



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA”

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

AUTORES:

MAURICIO ALEXANDER FLORES OBANDO

EDISON ALBERTO VILLACRÉS BENALCÁZAR

DIRECTOR: ING. COM. MANUEL CHILQUINGA

Ibarra, Octubre 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto “ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA”. Está compuesto por siete capítulos: Diagnóstico, Marco Teórico, Estudio Técnico, Evaluación Económica Financiera, Organización Empresarial y Análisis de Impactos. Uno de los problemas sociales es la falta de fuentes de trabajo, a lo que se suma el deterioro de salud de la población por la mala alimentación que se tiene diariamente, como parte a la solución de estos problemas es el incremento de unidades productivas que son tomadas como emprendimientos los cuales deben ser innovadores para que tengan aceptación en el mercado al que se quiere introducir los productos. Por lo que se realizó un diagnóstico en el que se logró construir una matriz de aliados, oportunidad, oponentes y riesgos que entra en la ejecución del proyecto, se realizó una investigación bibliográfica de temas referentes a la propuesta que sustenten la misma, como tercer capítulo se efectuó un estudio de mercado en el que se indago algunos aspectos muy importantes los mismos que permitieron medir el grado de aceptación que tendría la producción y comercialización del jugo de sábila, los gustos preferenciales, como diseñar el canal de distribución, el capítulo cuatro es el estudio técnico en que se determinó la ubicación del proyecto y los recursos para su ejecución. Como sexto capítulo se elaboró el análisis económico en donde se conoció la inversión total del proyecto y se verifico si va a ser rentable o no a través del cálculo del TIR, VAN, CB. También se analizó los impactos que generaría la implantación de este proyecto y se finaliza el proyecto formulando conclusiones con recomendaciones

ABSTRACT

The project “FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A MICROENTERPRISE FOR THE PREPARATION AND COMMERCIALIZATION OF ALOE JUICE IN IBARRA CITY” is composed by seven chapters: Diagnostic, Theoretical Framework, Technical Study, Economic Financial Evaluation, Business Organization, and Impact Analysis. One of the social problems is the lack of work opportunities, plus the deterioration of health of the population due to the daily poor diet, as part of the solution for these problems is the increase of productive units that are taken as entrepreneurship which must be innovative to be accepted by the market in which this product is aimed to be introduced. So a diagnosis was made in which it was possible to build a matrix of allies, opportunity, opponents and risks that goes into the execution of the project, a bibliographical research was carried out on topics related to the proposal that support it, as a third chapter, a market study was carried out in which some very important aspects were investigated, which allowed to measure the degree of acceptance that the production and commercialization of aloe juice would have, the preferential tastes, how to design the distribution channel, chapter four is the technical study in which the location of the project and the resources for its execution were determined. As a sixth chapter the economic analysis was elaborated in which the total investment of the project was known and it was verified if it will be profitable or not through the calculation of the TIR, VAN, and CB. The impacts that the implementation of this project would generate were also analyzed, and the project was finalized, formulating conclusions with recommendations.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autor, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

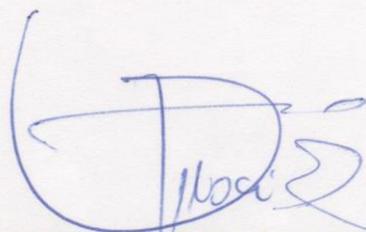


MAURICIO ALEXANDER FLORES OBANDO

CI: 100251907-0

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autor, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



EDISON ALBERTO VILLACRÉS BENALCÁZAR

CI: 100255869-8

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por los egresados MAURICIO ALEXANDER FLORES OBANDO y EDISON ALBERTO VILLACRÉS BENALCÁZAR, para optar por el Título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de noviembre del 2012.



ING. COM. MANUEL CHILIBINGUA

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

Yo, MAURICIO ALEXANDER FLORES OBANDO, con cédula de ciudadanía Nro. 100251907-0, 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 autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente 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.



MAURICIO ALEXANDER FLORES OBANDO

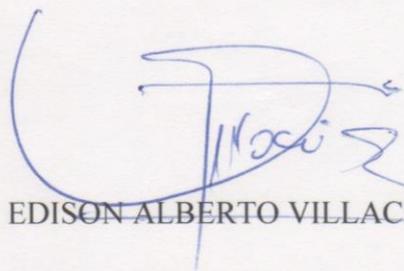
CI: 100251907-0

En la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de noviembre del 2012.

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

Yo, EDISON ALBERTO VILLACRÉS BENALCÁZAR, con cédula de ciudadanía Nro. 100255869-8, 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 autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente 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.



EDISON ALBERTO VILLACRÉS BENALCÁZAR

CI: 100255869-8

En la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de noviembre del 2012.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS BIBLIOTECA

UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

TÉCNICA DEL NORTE

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

DATOS DE CONTACTOS			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100251907-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MAURICIO ALEXANDER FLORES OBANDO		
DIRECCIÓN:	Gómez Jurado 3-29 y Luis Vargas Torres		
EMAIL:	Ushogr22@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2641357	TELÉFONO MÓVIL	0997104807
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA.”		
AUTOR:	MAURICIO ALEXANDER FLORES OBANDO		
FECHA:	26 de Noviembre del 2012		
SÓLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA		
ASESOR/DIRECTOR:	ING.COM. MANUEL CHILQUINGA		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, MAURICIO ALEXANDER FLORES OBANDO con cédula de ciudadanía Nro. 100251907-0, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega de este ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo Digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como

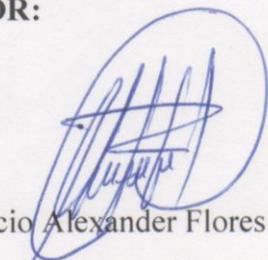
apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se lo desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de noviembre del 2012.

AUTOR:



Mauricio Alexander Flores Obando

Nro. 100251907-0

Facultado por resolución del Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

DATOS DE CONTACTOS			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100255869-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	EDISON ALBERTO VILLACRÉS BENALCÁZAR		
DIRECCIÓN:	Juana Atabalipa 6-89 y Juan Francisco Bonilla		
EMAIL:	Edisonvillacres1234@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2631313	TELÉFONO MÓVIL	0998027313
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA.”		
AUTOR:	EDISON ALBERTO VILLACRÉS BENALCÁZAR		
FECHA:	26 de Noviembre de 2012		
SÓLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA		
ASESOR/DIRECTOR:	ING.COM. MANUEL CHILQUINGA		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, EDISON ALBERTO VILLACRÉS BENALCÁZAR con cédula de ciudadanía Nro. 100255869-8, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega de este ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo Digital en la Biblioteca de la Universidad 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 Artículo 144.

CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se lo desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de noviembre del 2012.

AUTOR:



Edison Alberto Villacrés Benalcázar

Nro. 100255869-8

Facultado por resolución del Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a Dios y nuestros Padres, en reconocimiento a su amor, sacrificio, dedicación y esfuerzo al brindarnos la oportunidad de superarnos y formar una carrera.

Mauricio

Edison

AGRADECIMIENTO

A todos los docentes de la Universidad Técnica del Norte, por su entrega en la enseñanza, quienes con su sabiduría afianzaron el deseo de superación y culminación de la carrera.

Al Ing. Manuel Chiliquina, quien en calidad de director dedicó su tiempo, sus sabias orientaciones y apoyo incondicional para culminar con éxito nuestro trabajo.

A todas las personas quienes confiaron en nuestras capacidades y sintieron la seguridad de que podemos cumplir las metas trazadas

Mauricio

Edison

PRESENTACIÓN

El presente proyecto de investigación tiene como propósito central elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa para la elaboración y comercialización de Jugo de Sábila en la ciudad de Ibarra, que servirá de base para la realización de actividades comerciales a fin de poner en ejecución un negocio rentable.

Se realizó un diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra respecto a la actual forma de producción y comercialización de jugo de sábila utilizando la matriz de aliados, oportunidades y riesgos. Se estableció las bases teóricas que sustentan el proyecto, de temas relacionados a la administración, contabilidad y finanzas, para que las personas conozcan claramente de la investigación que se ha realizado.

Se desarrolló el proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa para elaboración y comercialización de jugo de sábila, con el objetivo de implantar un negocio rentable basado en la necesidad de empleo en la ciudad e Ibarra

Finalmente, se presenta el análisis de los impactos positivos, referente a la aplicación del proyecto de factibilidad en el ámbito empresarial, económico, social.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
AUTORÍA.....	v
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	vi
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	viii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	ix
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	ix
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	xi
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	xi
DEDICATORIA.....	xiii
AGRADECIMIENTO.....	xiv
PRESENTACIÓN.....	xv
ÍNDICE GENERAL.....	xvi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xxii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxv
JUSTIFICACIÓN.....	xxvi
CAPÍTULO I.....	27
ANTECEDENTES.....	27
Contexto socioeconómico.....	29
Infraestructura básica.....	30
Salud.....	30
Objetivos diagnósticos.....	31
Objetivo general.....	31
Objetivos específicos.....	31
Variables diagnósticas e indicadores.....	31

Oferta	31
Demanda	31
Comercialización	32
Normativa Legal	32
Matriz de relación diagnóstica	32
Mecánica operativa	33
Identificación de la población	33
Información secundaria.....	33
Evaluación de la información	33
Entrevista realizada al administrador de Gran Aki.	33
Entrevista realizada al Sr. Administrador del comisariato Municipal	35
Entrevista realizada al propietario de una despensa de víveres.	36
Entrevista realizada al propietario de una tienda medicinal	38
Matriz de aliados.....	39
Cruces estratégicos.....	40
Determinación del problema diagnóstico	43
CAPÍTULO II.....	44
MARCO TEÓRICO.....	44
Sábila.....	44
Historia de la sábila.....	44
Enfermedades que cura la sábila.....	46
Composición química	49
Microempresas	50
Elementos constitutivos para la creación de la microempresa.....	50
El Emprendimiento	51
Presupuesto para la microempresa.....	52
Contabilidad.....	52
Administración de Empresas	53
Proceso administrativo.....	54
Las Organizaciones	55
Planeación estratégica.....	56
Mercadotecnia.....	57
Marketing Mix	58

Plan de Mercadotecnia.....	59
Etiqueta y empaquetado.....	60
Evaluación Económica.....	60
Cuadro de Inversión.....	61
Proyección de ingresos.....	62
Costos y Gastos Proyectados.....	62
Punto de Equilibrio.....	63
Flujo de Caja.....	63
Valor Actual Neto (VAN).....	64
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	65
Tiempo de recuperación de la inversión.....	65
CAPÍTULO III.....	66
ESTUDIO DE MERCADO.....	66
Planteamiento del problema de investigación.....	66
Objetivos de la investigación.....	67
Objetivo General.....	67
Objetivos Específicos.....	67
Identificación de los productos o servicios.....	67
Características del producto.....	68
Productos o servicios sustitutos.....	70
Normativa sanitaria, técnica y comercial.....	70
Consumidor del producto.....	70
Estructura del mercado.....	70
Investigación de mercado.....	71
Segmentación del mercado.....	71
Marco muestral o universo.....	72
Tamaño de la muestra.....	72
Diseño del instrumento de investigación.....	73
Levantamiento de la investigación.....	73
Tabulación y procesamiento de la información.....	74
Análisis de la demanda.....	87
Comportamiento histórico de la demanda.....	87
Demanda actual.....	87

Proyección de la demanda	88
Análisis de la oferta	90
Oferta actual.....	90
Proyección de la oferta.....	91
Demanda insatisfecha	92
Conclusiones	93
CAPÍTULO IV.....	94
ESTUDIO TÉCNICO	94
Macrolocalización.....	94
Microlocalización	94
Dirección de la microempresa	95
Ingeniería del proyecto	95
Flujograma de proceso del proyecto	97
Requerimientos técnicos	99
Luminosidad	99
Temperatura	99
Espacio.....	99
Inversión	99
Activos fijos.....	99
Activos diferidos.....	101
Capital de trabajo	101
Gastos generales.....	102
Talento humano	103
Inversiones	104
CAPÍTULO V.....	105
EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA	105
Presupuesto de inversión.....	106
Inversiones fijas del proyecto	106
Resumen de activos fijos	106
Activos diferidos.....	108
Materia prima.....	109
Gastos de personal	110
Gastos generales.....	114

Capital de trabajo	115
Resumen de inversión	116
Estructura del financiamiento	117
Costo de capital y tasa de rendimiento medio	118
Obligaciones financieras	118
Presupuesto de ingresos	121
Presupuesto de egresos	124
Estados financieros	126
Estado de situación financiera	126
Estado de resultados.....	128
Estado de flujo de caja	129
Punto de equilibrio.....	129
Evaluación financiera.....	132
Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	132
Cálculo de la Tasa interna de Retorno (TIR)	133
Razón Beneficio Costo R B/C	134
Periodo de recuperación de la inversión	135
Análisis de sensibilidad del proyecto.....	135
CAPÍTULO VI.....	137
Estructura orgánica	137
Manual de funciones	137
Gerencia	137
Secretaria – Contadora.....	140
Jefe de producción	143
Operario	145
CAPÍTULO VII	148
IMPACTOS	148
Impactos.....	150
Impacto económico.....	150
Impacto social	151
Impacto empresarial.....	152
Impacto general.....	153
CONCLUSIONES	154

RECOMENDACIONES.....	155
FUENTES DE INFORMACION BIBLIOGRAFICAS	156
LINKOGRAFÍA	158
ANEXOS	159

ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de relación diagnóstica	32
2. Matriz de aliados.....	39
3. Aliados con oportunidades.....	40
4. Aliados con riesgos	41
5. Oponentes con oportunidades	42
6. Oponentes con riesgos	43
7. Composición química de la sábila	49
8. Cuadro de inversión	61
9. Características del producto	69
10. Segmentación del mercado	72
11. Conocimiento de la sábila.....	74
12. Consumo	75
13. Conocimiento de beneficios.....	76
14. Aceptación jugo de sábila	77
15. Aceptación de la creación de una microempresa dedicada a realizar jugo de sábila.....	78
16. Consumo probable	79
17. Frecuencia de consumo.....	80
18. Demanda insatisfecha	81
19. Presentación	82
20. Precio	83
21. Tipo de envase	84
22. Punto de venta.....	85
23. Medios de comunicación	86
24. Demanda actual.....	88
25. Población de la Ciudad de Ibarra	88
26. Proyección de la demanda	89
27. Proyección de la demanda total	89
28. Oferta actual.....	90
29. Proyección de la oferta.....	91
30. Proyección de la oferta total	92
31. Demanda insatisfecha	92

32. Flujo de proceso de producción	98
33. Activos fijos	100
34. Activos diferidos	101
35. Materia prima.....	101
36. Gastos generales.....	102
37. Talento humano	103
38. Tamaño del proyecto.....	104
39. Inversiones	106
40. Activos fijos	107
41. Depreciación de activos fijos	108
42. Activos diferidos	109
43. Materia prima.....	109
44. Gastos de personal	111
45. Parámetro de proyección: tasa de inflación	113
46. Parámetro de crecimiento de las remuneraciones	114
47. Gastos generales.....	115
48. Capital de trabajo	116
49. Inversión	117
50. Costo de capital y tasa de rendimiento medio	118
51. Tabla de amortización.....	118
52. Periodos.....	121
53. Proyección de la demanda	121
54. Proyección de ventas.....	122
55. Proyección por año	122
56. Demanda proyectada.....	123
57. Proyección de ingresos	124
58. Proyección de egresos.....	125
59. Estado de situación financiera	127
60. Estado de resultados.....	128
61. Flujo de efectivo	129
62. Identificación de costos.....	130
63. Punto de equilibrio.....	131
64. Análisis del punto de equilibrio	132

65. Valor Actual Neto	133
66. Tasa Interna de Retorno	134
67. Beneficio costo.....	134
68. Periodo de recuperación de la inversión	135
69. Análisis de sensibilidad.....	136
70. Gerencia	138
71. Secretaria – Contadora.....	141
72. Jefe de producción	143
73. Operario	146
74. Matriz de valoración	148
75. Criterios.....	149
76. Matriz de impacto económico.....	150
77. Matriz de impacto social.....	151
78. Matriz de impacto empresarial.....	152
79. Matriz de impacto empresarial.....	153

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Mapa ubicación de ecuador	27
2. Proceso administrativo.....	55
3. Conocimiento de la sábila.....	74
4. Consumo	75
5. Conocimiento de beneficios.....	76
6. Aceptación jugo de sábila	77
7. Consumo probable	79
8. Frecuencia de consumo.....	80
9. Demanda insatisfecha	81
10. Presentación	82
11. Tipo de envase	84
12. Punto de venta.....	85
13. Medios de comunicación	86
14. Mapa del ecuador.....	94
15. Dirección de la microempresa	95
16. Distribución física por áreas de la microempresa	96
17. Distribución física de la planta procesadora	96
18. Estructura orgánica	137

JUSTIFICACIÓN

El crecimiento comercial en los últimos años ha sido muy significativo, la falta de fuentes de trabajo es la causa fundamental, para que las personas sean generadoras de sus propios empleos, que se ven plasmados en la aparición de microempresas.

La salud es considerada como un recurso que permite a las personas llevar una vida individual, social y económicamente productiva. Es un recurso para la vida diaria, se trata de un concepto productivo que acentúa los recursos sociales y personales, así como las amplitudes físicas.

El Aloe vera o sábila es una planta medicinal semi-tropical, originalmente del norte de África, y ahora creciendo en todo el mundo. La sábila es construida con los elementos más básicos de la vida, incluyendo vitaminas y minerales esenciales, proteínas, polisacáridos, enzimas y aminoácidos. Algunas personas beben sábila para generar resistencia física y fuerza vital, en lugar de las bebidas energéticas. Esta planta milenaria tiene una multiplicidad de aplicaciones que abarca desde la medicina, hasta la cosmetología, debido a sus propiedades farmacológicas.

En la actualidad, se la considera como una de las plantas que actúa como regenerador celular natural. Se le proyecta como una de las soluciones para curaciones y para mejorar la nutrición. Debido a ello el presente proyecto tiene como fin promover y diversificar los jugos nutricionales existentes en el mercado, a través de la comercialización del jugo de sábila, un producto de calidad debido a sus altas propiedades curativas, nutritivas y regeneradoras, que aporta excelentes beneficios a la salud y bienestar de la ciudadanía Ibarreña.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES

Figura 1

Mapa ubicación de Ecuador



Fuente: www.google.com
Elaborado por: Los autores

La República del Ecuador es un país situado en la parte noroeste de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico. El país tiene una extensión de 283.561;km² y una población de casi 15 millones de personas. Ecuador es surcado de norte a sur por una sección volcánica de la cordillera de los Andes, con más de 80 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo, con 6310 msnm. Al oeste de los Andes se presentan el Golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonia. Es el país con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo. En el ecuatoriano, que incluye las islas Galápagos 1000 km al oeste de la costa, se encuentra la biodiversidad más densa del planeta.

El Ecuador se divide en 24 provincias, en la Región Norte del país se encuentra la provincia de Imbabura, en la que se ubica la ciudad de Ibarra a 115 Km al noroeste de Quito y 125 Km al sur de Tulcán, es una ciudad situada en la región andina al norte del Ecuador, tiene aproximadamente 139721 habitantes según el censo realizado en el año 2010. Conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

El cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas y siete rurales: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa de Priorato y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio.

El crecimiento comercial en los últimos años ha sido muy significativo, la falta de fuentes de trabajo es la causa fundamental para que las personas sean generadoras de sus propios empleos, que se ven plasmados en la aparición de microempresas.

