



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TÍTULO DEL PROYECTO

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE
SÁBILA PARA LA OBTENCIÓN DE UNA BEBIDA REFRESCANTE Y
NUTRITIVA EN EL CANTÓN EL TRIUNFO**

Autor: Delgado Ortiz Cristiam Alejandro

Tutor: Msc. Minchala Santander Raúl

Milagro, Abril 2013

Ecuador

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por el Sr. Cristiam Alejandro Delgado Ortiz, para optar el título de Economista y que acepto tutoriar al estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 19 días del mes de Abril del 2013

Msc. Raúl Minchala Santander

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 19 días del mes de Abril de 2013.

Cristiam Alejandro Delgado Ortiz

CI: 030243660-5

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Economista, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Con mucho amor dedico este trabajo a mis padres Alejandro Delgado y Gladis Ortiz, a mi hermana Mayra Delgado, quienes con mucho esfuerzo y sacrificio me brindaron su apoyo para cumplir con esta meta de ser un profesional.

A mi abuelo Víctor Ortiz, quien estuvo siempre pendiente de mí y ahora ya no está entre nosotros, pero sé que desde el cielo estas orgulloso por este logro alcanzado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por permitirme llegar bajo su protección y amparo hasta esta etapa de mi vida.

A mis padres y hermana, gracias a su esfuerzo y apoyo he seguido adelante preparándome académicamente.

A todas las personas, profesores y demás familiares, quienes directa e indirectamente me supieron guiar y apoyar en el transcurso de mi carrera.

Al tutor de mi tesis Ms. Raúl Minchala por guiarme paso a paso para la realización de este trabajo.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

MSC. Jaime Orozco Hernández
Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE SÁBILA PARA LA OBTENCIÓN DE UNA BEBIDA REFRESCANTE Y NUTRITIVA EN EL CANTÓN EL TRIUNFO y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 19 de Abril del 2013

Cristiam Alejandro Delgado Ortiz

CI: 030243660-5

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA 3

1.1	Planteamiento del problema	3
1.1.1	Problematización	3
1.1.2	Delimitación del problema.....	5
1.1.3	Formulación de problema	5
1.1.4	Sistematización del problema	5
1.1.5	Determinación del tema	6
1.2	Objetivos.....	6
1.2.1	Objetivo General.....	6
1.2.2	Objetivos Específicos.....	6
1.3	Justificación	7

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

		9
2.1	Marco teórico	9
2.1.1	Antecedentes históricos.....	9
2.1.2	Antecedentes referenciales	13
2.1.3	Fundamentación	22
2.2	Marco conceptual	24
2.3	Hipótesis y variables.....	27
2.3.1	Hipótesis General	27
2.3.2	Hipótesis Particulares	27
2.3.3	Declaración de las Variables	28

2.3.4 Operacionalización de las Variables	30
-------------------------------------------------	----

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO 31

3.1 Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general	31
3.2 La población y la muestra	34
3.2.1 Características de la población.....	34
3.2.2 Delimitación de la población	34
3.2.3 Tipo de muestra.....	35
3.2.4 Tamaño de la muestra	35
3.2.5 Proceso de selección.....	36
3.3 Los métodos y las técnicas.....	36
3.3.1 Métodos teóricos.....	36
3.3.2 Métodos empíricos	38
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	38
3.4 El tratamiento estadístico de la información	40

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS 41

4.1 Análisis de la situación actual	41
4.2 Análisis comparativo, evolución. tendencia y perspectivas.....	58
4.3 Resultados.....	59
4.4 Verificación de hipótesis	61

CAPÍTULO V	
PROPUESTA	62
5.1 Tema.....	62
5.2 Fundamentación	62
5.3 Justificación	69
5.4 Objetivos.....	69
5.4.1 Objetivo General de la propuesta	69
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	70
5.5 Ubicación	70
5.6 Factibilidad.....	72
5.7 Descripción de la propuesta	103
5.7.1 Actividades	103
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.....	117
5.7.3 Impacto	134
5.7.4 Cronograma.....	135
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	136
CONCLUSIONES	137
RECOMENDACIONES	138
BIBLIOGRAFÍA	139
ANEXOS	143

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Vitaminas que posee la sábila	23
Cuadro 2	
Operacionalización de las variables	30
Cuadro 3	
Total de habitantes del cantón El Triunfo	34
Cuadro 4	
Nivel de conocimiento acerca del consumo de bebidas envasadas.....	42
Cuadro 5	
Nivel de conocimiento acerca de la producción de bebidas nutritivas.....	43
Cuadro 6	
Nivel de conocimiento acerca de la cultura de consumo de los habitantes.....	44
Cuadro 7	
Nivel de conocimiento acerca de la causante de los efectos negativos en la producción.....	45
Cuadro 8	
Nivel de conocimiento acerca de la causante de la poca inversión en nuevas ideas de negocio.	46
Cuadro 9	
Nivel de conocimiento acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas.....	47
Cuadro 10	
Nivel de inseguridad en la aceptación de nuevos productos.....	48

Cuadro 11	
Nivel de conocimiento acerca de la sábila como curativa de enfermedades. ...	49
Cuadro 12	
Nivel de importancia de la existencia del producto en el mercado.	50
Cuadro 13	
Hipótesis y Verificación	61
Cuadro 14	
Vitaminas, minerales y enzimas que contiene la sábila.	68
Cuadro 15	
Manual de funciones del Gerente.....	76
Cuadro 16	
Manual de funciones de la Secretaria	77
Cuadro 17	
Manual de funciones del Administrador	78
Cuadro 18	
Manual de funciones del Jefe de Producción	79
Cuadro 19	
Manual de funciones de los Operarios	80
Cuadro 20	
Manual de funciones del Bodeguero	81
Cuadro 21	
Manual de funciones del Chofer.....	82
Cuadro 22	
Manual de funciones del Guardia.....	83

Cuadro 23	
Manual de funciones del personal de Limpieza.....	84
Cuadro 24	
Análisis FODA de la empresa	85
Cuadro 25	
Maquinaria microempresa Ecuasábila	107
Cuadro 26	
Producción de la planta al 26% de su capacidad	108
Cuadro 27	
Recurso humano Ecuasábila.....	117
Cuadro 28	
Materiales y equipos Ecuasábila	118
Cuadro 29	
Materia prima del Jugo de sábila.....	119
Cuadro 30	
Variables de la empresa.....	120
Cuadro 31	
Activos de la empresa	120
Cuadro 32	
Depreciación	121
Cuadro 33	
Gastos.....	122

Cuadro 34	
Costos	123
Cuadro 35	
Ingresos	124
Cuadro 36	
Inversión.....	124
Cuadro 37	
Financiamiento	125
Cuadro 38	
Amortización mensual	125
Cuadro 39	
Amortización anual.....	126
Cuadro 40	
Calculo del punto de equilibrio	127
Cuadro 41	
Estado de pérdidas y ganancias	128
Cuadro 42	
Flujo de caja.....	128
Cuadro 43	
Balance General.....	129
Cuadro 44	
Flujos operativos y netos.....	129
Cuadro 45	
Tasa de descuento.....	130

Cuadro 46	
Tasa de rendimiento promedio	130
Cuadro 47	
Tasa interna de retorno	130
Cuadro 48	
Ratios financieros	131
Cuadro 49	
Punto de equilibrio.....	131
Cuadro 50	
Capital de trabajo	131
Cuadro 51	
Activos y utilidad.....	132
Cuadro 52	
Riesgo de liquidez	132
Cuadro 53	
Riesgo corriente	132
Cuadro 54	
Razones	132
Cuadro 55	
Costos directos e indirectos	133
Cuadro 56	
Costos de producción jugo de sábila.....	133
Cuadro 57	
Cronograma	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	
Producto de la corporación Colonche Line.....	13
Figura 2	
Productos de Omnilife.....	14
Figura 3	
Producto de Herbalife.....	15
Figura 4	
Logotipo empresa Herbalife	17
Figura 5	
Productos de Forever Living Products	20
Figura 6	
Logotipo empresa Forever Living Products	21
Figura 7	
Nivel de conocimiento acerca del consumo de bebidas envasadas	42
Figura 8	
Nivel de conocimiento acerca de la producción de bebidas nutritivas.....	43
Figura 9	
Nivel de conocimiento acerca de la cultura de consumo de los habitantes.....	44
Figura 10	
Nivel de conocimiento acerca de la causante de los efectos negativos en la producción.....	45

Figura 11	
Nivel de conocimiento acerca de la causante de la poca inversión en nuevas ideas de negocio.	46
Figura 12	
Nivel de conocimiento acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas.	47
Figura 13	
Nivel de inseguridad en la aceptación de nuevos productos.....	48
Figura 14	
Nivel de conocimiento acerca de la sábila como curativa de enfermedades ...	49
Figura 15	
Nivel de importancia de la existencia del producto en el mercado	50
Figura 16	
Planta de sábila.....	64
Figura 17	
Ubicación del proyecto	71
Figura 18	
Logotipo Ecuasábila	72
Figura 19	
Organigrama estructural de la empresa	74
Figura 20	
Organigrama funcional de la empresa	75
Figura 21	
Las 5 fuerzas de Michael Porter.....	86

Figura 22	
Compresor de aire.....	94
Figura 23	
Maquina despulpadora de sábila.....	95
Figura 24	
Molino para sábila	97
Figura 25	
Exprimidor de naranja	98
Figura 26	
Tanque de mezcla.....	98
Figura 27	
Dosificador de líquidos	99
Figura 28	
Tapadora manual	100
Figura 29	
Vehículo de distribución	101
Figura 30	
Estructura de la microempresa Ecuasábila	104
Figura 31	
Jugo producido por la empresa ECUASÁBILA.....	109
Figura 32	
Promociones y descuentos	112
Figura 33	
Anuncios.....	113

Figura 34	
Tarjetas de presentación	114
Figura 35	
Tríptico	114
Figura 36	
Diseño de página en Facebook.....	115
Figura 37	
Vallas publicitarias.....	115
Figura 38	
Publicidad en vehículos.....	116
Figura 39	
Punto de equilibrio.....	127

RESUMEN

En el Ecuador en los últimos años se ha visto un incremento significativo del mercado de bebidas no alcohólicas, siendo estas nacionales o extranjeras, pero con el detalle que no son naturales ni medicinales que aporten con las vitaminas y minerales que el cuerpo necesita para su buen desarrollo. Es por esto que nace esta idea de producir una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila en el cantón El Triunfo, mitigando el problema a la limitada producción de bebidas refrescantes y nutritivas en este sector. Para ello se instalará una microempresa donde se fabricará el producto que será consumido por la población Triunfense sin ningún tipo de restricción, por lo que es una bebida natural y ligeramente endulzada con azúcar dietética. Seremos los primeros en el Ecuador en producir esta bebida, ya que no existe este producto en el país, esperando gran acogida y pronto posicionamiento en el mercado, debido a la investigación de campo realizada, donde la mayoría de las personas conocen los beneficios de la sábila, y el 94% de la población consideran que es necesario que exista este producto en el mercado, haciendo que el proyecto sea rentable para los inversionistas.

INTRODUCCIÓN

En el cantón El Triunfo, provincia del Guayas, por el hecho de habitar cercanamente a este cantón, he notado que el consumo de bebidas envasadas no alcohólicas y la aparición de nuevos productos de estas características han ido aumentando significativamente a través del tiempo, siendo bebidas que no aportan con ningún beneficio en la salud de las personas debido a que son elaboradas usando químicos como edulcorantes, endulzantes y sabores artificiales que por el contrario, son causantes de muchas enfermedades.

Es por esta razón que he realizado esta investigación con el ánimo de proponer la producción de una bebida refrescante y nutritiva en dicho cantón.

