no existen industrias que se dediquen a la elaboración de productos a base de aloe vera.
2. Por medio del Marco Teórico se pudo conceptualizar los términos elementales que sirvieron de guía para el desarrollo de este trabajo, básicamente este capítulo permitió conocer las definiciones básicas de todos los aspectos a utilizarse en cada uno de los capítulos de este trabajo.
3. El Estudio de Mercado efectuado en la ciudad de Ibarra permitió determinar la oferta y demanda existente, llegando a concluir que la microempresa podrá cubrir un 31,69% del total de la demanda potencial insatisfecha, de igual manera se logró conocer los precios que se manejan a nivel de mercado, y cuáles serán las estrategias de comercialización que se van a utilizar para dar a conocer el producto.
4. El estudio técnico del proyecto permitió la determinación óptima del tamaño y localización de la planta, de igual manera a través de este

estudio se pudo cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación necesarios para poner en marcha la microempresa, para la implementación de la planta no se necesita tecnología sofisticada, ni mano de obra altamente calificada, por lo que el talento humano de la zona será beneficiada con la creación de esta microempresa.

5. El Estudio Económico del proyecto sirvió para ordenar la información monetaria de tal manera que se puedan estructurar los respectivos estados proforma, para proceder a la evaluación a través de los indicadores financieros que comprobaron la viabilidad para el desarrollo de la microempresa, cuyos resultados fueron VAN de 26383,55 un TIR de 27,11%, un Costo beneficio de 1.41, y un punto de equilibrio de \$38000,75, lo que quiere decir que al ser positivos se demuestra que el proyecto económicamente es factible.
6. Por medio del Estudio Organizacional se estableció la misión y visión que servirá de base para el cumplimiento de los objetivos de la microempresa, así mismo se determinó una estructura orgánica vertical para la operación del proyecto con sus respectivos puestos y funciones, lo que permitió una adecuada administración de los Recursos Humanos, Recursos Materiales y Recursos Financieros de la microempresa.
7. El análisis de Impactos, permitió la identificación de cambios en los elementos que aportan o inciden sobre el bienestar general, dando como resultado que el proyecto provoca efectos positivos en el ámbito social, económico y empresarial; con mínimos impactos ambientales.

RECOMENDACIONES

Para el correcto desarrollo de la microempresa se hace algunas recomendaciones.

1. Es recomendable realizar un Diagnostico Situacional para poder determinar las condiciones del entorno donde se pretende establecer la microempresa, para de esta manera poder encontrar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos sobre los cuales se manejará el proyecto.
2. Se recomienda realizar el Marco Teórico para poder conceptualizar los términos no comprensibles e indagar todos los aspectos que se utilizarán, de manera que sea mucho más fácil la ejecución del proyecto.
3. El Estudio de Mercado es recomendable ejecutarlo debido a que permite determinar cuál es la oferta y demanda existente, así como la demanda potencial insatisfecha sobre la cual se sugiere realizar un buen plan de mercadeo para poder acoger la mayor cantidad, de igual manera que los precios del producto sean a precios accesibles para lograr posicionarse en el mercado y ganar reconocimiento en el medio.
4. El Estudio Técnico se debe realizar debido a que permite identificar la microlocalización y macrolocalización del proyecto, así como las inversiones necesarias y el capital de trabajo requerido para poner en marcha la microempresa.
5. En el Estudio Financiero es recomendable efectuarlo debido que a través de los evaluadores financieros se puede lograr tener una visión sobre la rentabilidad del proyecto, como es el caso de este trabajo donde se refleja que el presente estudio es factible de realizar gracias a que se obtendrá rentabilidad y permanencia en el tiempo.

6. En cuanto al aspecto administrativo y organizacional se sugiere establecer un organigrama estructural de manera que sea mucho más fácil dar cumplimiento a los valores citados para alcanzar los objetivos propuestos basándose en el trabajo en equipo. Se recomienda hacer realidad la misión y visión establecida para lograr constituirse en una microempresa de prestigio.
7. Se recomienda buscar las estrategias necesarias para lograr minimizar los efectos ambientales que puedan causar dicho proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- **BACA, Gabriel**, “Evaluación de Proyectos”, sexta edición, McGraw Hill Editorial, año 2010, México.

- **BESLEY, Scott**, “Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Cengage Learning, 14 Edición, Año 2009, México.

- **BRAVO, Mercedes**, “Contabilidad General”, séptima edición, Editorial Nuevo Día, año 2007, Quito – Ecuador.

- **CHAIN, Nassir; CHAIN, Reinaldo**, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, quinta edición, McGraw Hill Editorial, año 2008, Colombia.

- **DÍAZ, Flor**, “Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación, Editorial Alfa Omega, Año 2009, Bogotá - Colombia.

- **ENCICLOPEDIA PRÁCTICA FAMILIAR**, “Todas las Medicinas Todas”, Editorial Printer Latinoamericana Ltda., año 2008, Bogotá

- **GAGE, Diane**, “La Sábila” (Aloe Vera), Suavizante y Curativo Natural, Editorial Inner Traditions * Bear & Company, año 1999, México D.F.

- **GUARNICA, Clotilde; MAUBERT, Claudio**, “Fundamentos de Marketing” Editorial Pearson Educación año 2009, México.

- **KOTLER, Philip**, “Principios de Marketing”, Editorial Pearson Educación, Duodécima Edición, año 2008, Madrid – España.

- **MONTEROS, Edgar**, “Manual de Gestión Microempresarial- Cómo administrar con éxito una microempresa”, Editorial Universitaria, año 2005, Ibarra – Ecuador.