La salud es considerada como un recurso que permite a las personas llevar una vida individual, social y económicamente productiva. Es un recurso para la vida diaria, se trata de un concepto positivo que acentúa los recursos sociales y personales, así como las aptitudes físicas.

El Aloe vera o sábila es una planta medicinal semi-tropical, originalmente del norte de África, y ahora creciendo en todo el mundo. La sábila es construida con los elementos más básicos de la vida, incluyendo vitaminas y minerales esenciales, proteínas, polisacáridos, enzimas y aminoácidos. Algunas personas beben la sábila para generar resistencia física y fuerza vital, en lugar de las bebidas energéticas. Esta planta milenaria tiene una multiplicidad

de aplicaciones que abarca desde la medicina, hasta la cosmetología, debido a sus propiedades farmacológicas.

En la actualidad se la considerada como una de las plantas que actúa como regenerador celular natural. Se le proyecta como una de las soluciones para curaciones y para mejorar la nutrición. Debido a ello el presente proyecto tiene como fin promover y diversificar los jugos nutricionales existentes en el mercado, a través de la comercialización del jugo de sábila, un producto de calidad debido a sus altas propiedades curativas, nutritivas y regeneradoras, que aporte excelentes beneficios a la salud y bienestar de la ciudadanía ibarreña.

1.1. Contexto socioeconómico

La población urbana tiene una acelerada tasa de crecimiento que en la actualidad es alrededor de 2,4% para la provincia de Imbabura. Este crecimiento rápido tiene un desfase con el desarrollo económico y la evolución de las condiciones de vida.

La falta de unidades de vivienda es un problema actual, ya que el número de personas que habitan en una habitación es particularmente alto (3 y 5). Un 65% de la población se concentra en viviendas y el mayor crecimiento urbano en la provincia se concentra en la ciudad de Ibarra.

Se puede decir que la ciudad de Ibarra tiene un atraso importante en cuanto a industrialización, aún comparándola con ciudades de la misma provincia. La parroquia que sobresale en la ciudad es la de San Antonio, ya que en ella se encuentra una cantidad importante de artesanos que han representado a la ciudad en eventos nacionales e internacionales.

1.1.1. Infraestructura básica

La ciudad cuenta con una infraestructura básica de servicios como son energía eléctrica, alcantarillado, alumbrado público, que permiten el normal desenvolvimiento de actividades de sus habitantes.

En cuanto a estructuras en la ciudad hay construcciones coloniales mismas que son patrimonio de la ciudad y el país, por este motivo no cuenta con edificios de gran altura permitiéndole conservar su estatus.

Este antecedente no impide que su infraestructura se vaya modernizando en cuanto a la construcción de nuevos edificios, para vivienda, instituciones y empresas en sectores que la autoridad ha destinado para aquello.

1.1.2. Salud

En Ibarra se encuentra una gran variedad de casas de salud, siendo su principal el Hospital San Vicente de Paúl, establecimiento público que constituye el hospital más completo e importante de la zona Norte del país, cuenta además con redes de subcentros en toda la ciudad, mismos que dan servicio en zonas un tanto apartadas para mejorar la atención a la ciudadanía ibarreña e imbabureña.

Otra casa de salud destacada dentro de la ciudad, provincia y zona uno es el hospital del IESS ubicado en la ciudad, mismo que fue recientemente equipado para brindar mejor atención a la ciudadanía. Además existen entidades privadas como clínicas en las que se brinda servicios médicos y estéticos que permitan mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.

1.2. Objetivos diagnósticos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra respecto a la actual forma de producción y comercialización de jugo de sábila, utilizando la matriz de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Verificar la existencia y comercialización de jugo de sábila en la ciudad de Ibarra.
2. Determinar las características de los posibles consumidores del jugo de sábila.
3. Identificar los mejores canales de distribución del jugo de sábila.
4. Conocer los requisitos para la creación de una microempresa productora y comercializadora de jugo de sábila.

1.3. Variables diagnósticas e indicadores

Con relación a los objetivos del Diagnóstico se identifica las siguientes variables sujetas a análisis:

1.3.1. Oferta

1. Precio
2. Competencia

1.3.2. Demanda

1. Preferencias

2. Precios

1.3.3. Comercialización

1. Directo e Indirecto

2. Empaque

1.3.4. Normativa Legal

1. Aspectos Legales

1.4. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1

Matriz de relación diagnóstica

Variable	Indicador	Fuente de Información	Técnica
Oferta	<input type="checkbox"/> Precio	Administradores de negocios	<input type="checkbox"/> Encuesta
	<input type="checkbox"/> Competencia		<input type="checkbox"/> Entrevista
Demanda	<input type="checkbox"/> Preferencias	Administradores de negocios	<input type="checkbox"/> Entrevista
	<input type="checkbox"/> Precios		<input type="checkbox"/> Encuesta
Comercialización	<input type="checkbox"/> Directo e Indirecto	Administradores de negocios	<input type="checkbox"/> Entrevista
	<input type="checkbox"/> Empaque		<input type="checkbox"/> Entrevista
Normativa Legal	<input type="checkbox"/> Aspectos Legales	<input type="checkbox"/> Ley de Economía Popular y Solidaria. <input type="checkbox"/> Ley Antimonopolio <input type="checkbox"/> Código de Producción	<input type="checkbox"/> Revisión de documentos.

Fuente: Directa
Elaboración: Los autores

1.5. Mecánica operativa

1.5.1. Identificación de la población

Para el desarrollo de la presente investigación se consideró como unidad de análisis a los administradores y propietarios de los lugares donde se expenden productos de primera necesidad, es decir quienes están a cargo de la administración de los supermercados existentes en el cantón, quienes permitieron conocer datos sobre la realidad económica y comercial.

1. Información primaria

Se utilizó como única fuente de información primaria para la realización del diagnóstico la entrevista a los administradores y propietarios de supermercados y comisariatos. **ANEXO # 01**

1.5.2. Información secundaria

La información secundaria que se ha utilizado fue recopilada en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte, revisando documentos como: Libros, revistas y demás Leyes pertinentes que permitieron respaldar y complementar la información obtenida.

1.6. Evaluación de la información

1.6.1. Entrevista realizada al administrador de Gran Aki.

¿Conoce si en la ciudad de Ibarra se produce jugo de sábila?

La verdad no he tenido conocimiento de este tipo de negocio a nivel local, lo que si se ha conocido es los beneficios que ofrece esta planta medicinal.

¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se cree una microempresa dedicada a la producción y comercialización de jugo de sábila?

En Ibarra con la experiencia y el vivir diario que no es un secreto para nadie, existe escases de empleo, por lo que la generación de estos negocios le viene bien a la gente ibarreña con lo que se está dinamizando la economía, y todo está en que el producto cumpla con las certificaciones higiénicas, y la microempresa los permisos necesarios para su funcionamiento, agregado a esto la responsabilidad que asuman los propietarios para comercializar en forma eficiente el producto ganando así prestigio.

¿Le interesaría tener este producto a la venta en su negocio?

La diversificación de productos debe ser una constante en nuestros negocios, desde luego tomando en cuenta la aceptación que tenga entre las personas, y requieran ese producto lo que garantizaría un éxito en su comercialización.

¿Qué medios de comunicación son los más efectivos para dar a conocer este producto?

El empaque que debería manejar la microempresa para este producto debería ser en un envase plástico como una tarrina, con el fin de bajar costos de producción.

¿Piensa que esta clase de productos son innovadores y puedan tener aceptación por la gente de Ibarra?

Los productos que aportan beneficios a la salud de las personas actualmente son muy tomados en cuenta por la población debido a que se están preocupando por mantener un buen nivel de vida, una salud y alimentación equilibrada, que permita a las personas estar bien y poder trabajar con tranquilidad

Este producto ¿en qué lugares de la ciudad, según su opinión debe ubicarse para ser expendido?

Para que la ciudadanía conozca un producto nuevo es necesario realizar degustaciones en los principales supermercados de la ciudad, en los comisariatos, en los micro mercados, es decir en lugares concurridos por los habitantes para que puedan conocer sus beneficios y convertirse en consumidores del producto.

1.6.2. Entrevista realizada al Sr. Administrador del comisariato Municipal

¿Conoce si en la ciudad de Ibarra se produce jugo de sábila?

No se ha conocido que se venda aquí en la localidad un jugo de esta planta, lo que se ha visto siempre son las cremas a base de sábila pero no un producto para consumo de la población.

¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se cree una microempresa dedicada a la producción y comercialización de jugo de sábila?

Si sería bueno que se cree este tipo de microempresas porque aportan con fuentes de empleo para las personas y adicionalmente brindan un beneficio en el aspecto de la salud y bienestar de cada individuo.

¿Le interesaría tener este producto a la venta en su negocio?

Siempre y cuando se realice un estudio previo en el que se determine que la población acepte el producto, si se podría poner a la venta el jugo de sábila.

¿Qué medios de comunicación son los más efectivos para dar a conocer este producto?

El mejor medio de comunicación es la exhibición del producto y la degustación que se haga del mismo, debería hacerse un empaque adecuado que permita mantenerlo bien conservado e higiénicamente elaborado para que la gente pueda verlo y confiar en sus maravillosas aportaciones.

¿Piensa que esta clase de productos son innovadores y puedan tener aceptación por la gente de Ibarra?

Claro que son innovadores porque no existen productos similares en la ciudad y como las personas siempre deben estar pendientes de su salud si tendría aceptación, pero como ya le mencioné sería realizando una demostración previa de los beneficios que aporta.

Este producto ¿en qué lugares de la ciudad, según su opinión debe ubicarse para ser expandido?

Los comisariatos y supermercados son el mejor lugar para poner a la venta el producto porque no sería un producto de tiendas, sino orientado a un sector de la población de nivel medio y alto.

1.6.3. Entrevista realizada al propietario de una despensa de víveres.**¿Conoce si en la ciudad de Ibarra se produce jugo de sábila?**

No conozco ningún producto como jugo de sábila que se expenda en la ciudad o al menos algo parecido

¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se cree una microempresa dedicada a la producción y comercialización de jugo de sábila?

Por lo que ha sus componentes saludables que contiene la sábila me parece muy interesante la creación de este producto.

¿Le interesaría tener este producto a la venta en su negocio?

Los productos nuevos en el mercado tienen una tendencia lenta de instalarse en el mismo por lo que me parecería que mientras no sea un producto que tenga gran acogida no tendríamos la posibilidad de tener en nuestro negocio el producto, de hecho en un largo plazo lo podríamos analizar.

¿Qué medios de comunicación son los más efectivos para dar a conocer este producto?

Creo que todos los medios existentes son necesarios

¿Piensa que esta clase de productos son innovadores y puedan tener aceptación por la gente de Ibarra?

Por sus componentes medicinales y altos poderes curativos pueden ser muy buena opción para la gente que cuida su salud y la de su familia.

Este producto ¿en qué lugares de la ciudad, según su opinión debe ubicarse para ser expandido

En tiendas medicinales y supermercados son los mejores sitios para despuntar sus ventas.

1.6.4. Entrevista realizada al propietario de una tienda medicinal

¿Conoce si en la ciudad de Ibarra se produce jugo de sábila?

No conozco, por mis conocimientos se de la existencia del producto en la ciudad de Ambato.

¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se cree una microempresa dedicada a la producción y comercialización de jugo de sábila?

Si. Siempre y cuando cumpla con las normas sanitarias y altos estándares ya que este es un producto en auge y por la misma razón los clientes exigen calidad.

¿Le interesaría tener este producto a la venta en su negocio?

Si. Porque es algo novedoso para el consumidor así podríamos hacer mayor conciencia para el uso de este producto y los beneficios que este brinda tanto en lo saludable como curativo.

¿Qué medios de comunicación son los más efectivos para dar a conocer este producto?

Mis vitrinas, papeles volantes y el comentario de la gente de los buenos resultados del producto ayudaran que este llegue de manera más fácil y ágil al consumidor

¿Piensa que esta clase de productos son innovadores y puedan tener aceptación por la gente de Ibarra?

Si. A la gente de Ibarra le gustan las cosas novedosas y se interesan por los productos que aporten soluciones su salud sin invertir demasiados recursos.

Este producto ¿en qué lugares de la ciudad, según su opinión debe ubicarse para ser expandido?

Al ingreso de los mercados, en los lugares deportivos y obviamente en tiendas como las mías que son netamente curativas

1.7. Matriz de aliados

Tabla 2

Matriz de aliados

ALIADOS		OPORTUNIDADES	
		NO EXISTE	COMPETENCIA EN LA
1	SUPERMERCADOS	1	PRESENTACION DEL PRODUCTO EN LA CIUDAD DE IBARRA
2	PRODUCTORES DE SÁBILA	2	PRODUCTO INNOVADOR
3	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	3	FIJACIÓN DE PRECIO
	ENTIDADES CREDITICIAS	4	DEMANDA CRECIENTE
OPONENTES		RIESGOS	
1	COMPETENCIA INFORMAL	1	CONSUMO TRADICIONAL
2	PRODUCTOS SUSTITUTOS		

Fuente: Directa

Elaborado por: Los autores

1.7.1. Cruces estratégicos

Tabla 3

Aliados con oportunidades

ALIADOS Y OPORTUNIDADES		ALIADOS
		Supermercados Productores de sábila Medios de comunicación Entidades crediticias
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS	
No existe competencia en la ciudad de Ibarra	1. Los medios de comunicación a través de la publicidad permitirán que la demanda vaya creciendo conforme la gente conoce el producto.	
Producto innovador	2. Los productores de sábila podrán poner a disposición de la población un producto innovador como es el jugo de sábila.	
Fijación de precio	3. Las entidades crediticias podrán facilitar el dinero para la creación de la microempresa debido a que se trata de un producto innovador.	
Demanda creciente	4. Los Supermercados constituyen los principales aliados debido a que no existe competencia en la ciudad en cuanto a este producto.	

Fuente: Directa
 Elaborado por: Los autores

Tabla 4*Aliados con riesgos*

ALIADOS	
ALIADOS Y RIESGOS	Supermercados Productores de sábila Medios de comunicación Entidades crediticias
RIESGOS	ESTRETEGIAS
Consumo tradicional	<ol style="list-style-type: none"> 1. A través de los medios de comunicación se podrá dar a conocer el producto a la ciudadanía con el fin de cambiar el hábito de las personas de consumir productos tradicionales. 2. Los Supermercados junto con los productores de sábila, podrán utilizar mecanismos y diferentes técnicas de ventas para minimizar el consumo tradicional de los clientes.

Fuente: Directa

Elaborado por: Los autores

Tabla 5*Oponentes con oportunidades*

OPONENTES	
OPONENTES Y OPORTUNIDADES	Competencia Informal Productos sustitutos
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS
No existe competencia en la ciudad de Ibarra	<p>1. El crecimiento de la demanda permitirá que la competencia informal vaya desapareciendo debido a la acogida del producto.</p>
Producto innovador	<p>2. El jugo de sábila al ser un producto innovador, atraerá mayor acogida por parte del cliente, ya que los productos sustitutos existentes no aportan los mismos beneficios que el producto propuesto.</p>
Fijación de precio	<p>3. Al fijarse un precio moderado para el jugo de sábila se podrá reducir la competencia informal.</p>
Demanda creciente	<p>4. El jugo de sábila por ser un producto innovador y elaborado con altos índices de calidad e higiene, podrá minimizar la competencia informal que muchas veces no brinda las adecuadas garantías sanitarias al cliente.</p>

Fuente: Directa
 Elaborado por: Los autores

Tabla 6*Oponentes con riesgos*

RIESGOS	
OPONENTES Y RIESGOS	Consumo tradicional
OPONENTES	ESTRATEGIAS OR
Competencia Informal	1. La reducción en el consumo de productos sustitutos por parte de la población, permitirá cambiar el hábito de consumo tradicional del cliente.
Productos sustitutos	2. Al no existir competencia informal en las calles, el consumo tradicional de estos productos preparados sin las garantías sanitarias se verá disminuido.

Fuente: Directa
Elaborado por: Los autores

1.8. Determinación del problema diagnóstico

Concluida la investigación de campo en la que se aplicó las respectivas técnicas de investigación, se logró obtener información relevante con la cual se puede determinar que en la ciudad de Ibarra no existe de una microempresa dedicada a la PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA, considerando las preferencias por parte del consumidor y abriendo la oportunidad de generar un producto innovador, que adicionalmente aporte al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y de su salud, aprovechando las nuevas normativas legales que apoyan este tipo de emprendimientos; hechos que le da gran vitalidad al proyecto para su realización.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para proporcionar un sustento científico y bibliográfico al presente proyecto se presenta a continuación una serie de conocimientos sobre la “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA”, los cuales permitirán tener fundamentos científicos sobre el tema planteado.

2.1. Sábila

“También conocida como aloe vera, sábila, barbados o aloe de curazao, y aloe barbadenses está considerado uno de los mayores regeneradores celulares que ha dado la naturaleza. La sábila (Aloe) se ha utilizado a lo largo de la historia en tratamientos de múltiples enfermedades internas, de la piel, del cabello del organismo humano, incluso también en los animales”. Disponible en: www.monografias.com/trabajos78/sabila

El aloe vera (sábila) es ideal para heridas y quemaduras, e incluso picaduras de insecto. Desde la antigüedad, la sábila ha recibido diversos nombres, pero siempre se le ha conocido por sus propiedades curativas y preventivas. Actualmente la sábila se ha convertido en una industria importante; algunas empresas que la procesan, elaboran productos de consumo general.

2.1.1. Historia de la sábila

La historia de la sábila o aloe, comienza cuando Balaán, sacerdote y profeta, en el siglo XV antes de Cristo, levantó sus ojos hacia el desierto y tuvo la extraordinaria visión de que las tiendas del pueblo de Israel se extendían hasta donde alcanzaba la vista y mucho más allá. (Libro Números, Antiguo Testamento, capítulo 24, versículo 6).

Tan impresionante fue la visión del sacerdote que sólo era comparable con los cedros, una de las maderas más codiciadas por hermosas, sin nudos, de un agradable olor y una altísima resistencia a las inclemencias del tiempo y a los efectos de los insectos, plantados a las orillas del río; y con el jardín de aloes sembrados por el mismo Jehová.

Resulta extraño relacionar a dos plantas con características tan diferentes, pues la sábila con sus hojas carnosas y espinas laterales, la hacen ver más bien agresivo, pero las ventajas medicinales, cosméticas y alimenticias que posee son insustituibles. Así pues, la sábila es símbolo de resurrección, sueño y deseo final que siempre ha estado anidado en el corazón de la humanidad. En medio de este simbolismo, aparecen dos hechos curiosos, el primero en China donde aparecen unas pinturas en las que se muestra una escena en la que un médico atiende a un soldado herido socorriéndolo con pencas de sábila como cicatrizante. Y el segundo, en Etiopía en el año de 1912 cuando se encuentra en un túmulo funerario del paleolítico (edad de piedra), una momia con varias pencas de Aloe provenientes de la Isla de Socotra en Yemen.

Alejandro Magno en sus expediciones conquistó la isla Socotra al sur de Arabia, porque allí se encontraba gran cantidad de sábila, que le serviría para la curación de las heridas, quemaduras y enfermedades de sus soldados. Los chinos, fueron los primeros en usar el Aloe Vera. En el antiguo Egipto era de uso frecuente.