Con el fin de obtener datos 100% reales y brindar información verídica, he realizado una investigación de campo para poder determinar cuáles son las causas de la limitada producción de una bebida nutritiva en este cantón.

La motivación a la realización de este estudio fue una experiencia personal vivida hace algunos años atrás, donde al ver que una persona originaria de este cantón, produjo una bebida a base de sábila, pero al no contar con su respectivo plan de marketing, no fue un producto muy conocido razón por la cual desistió de seguir produciéndolo.

Esta idea de negocio nace con el fin de ayudar a mantener una población saludable y a su vez brindar fuentes de empleo directos o indirectos para lograr una mejora en el cantón en el ámbito social y económico.

Es un tema de estudio de mucha importancia, debido a los muchos beneficios medicinales que contiene la sábila al ser consumido vía oral, siendo un tema de actualidad donde los beneficiarios serán las personas demandantes, así mismo quienes serán nuestros proveedores de las materias primas y mano de obra.

El objetivo de esta investigación es conocer los factores que inciden en la cultura de consumo, además de la escasa disponibilidad de materia prima para la producción de esta bebida y conocer que estarían dispuestos a consumirla.

Es un producto original y novedoso, ya que en el Ecuador aun no existe una empresa que produzca esta bebida, habiendo la necesidad de importar productos de estas características, pero si existen los recursos necesarios para producirlo en el país, ¿Por qué no hacerlo?

Aplicando la investigación, cuantitativa y cualitativa, ya que se realizo encuestas y entrevistas, se obtuvo resultados positivos en el nivel de aceptación a la producción de este producto, y con la ayuda del criterio de expertos, en la aplicación de las entrevistas, pude engrandecer mis conocimientos respecto al tema de estudio.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Desdichadamente en nuestro país no existen empresas que se dediquen exclusivamente a la producción de bebidas nutritivas, por lo que desencadena el consumo de una amplia gama de bebidas ofertadas en el mercado ecuatoriano que si bien es cierto de algún modo nos hidratan, pero la diferencia entre unas y otras son notables.

Por ejemplo los refrescos, su valor nutricional es casi nulo, las calorías que aportan a nuestro organismo son casi vacías, es decir, no van acompañadas de vitaminas. En otros casos como el de las colas, se les adiciona gas carbónico y además añaden cafeína que tiene efectos secundarios en la salud de las personas.

En el Ecuador las preferencias de las personas en consumir productos no beneficiosos para la salud se da con mayor fuerza a medida que pasa el tiempo.

Es por esta razón que existe una limitada producción y comercialización de bebidas refrescantes y nutritivas a base de plantas medicinales que ayuden a mantener una buena calidad de vida en las personas.

Una de las plantas con mayor acogida, tanto en el aspecto medicinal, como industrial es la sábila. (Aloe vera). Esta planta proporciona una serie de alternativas en el campo industrial, tales como shampoo, cremas, mascarillas cosméticas, bebidas refrescantes, entre otras. Por otra parte desde épocas

milenarias, se ha venido utilizando esta planta para sanar algunos males orgánicos (renales, gástricos, hepáticos, etc.), debido a las propiedades curativas que esta presenta.

En lo que respecta a la producción de bebidas refrescantes a partir de esta planta, es muy escasa, al menos en nuestro país. Esto se debe principalmente por la limitada producción de este tipo de productos vegetales, por la poca existencia de sembríos y además el poco interés de los agricultores en cultivar este producto.

Este problema también se da por el limitado nivel de emprendimiento e innovación por parte de los empresarios para la elaboración de nuevos productos nutritivos, es decir, poca información técnica para la elaboración de este tipo de bebidas. También se da por la poca información de los beneficios medicinales de esta clase de bebidas, lo que supone el bajo interés de consumo en los productos naturales.

Una de las causas de este problema es también la inseguridad en la aceptación del producto, por la cultura consumista de las personas y el elevado nivel de preferencia por otro tipo de bebidas no beneficiosas para su salud.

Las causas antes mencionadas crean vulnerabilidad a enfermedades en las personas, como por ejemplo, colitis, gastritis, estreñimiento, lo que puede generar algo mucho peor como es el cáncer de estómago.

Desde mi punto de vista, los gustos y preferencias de las personas por consumir bebidas envasadas se inclina más hacia los productos que contienen gas y/o sabor artificial que son las bebidas ofertadas en nuestro mercado ecuatoriano, y no los culpo, ya que al no existir un producto que además de saciar nuestra sed nos aporte los nutrientes necesarios a nuestro organismo para poder desarrollarnos con total normalidad día a día, no nos queda otra opción de consumo.

Por esta razón he decidido plantear una nueva alternativa de consumo en bebidas, con la creación de una bebida refrescante nutritiva a base de una planta medicinal.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: El Triunfo

Campo: Industrial

Área: Comercial

Tiempo: 2012 – 2013

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo afecta a los habitantes del cantón El Triunfo la limitada producción de bebidas nutritivas?

1.1.4 Sistematización del problema

1. ¿De qué manera incide la escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas a la producción de este tipo de productos?
2. ¿De qué forma afecta a la producción de bebidas nutritivas la escasa disponibilidad de materia prima?
3. ¿Cómo afecta el limitado nivel de emprendimiento de los empresarios en la incursión de nuevas ideas de negocio?
4. ¿Cómo incide la poca información de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas en el nivel de consumo por parte de la población?
5. ¿De qué manera afecta la inseguridad sobre la aceptación de nuevos productos a la elaboración de una bebida nutritiva?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para determinar el grado de aceptación de la producción de una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila en el cantón El Triunfo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general de la Investigación

Realizar un estudio de campo a los habitantes del cantón El Triunfo con el uso de las diferentes técnicas metodológicas, para determinar los efectos en la salud de la población por la limitada producción de bebidas nutritivas.

1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación

1. Conocer los factores que inciden en la cultura de consumo de la población del cantón El Triunfo.
2. Determinar las causas de la escasa disponibilidad de materia prima para la producción de bebidas nutritivas en el cantón El Triunfo.
3. Identificar el impacto negativo que genera el limitado nivel de emprendimiento por parte de los empresarios en la incursión de nuevas ideas de negocio.
4. Conocer las consecuencias que se generan por la poca información con respecto a los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas en los habitantes del cantón El Triunfo.
5. Indagar el nivel de inseguridad sobre la aceptación de nuevos productos “bebidas nutritivas” en los habitantes del cantón El Triunfo.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En el mercado ecuatoriano, las bebidas con marketing establecidas en el mismo, son productos que no aportan vitaminas ni nutrientes esenciales que necesita el ser humano, el incentivar a la población al consumo de bebidas nutritivas, generará que los individuos cuenten con una mejor calidad de vida.

Es por esta razón que se justifica la aplicación del presente estudio por ser de gran ayuda a toda la comunidad en general del cantón El Triunfo, principalmente para lograr el cambio de los malos hábitos alimenticios y la elevada cultura consumista con la que cuentan las personas y para el aprovechamiento de los recursos existentes en nuestro país como lo es la materia prima “sábila” para la creación de nuevos productos medicinales que serán de mucho beneficio en las personas, ya que esta planta ha sido durante algunos años exportada a otros países donde la procesan y convierten en productos finales y son los que consumimos nosotros mismos, entonces, porque no producirlos y venderlos aquí mismo en nuestro país.

El presente trabajo tiene como propósito contribuir a la mejora en la calidad de vida de la población ayudando a mantener un óptimo estado de salud para que se puedan desempeñar con total normalidad en su vida cotidiana.

La ausencia de este tipo de producto genera que las personas opten por consumir bebidas no nutritivas como es el caso de colas y refrescos que no aportan ningún beneficio para la salud, mas por lo contrario son causantes de varias enfermedades que alteran el buen funcionamiento del sistema digestivo las cuales afectan a la buena calidad de vida de las personas.

La importancia de la existencia de este tipo de producto es muy elevada, ya que las personas optarían por cambiar sus malos hábitos alimenticios a la hora de elegir una bebida en pro de una mejora en su salud, teniendo en cuenta los beneficios que este le aportaran a su organismo, los cuales les permitirán solucionar algunos de sus problemas de alteraciones en su sistema digestivo y además de satisfacerles la necesidad de beber.

Esto permite producir y lanzar al mercado un nuevo y novedoso producto como lo es una bebida refrescante y nutritiva, con el cual los beneficiados son la población en general del cantón El Triunfo.

El impacto que generaría esta idea de lanzar el producto al mercado, es mantener una población sana, libre de afecciones que se generan en el organismo por la falta de ingerir productos saludables, que las personas hagan conciencia de los efectos negativos que se crean al consumir bebidas no beneficiosas para la salud, lograr una amplia acogida por parte de la comunidad triúnfense ya que el producto se distinguirá de las demás bebidas con marketing en el mercado por sus beneficios medicinales.

Los beneficios que se lograrán con la aplicación de este proyecto son:

- ✓ Mejorar la salud de las personas.
- ✓ Crear hábito de consumo por las bebidas nutritivas.
- ✓ Crear fuentes de empleo.
- ✓ Dinamizar la economía local.
- ✓ Innovación en la producción.
- ✓ Concienciar a las personas en la importancia del consumo de bebidas nutritivas.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Los chinos fueron los primeros en usar el aloe. En el antiguo Egipto era comúnmente utilizado.

Los españoles trasladaron el aloe al continente americano. En España, a lo largo de la ribera del Mediterráneo, el aloe fue un elemento esencial en la medicina popular, hasta que el empleo generalizado de la farmacopea moderna lo relegó al olvido junto a la mayoría de las plantas medicinales.

El uso de esta planta tiene antecedentes milenarios tanto en Oriente como en Occidente, por sus múltiples propiedades terapéuticas.¹

Crece en climas cálidos y es una especie de pinta o cactus con hojas carnosas y duras, en forma de flecha, con espinas en los bordes y florece en primavera, dando un racimo de flores amarillas o rojas.

Se utiliza la gelatina interna de sus hojas, de la que se extrae un gel para uso externo y un zumo para uso interno, que como resulta amargo, se endulza o se combina con otros zumos.

Destaca su poder revitalizador, curativo, cicatrizante y desinfectante procurando la regeneración celular de la que derivan sus propiedades, algunas de ellas comprobadas y otras atribuidas, constituyendo una especie de leyenda de carácter casi mágico, cuya acción podemos atribuir al afecto placebo.

Uso interno:

¹(ONI, 2006)

- ✓ Aparato digestivo:

Mejora la digestión.

Alivia la hernia de hiato, gastritis y úlceras.

Regula el tránsito intestinal: hemorroides, colitis, flatulencia, cólicos.

- ✓ Aparato reproductor:

Regulador de la menstruación.

- ✓ Aparato urinario:

Mejora las afecciones renales.²

El interés público por el aloe creció rápidamente, y hoy hay gran cantidad de investigaciones de los varios componentes del aloe como base para descubrir más de sus propiedades y para individualizar más sus componentes por lo cual una investigación más específica pueda dar más respuestas acerca de la "magia" que se le atribuye al Aloe vera.

El gel del aloe, como la mayoría de los jugos naturales, frutales y vegetales, es inestable cuando se lo extrae y es objeto de decoloración y descomposición debido a la contaminación por microorganismos. El gran éxito del Aloe vera para su uso en cosméticos es debido a los apropiados procesos de estabilización que permite almacenarlo y transportarlo sin la posibilidad a que se descomponga.

Tan antiguo como Grecia es el empleo del aloe en medicina. Los árabes introdujeron su uso a occidente. El aloe sirvió a los egipcios y a los judíos para embalsamar los cadáveres.