- **MORALES, Arturo**, “Proyectos de Inversión – Evaluación y Formulación”, Editorial Mc Graw – Hill, Año 2009, México.

- **NARVÁEZ, Cecilia**, “Imbabura Tierra Preciosa”, Editorial Identidad Grafica, 2006, Ibarra – Ecuador.

- **SARMIENTO, Rubén**: “Contabilidad General, Editorial Voluntad, Décima Edición, Año 2008, Quito – Ecuador.

- **VARELA, Rodrigo**, “Evaluación Económica de proyectos de inversión”, séptima edición, McGraw Hill Editorial, año 2010, Colombia

- **ZAPATA, Pedro**: “ Contabilidad de Costos – Herramientas para la Toma de Decisiones”, Editorial Mc Graw – Hill Interamericana, Año 2007, Colombia

LINCOGRAFÍA

- www.elaloevera.com
- www.aloevera.saludisima.com/
- www.guiadelemprendedor.com.ar
- www.inec.gov.ec/c/documentlibrary/get
- www.bce.fin.ec
- www.sri.gov.ec
- www.conciencia-animal.cl
- www.herbario-comunero.wikispaces.com
- www.igestion20.com
- <http://www.oxypowder.net/salud-natural/sabila.html>
- <http://www2.ine.gob.mx/publicaciones/libros/74/sabila.html>
- <http://www.casapia.com/dietetica-herbolario/complementos-nutricionales-o-alimentarios/aloe-vera-informacion-completa.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado
- <http://merk2meta.blogspot.com/2007/06/mercado-meta.html>
- <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/mar/36/candistrib.htm>

ANNEXOS

ANEXO N° 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

N° DE ENCUESTA:.....FECHA:.....

SEXO M () F ()

EDAD: 18 a 25 () 26 a 33 () 34 a 41 () 42 a 50 ()

INFORMACIÓN GENERAL

OBJETIVO:

La presente encuesta tiene por objetivo conocer la aceptación que tiene el Aloe Vera o Sábila por las mujeres en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

A. CUESTIONARIO

ANEXO Nº 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

**CUESTIONARIO DE ENTREVISTA A LOS PRODUCTORES DE
ALOE VERA**

- 8. ¿Aproximadamente cuantas personas se dedican al cultivo de la penca de sábila en esta zona?**
- 9. ¿Cada que tiempo cultiva la penca de sábila?**
- 10. ¿Cuántas pencas de sábila se cultivan en una hectárea de terreno?**
- 11. ¿Qué tipo de tecnología utiliza?**
- 12. ¿Cómo determina su precio de venta?**
- 13. ¿Cómo comercializa la penca de sábila?**
- 14. ¿De acuerdo a su conocimiento la demanda de la sábila es variable?**

ANEXO N° 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA A LOS COMERCIANTES DE PRODUCTOS PARA LAS ESTRÍAS Y CICATRICES

- 8. ¿Qué tiempo tiene su local?**
- 9. ¿Qué le motivo a poner en marcha un negocio de este tipo?**
- 10. Tiene a la venta productos para combatir las cicatrices y las estrías? Y cuáles son?**
- 11. Existe diversidad de productos elaborados a base de Aloe Vera?**
- 12. Cuantos productos cicatrizantes y antiestrías vende usted al mes?**
- 13. Quiénes son los que más se acercan a comprar este tipo de productos hombre o mujeres?**
- 14. Estaría usted dispuesto a adquirir un producto cicatrizante y antiestrías elaborado a base de Aloe Vera?**

ANEXO N° 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA A UN EXPERTO

- 5. ¿Qué se requiere para el cuidado de esta planta**
- 6. ¿Cuáles son las condiciones óptimas para el cultivo de la penca de sábila?**
- 7. ¿De los tipos de aloe vera existente cual es el que más se cultiva en esta zona?**
- 8. ¿Qué propiedades posee la planta de aloe vera?**

ANEXO Nº 5

MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA			
ARTÍCULOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	TOTAL ANUAL (\$)
ÚTILES DE ASEO PERSONAL			
Papel higiénico Jumbo 200 m	24	1,89	45,36
Jabón para las manos	12	0,25	3
ÚTILES DE LIMPIEZA DE PISOS			
Escobas	3	1,59	4,77
Palas de plástico	3	1,25	3,75
Trapeadores	3	1,88	5,64
Desinfectantes (cloro 3800 cc)	5	1,35	6,75
TOTAL ANUAL			69,27

ANEXO Nº 6

ÚTILES DE OFICINA				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Tinta para impresora	Unidad	2	5,25	10,5
Papel bond	Resma	3	3,8	11,4
Bolígrafos	Unidad	12	0,3	3,6
Lápices	Unidad	5	0,25	1,25
Borradores	Unidad	5	0,1	0,5
Sobres de manila	Unidad	25	0,1	2,5
Grapadora	Unidad	4	2,5	10
Grapas	Caja	1	0,6	0,6
Perforadora	Unidad	4	1,24	4,96
Saca grapas	Unidad	2	1	2
Clips estándar	Caja	2	0,3	0,6
Cuadernos Acad.100 hojas	Unidad	3	1,15	3,45
Carpetas	Unidad	25	0,3	7,5
Carpetas archivadoras	Unidad	5	3,5	17,5
Corrector líquido	Unidad	3	0,8	2,4
Basureros plásticos	Unidad	4	1,8	7,2
TOTAL ANUAL				85,96