Cleopatra lo usaba como ingrediente esencial en sus curas diarias. Documentos históricos de romanos, griegos, hindús, Árabes y de otros pueblos de la línea cálida de la tierra, hablan de las virtudes de su uso medicinal y cosmético. Los españoles llevaron el Aloe al continente Americano durante su conquista. Disponible en: www.vhost.cantv.net/informativas/gastronomia/html/la_sabila

Los hechos anteriores demuestran que desde los principios de la historia, la sábila siempre ha estado presente, y es a partir de la Edad Media en que se le comienza a dar más

credibilidad a los poderes curativos de esta planta y se inicia un proceso en el que las personas comenzaban a tenerla en su propia casa, con la finalidad de aprovechar los beneficios que ésta posee.

Esta planta es originaria del continente Africano Desde épocas remotas, antes de la era Cristiana se le conocen muchas propiedades preventivas y curativas de la sábila.

2.1.2. Enfermedades que cura la sábila

A continuación se presenta una lista de las principales enfermedades y molestias que la planta de la Sábila ayuda a prevenir, controlar, o curar:

- Acné
- Úlceras pépticas y estomacales
- Alta presión Sanguínea
- Dolor De Cabeza
- Pie de Atleta
- Insomnio
- Inflamaciones
- Constipación
- Colitis
- Disentería

- Problemas Digestivos
- Quemaduras por Rayos X
- Estimula la Circulación
- Infecciones de la Piel
- Congestión crónica de la Nariz
- Anemia
- Reumatismo
- Dermatitis
- Tuberculosis
- Inhibidor de dolor muscular
- Seborrea y Alopecia
- Quemaduras por fuego
- Erupción cutánea
- Esclerosis Múltiple
- Venas Varicosas
- Artritis
- Cáncer de la piel, Digestivo y de colon

- Inflamación de intestinos
- Obstrucción de Venas

Entre sus Usos Más Frecuentes tenemos:

- **Laxante (Catártica):** para limpiar y purificar el organismo, al fin de que este pueda absorber las vitaminas y nutrientes de los alimentos.
- **Desintoxicante:** Para purificar la sangre, limpiar los órganos principales del cuerpo.
- **Emenagogo:** para facilitar el flujo menstrual en la mujer.
- **Analgésico:** Calma el dolor.
- **Antibiótico natural:** Evita las infecciones, desinfecta, cura y cierra las heridas rápidamente, por poseer un estimulante biogénico.
- **Cicatrizante:** Las propiedades coagulantes contribuyen a detener el sangramiento y sanar las heridas fomentando la cicatrización.
- **Astringente:** Aumenta la elasticidad y resistencia de los tejidos, por este motivo rechaza y expulsa el exceso de humedad.

2.1.3. Composición química

Tabla 7

Composición química de la sábila

Nutrientes	Sábila Pura
Calcio	458
Fósforo	20.1
Cobre	0.11
Hierro	1.18
Magnesio	60.8
Manganeso	1.04
Potasio	797
Sodio	84.4
AMINOÁCIDOS (esenciales)	
Acido apartico	43
Acido glutámico	52
A lanina	28
Isoleucina	14
Fenilalanina	14
Treonina	31
Prolina	14
Valina	14
Leucina	20
Histidina	18
Serina	45
Clicina	28
Metionina	14
Lisina	14
Arginina	14
Tirosina	14
Triptófano	30
Proteínas	0.1%

Fuente: Quezada, W. 2004 Separatas Industria de aceite y jabones.
Elaborado por: Los autores

2.2. Microempresas

Monteros. E.(2009) expresa: “La microempresa puede ser definida como una asociación de personas que operando en forma organizada, utilizan sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y la 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.” (Pág. 15)

Las microempresas han sido generadas por emprendedores quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan; son unidades económicas de carácter familiar, de baja capitalización que operan en el mercado a partir de una inversión a riesgo.

El trabajador autónomo y la microempresa son los principales modelos que eligen los emprendedores a la hora de organizarse e intentar alcanzar sus metas y objetivos.

2.2.1. Elementos constitutivos para la creación de la microempresa

- Se constituye con poca inversión
- Utilización de procesos sencillos de producción, y ventas.
- Fácil de organizar y flexible.
- El propietario tiene control y responsabilidad.
- Restricciones legales mínimas.
- Ingreso gravado como ingreso personal.
- Mínimos costos de organización
- De 1 a 10 trabajadores

- No se requiere personal tan capacitado
- Enfocarse en el mercado local
- De tipo familiar

La constitución de una microempresa es sencilla debido a que es un negocio pequeño que no requiere de demasiadas actividades, pero si conlleva una gran responsabilidad para los dueños que toman la decisión de emprender su propio negocio, en este caso la responsabilidad sería a cargo del autor del proyecto.

2.2.2. El Emprendimiento

Se denomina emprendimiento a diversos tipos de microempresas que generan ganancias, que son de propiedad y administración de los creadores de la idea, que trabajan ellos mismos en estas empresas y que en general no tienen empleados, si no que se trata de emprendimientos individuales o familiares que requieren una muy baja inversión y su forma jurídica puede encuadrarse casi siempre dentro de la economía informal.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, ha creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser

empleadores, a la vez generar plazas de trabajo para otras personas que no cuentan con un empleo.

2.2.3. Presupuesto para la microempresa

El presupuesto es una extensión de su plan de negocios y su estrategia, puestos en la práctica. Sirve para cuantificar el plan en términos económicos y da un sentido de realidad a las ideas conceptuales, transformándolas en una empresa factible. Un presupuesto bien elaborado sirve como una línea de base y un punto de referencia importante que puede guiar a su negocio en la dirección correcta al proporcionar un marco esencial para la puesta en marcha y las etapas iniciales de operaciones. En este sentido, puede ser una herramienta muy valiosa para manejar el negocio, siempre que el presupuesto tiene sus fundamentos en datos realistas que se puede usar para medir el desempeño.

Al contar con un presupuesto detallado, se tendrá una ventaja importante cuando se busca financiamiento para un negocio. Los posibles prestamistas e inversionistas tendrán una clara visión de qué se trata el negocio, cómo se llevará a cabo el plan del negocio en términos económicos concretos, por qué se necesita el financiamiento y cómo se va a gastar el dinero. Un buen presupuesto muestra al prestamista cómo se va a pagar el préstamo y muestra al inversionista qué retorno puede esperar sobre su inversión. En ambos casos, el presupuesto mejora en forma significativa las posibilidades de conseguir el financiamiento que se necesita para un negocio. Y cuando el presupuesto cuenta con el debido nivel de detalle y respaldo, será mucho más creíble para los prestamistas e inversionistas.

2.2.4. Contabilidad

La contabilidad registra, clasifica y resume las operaciones económicas que realiza la empresa, con el objeto de obtener información financiera necesaria para que el

microempresario pueda tomar decisiones. Existen 2 estados financieros básicos que muestran la información y los resultados en un determinado período, estos son:

1. Estado de Situación Financiera

Es un resumen claro y sencillo sobre la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. Su elaboración podrá ser mensual, semestral o anual de acuerdo con las necesidades del propio microempresario.

El Estado De Situación Financiera muestra a una fecha determinada todos los bienes y derechos propiedad de la empresa, denominados Activos, así como todas sus obligaciones ciertas y aquellas que puede llegar a tener, es decir los Pasivos y por último el patrimonio neto de la empresa que constituye el Capital.

$$\text{ACTIVO} - \text{PASIVO} = \text{CAPITAL}$$

2. Estado de Resultados

Es un informe que permite determinar si la empresa experimentó utilidades o pérdidas en un período determinado. Cuando ese lapso comprende un año de operaciones se lo conoce como ejercicio económico.

A pesar de ser un negocio pequeño debe llevar una contabilidad que le brinde mayor calidad a las actividades que se realizan en la microempresa y así facilitar la toma de decisiones por parte del propietario.

2.3. Administración de Empresas

Idalberto Chiavenato (2009) señala: “la tarea de la administración consiste en interpretar los objetivos de la empresa y transformarlos en acción empresarial mediante planeación,

organización, dirección y control de las actividades realizadas en las diversas áreas y niveles de la empresa para conseguir tales objetivos.” (Pág. 3)

Es el proceso de lograr que las cosas se realicen por medio de la planeación, organización, delegación de funciones, integración de personal, dirección y control de otras personas, creando y manteniendo un ambiente en el cual la persona se pueda desempeñar entusiastamente en conjunto con otras, sacando a relucir su potencial, eficacia y eficiencia y lograr así fines determinados.

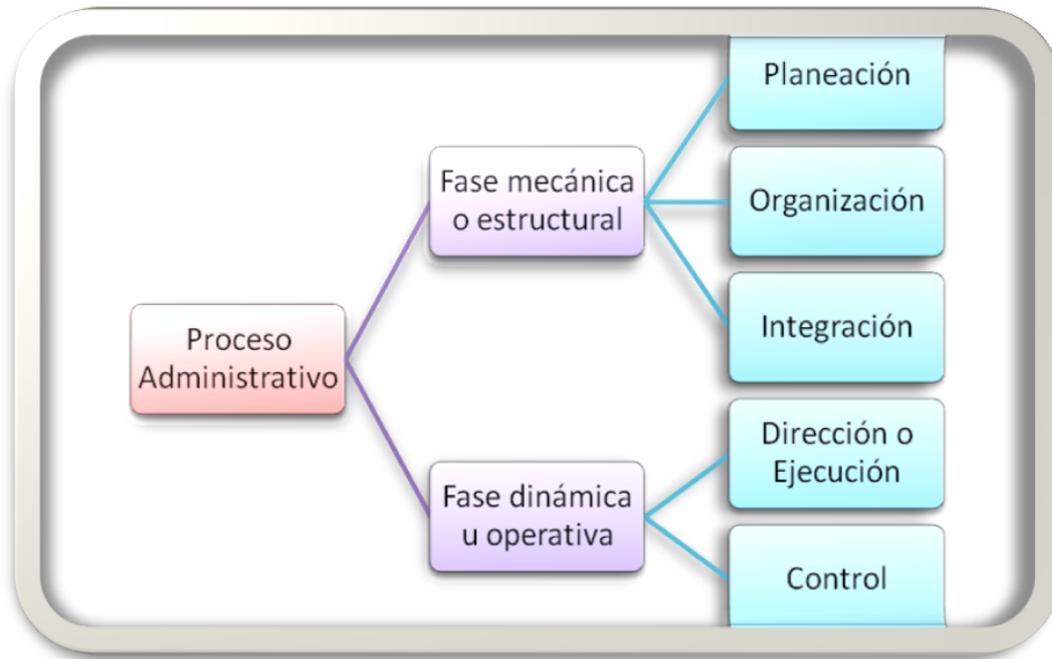
En fin la administración consiste en darle forma, de manera consistente y constante a las organizaciones. Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el encargo de dirigir las actividades para posteriormente cumplir con metas previstas.

2.3.1. Proceso administrativo

LOURDES MÜNCH (2007). Define: *“el proceso administrativo es una metodología fundamental para la aplicación de la administración.”* (pág. 36).

Las cinco funciones de la administración que se mencionan a continuación, constituyen el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma coincidente y continua al administrarse una empresa. El proceso administrativo se vale de enlaces y de la retroalimentación.

Figura 2
Proceso administrativo



El proceso administrativo es muy importante ya que nos permite realizar las diversas actividades de forma coordinada y correcta sin dejar de realizar actividades o dejándolas sueltas. Se debe procurar la creación y aplicación de un correcto proceso para tener el mayor éxito posible en el proyecto planteado.

2.3.2. Las Organizaciones

TALCOTT PARSONS. Señala: *“Las organizaciones son unidades sociales (o agrupaciones humanas) constituidas intencionalmente y reconstruidas para alcanzar objetivos específicos.”* (Pág. 17).

Todas las organizaciones tienen sus objetivos bien definidos, al igual que la microempresa propuesta, por lo cual es en base a ellos que realizan todas sus actividades y a medida que se alcanzan los objetivos se plantean otros y otros cada vez mejores y para su crecimiento.

2.3.3. Planeación estratégica

BASIL W. DENNIG (ORG.). Define: “la planeación estratégica es la determinación de la posición futura de la empresa, en especial frente a sus productos y mercados, su rentabilidad, su tamaño, su grado de innovación y sus relaciones con sus ejecutivos, sus empleados y ciertas instituciones externas.” (Pág. 4).

La planeación por su parte tiene como propósito fundamental contribuir al alcance de los objetivos: facilitar el logro de los objetivos y de la empresa.

Se basa en la misión, visión y los valores de la organización. La planeación estratégica nos permite colocar todos los objetivos y las actividades que se realizarán para alcanzarlos en un solo documento que ayudará al control de las tareas y a evaluar los avances que se tengan, también nos da la posibilidad de tomar otras decisiones para mejorar de forma continua. La Planificación Estratégica es la más futurista. Sin ella no se tiene la base sólida para continuar con las actividades y se puede llegar al fracaso.

1. Misión

Sérvulo Anzola Rojas (2010) afirma: *“misión es la rama de actividad en que debe estar la empresa, su desarrollo y objetivos en cuanto a los resultados que se espera tener.”* (Pág. 83).

La misión de la empresa se refiere a la forma en que la empresa está constituida, es el presente, le da identidad y razón de ser, es su esencia misma y la relación de ésta con su contexto social; en la Misión encontramos el fundamento que permite explicar a los demás el sentido de la organización en la sociedad. Es una afirmación que describe el concepto de la empresa, la naturaleza del negocio, la razón para que exista la empresa, la gente a la que le sirve y los principios y valores bajo los que pretende funcionar.

2. Visión

CARLOS JULIO GALINDO RUIZ (2008). Señala: *“Visión es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas.”* (Pág. 22).

La Visión es el conjunto de ideas generales, que proveen el marco de referencia de lo que una unidad de negocio quiere ser en el futuro. Señala el rumbo y da dirección. Es una representación de cómo se cree que deba ser el futuro para la empresa ante los ojos de: los clientes, los proveedores, los empleados y los propietarios; indica cual es la meta que la compañía persigue a largo plazo, incluye la forma en que esta se conceptualiza a sí misma en la actualidad y a futuro.

2.4. Mercadotecnia

MONTAÑO, Francisco (2007) manifiesta: “La mercadotecnia es una guía administrativa para la planeación, organización, ejecución y control de la realización del proceso de las actividades, en la distribución al lugar adecuado de bienes y servicios, del productor al consumidor, de la manera más costeable, oportuna y eficiente que los competidores”. (Pág. 12).

La Mercadotecnia tiene como objetivo principal favorecer el intercambio entre dos partes de modo que ambas resulten beneficiadas. El marketing es la orientación con la que se gestiona el mercadeo o la comercialización dentro de una organización.

Es el conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores, en este caso del jugo de sábila. El productor debe intentar diseñar y producir un producto que satisfaga las necesidades del consumidor. Al principio se limitaba a intentar vender un producto que ya estaba fabricado, es decir, la actividad de marketing era posterior a la producción del bien y sólo pretendía fomentar las

ventas de un producto final, ahora tiene muchas más funciones que han de cumplirse antes de iniciarse el proceso de producción.

2.4.1. Marketing Mix

CHARLES W. LAMB, JR./ JOSEPH F. HAIR, JR./ CARL MC DANIEL (2009). Consideran: “El termino mezcla de marketing se refiere a una mezcla distintiva de estrategias de producto, plaza (distribución), promoción y precios (a menudo llamados las cuatro P) diseñada para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado objetivo.” (Pág.51).

Estas herramientas del Marketing Mix son conocidas también como las Cuatro P's: Las cuales son: Producto, Precio, Plaza o Distribución y Promoción.

- **Producto:** En mercadotecnia, un producto es todo aquello tangible o intangible (bien o servicio) 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.
- **Precio:** Es el monto de intercambio asociado a la transacción. El precio no se fija por los costes de fabricación o producción del bien, sino que debe tener su origen en la cuantificación de los beneficios que el producto significa para el mercado y lo que éste esté dispuesto a pagar por esos beneficios. Sin perjuicio de lo anterior, para la fijación del precio también se consideran: los precios de la competencia informal existente para el jugo de sábila, el posicionamiento deseado y los requerimientos de la empresa.
- **Plaza o Distribución:** Define dónde comercializar el producto (bien o servicio) que se ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta, para lograr que

el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Los canales de distribución hacen llegar el producto hasta el comprador potencial.

- **Promoción:** Incluye todas las funciones realizadas para que el mercado conozca la existencia del producto/marca.

Marketing es el uso de un conjunto de herramientas encaminadas a la satisfacción del cliente mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para presentar un producto que realmente satisfaga las necesidades de los clientes.

2.4.2. Plan de Mercadotecnia

CHARLES W. LAMB, JR./ JOSEPH F. HAIR, JR./ CARL MC DANIEL (2009). Señala: *“La planeación de marketing se refiere al diseño de actividades relacionadas con los objetivos y los cambios en el ambiente del mercado.”* Pág. 39

La publicidad es un aspecto muy importante, pero sin un plan de marketing esta sería insulsa y poco atractiva al público, lo cual significaría un gasto más para la empresa. La mercadotecnia es un factor imprescindible en los negocios y muchas veces de ella depende si la empresa triunfa o no, por lo que es un aspecto que ningún empresario debe olvidar. Es un proceso en el que la empresa detecta las oportunidades del mercado, establece su posición en el mismo elabora los planes y los controla, para poder llevar a cabo los diferentes objetivos. En el presente proyecto la publicidad que se dé al producto será, el aspecto que permita al cliente conocer los beneficios del jugo de sábila, determinar el lugar para distribuirlo, entre otros.

2.4.3. Etiqueta y empaquetado

1. **Marcas:** La venta de un producto se facilita cuando el cliente lo conoce y lo solicita por su nombre; una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño o combinación de los mismos, que indica los bienes y servicios de una empresa y los diferencia de sus competidores. Se deberá definir un nombre apropiado para que los potenciales clientes conozcan de qué se trata el producto en este caso el jugo de sábila.
2. **Etiquetas:** Son las formas impresas que el producto o paquete llevan con la finalidad de proporcionar información al cliente o consumidor para ayudarle a tomar una decisión de compra, además señala los atributos más importantes del producto, en este caso señalaría los componentes nutritivos de la sábila y los altos beneficios que ésta aporta.
3. **Empaques:** La función primordial de cualquier empaque es proteger su contenido; el empaque debe ayudar a vender el producto; debe servir como medio publicitario y además debe permitir mantener el jugo de sábila en buen estado para que llegue al cliente de la mejor manera.

2.5. Evaluación Económica

GEORGE W. TORRANCE (1991). Define: *“la evaluación económica es un Análisis comparativo de las acciones alternativas tanto en términos de costes como de beneficios”*.

La evaluación económica es un medio de decisión ante diferentes alternativas; para realizar un análisis económico es preciso cuantificar los costes y los beneficios, la evaluación económica integra en su análisis tanto los costes monetarios como los beneficios expresados en otras unidades relacionadas con las mejoras en las condiciones de vida de un grupo. Podemos hablar entonces de estabilidad o beneficios de tipo social.

2.5.1. Cuadro de Inversión

Las inversiones propuestas deberán expresarse en valores. Todos estos cuadros deben constituir, coherentemente, el plan de inversión y forman parte del compromiso de inversión en valores monetarios y en unidades físicas, los cuadros deberán ser acompañados y justificados con los respectivos estudios de ingeniería, memorias gráficas y escritas, presupuestos y croquis.