CLASIFICACION TAXONOMICA

- ✓ Clase: Monocotiledonea
- ✓ Familia: Liliáceas
- ✓ Género: Aloe
- ✓ Especie: Aloe vera

²(Morales, 2007)

SINÓNIMOS

- ✓ Aloe barbadensis Miller
- ✓ Aloe chinensis Baker
- ✓ Aloe elongata Murr
- ✓ Aloe flava Persoon
- ✓ Aloe indica Royle
- ✓ Aloe officinalis Forsk
- ✓ Aloe perfoliata Linneo
- ✓ Aloe rubescens De Candolle
- ✓ Aloe vulgaris Lamarck.

NOMBRES VULGARES

- ✓ Bolivia: Aloe, hayak paura, lamkju laphi, savila, sábila, zábila, sawila.
- ✓ Colombia: Acíbar, aloe, aloes, gomorresina aloe Jugo de aloe, sábila, zábila.
- ✓ Chile: tuna, zábila.
- ✓ Perú: Penca sábila, savila, zábila.
- ✓ Ecuador: Sábila.
- ✓ Venezuela: Acíbar, alcíbar, aloe, sábila, zábila, zábila común (Bernal y Correa, 1994).
- ✓ Portugués: Aloés, erva-babosa ó babosa, azebre vegetal.
- ✓ Catalán: Àloe, séver, atzavara vera.
- ✓ Vasco: Belarmintza, lerdamin.
- ✓ Italiano: Aloe.
- ✓ Francés: Aloés.
- ✓ Inglés: Aloe.
- ✓ Alemán: Aloe ³

El aloe vera es nativo de las zonas tropicales de Asia y África y se conoce desde hace más de 5,000 años. También crece en muchas regiones del Mar Mediterráneo desde tiempos muy remotos. La especie Aloe sucotrinaha sido

³(AGUDELO)

muy popular en países árabes y se cree, procedía de la Isla Socotora, localizada al Sur de Arabia.

Los médicos árabes, tanto en sus respectivos países, como en Europa, la utilizaban con fines medicinales. En Francia, durante el siglo XVII, fue empleada en la preparación de un medicamento llamado “Elíxir de Larga Vida”, ya que siempre se le ha atribuido esta propiedad de prolongar los años. Similar uso también le fue dado en Roma, donde la tenían por maravilla y querían emplearla en todas sus composiciones.

Fue traída al Continente Americano por navegantes europeos después del Descubrimiento, en el año 1492. Éstos la conocían por el nombre de Zabaira, según narra el cronista español, Gonzalo Fernández de Oviedo. Como la planta también existía en el África Occidental, con el tráfico de esclavos, en los albores del siglo XVI, se incrementó su uso.

El nombre Sábila que usamos los hispanohablantes, proviene de la voz árabe “Sabbara” o “Sabaira”, que quiere decir amargo. El nombre genérico “ALOE”, empleado a nivel mundial, proviene del latín “Alōe”, el cual también quiere decir amargo, por el sabor acibarado de la savia de sus hojas.

De la corteza verde de sus hojas, al igual que de otras especies del mismo género, se extrae una sustancia amarga, resinosa, de color oscuro, llamada acíbar o aloína, empleada en la farmacopea para curar el estreñimiento crónico, regularizar las reglas retrasadas y como purgante.

En la India se usa mucho esta planta, y la conocen por Kumari o Ghirita y crece espontánea en la parte Sur. Al cristal (gel) de sus hojas le atribuyen propiedades digestivas, antihelmínticas, laxantes, afrodisíacas, reconstituyente, emenagoga y colagoga. Los nativos de ese vasto país, se frotan la frente con el gel, para calmarse los dolores de cabeza y como refrescante del cerebro⁴

El aloe vera ha sido utilizado por sus propiedades medicinales o posee las siguientes propiedades:

Antiinflamatorio, nutritivo, refrescante, descongestionante y anti cancerígeno.

⁴(ORTIZ, 2010)

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Existe en el país un solo proyecto de evaluación acerca del procesamiento de una bebida a base de sábila, el cual se encuentra en la ciudad de Guayaquil en la Escuela Superior Politécnica del Litoral, bajo el título:

“Proyecto de evaluación de procesamiento y comercialización de bebida refrescante Orange Aloe para la provincia de Santa Elena”.

Teniendo como autores: Aura Plúa Mera, Danilo Martínez Quiñones e Ing. Edgar Salas.

También existe una tesis de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la cual va encaminada a producir una bebida nutricional, pero en este caso es de quinua, la cual se encuentra bajo el título:

“Factibilidad de la creación de una microempresa destinada a la elaboración de bebida nutricional de quinua”.

Teniendo como autoras: Andino Ana Belén, Bastidas Silvana y Cadena Pamela.

De la misma manera, existe una corporación ecuatoriana y empresas extranjeras que crea bebidas y demás productos derivados de la sábila, los cuales con importados y distribuidos en el país.

Corporación Ecuatoriana Colonche Line

Colonche - Santa Elena – Ecuador

Figura 1. Producto de la corporación Colonche Line



Corporación ecuatoriana sin fines de lucro que crea productos a base de sábila cultivada en tierras ecuatorianas, la cual también es exportada a otros países que la procesan y obtienen diferentes productos, tales como:

- ✓ Mermeladas
- ✓ Galletas
- ✓ Jugo puro de aloe vera
- ✓ Champú
- ✓ Cremas para el día
- ✓ Cremas para la noche
- ✓ Bodylotion

Los cuales son comercializados en Suiza, Alemania y Ecuador.⁵

Omnilife

Figura 2. Productos de Omnilife



Con sede en Guadalajara, México, OMNILIFE es una empresa Mexicana, líder en la producción de productos, y suplementos nutricionales de alta calidad. OMNILIFE es una empresa bien establecida con 20 años de existencia. Actualmente, Omnilife tiene presencia en 20 países, incluidos los Estados Unidos, México, Brasil, Argentina, y España.

⁵(Wick, Corporación Ecuatoriana Coloncheline)

La Planta Manufactura de Omnilife en Guadalajara es una construcción con tecnología de punta, construido sobre más de 28 kilómetros cuadrados, es la planta de elaboración de suplementos alimenticios más grande del mundo, la cual emplea a más de 600 empleados.⁶

Omplus

Nutre y reactiva todos los sistemas del cuerpo humano: digestivo, circulatorio, endocrino, respiratorio, nervioso, óseo, integumentario, renal, muscular y especialmente el inmunológico, que crea las defensas del cuerpo para que se contrarreste, cualquier tipo de enfermedad. Purifica la sangre y da energía corporal, equilibra el sistema metabólico.

Aloe Beta

- ✓ Favorecen la depuración, desintoxicación y cicatrización del organismo.
- ✓ Ayuda a los procesos renales, digestivas .y úlceras gástricas.
- ✓ Regenera los tejidos de hígado, intestino, desinflama el colon, riñón y pulmón.
- ✓ Corrige el estreñimiento, hemorroides.

Herbalife

Figura 3. Producto de Herbalife



⁶(Omnibien, 2011)

Herbalife Ltd. (NYSE: HLF), es una empresa global de nutrición y venta directa. Nuestros productos incluyen suplementos alimenticios y productos de cuidado personal. La compañía sigue su objetivo global de “cambiar la vida de las personas” por medio de la comercialización y venta de sus productos a través de una red de 1 millón 900 mil distribuidores independientes que operan en 70 países del mundo. Para aquellas personas que optan por ser distribuidores, la compañía ofrece también una atractiva oportunidad financiera.⁷

PRODUCTOS

Nuestra línea de productos de Nutrición Básica está diseñada para ayudar a complementar la alimentación que el cuerpo necesita, los beneficios que sus ingredientes proporcionan, nos ayudan a tener una mejor nutrición y lo cual puede ayudar a mejorar nuestra calidad de vida a largo plazo.

En nuestro catálogo para Energía y Condición Física hemos pensando en personas activas que realizan actividad física frecuente, por eso incluimos productos que complementen sus rutinas, para ayudarles a tener energía antes y después su ejercicio diario.

Los productos de Nutrición Dirigida aportan nutrientes y antioxidantes para complementar ciertas necesidades nutricionales, dependiendo de la etapa o estilo de vida de los consumidores, apoyando una mejor nutrición para una mejor calidad de vida.

Nuestros productos de Cuidado Personal combinan lo mejor de la naturaleza y la ciencia; son productos cosméticos pensados para el uso diario, que nutren y protegen el rostro, la piel y el cabello de toda la familia.⁸

Herbal Aloe Concentrate

- ✓ Calma su estómago mientras refresca, aliviando la indigestión ocasional.
- ✓ Mejora la absorción de nutrientes.
- ✓ Apoya la función de su sistema inmunológico y la acción autolimpiadora del cuerpo.

⁷(Herbalife)

⁸(Nuestros productos: Herbalife)

Razón Social: Herbalife Internacional. Inc.

Logotipo:

Figura 4. Logotipo empresa Herbalife



Slogan: Nutrición para una vida mejor

Política corporativa en responsabilidad social:

El Consejo Herbalife de Responsabilidad Social y Sustentabilidad, dentro de sus alcances desarrolló y aprobó la Política Corporativa HERBALIFE de Responsabilidad Social alineadas al plan estratégico, misión, visión y valores de la empresa.

La visión de Responsabilidad Social de la compañía dentro de su contexto de sustentabilidad se basa en principios y acciones que atienden las preocupaciones sociales y ambientales de sus actividades.

Como empresa que crea valor sustentable, Herbalife busca la generación de riqueza al mismo tiempo que colabora con la construcción del bienestar de la sociedad a través de sus productos y consolida por medio de su Responsabilidad Social a través de los siguientes diez principios:

Cumplir: con las leyes y normas nacionales e internacionales aplicables, así como con todos sus compromisos adquiridos como ciudadanos corporativos responsables en: gobierno corporativo, ética, transparencia y confianza.

Proponer: Planes, estrategias, acciones para alcanzar los resultados de negocios, sociales y ambientales buscados con compromiso.

Respetar: Los Derechos Humanos en especial los Derechos de los Niños buscando además la equidad de género y la inclusión de los grupos minoritarios o vulnerables.

Preservar: La calidad de nuestros productos para el cumplimiento de nuestra visión y la protección del medio ambiente en nuestras operaciones.

Fortalecer: Nuestra presencia en las comunidades en las que operamos y en las que nuestros colaboradores y colaboradoras viven y trabajan manteniéndonos en un círculo virtuoso de mejora continua.

Ejecutar: Ser congruentes con nuestro compromiso realizando e implementando las propuestas de Responsabilidad Social en acciones concretas que tengan por objetivo el bienestar de Herbalife y de la sociedad.

Vivir: Nuestra Visión, Misión y Valores creando un ámbito favorable para las relaciones laborales basado en la igualdad de oportunidades, el respeto a la diversidad y la promoción de la comunicación entre las y los colaboradores, dando el ejemplo a todos nuestros grupos de interés.

Incentivar: A nuestros distribuidores, colaboradores, proveedores, clientes finales, competencia y a todos nuestros demás grupos de interés a ser parte de esta visión sustentable.

Simplificar: Para que la familia HERBALIFE sea parte de la creación de valor sustentable de una manera clara, fluida y abierta.

Comunicar: Nuestras acciones en los tres ámbitos de la sustentabilidad: Económico, Social y Ambiental con información veraz y relevante.

Misión: Nuestra misión es cambiar las vidas de las personas ofreciendo la mejor oportunidad de negocio en venta directa y los mejores productos del mundo para promover la buena nutrición y el bienestar.

Visión: Cambiar la vida de las personas.

Valores: Los valores que nos motivan son:

Nuestros distribuidores:

Nos motivan las necesidades de nuestros Distribuidores y nos inspiran sus historias.

Nuestros socios:

Procuramos rentabilidad y crecimiento a fin de incrementar el valor para todos nuestros socios, incluyendo Distribuidores, clientes, accionistas y empleados.

Nuestros empleados:

Nos respetamos unos a otros, triunfamos como equipo y valoramos el sentido del humor.

Nuestros productos:

Nuestro compromiso con los estándares más exigentes en materia de seguridad y ciencia en el desarrollo y fabricación de nuestros productos, es parte integral de nuestra misión para la nutrición. Somos productos del producto.

Nuestras comunidades:

Hacemos de nuestras comunidades mejores lugares para vivir y trabajar.

Nuestro trabajo:

Tomamos decisiones basadas en hechos, no en rumores. Trabajamos arduamente y somos responsables. Nos esforzamos en alcanzar la excelencia.

Nuestra ética:

Hacemos las cosas de manera correcta, honesta y ética. Actuamos debidamente.

Nuestra filosofía:

Usamos, llevamos, hablamos.

Nuestra actitud:

Lo hacemos ¡Simple, divertido y mágico!⁹

Sistema de ventas: Herbalife comercializa sus productos comercializados a través del sistema de marketing multinivel o marketing de redes.

Herbalife distribuye sus productos a través de un sistema de venta directa multinivel por el cual sus distribuidores independientes compran los productos y los comercializan entre sus clientes.

⁹(Herbalife International Inc.)

Forever Living Products

Figura 5. Productos de Forever Living Products



Forever Living Products (FLP) fue fundada en 1978 sobre la base de un sueño y duro trabajo, Forever Living es hoy día una compañía multimillonaria, con sede en Scottsdale, Arizona.

Nuestra compañía fue diseñada para ayudar a cualquier persona que desee crear un mejor futuro con sus propios esfuerzos.

- ✓ Mejor salud.
- ✓ Prosperidad económica.
- ✓ Un futuro seguro.

Fabricamos y vendemos docenas de productos exclusivos para su bienestar, a base de uno de los regalos más puros de la naturaleza, la sábila.¹⁰

Aloe Vera Gel

Un producto de nuestro proceso patentado de estabilización de la sábila, nuestro gel es el preferido por aquellos que desean mantener un sistema digestivo saludable y un nivel natural de energía.

Aloe Berry Néctar

Aloe Berry Néctar contiene todas las vitaminas, minerales, aminoácidos y enzimas encontradas en nuestro Aloe Vera Gel, además de los beneficios extras del arándano y la manzana.

¹⁰(Maughan, Forever Living Products, 2012)

Además de su reputación como limpiador de las vías urinarias, los arándanos ofrecen un alto contenido de vitamina C.

Forever Freedom

Fórmula exclusiva disponible en forma de bebida de sábila, que proporciona una forma práctica y nutritiva para defenderse contra los síntomas del desgaste de las articulaciones.

Razón Social: Forever Living Products

Logotipo:

Figura 6. Logotipo empresa Forever Living Products



Slogan: Para su salud y prosperidad

Políticas de la Compañía:

Las Políticas de la Compañía han sido implementadas para imponer restricciones, reglas y normas para procedimientos de venta y mercadotecnia adecuados y para prevenir actos incorrectos, de abuso o ilícitos. Dichas Políticas de la Compañía son de vez en cuando revisadas, modificadas y adiciones pueden hacerse a la misma.

Cada Distribuidor tiene la obligación de familiarizarse con las Políticas de la Compañía.

Cada Distribuidor, al firmar el formulario de Solicitud de Distribuidor, está de acuerdo en cumplir con las Políticas de la Compañía de FLP.

Cualquier transferencia distinta a la herencia de una Distribución de Forever Living Products va en contra de las Políticas de la Compañía.

Los Distribuidores no deberán permitir que los productos de la Compañía sean vendidos o exhibidos en tiendas minoristas, apartados de intercambio militar, “flea markets”, “swap meets” u otras exhibiciones de esa índole.

“Stacking”, lo cual es comprar producto de la Compañía a nombre de un Distribuidor que no sea usted, y “Buy in”, lo cual es comprar producto de la Compañía en cantidades que excedan lo que se puede vender inmediatamente

En caso de que el cónyuge de un Distribuidor no viaje cuando se haya ganado un viaje, el Distribuidor puede traer consigo a una persona invitada, siempre y cuando el invitado sea un Distribuidor, o es elegible para ser Distribuidor.

Los Distribuidores de FLP no deberán desacreditar a otros Distribuidores, los productos/servicios de FLP, el Plan de Compensación y Mercadotecnia, o a los empleados de FLP, enfrente de otros Distribuidores o terceras partes.¹¹

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación sociológica:

El proyecto planteado se fundamenta sociológicamente, ya que al crear esta planta productora de bebida, los habitantes y el cantón en general, van a tener un valor mucho mayor en el aspecto social, ya que será un pueblo de renombre por su avance y desarrollo.

Fundamentación socioeconómica:

De igual manera al implementarse esta planta, el cantón El Triunfo gozará de una mejora en el ámbito socioeconómico, debido a que esta fábrica brindará empleo a personas del mismo pueblo, obteniendo así, menos ciudadanos desempleados.

Al suceder esto, las personas tendrán más dinero en sus bolsillos, podrán comprar más bienes para consumo familiar, existirá mayor dinero circulando en la economía local, lo que les ofrecerá una mejor calidad de vida.

Fundamentación científica:

Fundamento mi proyecto de manera científica, ya que al ser la sábila, la materia prima principal de mi producto, una planta curativa que cuenta con varios beneficios en la salud de las personas, los cuales están científicamente comprobados:

¹¹(Políticas de la compañía Forever Living Products Ecuador, 2010)

- ✓ Ayuda a dilatar los capilares y apoyar el crecimiento celular mejorando la circulación.
- ✓ Regula la presión arterial
- ✓ Promueve la curación de huesos y articulaciones.
- ✓ Cura los daños de tejidos internos y úlceras.
- ✓ Fortalece el sistema inmunológico.
- ✓ Elimina el estreñimiento.
- ✓ Defiende el organismo contra las bacterias.
- ✓ Favorece la regulación de azúcar en la sangre,
- ✓ Ayuda en la curación de la psoriasis reduciendo la picazón.
- ✓ Proporciona una sensación de bienestar y energía. ¹²

Cuadro 1. Vitaminas que posee la sábila

Vitaminas esenciales que contiene el producto	
V I T A M I N A S	A
	B1
	B2
	B3
	B6
	B12
	C
	E
	COLIA
	ACIDO FOLICO

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Fundamentación Ambiental:

Con lo que respecta a la fundamentación ambiental, esta fábrica tratará de afectar en lo más mínimo al medio ambiente, ya que se tomara ciertas medidas o precauciones a la hora de producir el producto, llevando un control y buen mantenimiento en las maquinarias, de la misma forma los desechos de la materia prima serán recogidos para posterior desecho.

¹²(Beneficios del Jugo)

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Bebida Nutritiva: Bebida que además de calmar la sed, aportan nutrientes y ejercen efectos curativos y preventivos sobre el organismo.

Bebida Refrescante: Son bebidas no alcohólicas que lleva la adición de zumo de frutas, extracto de frutas, edulcorantes y se consumen en estado líquido para saciar la sed.

Calidad de Vida: Está objetivamente determinada por el grado de satisfacción propia de hombre, que responde a su vez a la relación existente entre lo que él aspira y lo que realmente posee.

Capacidad Instalada: Es la suma máxima de bienes o servicios que pueden lograr de las plantas y equipos de cierta empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Comercialización: Es la acción y efecto de poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

Crecimiento: Es cuando las ventas aumentan rápidamente, es la etapa del comienzo del producto, donde los beneficios crecen rápidamente y llegan a su sitio más alto al término de esta fase y los competidores, atraídos por las oportunidades de negocio, se intensifican en esta fase.

Cultura consumista: El consumismo es un fenómeno de las sociedades modernas occidentales por el que se adquieren bienes o se contratan servicios por parte de los consumidores y usuarios por encima de las necesidades de subsistencia, a veces con endeudamiento, y de manera irreflexiva para atender a necesidades superfluas.¹³

Declinación: Es cuando las ventas disminuyen considerablemente y los beneficios tienden a desaparecer. La disminución de las ventas se puede ver afectada por varios aspectos como por ejemplo cambio de gustos etc.

¹³(Consumoteca, 2009)

Emprendimiento: La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.¹⁴

Implementación: Instalación y puesta en marcha de algún tipo de plan o negocio.

Innovación: La innovación se considera como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas social y económica, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad. La innovación se traduce en renovación y ampliación de la gama de productos y servicios en los mercados.¹⁵

Lanzamiento: Es el inicio del ciclo de vida de un producto. Donde se empieza a distribuir el producto por primera vez y ya está disponible para su compra en el mercado. Las ventas se inician y crecen muy lentamente. Los beneficios son inexistentes en casi toda esta fase.

Madurez: Es el punto cuando las ventas dejan de aumentar t hasta cierto punto comienzan a descender, por ende los beneficios empiezan a bajar para la empresa y la capacidad de producción de la planta excede a la demanda.

Manipular: Manejar cosas, especialmente objetos o maquinarias delicadas o de precisión.

Marketing Mix: El marketing mix es un estudio de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad, las cuales son: producto, precio, distribución y promoción. El fin de emplear este análisis es conocer la realidad de la

¹⁴(INTEP, 2012)

¹⁵(Innovateam, 2009)

empresa y poder utilizar una estrategia específica de posicionamiento en el mercado.

Materia Prima: Todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto.¹⁶

Plantas Medicinales: Son aquellos vegetales que se usan para la elaboración de productos que ejercen acción farmacológica, que beneficia al organismo vivo. Se la emplea para restablecer la salud perdida, es decir, a combatir alguna enfermedad.

Posicionamiento del Mercado: Es una toma de posición concreta y definitiva en la mente del o de los sujetos en perspectiva a los que se dirige un determinado producto. De manera que, frente a la necesidad que dicho producto puede, los sujetos en perspectiva le den prioridad ante otros productos similares.

Procesar: Someter una materia prima a un proceso de elaboración o de transformación para poder obtener un producto terminado.

Producción: Acto de transformar los factores de producción en los bienes y servicios que se demandan para el consumo o la inversión.¹⁷

Productos naturales: Se refiere a productos que, sin ser orgánicos, no usan aditivos conservadores, edulcorantes, ni saborizantes artificiales en su elaboración.

Suplemento alimenticio: Son productos con fórmulas diferentes a los medicamentos. La principal ventaja que brindan es que al no ser medicamentos, no tienen efectos secundarios, puesto que son micronutrientes que se encuentran en alimentos y plantas naturales. Los suplementos nutricionales dan otra gran ventaja: son prácticos. Complementan valores que a

¹⁶(Gerencie.com, 2010)

¹⁷(Producción)

veces olvidamos incluir en la ingesta diaria o que por las concentraciones que requiere el organismo.

Tríptico: Es una hoja para escribir que se encuentra dividida en tres partes, de forma tal que las laterales puedan doblarse sobre la del centro. Habitualmente suelen presentarse muy decorados.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

- ✓ La limitada producción de bebidas nutritivas, genera efectos negativos en la salud de la población del cantón El Triunfo.

2.3.2 Hipótesis Particulares

- ✓ La escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas, genera problemas de nutrición en la población del cantón El Triunfo.
- ✓ La escasa disponibilidad de materia prima para la producción de bebidas nutritivas, provoca efectos negativos en la elaboración de estos productos en el cantón El Triunfo.
- ✓ El limitado nivel de emprendimiento en los empresarios del cantón El Triunfo, genera poca inversión en nuevas ideas de negocio.
- ✓ La poca información de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas, genera insuficiente demanda del producto por parte de la población.
- ✓ La inseguridad en la aceptación de nuevos productos por parte de la población, provoca incertidumbre en los empresarios al momento de invertir en este tipo de negocios.