Tabla 8

Cuadro de inversión

	18 meses Financiado IDEA		
	1 ^{er} AÑO	2 ^o AÑO	3 ^{er} AÑO
1 - ACTIVO FIJO			
GASTOS DE ESTABLECIMIENTO			
INMOVILIZADO INMATERIAL			
Patentes y marcas			
Derechos de traspaso			
Aplicaciones Informáticas			
Leasing			
Otros (*1)			
INMOVILIZADO MATERIAL			
Terrenos			
Construcciones			
Maquinaria			
Herramientas y utiles			
Mobiliario			
Equipos Informaticos			
Elementos de transporte			
Otros (*1)			
INMOVILIZADO FINANCIERO			
TOTAL ACTIVO FIJO			
2 - ACTIVO CIRCULANTE			
EXISTENCIAS			
DEUDORES			
Clientes			
Administraciones Públicas			
TESORERIA			
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE			
TOTAL INVERSIONES			

Los cuadros de inversión dan la posibilidad de saber con exactitud los costos y gastos en los que se va a incurrir al momento de realizar una inversión y gracias a eso podemos saber el valor total a invertir y no solo en un período sino en varios a diferentes tiempos.

2.5.2. Proyección de ingresos

La proyección de ingresos es una actividad de suma importancia puesto que nos permite identificar las posibilidades de crecimiento de la empresa y si logrará una utilidad o pérdida durante períodos determinados de tiempo, además ayuda a conocer los ingresos que habrá y por lo tanto hasta qué punto se puede gastar.

2.5.3. Costos y Gastos Projectados

A la proyección de gastos corresponde el total de egresos de dinero que tendrá su empresa durante el mismo período del presupuesto de ventas elaborado. Para ello se debe determinar:

- Tipos, cantidades y precios de los materiales a utilizar.
- Cantidades de operarios y el total de salarios y beneficios a pagar mes a mes.
- Servicios ajenos a contratar; la cantidad y el precio aproximado de los mismos.
- Los gastos de administración del negocio: sueldo del administrador, sueldos del personal de oficina, renta del local, consumo de energía, la luz, agua, gastos de movilidad, papelería, correo, teléfono, mantenimiento de instalaciones y máquinas.
- Pago por pólizas de seguros.
- Los totales mensuales a cargar por concepto de depreciación.

- Los montos totales de comisiones a pagar a vendedores y/o comisionistas.
- Los gastos promocionales (folletos, volantes, afiches) y publicidad (cuñas en radio, avisos en periódicos, etc.)

Hacer una proyección de gastos ayuda a identificar que gastos no se deben hacer, o que prioridades no se deben establecer en relación a los costos. Sin esta proyección sería difícil identificar cuáles son las necesidades vitales de la microempresa.

2.5.4. Punto de Equilibrio

GREGORY MANKIW (2007). Manifiesta: *“El punto de equilibrio es la situación en la que el precio de mercado ha alcanzado un nivel en el que la cantidad ofrecida y la demandada se igualan. Precio y cantidad.”* (Pág. 56).

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

2.5.5. Flujo de Caja

Se entiende por flujo de caja o flujo de fondos, los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

Usualmente el flujo de caja se calcula con una matriz con columnas y filas. En las columnas se disponen los períodos, por lo general, meses; y en las filas los ingresos y las salidas de dinero.

- **ENTRADAS:** es todo el dinero que ingresa la empresa por su actividad productiva o de servicios, o producto de la venta de activos (desinversión), subvenciones, etc.
- **SALIDAS:** es todo dinero que sale de la empresa y que es necesario para llevar a cabo su actividad productiva. Incluye los costes variables y fijos.

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

La diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo se conoce como saldo, el cual puede ser favorable (cuando los ingresos son mayores que los egresos) o desfavorable (cuando los egresos son mayores que los ingresos).

2.5.6. Valor Actual Neto (VAN)

Beltrán, A. y H. Cueva (1998): dice: “El VAN es el valor presente de los beneficios netos que genera un proyecto a lo largo de su vida útil, descontados a la tasa de interés que refleja el costo de oportunidad que para él o la inversionista tiene el capital que piensa invertir en el proyecto (...). Este VAN mide, en moneda de hoy, cuánto más rico es el inversionista si realiza el proyecto, en vez de colocar su dinero en la actividad que le brinda como rentabilidad la tasa de descuento”.

Se puede definir como el valor presente del conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos esta inversión inicial, valuada también en ese momento.

2.5.7. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto mide la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en él. Se define como aquella tasa de descuento que iguala a cero el Valor Actual Neto. Es un valor que nos remite a un determinado tipo de interés para el cual realizar o no la inversión sería indiferente.

Cuanta más alta sea la TIR más alta será la rentabilidad esperada del negocio y, al revés, cuanto más baja la TIR más riesgo corremos al realizar la inversión.

Si la TIR es mayor que el coste de oportunidad del capital, entonces el capital del proyecto evaluado genera una rentabilidad mayor que la que puede ser generada por la mejor alternativa de inversión. En ese caso es recomendable apostar por el proyecto.

2.5.8. Tiempo de recuperación de la inversión

El tiempo de recuperación de la inversión es el tiempo que le tomará al negocio devolver la inversión que se tuvo que realizar, el cual puede ser en meses o años, depende del monto que se haya invertido y el tipo de actividad que se realice; ciertas actividades pueden tomar más tiempo de lo estimado en recuperar la inversión inicial.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Planteamiento del problema de investigación

En la provincia de Imbabura específicamente en la ciudad de Ibarra no existen empresas productoras y comercializadoras de jugo de sábila en forma higiénica y que sea embotellado para su distribución, existiendo venta informal de este producto en las calles de la urbe, siendo un riesgo para la gente consumir este producto, su aceptación depende de su presencia en el mercado para lo cual se definirá un buen canal de distribución, haciendo todos los esfuerzos de mercadotecnia según al segmento al cual esta dirigido.

El problema es que las personas que residen en la ciudad de Ibarra quisieran encontrar este producto elaborado con normas de salubridad e higiene y cuente con registro sanitario, ubicado en supermercados o tiendas para poderlo encontrar con facilidad y consumirlo. El mismo que si se lo produce en la ciudad generara más fuentes de trabajo y podrá satisfacer las necesidades de la población.

Si no se hace los esfuerzos por dar solución al problema expuesto anteriormente, refiriéndonos a que existe una demanda insatisfecha de este producto, las personas se verán obligadas a consumir el producto expedido por los vendedores ambulantes y poniendo en riesgo su salud.

Como consecuencia de lo mencionado se ha visto necesario realizar un estudio para medir la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de jugo de sábila en la ciudad de Ibarra, producto que esta enfocado a preservar la salud de las

personas que lo consuman, la misma que cumplirá con todos los requerimientos necesarios para su creación y funcionamiento de acuerdo a normas, estándares de calidad y salubridad.

3.2. Objetivos de la investigación

3.2.1. Objetivo General

Determinar la demanda existente en el mercado para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de jugo de sábila en la ciudad de Ibarra

3.2.2. Objetivos Específicos

- a) Conocer la oferta de jugo de sábila en la ciudad de Ibarra.
- b) Establecer la demanda existente para este producto considerando las preferencias para determinar la factibilidad del proyecto
- c) Determinar el precio de mercado del jugo de sábila para su venta.

3.3. Identificación de los productos o servicios

El producto que se pretende penetrar al mercado es la sábila licuada que es la planta base, con una combinación de agua cocinada con linaza que le da una textura espesa más endulzante, la misma que se embotellará en presentación de 500ml y refrigerará para luego distribuirla como bebida refrescante que va orientada a preservar la salud de las personas que la consuman.

La sábila es una de las plantas más asombrosas encontradas en este planeta, debido a la cantidad de propiedades curativas y elementos positivos que esta contiene. La planta de Sábila ha sido usada en medicina y cosméticos durante siglos.

Se ha demostrado que la linaza, una semilla con abundantes propiedades, también es ideal para adelgazar. Las propiedades de la linaza para perder peso, se deben tanto a su alto contenido en ácidos grasos esenciales Omega 3, necesarios para mantener los procesos metabólicos y quemar calorías, como a su riqueza en fibras que aportan una sensación de saciedad, ideal para prevenir el riesgo de atracones, tan frecuentes y temidos en las dietas para bajar de peso. Además, los nutrientes esenciales del aceite de linaza aumentan el consumo de oxígeno a nivel celular, lo que produce energía y sensación de bienestar.

3.4. Características del producto

Apoya a la limpieza interna y la eliminación saludable con nutrientes orgánicos y enzimas de la sábila y linaza en un tónico refrescante.

Beneficios clave

- Apoya la salud digestiva de manera natural
- Ayuda a la auto limpieza del cuerpo
- Incluye sábila de la mejor calidad

Hoy en día sabemos que esta planta contiene factores nutricionales que contribuyen a mejorar los tejidos ya que: desinflama, cicatriza, depura (detoxifica), mejora la digestión, y mejora el funcionamiento del páncreas, hígado y riñones.

La sábila es una planta exótica que tiene más de 200 componentes de los cuales 75 de ellos traen ventajas para la salud y nutrientes muy necesarios para el cuerpo humano. A continuación algunos de estos componentes:

Tabla 9

Características del producto

Constituyentes	Número de Identificación	Propiedad y Actividad	Comentarios
Aminoácidos	Provee 20 de los 22 aminoácidos que el cuerpo requiere y de ellos los 8 esenciales	Proporciona los componentes básicos de proteínas en la producción de tejido musculares etc.	Los 8 aminoácidos esenciales el cuerpo no los puede generar
Anthraquinones	Proporciona 12 Anthraquinones: Aloe emodin, Ácido de Aloetic, Aloin, Anthracine, Antranol, Barbaloin, Ácido de Chrysophanic, Emodin, Petróleo Etéreo, Ester de Ácido Cinnamonic, Isobarbaloin, Resistannol.	En concentraciones relativamente pequeñas, juntos con la fracción de Gel, proporcionan actividad analgésica, antibacterial, antihongos y antiviral. En altas concentraciones pueden ser tóxicos	Tradicionalmente conocido como laxantes. Los anthraquinones son encontrados en la savia. Los derivados anthraquinone (anthrones y chromones) comprenden la fracción phenolic de la savia. El componente de la savia primaria es la Aloin/Barbaloin anthrone derivado
Enzimas	Proporciona 8 enzimas: Aliiase, Phosphatase alcalino, Amylase, Carboxypeptidase, Catalase, Cellulase, Lipase, Peroxidase	Ayuda en la descomposición de azúcares y grasas, ayudando a la digestión y realizando la absorción de nutrientes	
Hormonas	Auxins & Gibberellins	Ayuda en la curación de las heridas y es antiinflamatorio	
Lignina	Substancia basada en celulosa	Pensado para proporcionar poder penetrante en preparaciones para la piel con sábila puede actuar como un portador para otros componentes	
Minerales	Proporciona 9 minerales: Calcio, Cromo, Cobre, Hierro, Magnesio, Manganeso, Potasio, Sodio, Zinc	Esencial para la buena salud y es conocido trabajar en ciertas combinaciones el uno con el otro, vitaminas y otros microelementos	
Ácido Salicílico	Componente tipo aspirina	Analgésico	
Saponinas	Glycosides	Sustancia jabonosa que ayuda en la limpieza y como antiséptico	
Sterols	Proporciona 4 esteroides principales: Colesterol, Campesterol, Lupeol, Sitosterol	Agentes antiinflamatorios. El Lupeol también posee propiedades antisépticas y analgésicas	
Azúcares	Monosacáridos: glucosa y fructosa. Polisacáridos: gluco-mannans / polimannosa	Antiviral y antiinflamatorio. Modula la actividad inmunologica del acemannan	La cadena larga gluco-mannans es absorbida intacta por el proceso de pinocytotic de ciertas células que alinean el aparato digestivo.
Vitaminas	A, C, E, B, Choline, B12, ácido Fólico	Antioxidante (A,C,E): neutraliza agentes externos.	Vitamina B y Choline implicados en el metabolismo de los aminoácidos, B12 requerido para la producción de glóbulos rojos, Ácido de Fólico en el desarrollo de células de la sangre

Fuente: wikipedia-sabila
Elaborado por: Los Autores

3.5. Productos o servicios sustitutos

El producto que se lo puede definir como sustituto es el jugo de sábila que se lo expende de informal en la ciudad de Ibarra, además otros productos sustitutos se constituyen las bebidas tales como: aguas saborizadas, jugos envasados, energizantes entre otros.

Es importante considerar los gustos y preferencias de los posibles consumidores para tener éxito en la introducción de este producto en el mercado. Para lo cual se debe determinar el grupo objetivo y establecer los mejores canales de distribución.

3.6. Normativa sanitaria, técnica y comercial

Con la finalidad de tener éxito en la penetración del jugo de sábila en el mercado se debe cumplir con todas las normas técnicas, higiénicas en la producción, para obtener el registro sanitario y de esta forma ofertar un producto de calidad que vaya en beneficio de la salud mas no en su deterioro.

3.7. Consumidor del producto

El producto esta orientado para que sea consumido especialmente las personas mayores a los 20 años, que forman parte del PEA, puesto que son los que van a decidir directamente la adquisición del miso. Tomando en consideración que como va avanzando más la edad las personas comienzan a considerar productos para fortalecer su salud. Es decir existe un mercado potencial.

3.8. Estructura del mercado

Se requiere de un estudio minucioso del segmento del mercado al cual va dirigido el producto en la ciudad de Ibarra, con el fin de que todos los esfuerzos de mercadotecnia que

realice la empresa vaya dirigido al grupo objetivo incidiendo a su compra, es decir planear las estrategias de comercialización que sean eficaces orientados a posicionar al producto y por ende a la productora, se debe analizar las tendencias, gustos y preferencias que inciden positiva o negativamente en el entorno donde se va a ejecutar el proyecto, de igual manera conocer si existe o no competencia, los posibles clientes, el precio que es fundamental al momento de ofertar el mencionado producto.

Una de las fortalezas del proyecto es que el producto objeto de estudio va orientado al fortalecimiento de la salud de quienes lo consuman, puesto que la sábila tiene muchos beneficios medicinales, que viene a constituirse como un valor agregado.

3.9. Investigación de mercado

Según la información recopilada en la investigación realizada se puede deducir la necesidad que presenta la población de la ciudad de Ibarra en la que exista la producción y comercialización de jugo de sábila como una excelente opción de oferta para los futuros consumidores. Se ha logrado determinar la demanda existente para este tipo de producto, así como el precio que están dispuestos a pagar, con lo que se puede medir las probabilidades de éxito o fracaso en la ejecución de este emprendimiento.

3.10. Segmentación del mercado

El mercado se segmentará de acuerdo a las siguientes categorías expresadas en el cuadro siguiente:

Tabla 10*Segmentación del mercado*

Primera Segmentación	Descripción	Fuentes de Información
Mercado Meta	<input type="checkbox"/> Ciudad de Ibarra	<input type="checkbox"/> Inec
Consumidores de la Ciudad de Ibarra conformados por la población económicamente activa.	<input type="checkbox"/> Parroquias urbanas	<input type="checkbox"/> Encuestas

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

El mercado meta está compuesto por la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra que tienen decisión de compra y que buscan preservar su salud al ingerir este jugo conociendo los beneficios de la sábila.

3.11. Marco muestral o universo

La población definida para la investigación es de 72.091 población económicamente activa, habitantes de los cuales se obtuvo una muestra de 382 personas a través de la aplicación de una fórmula estadística.

Personas comprendidas en edades comprendidas entre los 20 y 64 años a los mismos que les puede interesar convertirse en consumidores del producto propuesto como es el jugo de sábila en la ciudad de Ibarra. .

3.12. Tamaño de la muestra

Para este caso la población es finita por ende se utiliza un margen de error del 5% del error estadístico.

n=Tamaño de la Muestra.

$$\delta = \text{Varianza} = 0.5$$

ε = Error 0,05

N= Tamaño de la población (72.091).

Z = Valor tipificado corresponde 1.96 doble cola

Nc =95% Z=1.96

La fórmula matemática para identificar el tamaño de la muestra es:

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)^2 (72091)}{(72091-1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(72091)}{(72090)(0,0025) + (0,25)(3,8416)}$$

$$n = \frac{69236,2}{180,2 + 0,9604}$$

$$n = \frac{69236,2}{181,1}$$

$$n = 382,309$$

Muestra = 382 Encuestas aplicadas.

3.13. Diseño del instrumento de investigación

El instrumento de investigación que se diseño fue una encuesta, la misma que se encuentra en el **ANEXO 2**, se aplicó a la ciudadanía determinada en edades anteriormente mencionadas en la urbe de la ciudad de Ibarra.

3.14. Levantamiento de la investigación

La información se levantó a través de la aplicación de encuestas mencionadas anteriormente, dirigidas a los habitantes de la ciudad de Ibarra.

3.15. Tabulación y procesamiento de la información

1. ¿Conoce la Sábila?

Tabla 11

Conocimiento de la sábila

OPCIÓN	NÚMERO	%
Si	379	99%
No	3	1%
Total	382	100%

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 3

Conocimiento de la sábila



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

Se puede observar que casi la totalidad de personas encuestadas tiene conocimiento de lo que es la sábila, esto es positivo para el proyecto porque estaríamos encuestando.

2. ¿Ha consumido Jugo de Sábila?

Tabla 12

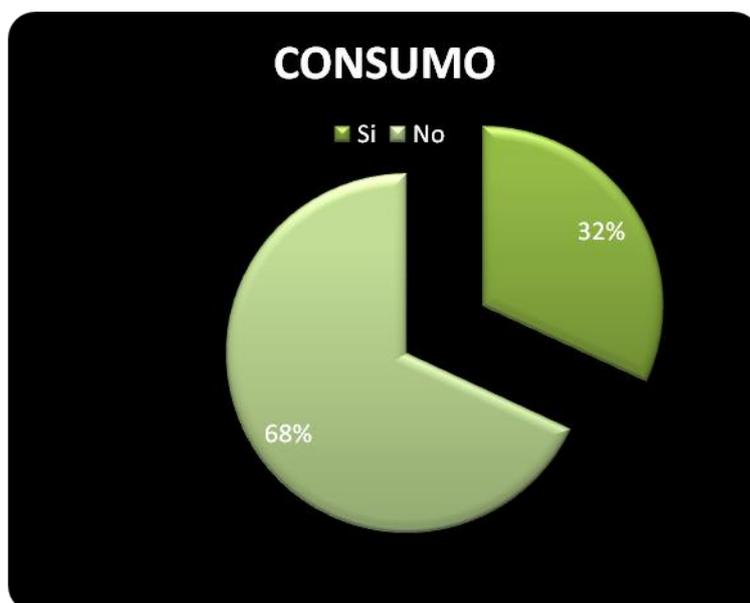
Consumo

OPCIÓN	NÚMERO
Si	122
No	260
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 4

Consumo



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

La mayoría de encuestados ha consumido anteriormente jugo de sábila encontrado de manera informal, por lo tanto han degustado el producto, por lo tanto podrían tener un punto de comparación al momento de conocer el producto propuesto en el presente proyecto.

3. ¿Sabía usted que la sábila contiene varios componentes beneficiosos para la salud del ser humano?

Tabla 13

Conocimiento de beneficios

OPCIÓN	NÚMERO
Si Conocía	302
Algún leve conocimiento	77
No tenía conocimiento	3
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 5

Conocimiento de beneficios



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

Gran cantidad de encuestados conocen los beneficios que aporta para la salud del ser humano la sábila, por lo tanto es un elevado porcentaje que sabe la forma en que se verían beneficiados al consumir el jugo de sábila propuesto.

4. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se implemente una microempresa dedicada a la producción y comercialización de jugo de sábila?