2.3.3 Declaración de Variables

Variables de la hipótesis general:

Variable Independiente:

- ✓ Limitada producción de bebidas nutritivas.

Variable Dependiente:

- ✓ Efectos negativos en la salud de la población.

Variables de la hipótesis particular 1:

Variable Independiente:

- ✓ Escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas.

Variable Dependiente:

- ✓ Problemas de nutrición en la población.

Variables de la hipótesis particular 2:

Variable Independiente:

- ✓ Escasa disponibilidad de materia prima.

Variable Dependiente:

- ✓ Efectos negativos en la producción.

Variables de la hipótesis particular 3:

Variable Independiente:

- ✓ Limitado nivel de emprendimiento en los empresarios.

Variable Dependiente:

- ✓ Poca inversión en nuevas ideas de negocio.

Variables de la hipótesis particular 4:

Variable Independiente:

- ✓ Poca información de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas.

Variable Dependiente:

- ✓ Insuficiente demanda del producto.

Variables de la hipótesis particular 5:

Variable Independiente:

- ✓ Inseguridad en la aceptación de nuevos productos.

Variable Dependiente:

- ✓ Incertidumbre en los empresarios al momento de invertir.

2.3.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 2. Operacionalización de las variables

HIPO TESIS	VARIABLES		CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES	TÉCNICA/INS TRUMENTO
General	V.I.	Limitada producción	Producción en pequeñas cantidades de algo que podría haberse producido en masa.	Numero de Pymes existente.	- Encuesta - Entrevista
	V.D	Efectos negativos en la salud	Probabilidad de ser afectado por una sustancia más de lo normal, como resultado de la susceptibilidad a los efectos de dicha sustancia.	Estadísticas de hospitales.	- Encuesta - Entrevista
Particular 1	V.I.	Escasa cultura de consumo	Adquisición o compra desahorada de bienes o servicios que no son esenciales.	Consumo en los hogares.	- Encuesta - Entrevista
	V.D	Vulnerabilidad en la salud	Probabilidad de ser afectado por una sustancia más de lo normal.	Estadísticas de hospitales.	- Encuesta
Particular 2	V.I.	Escasa disponibilidad de materia prima	Existencia de poca oferta de sábila en relación a la demanda.	Niveles de producción de la materia prima.	- Encuesta - Entrevista
	V.D	Efectos negativos en la producción	Paralización temporal o permanente de la producción a causa de la escases de la materia prima.	Niveles de producción de bebidas nutritivas.	- Encuesta - Entrevista
Particular 3	V.I.	Limitado nivel de emprendimiento	Pocos empresarios que inician un negocio o que crea una pequeña empresa por su propia iniciativa.	Evaluación de producción empresarial.	- Encuesta - Entrevista
	V.D	Poca inversión	Cantidad reducida de colocación de capital en un negocio para obtener ganancias futuras.	Evaluación de inversión de pequeños y grandes empresarios.	- Entrevista
Particular 4	V.I.	Poca información de beneficios medicinales	Limitado conocimiento de las personas sobre beneficios de ciertos productos.	Nivel de publicidad empresarial.	- Encuesta
	V.D	Bajo nivel de consumo	Poca demanda de bienes o servicios que están a disposición del hombre con el fin de satisfacer una necesidad.	Cantidad demandada de un bien específico.	- Encuesta
Particular 5	V.I.	Incertidumbre	Miedo a la posible poca demanda de un bien, debido a la desconocida probabilidad del suceso.	Calidad del producto.	- Encuesta - Entrevista
	V.D	Inseguridad al momento de invertir	Existencia de riesgo o peligro de fracasar en una inversión.	Número de competidores.	- Entrevista

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Como diseño de la investigación se considera a la elaboración de un plan donde se precisan los objetivos, y la elección del camino más apropiado, con la búsqueda de técnicas, procesamientos, instrumentos y recursos necesarios que permitan lograr la meta de la investigación y así obtener éxito en el trabajo productivo del proyecto.

Investigación Exploratoria:

Se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables.¹⁸

Se realiza este tipo de investigación porque se está incursionando en un territorio casi desconocido en nuestro país, razón por el cual he tenido que explorar en varios libros, revistas, sitios web, que me han ayudado para empapararme de mucha información relevante que antes no conocía.

¹⁸(GARCIA & IBARRA, 2010)

Investigación Descriptiva:

La investigación descriptiva consiste, en la caracterización, de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.¹⁹

Esta investigación es de carácter descriptivo, porque en ella se describirá todas y cada unas de las propiedades medicinales de la planta medicinal a utilizar en este proyecto y sus características que tendrá al convertirse en producto final.

Investigación Explicativa:

Va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, o del establecimiento de relaciones entre conceptos, pues está dirigida a indagar las causas de los problemas o situaciones objeto de estudio. Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o porqué dos o más variables están relacionadas.²⁰

Se aplica esta tipo de investigación porque se está explicando las razones y propósitos por los cuales nació la idea de desarrollar este proyecto para poder ponerlo en marcha debido a los excelentes resultados que traería al implementarlo.

Investigación de Campo:

Las técnicas de investigación de campo son aquellas que le sirven al investigador para relacionarse con el objeto y construir por sí mismo la realidad estudiada. Tienen el propósito de recopilar información empírica sobre la realidad del fenómeno a estudiar y son útiles para estudiar a fondo un fenómeno en un ambiente determinado.²¹

En este proyecto se aplica la investigación de campo, por la razón de que tuve que estar presente en el lugar mismo que voy a realizar la exploración, para así, poder palpar la realidad del problema existente en el cantón El Triunfo y así plantearme las metas a conseguir con esta investigación.

¹⁹(Pimentel, 2010)

²⁰(Universidad Católica de Colombia)

²¹(Loubet)

Investigación No Experimental:

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.²²

Se da este tipo de investigación, porque, se indaga acerca del tema sobre lo ya existente, no se experimenta en él para partir de allí, sino, de lo que existe se analiza para poder adaptarlo al medio donde se va a aplicar el estudio, en este caso, en el cantón El Triunfo.

El diseño de esta investigación es declarado cuantitativo y cualitativo.

Cuantitativo:

El método cuantitativo o tradicional se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados.²³

Esta investigación es declarada como método cuantitativo, porque, voy a analizar los resultados de forma numérica que me arrojarán las encuestas que realizaré más adelante a la población Triunfense en general, con la ayuda de las herramientas estadísticas, de las variables planteadas en este proyecto.

Cualitativo:

La investigación cualitativa es el procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes para comprender la vida social por medio de significados y desde una perspectiva holística, pues se trata de entender el conjunto de cualidades interrelacionadas que caracterizan a un determinado fenómeno.²⁴

²²(Metodología de la Investigación)

²³(BERNAL TORRES, 2006)

²⁴(MEJÍA Navarrete, 2008)

Este proyecto contiene investigación cualitativa porque se aplica técnicas de investigación como la observación y las entrevistas dirigidas a expertos, de las cuales se extrae información que no se puede cuantificar.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

En todo proceso de investigación se establece cual será su objeto, como es el caso de la población, de la cual se extraerá la información requerida para el respectivo análisis.

La población a la que está orientada la presente investigación, es la totalidad de habitantes existentes del cantón El Triunfo, que en este caso cuenta con 44.778 habitantes según último censo de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010.²⁵

3.2.2 Delimitación de la población

Para efectos de aplicación del proyecto se ha determinado como población a todos los habitantes en general, tanto hombres como mujeres.

Existiendo un total de 21.954 mujeres y 22.824 hombres, dando el total de la población de 44.778 habitantes.

Cuadro 3. Total de habitantes del cantón El Triunfo

UNIDAD DE ANÁLISIS	POBLACIÓN	%
Hombres	22.824	51%
Mujeres	21.954	49%
TOTAL	44.778	100%

Fuente: INEC
Elaborado por Cristiam Delgado

²⁵(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

3.2.3 Tipo de Muestra

Para el desarrollo del proyecto de producción y comercialización de bebida refrescante nutritiva compuesta de sábila, se tomará en consideración el tipo de muestra probabilística, ya que todo individuo u objeto ha de poseer una probabilidad conocida de quedar circunscrita en la muestra, y así obtener información verídica que ayude a la elaboración de datos para lograr un objetivo en común.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para encontrar el tamaño de la muestra, debemos primeramente determinar qué tipo de población poseemos. Esta población puede ser finita cuando se conoce con certeza su número, o infinita cuando no existe un número específico de elementos que conforman un todo.

En este caso poseo una población finita, porque conozco con exactitud el número de habitantes del cantón El Triunfo, y se aplica la siguiente fórmula.

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

Donde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

Dándome como resultado:

$$n = \frac{44778 (0.5)(0.5)}{\frac{(44778 - 1) 0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = 380$$

Se aplicaran 377 encuestas y 3 entrevistas dirigidas a expertos.

3.2.5 Proceso de selección

Como se indicó anteriormente, para la selección de la muestra objeto de estudio en el presente proyecto, se tomará en consideración el tipo de muestra probabilística, debido a que el proceso de selección todos los individuos tienen la probabilidad de quedar incluidos en la muestra.

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

En el desarrollo de investigación del proyecto de la producción de una bebida refrescante nutritiva compuesta de sábila, se tendrá en consideración los siguientes:

Histórico – Lógico

Este método se refiere a que en la sociedad los diversos problemas o fenómenos no se presentan de manera azarosa sino que es el resultado de un Largo proceso que los origina, motiva o da lugar a su existencia.²⁶

Se da este método porque tuve que indagar mucho acerca de la historia de la materia prima principal para la creación del producto del presente proyecto, y como ha ido evolucionando a través del tiempo hasta la actualidad.

²⁶(CENTTY, Manual Metodológico para el Investigador Científico, 2006)

Analítico – Sintético

Método analítico: Proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.

Método sintético: Consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad método y metodología en la investigación científica.²⁷

Se aplica este método analítico sintético, porque tuve que analizar minuciosamente todos los aspectos en cuanto se refiere a la investigación para obtener información relevante.

Inductivo - Deductivo

La inducción: Es el proceso que va de lo particular, específico hacia lo más general o universal también significa, de lo más simple a lo más complejo. Como procedimiento es también recomendable porque el ser humano más rápidamente percibe los hechos captados sensorialmente y como tal puede señalar como se inicia un determinado fenómeno.

La deducción: Es el fenómeno universo por el cual se parte de lo general o universal para llegar a lo más específico pero de una manera lógica que tiene en cuenta la secuencia y el orden para ir desmenuzando sus diferentes elementos.²⁸

Se utilizó este método porque al iniciar con la investigación, se debió obtener datos referenciales acerca del problema a analizar, lo cual me dio una idea más amplia sobre el comportamiento a través del tiempo del problema, lo cual con la inducción ya tenía una idea, pero con la deducción se logró llegar a lo específico del estudio.

Hipotético - Deductivo

Para algunos investigadores este método es por excelencia el más apropiado para hacer una investigación porque consiste en partir de un supuesto o afirmación por demostrar para luego llegar a descomponer en sus variables y a

²⁷(AROSEMENA, 2009)

²⁸(CENTTY, Manual Metodológico para el Investigador Científico, 2006)

continuación deducir los indicadores de cada uno de ellos con la finalidad de recoger información a partir de los indicadores.

Se aplicó este método de investigación, porque todo partió de una hipótesis que en el transcurso y a medida que iba avanzando con la investigación, se las pudo comprobar o rechazar.

3.3.2 Métodos Empíricos

Observación

La observación, como método científico, nos permite obtener conocimiento acerca del comportamiento del objeto de investigación tal y como éste se da en la realidad, es una manera de acceder a la información directa e inmediata sobre el proceso, fenómeno u objeto que está siendo investigado.²⁹

Porque el fundamento del proyecto radica en la percepción directa del objeto de investigación y del problema, el cual ha sido realizado a través de la observación directa y un estudio cualitativo de la población en general del cantón El Triunfo, el cual me permite no solo buscar datos a través de las encuestas realizadas, sino que estos permitan proponer soluciones que se plasmen a corto plazo en el proyecto en estudio de la bebida refrescante nutritiva compuesta de sábila.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Para la presente investigación se aplican las siguientes técnicas:

Encuesta

Las encuestas personales consisten en un encuentro entre dos personas en el cual una de ellas obtiene información proporcionada por la otra sobre la base de un cuestionario estructurado o semiestructurado.³⁰

Con la aplicación de las encuestas las cuales han sido en este caso aplicadas a la comunidad en general del cantón el Triunfo, se obtiene la información necesaria para saber si el proyecto en vía en aceptado por los habitantes, el grado de nivel de aceptación del producto, etc.

²⁹(HENED, 2009)

³⁰(ILDEFONSO & ABASCAL, 2009)

Instrumento

El instrumento de la investigación corresponde al cuestionario de preguntas utilizada en la técnica de la encuesta.

Cuestionario: Listado de preguntas tipificadas de modalidad cerrada para su posterior tabulación, representación gráfica y análisis.

Entrevista

La entrevista es una conversación entre dos personas, por lo menos, en la cual una es el entrevistador y la otra u otros son los entrevistados, quienes dialogan acerca de un problema o cuestión y con un propósito determinado.³¹

Con la aplicación de las entrevistas realizadas a profesionales especializados, me enriqueció de conocimiento acerca del tema, amplié mis conocimientos lo cual me brinda una nueva visión acerca del proyecto con el juicio de los expertos.

Instrumento

El instrumento de la investigación corresponde al formulario de preguntas utilizada en la técnica de la entrevista.

Formulario: Listado de preguntas de modalidad abiertas para que el entrevistado se sienta libre de dar su opinión acerca del tema en particular.

Marco Lógico

Se aplicó la técnica, porque se realizó el instrumento de objetivos, hipótesis, sistematización, el cual es llamado cuadro de marco lógico.

Muestreo

Se aplica esta técnica, porque se tuvo que aplicar encuestas a los habitantes del cantón El Triunfo, para conocer si era aceptado el producto y si era factible continuar con la investigación del presente proyecto.

³¹(PULIDO, BALLÉN, & ZÚÑIGA, 2007)

Criterio de expertos

La técnica de criterio de expertos es la que consiste en buscar a personas especializadas en el tema de la investigación, las cuales me aporten información relevante para poder enriquecer mis conocimientos, mediante las entrevistas.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Este proyecto de producción y comercialización de bebida refrescante nutritiva compuesta de sábila, exige formar una investigación de campo que ayudará a obtener datos importantes que sirvan de guía para la plena realización del presente estudio.

Con todos los datos obtenidos de las encuestas realizadas, utilicé el programa Microsoft Office Excel lo cual el mismo me sirve para introducir los datos obtenidos de las encuestas y con la ayuda de sus herramientas realizar los gráficos correspondientes de todas y cada una de las preguntas planteadas de la encuesta a la población del cantón El Triunfo, para su respectivo análisis.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En los actuales momentos los habitantes del cantón El Triunfo, no cuentan con una bebida envasada beneficiosa, que puedan adquirirla para prevenir ciertas enfermedades del sistema digestivo, y mejorar su calidad de vida; como lo es una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila.

Comúnmente, en el mercado ecuatoriano existen productos (bebidas) que no aportan ningún nutriente esencial para que los seres humanos se desarrollen con total energía durante su vida diaria, como es el caso de colas y jugos, que son contenedoras de gas y colorantes que no aportan beneficio para la salud de las personas.

La poca información que tiene la ciudadanía acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas, conlleva a que opten por el consumo de las bebidas establecidas en el mercado, siendo hasta cierto punto perjudiciales para la salud de las personas, y de allí la necesidad que exista un producto a base de esta planta medicinal.

Es por esto, que el proyecto promueve la producción de una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila, para lograr satisfacer y cubrir las necesidades de la población, para que logren llevar una buena calidad de vida.

ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN EL TRIUNFO

PREGUNTA 1.

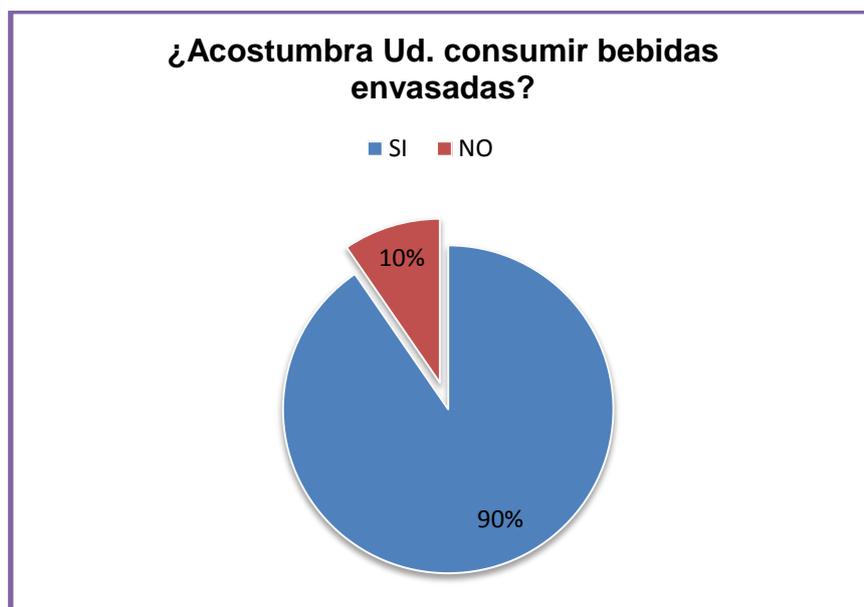
¿Acostumbra Ud. consumir bebidas envasadas?

Cuadro 4. Nivel de conocimiento acerca del consumo de bebidas envasadas

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	341	90%
NO	36	10%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo.

Figura 7. Nivel de conocimiento acerca del consumo de bebidas envasadas



ANÁLISIS:

Observamos que 9 de cada 10 habitantes consideran que **si** acostumbran consumir bebidas envasadas, mientras que 1 considera que **no** los consume.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos podemos decir que el 90% de los habitantes, consumen bebidas envasadas.

PREGUNTA 2.

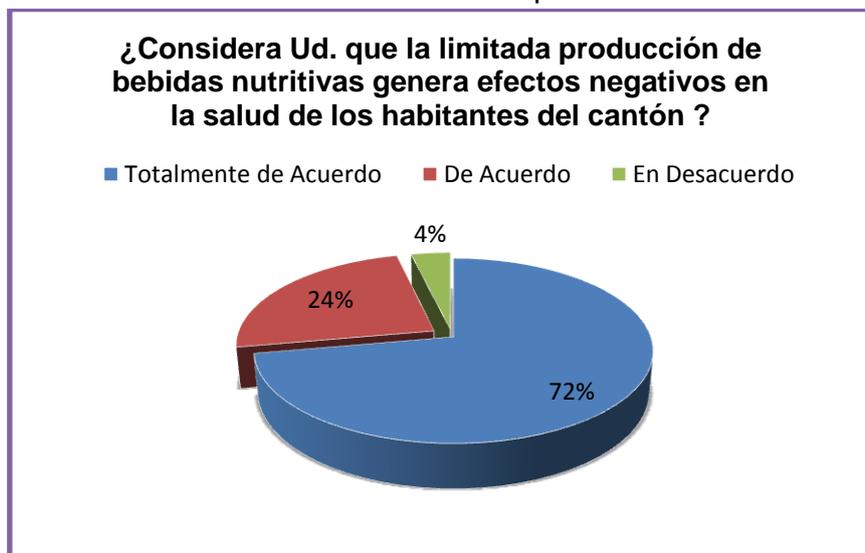
¿Considera Ud. que la limitada producción de bebidas nutritivas genera efectos negativos en la salud de los habitantes del cantón?

Cuadro 5. Nivel de conocimiento acerca de la producción de bebidas nutritivas.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Totalmente de Acuerdo	272	72%
De Acuerdo	91	24%
En Desacuerdo	14	4%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo

Figura 8. Nivel de conocimiento acerca de la producción de bebidas nutritivas.



ANALISIS:

Podemos observar que 7 de cada 10 habitantes están **totalmente de acuerdo** que la limitada producción de bebidas nutritivas genera efectos negativos en la salud de los habitantes del cantón, mientras que 2 considera estar **de acuerdo**.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados recabados podemos decir que la mayoría de encuestados, considera que la limitada producción de bebidas nutritivas genera efectos negativos en la salud de las personas.

PREGUNTA 3.

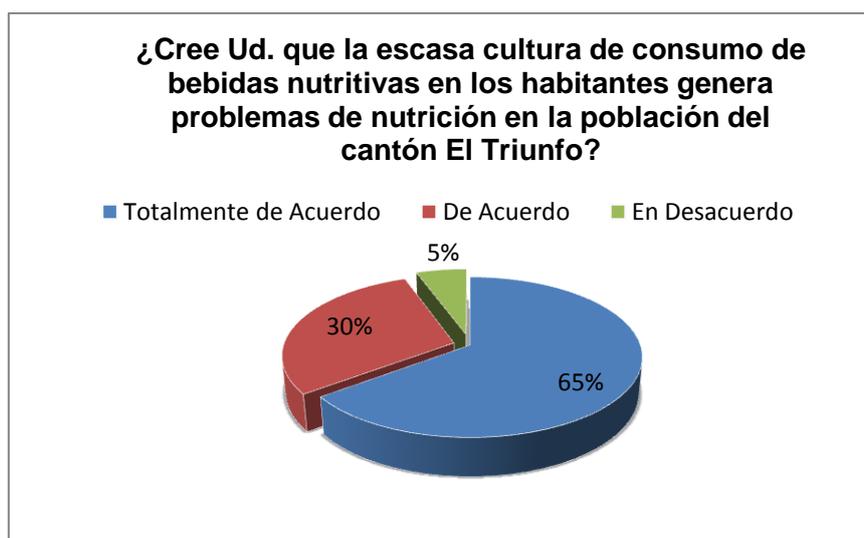
¿Cree Ud. que la escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas en los habitantes genera problemas de nutrición en la población del cantón El Triunfo?

Cuadro 6. Nivel de conocimiento acerca de la cultura de consumo de los habitantes.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Totalmente de Acuerdo	244	65%
De Acuerdo	112	30%
En Desacuerdo	21	5%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo

Figura 9. Nivel de conocimiento acerca de la cultura de consumo de los habitantes.



ANÁLISIS:

Observamos que 7 de cada 10 habitantes están **totalmente de acuerdo** en que la escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas genera problemas de nutrición, mientras que 3 consideran estar **de acuerdo**.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos anteriormente podemos decir que el total de encuestados, considera que la escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas genera problemas de nutrición en la población.

PREGUNTA 4.

¿Será la escasa disponibilidad de materia prima para la producción de bebidas nutritivas la causante de los efectos negativos en la elaboración de estos productos?

Cuadro 7. Nivel de conocimiento acerca de la causante de los efectos negativos en la producción.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	286	76%
NO	22	6%
TAL VEZ	69	18%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo

Figura 10. Nivel de conocimiento acerca de la causante de los efectos negativos en la producción.