Tabla 14

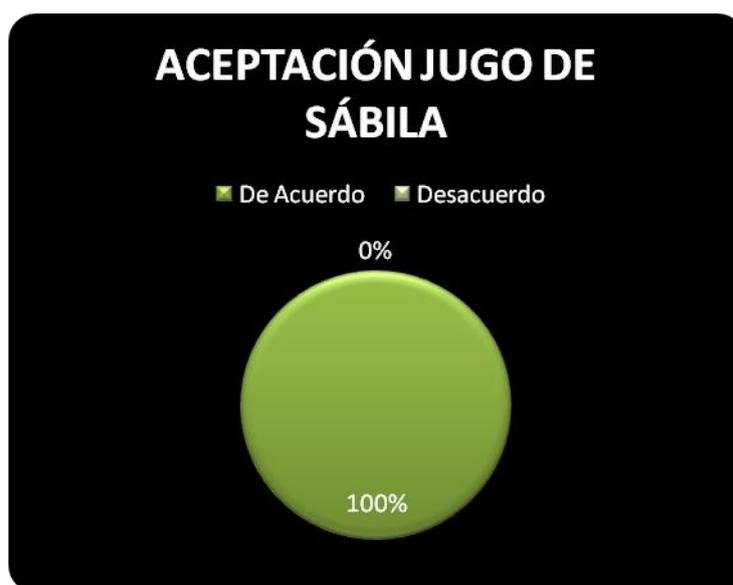
Aceptación jugo de sábila

OPCIÓN	NÚMERO
De Acuerdo	382
Desacuerdo	0
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 6

Aceptación jugo de sábila



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Tabla 15

Aceptación de la creación de una microempresa dedicada a realizar jugo de sábila

OPCIÓN	porcentaje	Numero
Creación de fuentes de trabajo	94,0	360
No existe en el mercado	92,4	354
Mejora la salud	99,2	380
Es natural, tiene vitaminas	90,1	345

Fuente: Directa

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

La totalidad de los encuestados ha respondido afirmativamente frente a la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de jugo de sábila en la ciudad, debido a los conocidos aportes a la salud que brinda esta planta medicinal, como son: mejora la salud, no existe en el mercado local una entidad de este tipo, se crearía fuentes de trabajo en la urbe y debido a su alto contenido vitamínico; por lo tanto se considera altamente viable el proyecto propuesto.

5. ¿Usted consumiría el jugo de Sábila producido por esta microempresa?

Tabla 16

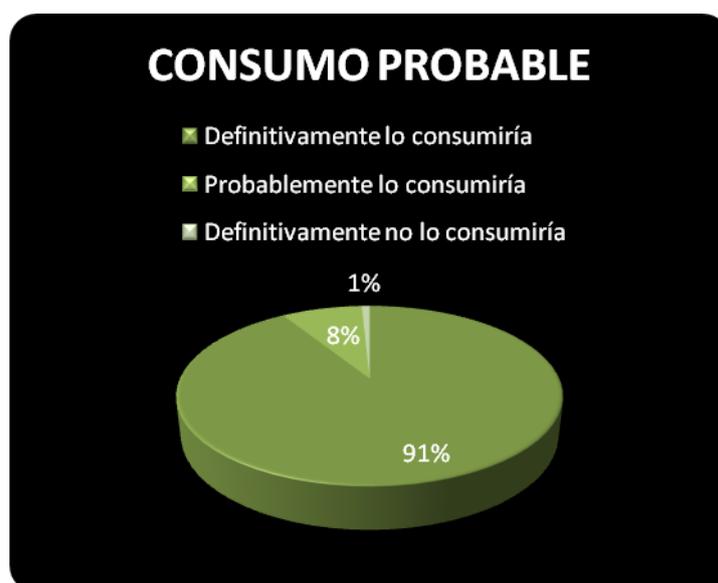
Consumo probable

OPCIÓN	NÚMERO
Definitivamente lo consumiría	348
Probablemente lo consumiría	31
Definitivamente no lo consumiría	3
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 7

Consumo probable



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

Un elevado porcentaje de personas encuestadas manifiesta que definitivamente si consumiría el jugo de sábila, este porcentaje representa la demanda a satisfacer por parte de la microempresa propuesta.

6. ¿Con qué frecuencia consumiría Jugo de Sábila?

Tabla 17

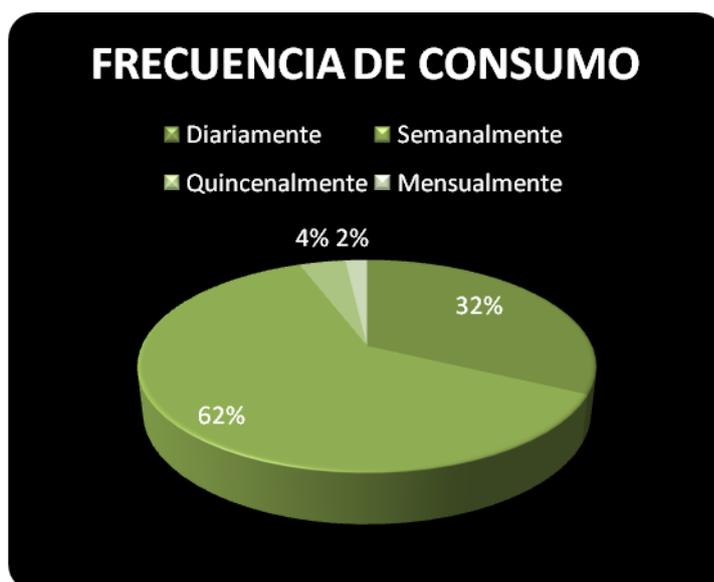
Frecuencia de consumo

OPCIÓN	NÚMERO
Diariamente	123
Semanalmente	237
Quincenalmente	15
Mensualmente	7
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 8

Frecuencia de consumo



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

Un porcentaje mayoritario de encuestados manifiesta que consumirían jugo de sábila de manera semanal, esto proporciona información importante en cuanto a la provisión que se deberá tener en cuanto a recursos para elaborar el producto.

7. ¿Considera que la oferta de jugo de sábila informal satisface la necesidad de la población Ibarreña?

Tabla 18

Demanda insatisfecha

OPCIÓN	NÚMERO
SI	95
NO	287
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 9

Demanda insatisfecha



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

Dentro del desarrollo del proyecto esta interrogante es de eminente importancia ya que se logra determinar que existe un gran mercado por explotar, pues la oferta de jugo de sábila informal no satisface a la mayoría de pobladores de la ciudad de Ibarra, lo que le condiciona como factible al proyecto.

8. ¿En qué cantidades desearía que el jugo de sábila se encuentre disponible para su consumo?

Tabla 19

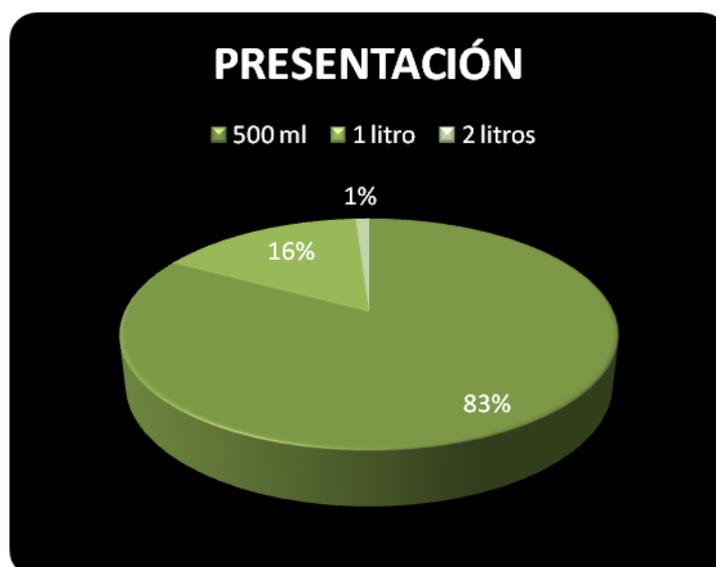
Presentación

OPCIÓN	NÚMERO
500 ml	317
1 litro	61
2 litros	4
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 10

Presentación



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

La presentación del jugo de sábila deberá ser en un envase de 500 ml, siendo esta es la cantidad que la mayoría de encuestados considera apropiada para consumir el producto,.

9. ¿De acuerdo a la respuesta de la pregunta anterior señale ¿qué precio estaría dispuesto a pagar por el jugo de sábila en sus respectivas presentaciones?

Tabla 20

Precio

PRESENTACIÓN	500 ml		1 litro		2 litros	
OPCIÓN	1 usd	1,25 usd	2,10 usd	2,25 usd	3,8	4
NÚMERO	374	8	362	20	371	11
	Total	382	Total	382	Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

De acuerdo a lo observado en la tabla, se puede mencionar que en la presentación preferida por la población es de 500 mililitros y la gran mayoría estaría dispuesta a pagar el valor de \$1,00 por un jugo de sábila, esto permite a los autores determinar el precio a manejarse, de qué forma se cubrirá los costos y la ganancia que se asignará para el producto.

10. ¿En qué tipo de envase desearía que el producto se encuentre a la venta?

Tabla 21

Tipo de envase

OPCIÓN	NÚMERO
Botella plástica no retornable	351
Botella plástica retornable	0
Botella de vidrio no retornable	31
Botella de vidrio retornable	0
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 11

Tipo de envase



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

El tipo de envase del jugo de sábila debe ser de plástico no retornable, esto demuestra que las personas prefieren comodidad al momento del transporte y manipulación del producto.

11. ¿En dónde le gustaría que esté en venta el jugo de sábila?

Tabla 22

Punto de venta

OPCIÓN	NÚMERO
Supermercados	243
Mini mercados	40
Tienda del barrio	99
Total	382

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 12

Punto de venta



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

Un gran número de encuestados considera que los supermercados de la ciudad, serían el sitio ideal para poner a la venta el jugo de sábila, determinando de esta manera la ubicación del producto en el mercado.

12. ¿Esta microempresa que medios de comunicación debería utilizar para dar a conocer su producto?

Tabla 23

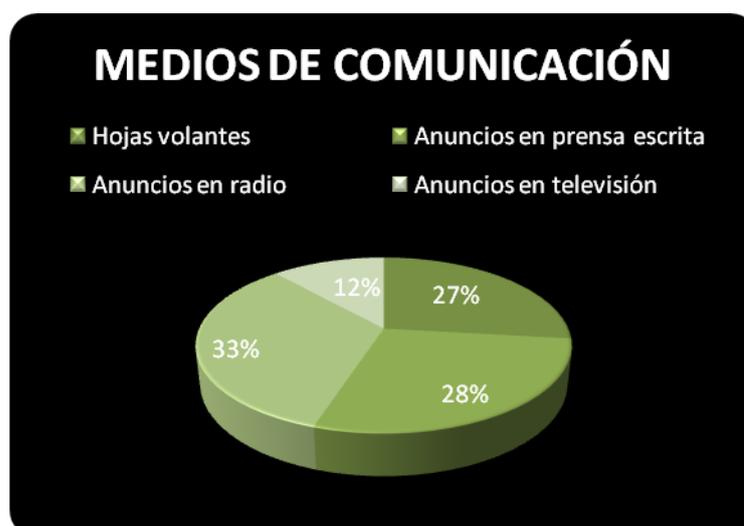
Medios de comunicación

OPCIÓN	NÚMERO
Hojas volantes	287
Anuncios en prensa escrita	302
Anuncios en radio	356
Anuncios en televisión	125

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 13

Medios de comunicación



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS:

El criterio de los encuestados manifiesta que la publicidad deberá realizarse a través de anuncios en la radio, en la prensa escrita y por medio de hojas volantes, estos serían los medios aceptados por los habitantes de la ciudad o los que con más frecuencia les agrada utilizar.

3.16. Análisis de la demanda

Después de hacer el análisis del estudio de mercado, se concluye que existe un gran mercado por atender con productos innovadores, especialmente los que van orientados a la salud de los consumidores, los mismos que al no encontrar productos que quieren consumir en puntos de venta se sienten insatisfechos. Existen factores que inciden en el comportamiento de los demandantes como es la venta informal en el que no se consideran las normas higiénicas. Por lo que la ejecución de este proyecto puede cubrir las expectativas, preferencias de los clientes entendiendo de esta forma que existe demanda insatisfecha.

3.17. Comportamiento histórico de la demanda

No se cuenta con datos estadísticos referente a la demanda de jugo de sábila para lo cual se ha considerado la investigación de campo para cuantificar la demanda en la ciudad de Ibarra.

3.18. Demanda actual

Existiendo la venta informal de jugo de sábila en la ciudad de Ibarra la cual no cubre en su totalidad los requerimientos del mercado, sin existir datos estadísticos y mediciones actuales respecto al consumo actual de este producto la demanda actual se la determinará por el mercado meta del proyecto constituido por la población comprendida en edades entre los 20 y 64 años como se puede ver en el siguiente cuadro:

Tabla 24*Demanda actual*

AÑO	CIUDAD	VARIABLE	POBLACIÓN ACTUAL
2012	IBARRA	EDADES DE 20 A 64 AÑOS	72.092

Fuente: INEC 2010
Elaboración: Los Autores

Cálculo:**Tabla 25***Población de la Ciudad de Ibarra*

Población de la Ciudad de Ibarra:	72.092
% De consumo	91%
Subtotal	65.603 personas
% De frecuencia de consumo (1 vez a la semana)	62%
Subtotal	40.674 personas
Preferencia presentación 500ml	83%
TOTAL DEMANDA	33.759 personas

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

3.19. Proyección de la demanda

Al no disponer de datos históricos para proyectar la demanda de este proyecto se aplicará el método de crecimiento exponencial, valiéndose de la tasa de crecimiento del cantón Ibarra que es del 1.9%, se proyectará para cinco años. La fórmula que se debe aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cálculos:

Tabla 26

Proyección de la demanda

$P_p = P_b (1+i)^n$	➤ Año 2012 = 33.759	➤ Año 2013 $P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 33.759 (1 + 0,019)^1$ $P_p = 34.400$
➤ Año 2014 $P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 34.400 (1 + 0,019)^2$ $P_p = 35.720$	➤ Año 2015 $P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 37.720 (1 + 0,019)^3$ $P_p = 37.795$	➤ Año 2016 $P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 37.795 (1 + 0,019)^4$ $P_p = 40.750$

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Tabla 27

Proyección de la demanda total

AÑO	Demanda en personas	Demanda anual de producto
2012	33.759	135.036
2013	34.400	137.600
2014	35.720	142.880
2015	37.795	151.180
2016	40.750	163.000

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

3.20. Análisis de la oferta

En la ciudad de Ibarra según la investigación realizada no existe una microempresa dedicada a la producción y comercialización de jugo de sábila, pero si existen formas aisladas de comercialización de manera artesanal, pues esta actividad esta realizada por 21 personas en su gran mayoría de nacionalidad peruana.

La forma de comercialización utilizada por los vendedores informales limita el acceso del producto a la gran mayoría de la población imbabureña, ya que los mismos realizan su actividad en forma matutina y en determinados sectores de la ciudad.

3.21. Oferta actual

El comercio informal oferta las siguientes cantidades de jugo de sábila en la ciudad de Ibarra:

Tabla 28

Oferta actual

	Número vendedores	Diaria	Anual
Oferta individual	1	30	10.950,00
Oferta total vendedores ambulantes	21	630	229.950,00

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

El precio de venta por un vaso de 250ml es de 0,75 centavos de dólar es decir que estarían cobrando por la cantidad de 500ml aproximadamente la cantidad de \$1,50.

3.22. Proyección de la oferta

Debido a la falta de datos estadísticos sobre la producción histórica de jugo de sábila, la proyección de la oferta se la determinará en función de la tasa de crecimiento del producto interno bruto estimada según el Banco Central del Ecuador, la misma, que se encuentra estimada en un 3,5%.

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En donde:

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cálculos:

Tabla 29

Proyección de la oferta

$P_p = P_b (1+i)^n$	➤ Año 2012 = 229.950
➤ Año 2013 $P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 229.950 (1 + 0,035)^1$ $P_p = 237.998$	➤ Año 2014 $P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 237.998 (1 + 0,035)^1$ $P_p = 246.328$
➤ Año 2015 $P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 246.328(1 + 0,035)^1$ $P_p = 254.950$	➤ Año 2016 $P_p = P_b (1+i)^n$ $P_p = 254.950 (1 + 0,035)^1$ $P_p = 263.873$

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Tabla 30*Proyección de la oferta total*

AÑO	PRODUCCIÓN
2012	229.950
2013	237.998
2014	246.328
2015	254.950
2016	263.873

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

3.23. Demanda insatisfecha

Según la investigación planteada las personas encuestadas manifestaron estar insatisfechos con la poca oferta de jugo de sábila es decir los vendedores informales no cubren el mercado existente en un 75 % de la población que estaría dispuesto a consumir jugo de sábila.

Cálculo:

Tabla 31*Demanda insatisfecha*

Población de la Ciudad de Ibarra:	72.092
% De consumo	91%
Subtotal	65.603 personas
% De personas que no se encuentran satisfechas con la oferta existente	75%
TOTAL DEMANDA INSATISFECHA	49.202 personas

Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

3.24. Conclusiones

- Se puede determinar que existe un gran mercado por atender ofertando jugo de sábila en la ciudad de Ibarra lo que constituye una oportunidad para el proyecto y puede asegurar el éxito del mismo.
- Se conoció que las personas si tienen una inclinación por los productos que vayan dirigidos a la preservación de la salud humana.
- La venta informal no satisface a las personas que gustan de productos producidos bajo las normas de calidad e higiene que se exige en la actualidad, para no poner en riesgo la salud de los consumidores.
- La proyección de la oferta se la realizó tomando en cuenta la oferta informal.
- Los productores informales invierten poco y sus utilidades sobrepasan el 40%.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Macrolocalización

El Ecuador se encuentra dividido políticamente por 24 provincias, las mismas que están en cuatro regiones, este estudio se ubica en la región Sierra norte, específicamente en la provincia del Imbabura particularmente en la ciudad de Ibarra.

Figura 14

Mapa del Ecuador



Fuente: Mapas Encarta 2007
Elaborado por: Los Autores

4.2. Microlocalización

De norte a sur se encuentra la parroquia El Sagrario perteneciente al cantón Ibarra, en la que se ubica el barrio El Olivo como punto de referencia es la hostería el Prado y mas al sur la Gasolinera los Olivos.

4.3. Dirección de la microempresa

Figura 15

Dirección de la microempresa



Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

4.4. Ingeniería del proyecto

Para realizar la implementación de esta microempresa se tomará varios aspectos como son: el cumplimiento de las normas de higiene, infraestructura y otros requerimientos técnicos que van desde la adquisición de activos fijos, el establecimiento de los costos de producción, gastos administrativos, gastos de ventas, concluyendo con la inversión total del proyecto que servirá de insumo para el estudio y análisis de rentabilidad de esta unidad productiva.

Figura 16
Distribución física por áreas de la microempresa



Fuente: Directa
Elaboración: Los Autores

Figura 17
Distribución física de la planta procesadora



Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

4.5. Flujograma de proceso del proyecto

El proceso para la puesta en marcha del presente proyecto se presentará a continuación mediante los siguientes flujogramas.