ANÁLISIS:

Vemos que 8 de cada 10 habitantes consideran que la escasa disponibilidad de materia prima es la causante de los efectos negativos en la producción de bebidas nutritivas, mientras que 2 consideran que **tal vez**.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos, mencionamos que el total de habitantes, considera que la escasa disponibilidad de materia prima es la causante de los efectos negativos en la elaboración de bebidas nutritivas.

PREGUNTA 5.

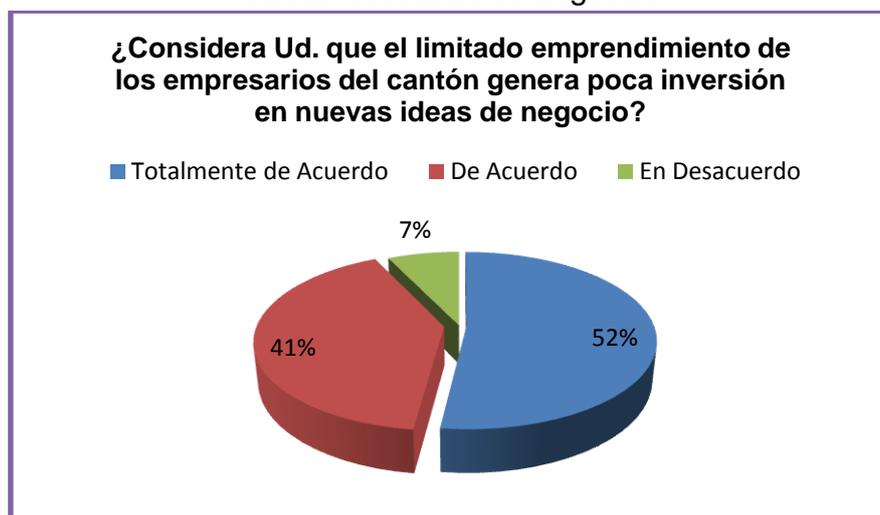
¿Considera Ud. que el limitado emprendimiento de los empresarios del cantón genera poca inversión en nuevas ideas de negocio?

Cuadro 8. Nivel de conocimiento acerca de la causante de la poca inversión en nuevas ideas de negocio.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Totalmente de Acuerdo	196	52%
De Acuerdo	154	41%
En Desacuerdo	27	7%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo

Figura 11. Nivel de conocimiento acerca de la causante de la poca inversión en nuevas ideas de negocio.



ANALISIS:

Podemos observar que 5 de cada 10 habitantes están **totalmente de acuerdo** en que el limitado emprendimiento de los empresarios del cantón genera poca inversión en nuevas ideas de negocio, mientras que 4 consideran estar **de acuerdo** y 1 está **en desacuerdo**.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos podemos decir que 9 de cada 10 encuestados consideran que el limitado emprendimiento de los empresarios del cantón genera poca inversión en nuevas ideas de negocio.

PREGUNTA 6.

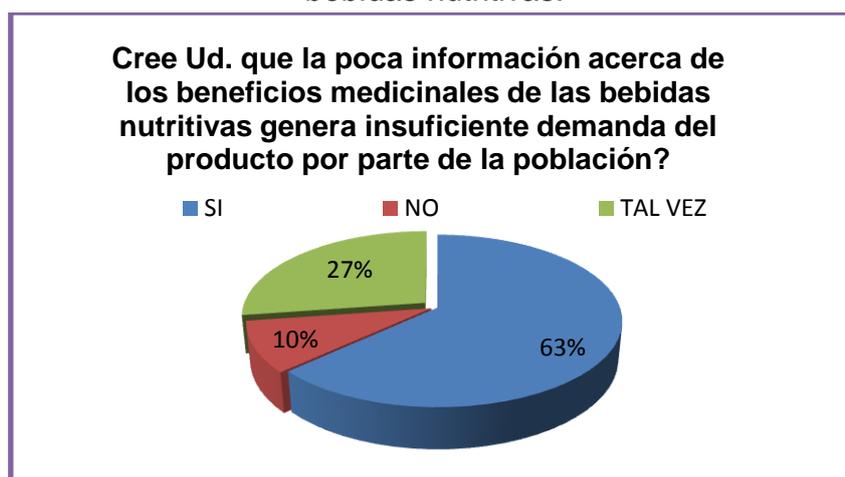
¿Cree Ud. que la poca información acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas genera insuficiente demanda del producto por parte de la población?

Cuadro 9. Nivel de conocimiento acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	238	63%
NO	36	10%
TAL VEZ	103	27%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo

Figura 12. Nivel de conocimiento acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas.



ANALISIS:

Observamos que 6 de cada 10 habitantes consideran que la poca información acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas genera insuficiente demanda del producto, mientras que 3 consideran que **tal vez** y 1 considera que **no**.

INTERPRETACIÓN:

De la información antes obtenida podemos decir que 9 de cada 10 habitantes, considera que la poca información acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas genera insuficiente demanda del producto por parte de la población.

PREGUNTA 7.

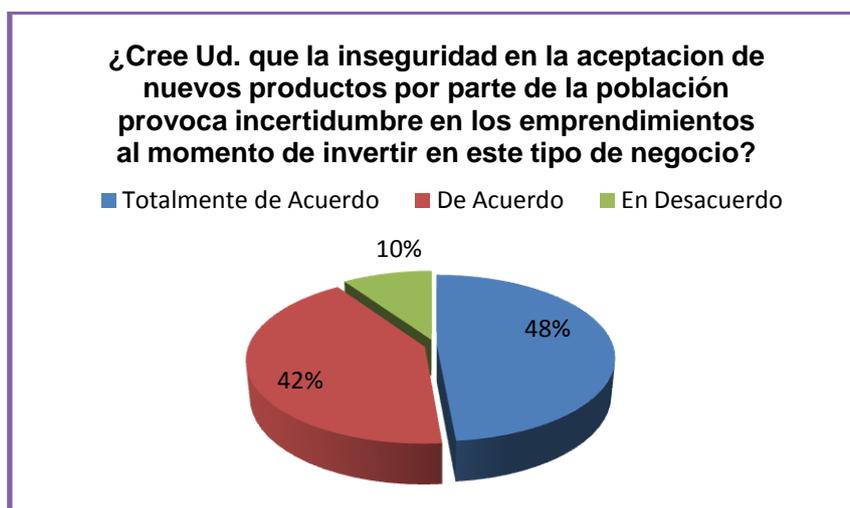
¿Cree Ud. que la inseguridad en la aceptación de nuevos productos por parte de la población provoca incertidumbre en los empresarios al momento de invertir en este tipo de negocio?

Cuadro 10. Nivel de inseguridad en la aceptación de nuevos productos.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Totalmente de Acuerdo	183	48%
De Acuerdo	158	42%
En Desacuerdo	36	10%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo

Figura13. Nivel de inseguridad en la aceptación de nuevos productos.



ANALISIS:

Podemos ver que 5 de cada 10 habitantes están **totalmente de acuerdo** en que la inseguridad en la aceptación de nuevos productos por parte de la población provoca incertidumbre en los empresarios, mientras que 4 consideran estar **de acuerdo** y solo 1 **en desacuerdo**.

INTERPRETACIÓN:

De la información recabada podemos decir que 9 de cada 10 habitantes, consideran que la inseguridad en la aceptación de nuevos productos por parte de la población provoca incertidumbre en los empresarios al momento de invertir en nuevas ideas de negocio.

PREGUNTA 8.

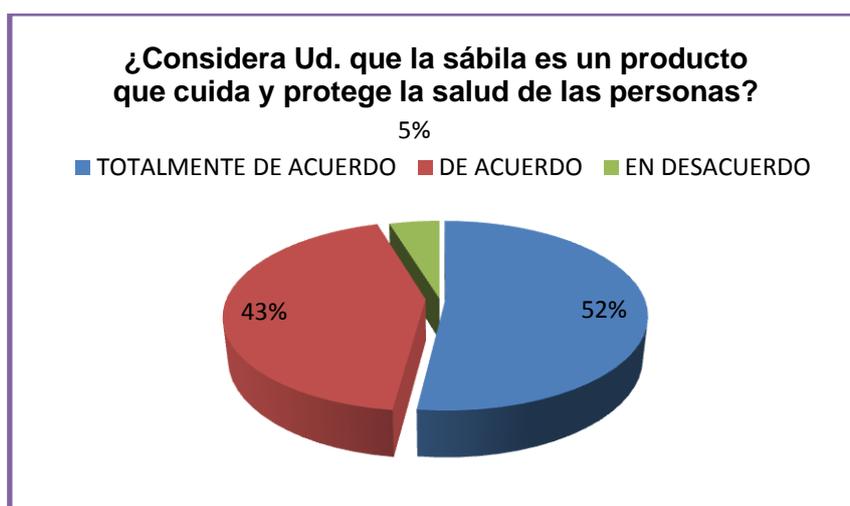
¿Considera Ud. que la sábila es un producto que cuida y protege la salud de las personas?

Cuadro 11. Nivel de conocimiento acerca de la sábila como curativa de enfermedades.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Totalmente de Acuerdo	196	52%
De Acuerdo	163	43%
En Desacuerdo	18	5%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo

Figura 14. Nivel de conocimiento acerca de la sábila como curativa de enfermedades.



ANÁLISIS:

Observamos que 5 de cada 10 habitantes están **totalmente de acuerdo** en que la sábila es un producto que cuida y protege la salud de las personas, mientras que 4 consideran estar **de acuerdo** con esto y solo 1 está **en desacuerdo**.

INTERPRETACIÓN:

De las deducciones obtenidas podemos decir que 9 de cada 10 encuestados consideran que la sábila es un producto que cuida y protege la salud de las personas.

PREGUNTA 9.

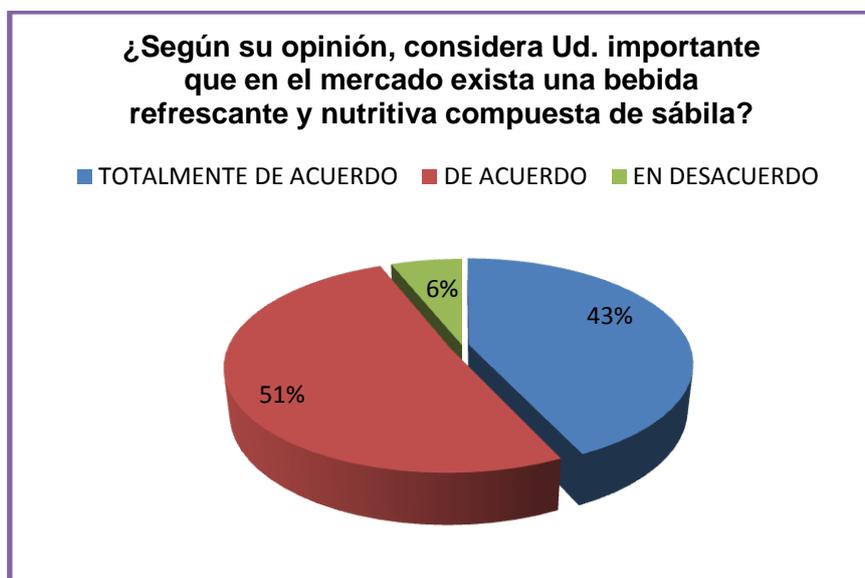
¿Según su opinión, considera Ud. importante que en el mercado exista una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila?