SIMBOLOGÍA

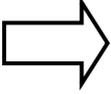
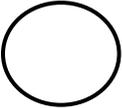
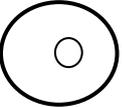
	= Transporte
	= Proceso
	= Verificación
	= Operación simple
	= Operación combinada
	= Almacenamiento
	= Demora

Tabla 32

Flujo de proceso de producción

Inicio del proceso		Inicio
Proceso		Recepción de materia prima
Operación Combinada		Despulpado sábila, lavado
Operación Combinada		Lavado y cocinado linaza
Transporte		Sección batidora
Operación		Mezclado sábila, linaza y endulzante.
Transporte		Sección empacado
Operación Combinada		Embotellado y sellado
Transporte		Sección enfriamiento
Verificación		Control calidad
Decisión		Almacenamiento Venta y Distribución
Fin de proceso		Fin

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

4.6. Requerimientos técnicos

Hay que considerar algunos aspectos técnicos para poder implantar y llevar con normalidad todos los procesos en la microempresa de producción y comercialización de jugo de sábila, como son:

4.6.1. Luminosidad

Se debe tener gran luminosidad tanto natural como artificial para que se pueda desarrollar el trabajo de manera eficiente sin afectar la vista de las personas intervinientes en el área de producción.

4.6.2. Temperatura

Se debe manejar la temperatura en las distintas aéreas desde la bodega de materia prima hasta la conservación del producto terminado.

4.6.3. Espacio

La distribución de planta es esencial al momento de entrar en producción con el fin de no tener ninguna dificultad en la misma. Y el empleado o trabajador pueda desarrollar su trabajo con tranquilidad.

4.7. Inversión

4.7.1. Activos fijos

Los activos fijos para la puesta en marcha del proyecto en estudio es de acuerdo a las especificaciones que se detallan en los siguientes cuadros:

Tabla 33*Activos fijos*

Detalle	Cant	V/ Unitario	Total
VEHICULOS Y MOTORIZADOS			1.950,00
Motocicleta	1	1.950,00	
MAQUINARIA Y EQUIPOS			4.695,35
Licuadora industrial	1	589,28	589,28
Batidora industrial	1	1.330,35	1.330,35
Refrigerador	1	1.071,12	1.071,12
Purificador	2	160,00	320,00
Cocina Industrial	1	120,00	120,00
Menaje	1	105,25	105,25
Mesa de acero	2	480,00	960,00
MUEBLES Y ENSERES			700,00
Estación de trabajo	2	110,00	220,00
Silla computadora	2	80,00	160,00
Sillas	5	18,00	90,00
Archivador	1	80,00	80,00
Mesa de recepción	1	150,00	150,00
EQUIPOS DE OFICINA			243,00
Teléfono	1	163,00	163,00
Sumadora	1	80,00	80,00
EQUIPO DE COMPUTACION			919,00
Computador	1	759,00	759,00
Impresora	1	160,00	160,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		7.406,00	8.507,35

Fuente: Directa
 Elaborado por: Los Autores

4.7.2. Activos diferidos

Tabla 34

Activos diferidos

CONCEPTO	VALOR USD	AÑOS	AMORT
GASTOS DE CONSTITUCION	1.010,00	5,00	202,00
Ruc	60,00		
Permiso de Funcionamiento	20,00		
Permiso de Sanidad	30,00		
Patente Municipal	-		
Permiso de Bomberos	30,00		
Registro Sanitario	870,00		
TOTAL INTANGIBLES	1.010,00		202,00

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

4.7.3. Capital de trabajo

Tabla 35

Materia prima

INSUMOS	Sábila	Benzoato	Sorbato	Azúcar	Botella	Etiqueta	Caja x 12
Unidad	kilogramos	kilogramo	kilogramo	kilogramo	Unidades	unidades	unidades
Cantidad	2.400,00	3,00	3,00	4,00	12.000,00	12.000,00	1.000,00
Precio Unitario	2,00	3,75	8,75	0,87	0,10	0,01	0,30
Suman	4.800,00	11,25	26,25	3,48	1.200,00	84,00	300,00
PRECIO TOTAL	6.424,98						

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

4.7.4. Gastos generales

Tabla 36

Gastos generales

CONCEPTOS	VALOR MENSUAL
Gastos Generales	
Arriendo	200,00
Publicidad	150,00
Movilización	30,00
Suministros de Oficina	30,00
Energía Eléctrica	25,00
Agua Potable	10,00
Teléfono	30,00
Total	475,00

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

Todo proyecto tiene que tomarse en cuenta algunos rubros que son importantes como los que se detalló en el cuadro anterior, que sin ellos sería imposible generar algún emprendimiento.

4.7.5. Talento humano

Tabla 37

Talento humano

PARÀMETRO DE PROYECCIÓN: TASA DE INFLACIÓN

7,86%

CARGO	Remuneración y Beneficios Sociales	2012	2013	2014	2015	2016
GERENTE	Remuneración	6.600,00	7.118,93	7.678,65	8.282,39	8.933,59
	Décimo Tercero	550,00	593,24	639,89	690,20	744,47
	Décimo Cuarto	292,00	314,96	339,72	366,43	395,24
	Aporte Patronal	801,90	864,95	932,96	1.006,31	1.085,43
SUMAN		8.243,90	8.892,08	9.591,22	10.345,33	11.158,74
JEFE DE PRODUCCIÓN	Remuneración	5.400,00	5.824,58	6.282,53	6.776,50	7.309,30
	Décimo Tercero	450,00	485,38	523,54	564,71	609,11
	Décimo Cuarto	292,00	314,96	339,72	366,43	395,24
	Aporte Patronal	656,10	707,69	763,33	823,34	888,08
SUMAN		6.798,10	7.332,60	7.909,13	8.530,99	9.201,74
CONTADORA	Remuneración	4.800,00	5.177,40	5.584,48	6.023,56	6.497,16
	Décimo Tercero	400,00	431,45	465,37	501,96	541,43
	Décimo Cuarto	292,00	314,96	339,72	366,43	395,24
	Aporte Patronal	583,20	629,05	678,51	731,86	789,40
SUMAN		6.075,20	6.552,86	7.068,08	7.623,81	8.223,24
OPERARIO (2)	Remuneración	7.008,00	7.559,01	8.153,33	8.794,39	9.485,85
	Aporte Patronal	851,47	918,42	990,63	1.068,52	1.152,53
SUMAN		7.859,47	8.477,42	9.143,96	9.862,91	10.638,38
VENDEDOR	Remuneración	3.504,00	3.779,50	4.076,67	4.397,20	4.742,93
	Aporte Patronal	425,74	459,21	495,32	534,26	576,27
TOTAL REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS		32.906,41	35.493,67	38.284,38	41.294,50	44.541,30

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

4.8. Inversiones

Tabla 38

Tamaño del proyecto

Concepto	Monto		Total
	Aporte Propio	solicitado Institución Financiera	
VEHÍCULOS Y MOTORIZADOS		1.950,00	1.950,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS		4.695,35	4.695,35
MUEBLES Y ENSERES		700,00	700,00
EQUIPOS DE OFICINA	243,00		243,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	919,00		919,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.010,00		1.010,00
CAPITAL DE TRABAJO PERSONAL Y GASTOS GENERALES	7.735,95	12.654,65	20.390,60
Total	9.907,95	20.000,00	29.907,95
Porcentaje del Plan de Inversión	33.13%	66,87%	100%

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

Con relación a los requerimientos de Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo se plantea aportar con una Inversión propia de \$9.907,95 y la diferencia equivalente a \$ 20.000,00 se busca el financiamiento en la CFN Corporación Financiera Nacional.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

Para la presente evaluación financiera se tomará en cuenta los precios de los insumos que proporcionan los mayoristas, para de esta forma determinar el precio de venta del producto denominado Jugo de Sábila.

La microempresa se constituirá con un RUC personal con la finalidad de disminuir los costos, se procederá a identificarse como artesano calificado acogiendo a la Ley de Defensa del Artesano que tiene los siguientes beneficios:

LABORALES

- Exoneración de pago de décimotercero, décimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

SOCIALES

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

TRIBUTARIOS

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales

5.1. Presupuesto de inversión

A continuación vamos a puntualizar todos los requerimientos necesarios para el proceso de mezclado, esto nos permitirá determinar la cantidad de dinero necesaria para ser invertida en este proyecto.

5.1.1. Inversiones fijas del proyecto

Tabla 39

Inversiones

ACTIVOS	%	MONTO
ACTIVOS FIJOS	23,11%	8.507,35
ACTIVOS PREOPERATIVOS	2,75%	1.010,00
CAPITAL DE TRABAJO	74,14%	27.290,58
Total		36.807,93

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.1.2. Resumen de activos fijos

Los activos fijos son bienes utilizados por la microempresa para el procesamiento del producto, en este caso la materia prima principal es la sábila, los activos son indispensables

para que la microempresa pueda operar de manera continua; cada activo fijo tiene una vida útil fijado por la Ley de acuerdo al grupo que corresponda.

Tabla 40

Activos fijos

Detalle	Cant	V/ Unitario	Total
VEHÍCULOS Y MOTORIZADOS			1.950,00
Motocicleta	1	1.950,00	
MAQUINARIA Y EQUIPOS			4.695,35
Licuada industrial	1	589,28	589,28
Batidora industrial	1	1.330,35	1.330,35
Refrigerador	1	1.071,12	1.071,12
Purificador	2	160,00	320,00
Cocina Industrial	1	120,00	120,00
Menaje	1	105,25	105,25
Mesa de acero	2	480,00	960,00
MUEBLES Y ENSERES			700,00
Estación de trabajo	2	110,00	220,00
Silla computadora	2	80,00	160,00
Sillas	5	18,00	90,00
Archivador	1	80,00	80,00
Mesa de recepción	1	150,00	150,00
EQUIPOS DE OFICINA			243,00
Teléfono	1	163,00	163,00
Sumadora	1	80,00	80,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			919,00
Computador	1	759,00	759,00
Impresora	1	160,00	160,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		7.406,00	8.507,35

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

Tabla 41*Depreciación de activos fijos*

CONCEPTO		VIDA UTIL	VALOR	2012	2013	2014	2015	2016
VEHICULOS	Y	5						
MOTORIZADOS		AÑOS	1,950.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00
MAQUINARIA	Y	10						
EQUIPOS		AÑOS	4,695.35	422.58	422.58	422.58	422.58	422.58
MUEBLES	Y	10						
ENSERES		AÑOS	700.00	63.00	63.00	63.00	63.00	63.00
EQUIPOS	DE	10						
OFICINA		AÑOS	243.00	21.87	21.87	21.87	21.87	21.87
EQUIPO	DE	3						
COMPUTACION		AÑOS	919.00	275.70	275.70	275.70		
TOTAL DEPRECIACIONES				1,134.15	1,260.17	1,134.15	858.45	858.45

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.1.3. Activos diferidos

Aquellos gastos realizados con anterioridad y su restitución se realizarán a través de los costos en varios periodos de tiempo. Estos activos diferidos para la microempresa serán los Gastos Constitución

Tabla 42*Activos diferidos*

CONCEPTO	VALOR		
	USD	AÑOS	AMORT
GASTOS DE CONSTITUCION	1.010,00	5,00	202,00
Ruc	60,00		
Permiso de Funcionamiento	20,00		
Permiso de Sanidad	30,00		
Patente Municipal	-		
Permiso de Bomberos	30,00		
Registro Sanitario	870,00		
TOTAL INTANGIBLES	1.010,00		202,00

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

5.1.4. Materia prima**Tabla 43***Materia prima*

INSUMOS	Sábila	Benzoato	Sorbato	Azúcar	botella	Etiqueta	Caja x 12
Unidad	kilogramos	kilogramo	kilogramo	kilogramo	unidades	unidades	unidades
Cantidad	2.400,00	3,00	3,00	4,00	12.000,00	12.000,00	1.000,00
Precio Unitario	2,00	3,75	8,75	0,87	0,10	0,01	0,30
Suman	4.800,00	11,25	26,25	3,48	1.200,00	84,00	300,00
PRECIO TOTAL	6.424,98						

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

Se estima producir 200 unidades de Jugo de Sábila de 500mililitros, la materia prima que se necesita esta explicada en al anterior cuadro de acuerdo a los expertos industriales.

5.1.5. Gastos de personal

Para la operación inicial de la microempresa es necesario contar con el siguiente personal quienes percibirán las remuneraciones de acuerdo a su trabajo y responsabilidad.

OPERARIO (2)	Remuneración	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	584,00	7.008,00
	Aporte Patronal	70,96	70,96	70,96	70,96	70,96	70,96	70,96	70,96	70,96	70,96	70,96	70,96	851,47
SUMAN		654,96	7.859,47											
VENDEDOR	Remuneración	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	3.504,00
	Aporte Patronal	35,48	35,48	35,48	35,48	35,48	35,48	35,48	35,48	35,48	35,48	35,48	35,48	425,74
SUMAN		327,48	3.929,74											
TOTAL REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS		2.235,93	26.831,21											

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

Tabla 45

Parámetro de proyección: tasa de inflación

PARÁMETRO DE PROYECCIÓN: TASA DE INFLACIÓN

7,86%

CARGO	Remuneración y Beneficios Sociales	2013	2014	2015	2016	2017	
GERENTE	Remuneración	6.600,00	7.118,93	7.678,65	8.282,39	8.933,59	
	Décimo Tercero	550,00	593,24	639,89	690,20	744,47	
	Décimo Cuarto	292,00	314,96	339,72	366,43	395,24	
	Aporte Patronal	801,90	864,95	932,96	1.006,31	1.085,43	
	SUMAN		8.243,90	8.892,08	9.591,22	10.345,33	11.158,74
JEFE DE PRODUCCIÓN	Remuneración	5.400,00	5.824,58	6.282,53	6.776,50	7.309,30	
	Décimo Tercero	450,00	485,38	523,54	564,71	609,11	
	Décimo Cuarto	292,00	314,96	339,72	366,43	395,24	
	Aporte Patronal	656,10	707,69	763,33	823,34	888,08	
	SUMAN		6.798,10	7.332,60	7.909,13	8.530,99	9.201,74
CONTADORA	Remuneración	4.800,00	5.177,40	5.584,48	6.023,56	6.497,16	
	Décimo Tercero	400,00	431,45	465,37	501,96	541,43	
	Décimo Cuarto	292,00	314,96	339,72	366,43	395,24	
	Aporte Patronal	583,20	629,05	678,51	731,86	789,40	
	SUMAN		6.075,20	6.552,86	7.068,08	7.623,81	8.223,24
OPERARIO (2)	Remuneración	7.008,00	7.559,01	8.153,33	8.794,39	9.485,85	
	Aporte Patronal	851,47	918,42	990,63	1.068,52	1.152,53	
	SUMAN		7.859,47	8.477,42	9.143,96	9.862,91	10.638,38
VENDEDOR	Remuneración	3.504,00	3.779,50	4.076,67	4.397,20	4.742,93	
	Aporte Patronal	425,74	459,21	495,32	534,26	576,27	
TOTAL REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS			3.929,74	4.238,71	4.571,98	4.931,46	5.319,19

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

El parámetro de crecimiento de las remuneraciones está determinado por el índice de crecimiento del salario mínimo vital general en los cinco últimos años, que para el presente proyecto es del 7,86%.

Tabla 46

Parámetro de crecimiento de las remuneraciones

No.	AÑO	RBUG
1	2012	200,00
2	2013	218,00
3	2014	240,00
4	2015	264,00
5	2016	292,00
CRECIMIENTO		7,86%

$$\begin{aligned}
 M &= C (1 + i)^{n-1} \\
 292 &= 200 (1 + i)^5 \\
 \frac{292}{200} &= (1 + i)^5 \\
 \sqrt[5]{1.46} &= (1 + i) \\
 1,07862 &= 1 + i \\
 I &= 0,7862 \\
 I &= 7,86 \%
 \end{aligned}$$

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.1.6. Gastos generales

Los gastos generales incurridos para llevar adelante este negocio se detallan a continuación:

Tabla 47*Gastos generales*

CONCEPTOS	VALOR MENSUAL
Gastos Generales	
Arriendo	200,00
Publicidad	150,00
Movilización	30,00
Suministros de Oficina	30,00
Energía Eléctrica	25,00
Agua Potable	10,00
Teléfono	30,00
Total	475,00

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

5.1.7. Capital de trabajo

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto en su fase de funcionamiento, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.

Tabla 48
Capital de trabajo

CONCEPTOS	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Insumos		
Materia Prima		6.424,98
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
Remuneración Talento Humano	2.742,20	32.906,40
Energía Eléctrica	300,00	3.600,00
Agua Potable	150,00	1.800,00
Gas Industrial	120,00	1.440,00
Total	3.312,20	39.746,40

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.2. Resumen de inversión

A continuación detallaremos la inversión que estará constituida por la microempresa.

Tabla 49**Inversión**

Concepto	Monto		Total
	Aporte Propio	solicitado Institución Financiera	
VEHÍCULOS Y MOTORIZADOS		1.950,00	1.950,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS		4.695,35	4.695,35
MUEBLES Y ENSERES		700,00	700,00
EQUIPOS DE OFICINA	243,00		243,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	919,00		919,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.010,00		1.010,00
CAPITAL DE TRABAJO PERSONAL Y GASTOS GENERALES	7.735,95	12.654,65	20.390,60
Total	9.907,95	20.000,00	29.907,95
Porcentaje del Plan de Inversión	33,13%	66,87%	100%

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.3. Estructura del financiamiento

Para la implementación de la microempresa luego de un análisis de las tasas de interés para créditos de las instituciones financieras, la mejor opción es obtener un crédito en una Cooperativa de Ahorro y Crédito quienes brindan más facilidades de endeudamiento. El financiamiento será del 66.87% de la inversión total, la cual asciende a \$ 20.000,00.

5.4. Costo de capital y tasa de rendimiento medio

Tabla 50

Costo de capital y tasa de rendimiento medio

Concepto	Aporte Propio	Monto	
		solicitado Institución Financiera	Total
Inversión	9.907,95	20.000,00	29.907,95
Porcentaje del Plan de Inversión	0,33	0,67	100,00
Tasa Ponderada	4,00	14,00	18,00
Valor Ponderado	1,08	7,63	8,71
Costo de Capital	8,71%		
Tasa de inflación	4,00%		
Tasa de rendimiento medio	13,06%		

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.5. Obligaciones financieras

En relación a la inversión se pree obtener un crédito en una Cooperativa de Ahorro y Crédito a una tasa del 14% anual, los valores por concepto de pago de interés y capital están reflejados en el Balance de Resultados.

Tabla 51

Tabla de amortización

Fecha de la operación	01-ene-12
Monto Operación	20.000
Tasa interés anual	14,00%
Plazo (meses)	60
Cuota Mensual a cancelar	465,37
TOTAL INTERES CANCELADOS DURANTE EL	7.922

PRESTAMO

Cuota No.	Fecha	Saldo Capital	Pago	Interés	Abono Capital	Saldo Final
1	feb-12	20.000,00	465,37	233,33	232,03	19.767,97
2	mar-12	19.767,97	465,37	230,63	234,74	19.533,23
3	abr-12	19.533,23	465,37	227,89	237,48	19.295,75
4	may-12	19.295,75	465,37	225,12	240,25	19.055,50
5	jun-12	19.055,50	465,37	222,31	243,05	18.812,45
6	jul-12	18.812,45	465,37	219,48	245,89	18.566,57
7	ago-12	18.566,57	465,37	216,61	248,76	18.317,81
8	sep-12	18.317,81	465,37	213,71	251,66	18.066,15
9	oct-12	18.066,15	465,37	210,77	254,59	17.811,56
10	nov-12	17.811,56	465,37	207,80	257,56	17.554,00
11	dic-12	17.554,00	465,37	204,80	260,57	17.293,43
12	ene-13	17.293,43	465,37	201,76	263,61	17.029,82
13	feb-13	17.029,82	465,37	198,68	266,68	16.763,14
14	mar-13	16.763,14	465,37	195,57	269,80	16.493,34
15	abr-13	16.493,34	465,37	192,42	272,94	16.220,40
16	may-13	16.220,40	465,37	189,24	276,13	15.944,27
17	jun-13	15.944,27	465,37	186,02	279,35	15.664,92
18	jul-13	15.664,92	465,37	182,76	282,61	15.382,32
19	ago-13	15.382,32	465,37	179,46	285,90	15.096,41
20	sep-13	15.096,41	465,37	176,12	289,24	14.807,17
21	oct-13	14.807,17	465,37	172,75	292,61	14.514,56
22	nov-13	14.514,56	465,37	169,34	296,03	14.218,53
23	dic-13	14.218,53	465,37	165,88	299,48	13.919,05
24	ene-14	13.919,05	465,37	162,39	302,98	13.616,07
25	feb-14	13.616,07	465,37	158,85	306,51	13.309,56
26	mar-14	13.309,56	465,37	155,28	310,09	12.999,47
27	abr-14	12.999,47	465,37	151,66	313,70	12.685,77
28	may-14	12.685,77	465,37	148,00	317,36	12.368,40

29	jun-14	12.368,40	465,37	144,30	321,07	12.047,34
30	jul-14	12.047,34	465,37	140,55	324,81	11.722,52
31	ago-14	11.722,52	465,37	136,76	328,60	11.393,92
32	sep-14	11.393,92	465,37	132,93	332,44	11.061,49
33	oct-14	11.061,49	465,37	129,05	336,31	10.725,17
34	nov-14	10.725,17	465,37	125,13	340,24	10.384,93
35	dic-14	10.384,93	465,37	121,16	344,21	10.040,73
36	ene-15	10.040,73	465,37	117,14	348,22	9.692,50
37	feb-15	9.692,50	465,37	113,08	352,29	9.340,22
38	mar-15	9.340,22	465,37	108,97	356,40	8.983,82
39	abr-15	8.983,82	465,37	104,81	360,55	8.623,27
40	may-15	8.623,27	465,37	100,60	364,76	8.258,51
41	jun-15	8.258,51	465,37	96,35	369,02	7.889,49
42	jul-15	7.889,49	465,37	92,04	373,32	7.516,17
43	ago-15	7.516,17	465,37	87,69	377,68	7.138,49
44	sep-15	7.138,49	465,37	83,28	382,08	6.756,41
45	oct-15	6.756,41	465,37	78,82	386,54	6.369,87
46	nov-15	6.369,87	465,37	74,32	391,05	5.978,82
47	dic-15	5.978,82	465,37	69,75	395,61	5.583,21
48	ene-16	5.583,21	465,37	65,14	400,23	5.182,98
49	feb-16	5.182,98	465,37	60,47	404,90	4.778,09
50	mar-16	4.778,09	465,37	55,74	409,62	4.368,46
51	abr-16	4.368,46	465,37	50,97	414,40	3.954,06
52	may-16	3.954,06	465,37	46,13	419,23	3.534,83
53	jun-16	3.534,83	465,37	41,24	424,13	3.110,71
54	ago-16	3.110,71	465,37	36,29	429,07	2.681,63
55	sep-16	2.681,63	465,37	31,29	434,08	2.247,55
56	oct-16	2.247,55	465,37	26,22	439,14	1.808,41
57	nov-16	1.808,41	465,37	21,10	444,27	1.364,14
58	dic-16	1.364,14	465,37	15,91	449,45	914,69
59	ene-17	914,69	465,37	10,67	454,69	460,00
60	feb-17	460,00	465,37	5,37	460,00	- 0,00

TOTAL	27.921,90	7.921,90	20.000,00	-

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

Tabla 52

Periodos

PERIODO	INTERESES	CAPITAL
2012	2.614,20	2.706,57
2013	2.170,63	3.374,38
2014	1.660,81	3.878,32
2015	1.074,86	4.457,52
2016	401,40	5.583,21
	(0,00)	-

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.6. Presupuesto de ingresos

Es la proyección de todas las entradas de dinero por la venta del producto durante los 5 años del proyecto. Se prepara con la información proveniente del presupuesto de ventas. El método de proyección de las cantidades a vender utilizado es a través de mínimos cuadrados, el crecimiento de las ventas está en relación a la demanda potencial de los insumos, que se puede proyectar con la información obtenida de la encuesta en donde observamos que la demanda de este productos es creciente. En referencia a los precios de ventas se toma como un parámetro valido el índice de inflación actual que es del 4% anual.

Tabla 53

Proyección de la demanda

DEMANDA ACTUAL					
PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2016
Jugo de Sábila	26.000,00	29.500,00	34.500,00	39.500,00	45.000,00

Tabla 54*Proyección de ventas*

Vendedores	25,00
Vaso de 500 ml	800,00
Venta proyectada	240.000,00
Penetración 20%	48.000,00

Tabla 55*Proyección por año*

AÑOS	X	Y	X ²	XY
2012	-2,00	26.000,00	4,00	- 52.000,00
2013	-1,00	29.500,00	1,00	- 29.500,00
2014	-	34.500,00	-	-
2015	1,00	39.500,00	1,00	39.500,00
2016	2,00	45.000,00	4,00	90.000,00
SUMAN	-	174.500,00	10,00	48.000,00

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

$$\sum y = na + b\sum x$$

$$\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

174.500,00	=	5,00	a	+	b	0,00
48.000,00	=	0,00	a	+	b	10,00
0,00	0,00 =	0,00	a	+	b	0,00
5,00	240.000,00 =	0,00	a	+	b	50,00
<hr/>						
240.000,00	=	0,00	a	+	b	50,00

B	=	4.800,00
----------	---	-----------------

174.500,00	=	5,00	a	+	0,00
------------	---	------	---	---	------

a	=	34.900,00
----------	---	------------------

$$Y = a + b \cdot x$$

$$\hat{Y} = 34.900,00 + 4.800,00 \cdot x$$

X	=	3	4	5	6	7
\hat{Y}	=	49.300,00	54.100,00	58.900,00	63.700,00	68.500,00

Tabla 56

Demanda proyectada

PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2016
Jugo de Sábila	49.300,00	54.100,00	58.900,00	63.700,00	68.500,00

Tabla 57*Proyección de ingresos*

PRODUCTOS	2012			2013			2014			2015			2016		
	Cantidad	Precio	Total	Cantidad	Precio	Total									
Jugo de Sábila															
500ml	49.300,00	1,40	69.020,00	54.100,00	1,46	78.769,60	58.900,00	1,51	89.188,74	63.700,00	1,57	100.315,37	68.500,00	1,64	112.189,44
TOTAL USD			69.020,00			78.769,60			89.188,74			100.315,37			112.189,44

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.7. Presupuesto de egresos

Son todos los gastos realizados para la adquisición del producto, proyectados al futuro. Corresponde al total de egresos de dinero que tendrá la microempresa que realizar durante el mismo período del presupuesto de ventas calculadas. Los métodos y parámetros de proyección son los mismos utilizados para proyectar las ventas.

Tabla 58*Proyección de egresos*

PRODUCTOS	2012			2013			2014			2015			2016		
	Cantidad	Precio	Total												
Jugo de Sábila 500ml	49.300,00	0,54	26.395,96	54.100,00	0,56	30.124,59	58.900,00	0,58	34.109,28	63.700,00	0,60	38.364,54	68.500,00	0,63	42.905,65
TOTAL USD			26.395,96			30.124,59			34.109,28			38.364,54			42.905,65

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

5.8. Estados financieros

Los Estados Financieros proyectados son aquellos que se preparan al cierre de cada período, con el ánimo principal de evaluar la capacidad económica de la microempresa, y generar flujos favorables de fondos.

5.8.1. Estado de situación financiera

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la microempresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, obligaciones y capital, valuados y elaborados de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

Tabla 59*Estado de situación financiera*

Nº	ACTIVOS	2012	2013	2014	2015	2016
1.1	ACTIVO CORRIENTE					
1.1.1	Caja					
1.1.2	Bancos	5.700,00	5.928,00	6.165,12	6.411,72	6.668,19
1.1.3	Cuentas por Cobrar					
1.1.4	Inventarios	6.424,98	30.124,59	34.109,28	38.364,54	42.905,65
1.2	ACTIVO FIJO					
1.2.1	Vehículos	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00
1.2.1.1	Depreciación Acumulada	-390,00	-780,00	-1.170,00	-1.560,00	-1.950,00
1.2.2	Maquinaria y Equipo	4.695,35	4.695,35	4.695,35	4.695,35	4.695,35
1.2.2.1	Depreciación Acumulada	-469,54	-939,07	-1.408,61	-1.878,14	-2.347,68
1.2.3	Muebles y Enseres	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
1.2.3.1	Depreciación Acumulada	-70,00	-140,00	-210,00	-280,00	-350,00
1.2.4	Equipo de Oficina	243,00	243,00	243,00	243,00	243,00
1.2.4.1	Depreciación Acumulada	-24,30	-48,60	-72,90	-97,20	-121,50
1.2.5	Equipo de Computación	919,00	919,00	919,00	1,00	1,00
1.2.5.1	Depreciación Acumulada	-306,33	-612,67	-919,00	-	-
1.3	OTROS ACTIVOS					
1.3.1	Gastos de Constitución	808,00	606,00	404,00	202,00	-
	TOTAL ACTIVOS	20.180,16	42.645,60	45.405,24	48.752,27	52.394,02
2	PASIVO					
2.1	PASIVO NO CORRIENTE					
2.1.1	Préstamo Bancario	17.554,00	14.218,53	10.384,93	5.978,82	-
3	PATRIMONIO					
3.1	Capital	2.626,16	24.115,68	26.743,81	29.938,17	35.000,34
3.2	Utilidad o pérdida	616,46	4.311,40	8.276,50	12.835,28	17.393,67
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	20.180,16	42.645,60	45.405,24	48.752,27	52.394,02

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

5.8.2. Estado de resultados

El estado de resultados proyectado es un documento complementario, donde se informa detallada y ordenadamente como se obtendrá la utilidad del ejercicio contable, de los cinco años siguientes.

Tabla 60

Estado de resultados

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
(+) Ingresos	69.020,00	78.769,60	89.188,74	100.315,37	112.189,44
Ventas	69.020,00	78.769,60	89.188,74	100.315,37	112.189,44
(-) Costos	50.383,27	56.005,33	62.032,91	68.492,34	75.411,60
Materia Prima	26.395,96	30.124,59	34.109,28	38.364,54	42.905,65
MOD & CIF	23.987,31	25.880,74	27.923,64	30.127,80	32.505,95
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	18.636,73	22.764,27	27.155,82	31.823,04	36.777,83

3. Gastos Administrativos	15.406,07	16.282,25	17.218,51	17.912,89	18.982,76
Remuneración Talento Humano	8.243,90	8.892,08	9.591,22	10.345,33	11.158,74
Arriendo	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66
Publicidad	1.800,00	1.872,00	1.946,88	2.024,76	2.105,75
Movilización	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Suministros de Oficina	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Energía Eléctrica	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Agua Potable	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38
Teléfono	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Depreciación	1.260,17	1.260,17	1.260,17	953,84	953,84

Amortización	202,00	202,00	202,00	202,00	202,00
3. Gastos Financieros	2.614,20	2.170,63	1.660,81	1.074,86	401,40
Intereses Préstamo	2.614,20	2.170,63	1.660,81	1.074,86	401,40
UTILIDAD NETA	616,46	4.311,40	8.276,50	12.835,28	17.393,67

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.8.3. Estado de flujo de caja

Tabla 61

Flujo de efectivo

DETALLE	PREOPERACION	2012	2013	2014	2015	2016
UTILIDAD NETA		616,46	4.311,40	8.276,50	12.835,28	17.393,67
(+) Depreciaciones		1.260,17	1.260,17	1.260,17	953,84	953,84
(+) Amortización		202,00	202,00	202,00	202,00	202,00
(-) Inversiones						
ACTIVOS FIJOS	-8.507,35					
ACTIVOS INTANGIBLES	-1.010,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-27.191,58					
FLUJO DE CAJA NETO	-36.708,93	2.078,63	5.773,56	9.738,67	13.991,12	18.549,51

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de una microempresa industrial, es aquel en el que a un determinado nivel de operación, ésta no obtiene utilidades, pero tampoco incurre en pérdidas.

En la práctica, el análisis del punto de equilibrio de esta microempresa, en función de la

información disponible, se realiza considerando un periodo determinado, normalmente un año.

Tabla 62

Identificación de costos

TIPO	ESTADO DE COSTOS Y GASTOS	2012
	COSTOS DIRECTOS	
	Insumos	
V	Materia Prima	26.395,96
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
F	Remuneración Talento Humano	18.587,31
F	Energía Eléctrica	3.600,00
F	Agua Potable	1.800,00
F	Gas Industrial	1.440,00
	TOTAL COSTOS PRODUCCIÓN	51.823,27
	COSTOS INDIRECTOS	
	Recursos humanos	
F	Remuneración Talento Humano	8.243,90
	CONCEPTOS	
F	Arriendo	2.400,00
F	Publicidad	1.800,00
F	Movilización	360,00
V	Suministros de Oficina	360,00
V	Energía Eléctrica	300,00
V	Agua Potable	120,00
F	Teléfono	360,00
F	Depreciación	1.260,17
F	Amortización	202,00
F	Intereses Préstamo	2.614,20
	TOTAL COSTOS INDIRECTOS	18.020,27
	TOTAL COSTOS Y GASTOS	69.843,54
	COSTOS FIJOS	41.227,58
	COSTOS VARIABLES	27.175,96

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

Fórmula:

$$MC = PV - CVU$$

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

En donde:

PE = Punto de equilibrio del proyecto

CF = Costo fijo

II = Inversión Inicial

PV = Precio de Venta

CVU = Costo variable unitario

MC = Margen de Contribución

Tabla 63

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
TOTAL	USD ANUAL
CF (costo fijo)	41.227,58
CV (costo variable)	27.175,96
Pvu (precio variable unitario)	1,40
Cantidad	49.300,00
Cvu (costo variable unitario)	0,55
MC (Margen de contribución unitario)	0,85
Peq (punto de equilibrio en unidades)	48.573,69

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

Tabla 64*Análisis del punto de equilibrio*

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO						
Productos vendidos	PV	-	23.500,00	47.000,00	70.500,00	94.000,00
Ventas Totales	VT	-	32.900,00	65.800,00	98.700,00	131.600,00
Costos Variables	CV	-	12.954,06	25.908,12	38.862,17	51.816,23
Costos Fijos	CF	41.227,58	41.227,58	41.227,58	41.227,58	41.227,58
Costo Total	CT	41.227,58	54.181,64	67.135,69	80.089,75	93.043,81
		-	-	-		
Utilidad	U	41.227,58	21.281,64	1.335,69	18.610,25	38.556,19

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.10. Evaluación financiera

5.10.1. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es un criterio financiero que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial), donde éstas se representan con signo negativo, mediante su descuento a una tasa o coste de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea positivo, de acuerdo al análisis realizado el proyecto arroja un Van de 7.731,53; que nos muestra que el proyecto es viable.

$$\text{VAN} = \langle \text{Inversión inicial} \rangle + \Sigma \text{FCN}$$

Tabla 65*Valor Actual Neto*

TMAR: %		13,06%
AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-36.709	\$ -36.708,93
1	2.079	\$ 1.838,59
2	5.774	\$ 4.517,11
3	9.739	\$ 6.739,46
4	13.991	\$ 8.564,18
5	18.550	\$ 10.043,25
VAN		\$ -5.006,34

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.10.2. Cálculo de la Tasa interna de Retorno (TIR)

Devuelve la tasa interna de retorno de los flujos de caja representados por los números del argumento valores. Estos flujos de caja no tienen por qué ser constantes, como es el caso en una anualidad. Sin embargo, los flujos de caja deben ocurrir en intervalos regulares, como meses o años. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

La tasa interna de retorno es de 23,31% que es el porcentaje de interés al que recuperaremos el valor total de la inversión.

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \left[\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ts} - VAN_{Ti}} \right]$$

Tabla 66*Tasa Interna de Retorno*

TIR DEL PROYECTO		8,63%
AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-36.709	\$ -36.708,93
1	2.079	\$ 1.913,43
2	5.774	\$ 4.892,34
3	9.739	\$ 7.596,41
4	13.991	\$ 10.046,10
5	18.550	\$ 12.260,65
VAN		\$ 0,00

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.10.3. Razón Beneficio Costo R B/C

Este parámetro nos permitirá juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos.

Tabla 67*Beneficio costo*

INVERSION	36.709
VA 1	1.839
VA 2	4.517
VA 3	6.739
VA 4	8.564
VA 5	10.043
VAN	31.703
R B/C =	0,86

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

Esto nos quiere decir que por cada dólar de gasto, se genera \$ 1,26 de ingresos.

5.10.4. Periodo de recuperación de la inversión

De acuerdo a la inversión realizada el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 4 meses

Tabla 68

Periodo de recuperación de la inversión

INVERSION		36.709
FNC	(FNC) USD	SUMA (FNC) USD
1	2.079	2.079
2	5.774	7.852
3	9.739	17.591
4	13.991	31.582
5	18.550	50.131
PRI =		3 AÑOS
		7 MESES

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

5.10.5. Análisis de sensibilidad del proyecto

Durante el diseño y la aprobación de un proyecto uno de los puntos más relevantes para la toma de decisiones, es el análisis financiero del proyecto, es decir su rentabilidad y el retorno de la inversión. Una herramienta que facilitará la toma de decisiones es el análisis de sensibilidad, el cual permite diseñar escenarios en los cuales se puede analizar posibles resultados del proyecto, cambiando los valores de sus variables y restricciones financieras y determinar cómo éstas afectan el resultado final.

Tabla 69*Análisis de sensibilidad*

TASA DE DESCUENTO	13%	15%	17%	19%	21%	23%
VALOR ACTUAL NETO	\$ -4.949,56	\$ -6.910,60	\$ -8.707,12	\$ -10.355,92	\$ -11.871,81	\$ -13.267,87
TASA INTERNA DE RETORNO	8,63%					
COSTO BENEFICIO	0,86					

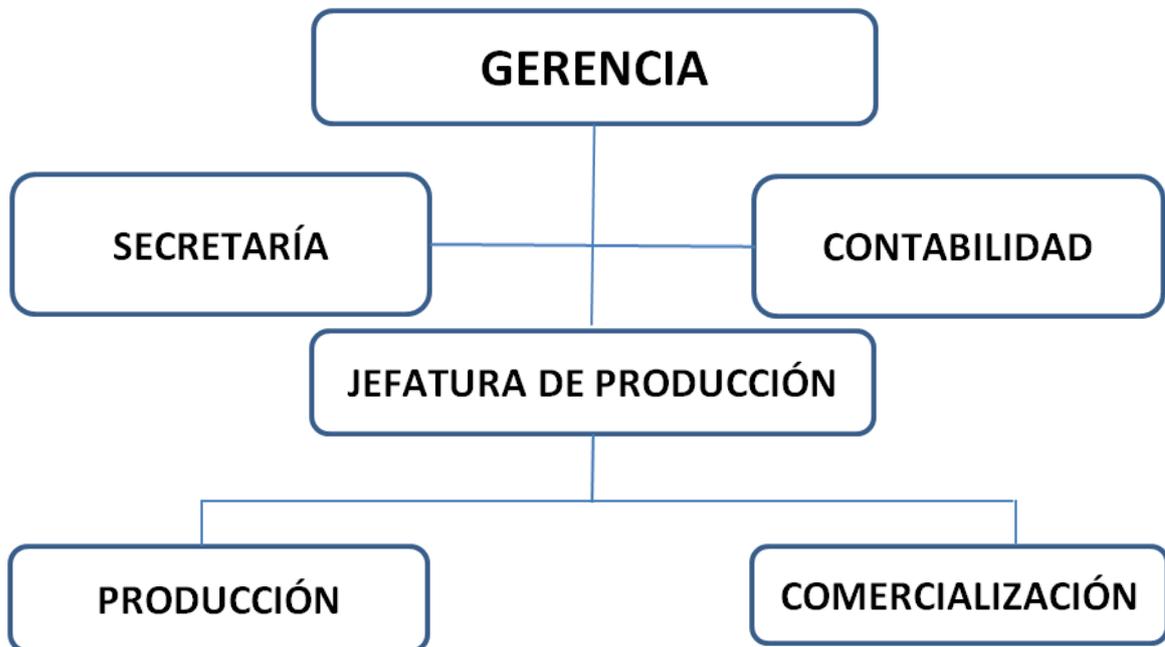
Fuente: Directa
 Elaborado por: Los Autores

CAPÍTULO VI

6.1. Estructura orgánica

Se propone la siguiente estructura básica tomando en cuenta las áreas fundamentales para la microempresa.

Figura 18
Estructura orgánica



6.2. Manual de funciones

6.2.1. Gerencia

OBJETIVO. El gerente es quien se encarga de realizar la gestión administrativa financiera de la microempresa, se encargará de realizar la planificación de las compras y ventas, buscará proveedores y clientes para mantener un equilibrio entre oferta y demanda.

NIVEL DE EDUCACIÓN. Título de Tercer nivel

PROFESIÓN. Administración de empresas y/o afines

EXPERIENCIA. Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras

REQUISITOS ADICIONALES. Planeación estratégica, Procesos de administrativos generales, Desarrollo organizacional, Uso de computador y paquetes utilitarios,

COMPETENCIAS.

Tabla 70

Gerencia

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelencia.	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X		
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la	X		

		organización.			
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.	X		
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

FUNCIONES

- Realizar la representación de la microempresa.
- Mantener el proceso administrativo de la microempresa siempre vigente
- Crear mecanismos de control interno en las áreas de la microempresa.

- Mantener un portafolio de clientes y proveedores con buenas relaciones.
- Mantener relaciones fraternas con la Cámara de Comercio e Industriales.
- Realizar ventas del producto a distribuidores mayoristas y minoristas con apoyo del personal técnico y en coordinación con contabilidad.
- Mantener buenas relaciones con los organismos de control, SRI, IESS

6.2.2. Secretaria – Contadora

OBJETIVO. Se encargará cumplir con las obligaciones tributarias y laborales y llevar el archivo de la microempresa, realizará órdenes de pedido y ordenes de entrega de la mercadería

NIVEL DE EDUCACIÓN. Bachiller

PROFESIÓN. Egresada en Contabilidad y Auditoría CBA.

EXPERIENCIA. Un mínimo de 1 años de experiencia en empresas comercializadoras

REQUISITOS ADICIONALES. Contabilidad Básica, Elaboración de Facturas, notas de pedido, notas de entrega, memos, oficios Uso de computadora y paquetes utilitarios

COMPETENCIAS

Tabla 71

Secretaria – Contadora

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelencia.		X	
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.		X	
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.		X	
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.		X	

6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.		X	
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

FUNCIONES:

- Cumplir con los principios contables exigidos por ley en cuanto a: negocio en marcha, partida doble, periodicidad, ciclo contable.
- Cumplir con las obligaciones tributarias ante el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Cumplir con las obligaciones laborales con el IESS y otros organismos de control.
- Mantener actualizado el inventario de materiales de oficina, materia prima, clientes y proveedores
- Mantener al día la agenda del gerente y personal técnico.
- Conservar los archivos en papel y magnéticos en buen estado.
- Cumplir con procedimientos de control interno implementados.

- Mantener la documentación de respaldo en archivos adecuados para este fin.

6.2.3. Jefe de producción

OBJETIVO. El jefe de producción, se encarga de realizar el procesamiento de la materia prima para obtener el jugo de sábila en presentación de 500 ml, planificara las adquisiciones de la materia prima e insumos para producir de acuerdo a los pedidos realizados.

NIVEL DE EDUCACIÓN. Estudios superiores en Agroindustrias

PROFESIÓN. Agroindustrias y/o afines

EXPERIENCIA. Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras

REQUISITOS ADICIONALES. Procesamiento de alimentos, normas de salubridad, planeación estratégica, uso de computador y paquetes utilitarios,

COMPETENCIAS.

Tabla 72

Jefe de producción

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		

2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelencia.	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.		X	
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X		
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.		X	
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y	X		

la propia.

Fuente: Directa

Elaborado por: Los Autores

FUNCIONES

- Mantener un stock adecuado de la materia prima e insumos para la producción
- Observar las normas sanitarias para realizar el procesamiento de la sábila.
- Operar los equipos industriales para realizar el mezclado
- Realizar el filtrado del jugo.
- Adicionar los endulzantes, perseverantes al jugo de sábila.
- Colaborar con el empaclado del producto
- Programar las compras de la materia prima e insumos
- Proceder a entregar los productos de acuerdo a los pedidos realizados

6.2.4. Operario

OBJETIVO. Se encargará de realizar el trabajo de estibador, descargando y cargando los insumos generados por compras y ventas. Realizará las operaciones de procesar, empaclar los productos finales.

NIVEL DE EDUCACIÓN. Bachiller Agroindustrial

PROFESIÓN. Chofer con formación universitaria en Agroindustrias

EXPERIENCIA. Un mínimo de 1 año de experiencia en empresas comercializadoras

REQUISITOS ADICIONALES. Chofer profesional, Uso de computador y paquetes utilitarios, procesamiento de plantas naturales.

COMPETENCIAS.

Tabla 73

Operario

4Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelencia.		X	
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.		X	
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.			X
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que		X	

		los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.			
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.			X
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.		X	

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

FUNCIONES

- Recibir la materia prima
- Realizar el proceso de pelado de la sábila
- Embalar el producto
- Organizar los pedidos realizados a los proveedores de los insumos.
- Mantener en óptimas condiciones las instalaciones.
- Apoyar en las actividades de distribución y ventas

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una Matriz de Valoración, como se muestra a continuación:

Tabla 74

Matriz de valoración

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
TOTAL											

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

En la matriz se señala una valoración de -5 a 5, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

Tabla 75
Criteria

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-5	Negativo en el nivel Muy Alto
-4	Negativo en el nivel Alto
-3	Negativo en el nivel Medio
-2	Negativo en el nivel Bajo
-1	Negativo en el nivel Muy Bajo
0	Indiferente
1	Positivo en el nivel Muy Bajo
2	Positivo en el nivel Bajo
3	Positivo en el nivel Medio
4	Positivo en el nivel Alto
5	Positivo en el nivel Muy Alto

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

El indicador se constituye por cada uno de los criterios que se adoptan con la finalidad de realizar el análisis de un determinado impacto.

Para conocer el grado de impacto se emplea la siguiente ecuación:

$$\frac{\Sigma}{\text{Indicador}} = \text{Grado de impacto}$$

7.1. Impactos

7.1.1. Impacto económico

Tabla 76

Matriz de impacto económico

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Fuentes de trabajo										X	
Mejoramiento de la economía familiar										X	
TOTAL	8/2= 4 Impacto Positivo Alto										

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

- 1. Fuentes de Trabajo:** Con la creación de la microempresa propuesta se generará varias plazas de trabajo que permitirán dar una oportunidad laboral a algunas personas.
- 2. Mejoramiento de la economía familiar:** Las personas que laboren en la microempresa productora y comercializadora de sábila podrán observar mejoras en su economía familiar debido a que contarán con ingresos para los diferentes gastos.

7.1.2. Impacto social

Tabla 77

Matriz de impacto social

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Calidad de Vida											x
Reducción de enfermedades										x	
TOTAL	$9/2 = 4,5 = 5$ Impacto Positivo Muy Alto										

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

1. **Calidad de Vida:** El jugo de sábila permitirá mejorar la calidad de vida de las personas debido a que aportará beneficios a su salud.
2. **Reducción de Enfermedades:** Con la producción y comercialización del jugo de sábila propuesto, se permitirá a la población mantener un buen funcionamiento de su organismo, se mejorará el metabolismo de las personas y a mediano y largo plazo se verán reducidas las enfermedades de los consumidores.

7.1.3. Impacto empresarial

Tabla 78

Matriz de impacto empresarial

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Iniciativa											X
Cobertura del servicio										x	
TOTAL	9/2= 4,5 = 5 Impacto Positivo Muy Alto										

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

1. **Iniciativa:** Al crearse una nueva microempresa se pone en práctica la iniciativa con la que cuenta el autor, además la creatividad que se le ponga al proyecto y las estrategias que se utilicen, permitirán lograr excelentes resultados a futuro.
2. **Cobertura del Servicio:** Se deberá utilizar los canales de distribución más adecuados, que permitan dar a conocer el jugo de sábila a la mayor cantidad de personas posible, con el fin de beneficiar a un sector más amplio de la población.

7.1.4. Impacto general

Tabla 79

Matriz de impacto empresarial

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
IMPACTO ECONOMICO										x	
IMPACTO SOCIAL											x
IMPACTO EMPRESARIAL											x
TOTAL	14/3= 4,67 Impacto Positivo Muy Alto										

Fuente: Directa
Elaborado por: Los Autores

1. El impacto general que se genera es positivo en el nivel alto lo cual condiciona como viable el proyecto planteado.

CONCLUSIONES

- El jugo de sábila es un producto novedoso diferenciado del resto de los jugos por sus propiedades curativas, esta dirigido a todas los estratos sociales, lo que significa que existe suficiente capacidad adquisitiva para que el producto se pueda comercializar.
- El conocimiento de las propiedades curativas por parte de un alto porcentaje de la población imbabureña sumado al interés por adquirir una planta medicinal en forma de jugo, anima la puesta en marcha de este proyecto, además de confirmar la demanda insatisfecha por este producto que ayuda a la salud y bienestar de nuestros futuros consumidores.
- La elección de producir jugo de sábila en envases de plástico proporciona el suficiente grado de higiene y vida útil de nuestro producto evitando el uso de congeladores ya que el mismo no requiere refrigeración además de disminuir los costos de transportación.
- La presentación del jugo de sábila en el mercado se toman muy en cuenta las características del producto y se las utiliza como herramientas para diferenciarlo del resto y hacer que los competidores disminuyan su poder mientras que nuestra empresa empieza a ganar terreno.
- La estrategia principal para la comercialización del jugo de sábila, es diferenciar el producto a través de las propiedades curativas y medicinales de la sábila con el fin de que sea percibido en el mercado como único.
- Los niveles de inversión son bajos debido a que la microempresa funciona con una estructura organizacional pequeña.

RECOMENDACIONES

- Una vez que el jugo de sábila se encuentre en el mercado se deben tomar en cuenta los factores que inciden en el comportamiento del consumidor obtenidos mediante encuestas realizadas, para realizar su lealtad.
- Tomar en cuenta que existe un alto porcentaje de la población que no tiene marca de jugo preferida, para ingresar la marca de jugo de sábila al mercado con posibilidades de posesionarla en la mente de los consumidores siempre y cuando exista el factor diferenciador que estos valoran.
- Proteger al máximo la imagen del producto de forma que transmita elegancia, exclusividad, y además cuidar aspectos como higiene, seguridad y calidad.
- Cuando el proceso de comercialización comience, el área de ventas deberá estar totalmente capacitado sobre las características y beneficios del producto, haciendo énfasis en las propiedades curativas y medicinales puesto que la sábila es el ingrediente diferenciador.
- Como se trata de una empresa nueva e innovadora, se debe prever las limitaciones que se pueden presentar en el momento de aplicar las estrategias planteadas.
- Mantener los principios fundamentales de la empresa como son: la visión, filosofía y valores institucionales con el fin de ganar credibilidad en la mente de nuestros consumidores.

FUENTES DE INFORMACION BIBLIOGRAFICAS

Sérvulo, A. R. (2010). Administración de pequeñas empresas (3era.ed.). México DF: Mc Graw Hill Interamericana.

Carlos, J. G. R. (2008). Manual para la creación de empresas, Guía de planes de negocios (3era. Ed.). Bogotá, Colombia.

Longenecker, M. P. P. (2010). Administración de pequeñas empresas, Lanzamiento, crecimiento de iniciativas emprendedoras (14ta. Ed.). México.

Idalberto, C. (2002). Administración, Proceso administrativo (3era. ed.). Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill Interamericana.

Monteros, E. (2005). Manual de Gestión Microempresarial, Cómo administrar con éxito una microempresa (1era ed.). Ibarra, Ecuador. Editorial Universitaria.

Hernández, S. & Rodríguez, S. (2004). Administración, pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia (1era ed.). México: Graw Hill Interamericana.

MUNCH, L. (2007). Administración, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor (1era. ed.). México: Pearson Prentice Hall.

Charles W. L. JR. & Joseph F. H. JR. & Carl M. Daniel. (2009). Marketing (8va. ed.). México: Cengage Learning.

Mayordomo, J.L. (2002). E-Marketing (1era. ed.). Barcelona, España: Editores Gestión 2000.

Gregory, M. (2007). Principios de Economía (4ta ed.). México: Cengage Learning.

George, W. T. (1991): Métodos para la evaluación económica de los programas de atención de la salud. Madrid: Ed. Díaz de Santos.

Beltrán, A. & Cueva, H. (1998). Ejercicios de evaluación privada de proyectos. Lima: Universidad del Pacífico-Centro de Investigación.

Mena, M. (2007). Elaboración de sábila y piña en almíbar. Ibarra, Ecuador. Escuela de Ingeniería Agroindustrial. Universidad Técnica del Norte. Ibarra-Ecuador.

Estrada, J. (2006). Finanzas en pocas palabras (1era ed.). España: Pearson Prentice Hall.

Mondino, D. & Pendas, E. (2005). Finanzas para empresas competitivas (1era. ed.). Argentina: Gránica S.A.

Termes R. (1998). Inversión y coste de capital (1era. ed.). Madrid, España: Mc Graw Hill Interamericana.

LINKOGRAFÍA

<http://www.oxypowder.net/salud-natural/sabila.html>

<http://www.monografias.com/trabajos78/sabila/sabila2.shtml>

http://vhost003117.vhost.cantv.net/informativas/gastronomia/html/Coc130_la_sabila.html

<http://sabila-flor.blogspot.com/2009/11/historia-de-la-sabila.html>

<http://www.municipiourdaneta.com/zabila.php>

<http://www.visionchamanica.com/Plantas/sabila.htm>

<http://sabila-flor.blogspot.com/2009/11/principales-enfermedades-que-cura-la.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>

<http://microempresa.blogdiario.com/1206741300/definicion-de-microempresa--pequeña.empresa/>

<http://www.gerencie.com/empredimiento.html>

<http://voices.yahoo.com/construyendo-un-pequeño-negocio-para-su-negocio-109656.html>

<http://cba.winthrop.edu/sbdc/Steps%20to%20Starting%20a%20Small%20Business%20Spanish.doc>

<http://www.members.tipod.com/aromaticas/Contabilidad.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos55/evaluacion-economica-proyectos/evaluacion-economica-proyectos.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas/administracion-empresas.shtml#ad>

<http://www.monografias.com/trabajos29/flujos-efectivo/flujos-efectivo.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos6/defe/defe.shtml#tipos>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing>

http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA SUPERIOR DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

EL OBJETIVO DE ESTA ENTREVISTA ES PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN QUE TENDRÁ LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA.

ENTREVISTA DIRIGIDA A ADMINISTRADORES DE SUPERMERCADOS

1. ¿Conoce si en la ciudad de Ibarra se produce jugo de sábila?
2. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se cree una microempresa dedicada a la producción y comercialización de jugo de sábila?
3. ¿Le interesaría tener este producto a la venta en su negocio?
4. ¿Qué medios de comunicación son los más efectivos para dar a conocer este producto?
5. ¿Piensa que esta clase de productos son innovadores y pueden tener aceptación por la gente de Ibarra?
6. Este producto ¿en qué lugar de la ciudad, según su opinión debe ubicarse para ser expandido?

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA SUPERIOR DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

EL OBJETIVO DE ESTA ENTREVISTA ES PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN QUE TENDRÁ LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE IBARRA.

DIRIGIDA A RESIDENTES DE IBARRA

MARQUE CON UNA X SEGÚN SU CRITERIO

1. ¿Conoce la sábila?

SI NO

2. ¿A consumido jugo de sábila?

SI NO

3. ¿Sabía usted que la sábila contiene varios componentes beneficiosos para la salud del ser humano?

SI CONOCÍA

ALGÚN LEVE CONOCIMIENTO

NO TENÍA CONOCIMIENTO

4. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se implemente una microempresa didáctica a la producción y comercialización de jugo de sábila?

DE ACUERDO DESACUERDO

¿POR QUÉ?

CREACIÓN DE FUENTES DE TRABAJO

NO EXISTE EN EL MERCADO

MEJORA LA SALUD

ES NATURAL, TIENE VITAMINAS

Otra ¿Cuál?.....

5. ¿Usted consumiría el jugo de sábila producido por esta microempresa?

DEFINITIVAMENTE LO CONSUMIRÍA

PROBABLEMENTE LO CONSUMIRÍA

DEFINITIVAMENTE NO LO CONSUMIRÍA

6. ¿Con qué frecuencia consumiría Jugo de Sábila?

DIARIAMENTE

SEMANALMENTE

QUINCENALMENTE

MENSUALMENTE

Otros ¿Cuándo?.....

7. ¿Considera que la oferta de jugo de sábila informal satisface la necesidad de la población Ibarreña?

SI NO

8. ¿En qué cantidades desearía que el jugo de sábila se encuentre disponible para el consumo?

500ml

1 litro

2 litros

9. De acuerdo a la respuesta de la pregunta anterior señale que precio estaría dispuesto a pagar por el jugo de sábila en sus respectivas presentaciones.

500ML

1 LITRO

2 LITROS

1.00 usd

2.10 usd

3.80 usd

1.25 usd

2.25 usd

4.00 usd

Otro ¿Cuánto?.....

10. ¿En qué tipo de envase desearía que el producto se encuentre a la venta?

BOTELLA PLÁSTICA NO RETORNABLE

BOTELLA PLÁSTICA RETORNABLE

BOTELLA DE VIDRIO NO RETORNABLE

BOTELLA DE VIDRIO RETORNABLE

Otro ¿Cuál?.....

11. ¿En dónde le gustaría que este producto esté en venta el jugo de sábila?

SUPERMERCADOS

MINI-MERCADOS

TIENDA DEL BARRIO

Otro ¿Cuál?.....

12. ¿Esta microempresa que medios de comunicación debería utilizar para dar a conocer su producto?

HOJAS VOLANTES

ANUNCIOS EN PRENSA ESCRITA

ANUNCIOS EN RADIO

ANUNCIOS EN TELEVISIÓN

Otro ¿Cuál?.....

DATOS TÉCNICOS

Fecha:.....

Edad: 20-25..... 26-35..... 46-55..... 56-59.....

Sexo: Masculino..... Femenino.....

Lugar de residencia.....

Instrucción: Pr