Cuadro 12. Nivel de importancia de la existencia del producto en el mercado

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Totalmente de Acuerdo	162	43%
De Acuerdo	192	51%
En Desacuerdo	23	6%
TOTAL	377	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo

Figura 15. Nivel de importancia de la existencia del producto en el mercado



ANÁLISIS:

Observamos que 4 de cada 10 habitantes están **totalmente de acuerdo** que en el mercado exista este producto, mientras que 5 consideran estar **de acuerdo** con esto, y apenas 1 dice estar **en desacuerdo**.

INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos podemos decir que 9 de cada 10 habitantes, consideran que si debería existir en el mercado una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

CARRERA DE ECONOMIA

Entrevista dirigida a Asesor Nutricionista

OBJETIVO: Determinar el impacto que genera el consumo de una bebida nutritiva en la salud de la población del cantón El Triunfo, para determinar la factibilidad de la producción de una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila.

COOPERACION: De antemano le agradecemos por su colaboración en la información que nos proporcionará, le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

INSTRUCCIONES: Por favor llene este formulario tan preciso como sea posible, no deje espacios en blanco.

Nombre: Enrique Vera

Empresa: Herbalife

Título Profesional: Asesor Nutricionista

Cargo: Distribuidor

PREGUNTAS

1.- ¿Cree Ud. que las bebidas existentes en el mercado son saludables?

SI

NO

¿PORQUÉ?

Yo creo, al respecto de las bebidas, todas las bebidas que se encuentran a nivel de mercado, a nivel de marketing, no son saludables, son perjudiciales para nuestra salud por la debida cantidad de químicos que lleva, es decir, edulcorantes, colorantes, todo esto perjudica a nuestro organismo, entonces yo descarto que sean nutritivas para el ser humano.

2.- ¿Cree Ud. que la falta de producción de bebidas nutritivas influye significativamente en la salud de los habitantes del cantón El Triunfo?

SI

NO

¿PORQUÉ?

Claro que significa muchísimo, porque si estamos hablando principalmente de estas bebidas que no tienen ese nutriente necesario, es el debido de que nosotros estamos hoy en día con este problema de obesidad, desnutrición, con problemas de infarto, con problemas de diabetes por las cantidades de artificiales que nosotros estamos recibiendo de todas estas bebidas y químicos que nos estamos metiendo a nuestro cuerpo.

3.- ¿Según su opinión, considera Ud. que la sábila es una planta curativa?

Totalmente de acuerdo con esto, porque la sábila tiene grandes cantidades de nutrientes que necesita nuestro cuerpo, como por ejemplo, para la buena digestión, para la piel, usando el gel para problemas de empeine, picazones, esto va a ayudar muchísimo. La sábila es lo que nos permite para la buena digestión, principalmente nos va a ayudar a nosotros para úlceras, gastritis, problemas de acides, estreñimiento, a todo esto nos va a ayudar.

4.- ¿Según su criterio, considera Ud. que el ingerir una bebida compuesta de sábila aportaría beneficios medicinales y nutritivos para el organismo?

Claro que sí, Es una materia prima principalmente lo que nos va a ayudar a la buena digestión, como le decía, es el aporte necesario que necesitamos para todo nuestro cuerpo, porque la sábila esta con muchos componentes como le decía, nutritivamente nos ayuda a todo el sistema digestivo, nos va ayudar siempre aportando con la mejor nutrición que tiene.

5.- ¿Según su opinión, considera Ud. importante que en este cantón se implemente una empresa “agroindustrial” dedicada a procesar jugos nutritivos a partir de la sábila?

Sería muy importante, ya que en nuestro cantón contaríamos con una planta de este tipo dedicada a procesar jugos nutritivos especialmente de la sábila que es una planta curativa.

6.- ¿Según su criterio, considera Ud. que al implementarse esta empresa en la localidad, fomentaría el desarrollo social y económico del cantón?

Obviamente, al contar con esta planta, los pobladores tendrán más opciones a fuentes de trabajo, por ende contarán con ingresos para consumirlo con sus familias en sus hogares lo que dará como resultado menos desempleados y existirá desarrollo social y económico del cantón.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

CARRERA DE ECONOMÍA

Entrevista dirigida a Ex productor de Jugo de Sábila

OBJETIVO: Determinar el impacto que genera el consumo de una bebida nutritiva en la salud de la población del cantón El Triunfo, para determinar la factibilidad de la producción de una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila.

COOPERACION: De antemano le agradecemos por su colaboración en la información que nos proporcionará, le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

INSTRUCCIONES: Por favor llene este formulario tan preciso como sea posible, no deje espacios en blanco.

Nombre: Milton Calle

Empresa: Independiente

Título Profesional: Ingeniero

Cargo: Propietario

PREGUNTAS

1.- ¿Cree Ud. que las bebidas existentes en el mercado son saludables?

SI

NO

¿PORQUÉ?

No, las bebidas que existen en el mercado ecuatoriano no son saludables porque no cuentan con ningún beneficio, por lo contrario, cuentan con exceso de endulzantes y colorantes que no benefician en nada a la salud de las personas.

2.- ¿Cree Ud. que la falta de producción de bebidas nutritivas influye significativamente en la salud de los habitantes del cantón El Triunfo?

SI

NO

¿PORQUÉ?

Claro, por la razón de que a las personas como consumidores no tienen opción a adquirir un producto nutritivo por la falta de existencia en el mercado.

3.- ¿Según su opinión, considera Ud. que la sábila es una planta curativa?

Totalmente, la sábila es una planta que cuenta con muchos beneficios ya sea de uso externo usando su gel para curar quemaduras, etc.; y en su uso interno, es decir, bebiendo jugo de sábila para aliviar problemas digestivos, dolencia en los riñones, etc.

4.- ¿Según su criterio, considera Ud. que el ingerir una bebida compuesta de sábila aportaría beneficios medicinales y nutritivos para el organismo?

Exacto, como le mencioné anteriormente, tiene muchos beneficios el cual evitará a las personas inclinarse por las medicinas químicas que en la mayoría de los casos tiene efectos secundarios.

5.- ¿Según su opinión, considera Ud. importante que en este cantón se implemente una empresa “agroindustrial” dedicada a procesar jugos nutritivos a partir de la sábila?

Sería lo ideal, pero los costos de implementar esta planta serían elevados.

6.- ¿Según su criterio, considera Ud. que al implementarse esta empresa en la localidad, fomentaría el desarrollo social y económico del cantón?

Si se lograra implementar esta planta, sus aportes serían muchísimos, ya que al existir esta planta brindaría empleo a los individuos el cual dará un desarrollo económico y social al cantón.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

Entrevista dirigida a Ingeniero Agrónomo

OBJETIVO: Determinar el impacto que genera el consumo de una bebida nutritiva en la salud de la población del cantón El Triunfo, para determinar la factibilidad de la producción de una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila.

COOPERACION: De antemano le agradecemos por su colaboración en la información que nos proporcionará, le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

INSTRUCCIONES: Por favor llene este formulario tan preciso como sea posible, no deje espacios en blanco.

Nombre: Edwin Santo

Empresa: Serial Corp.

Título Profesional: Ingeniero

Cargo: Administrador

PREGUNTAS

1.- ¿En qué tipo de climas se da más la planta de sábila?

Se adapta a diferentes condiciones climáticas, es decir se desarrolla en cualquier tipo de tierra, pero con frecuencia se las encuentra más en tierras desérticas.

2.- ¿Existe en el Ecuador grandes plantaciones de sábila?

Si existen plantaciones en el Ecuador, pero no en grandes magnitudes, pero que en realidad lograr abastecer la demanda para producir diversos productos a base de esta planta.

3.- ¿Hay que prestarle mayor cuidado a la planta para su completo desarrollo?

Obviamente, desde el riego, se recomienda regarla cada dos meses para que alcance su desarrollo habitual.

4.- ¿A qué tiempo de sembrada la planta está lista para el consumo?

Se recomienda para mayor efecto y aprovechar al máximo sus propiedades, cosecharla mínimo a los dos años de haberse plantado.

Gracias por su colaboración, su opinión será de gran ayuda

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Al revisar las respuestas e inquietudes que dieron las dos personas entrevistadas, haré un análisis para luego dar mi criterio personal, la entrevista realizada al Ingeniero Agrónomo, me sirvió para enriquecerme más sobre el tema.

PREGUNTA 1:

Las dos personas entrevistadas coinciden en que las bebidas envasadas existentes en el mercado ecuatoriano no son saludables.

A estas respuestas dadas por los entrevistados, yo pienso que debe existir una ley que exija a los productores a sacar productos que beneficie a la salud de las personas, mas no con exceso de químicos como colorantes y endulzantes.

PREGUNTA 2:

Los dos entrevistados coinciden en que la falta de producción de bebidas nutritivas influye significativamente en la salud de las personas por el hecho de que no tienen más opción a consumir x la falta de existencia de productos de calidad.

Por esta razón, los consumidores estamos ingiriendo químicos a nuestro cuerpo.

PREGUNTA 3:

Al preguntarles si consideran que la sábila es una planta curativa, respondieron que están totalmente de acuerdo con esto, por la cantidad de beneficios que aporta esta planta para la salud de las personas.

Nada que decir al respecto a estas respuestas, por lo que los beneficios y el uso de la sábila datan desde años atrás.

PREGUNTA 4:

Mencionaron al respecto que al ingerir esta bebida aportamos nutrientes esenciales a nuestro organismo, los cuales sirven como preventivos y curativos

de diversas enfermedades especialmente al aparato digestivo y que ya no optarían por los medicamentos tradicionales.

La sábila contiene varios nutrientes los cuales benefician a todo el sistema digestivo.

PREGUNTA 5:

Al respecto a esta pregunta, uno de los entrevistados considera muy importante instalar una planta productora de jugo de sábila, en cambio, la otra persona, manifiesta que los costos de implementar esta industria son muy elevados.

Por lo que considero que al conocer la demanda y la tasa de retorno de la inversión será en el corto plazo, se la debería implementar.

PREGUNTA 6:

En sus respuestas, manifiestan que con la implementación de esta planta, se fomentara el desarrollo social y económico del cantón.

Con esta empresa, el cantón progresará aceleradamente al brindar plazas de empleo a habitantes propios de la localidad.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Con el trabajo de campo realizado a la población en general del cantón El Triunfo, mediante las encuestas y las entrevistas realizadas, he notado que existen varios puntos necesarios que son los que me ayudarán a defender y a proponer la “producción de una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila en el cantón El Triunfo”.

Por otra parte, veo que los habitantes de este cantón, con el paso del tiempo, han ido evolucionando su manera de pensar, ya que según información obtenida a través de las encuestas, la mayoría considera que la sábila es una planta que cuida y protege su salud y que estarían dispuestos a adquirir un producto si existiera en el mercado.

Es por esto, que ya existe una tendencia a consumir bebidas nutritivas que sean de total beneficio a su salud, y se estima que con una correcta y esmerada campaña publicitaria, haya un excelente nivel de consumo, que según información obtenida a través de las encuestas aplicadas, alcanzará un nivel de demanda superior al 90% del total de la población.

4.3 RESULTADOS

La información proporcionada por la población del cantón El Triunfo mediante el estudio realizado, demuestra que la mayoría de los habitantes acostumbra consumir bebidas envasadas, siendo muy pocas las personas que dicen no consumirlas, las cuales tendrán sus propias razones y motivos, además se logra comprobar que las bebidas existentes en el mercado ecuatoriano no son saludables, al contrario, son perjudiciales para la salud, debido a la cantidad de químicos que contienen, ya que afectan al organismo.

Por otra parte, se observa que la mayoría de los habitantes consideran que la limitada producción de bebidas nutritivas, genera efectos negativos en la salud, debido a que al no existir este tipo de productos, no tienen más alternativa que consumir las existentes en el mercado; lo que desencadena una escasa cultura de consumo, que tendrán graves consecuencias de desnutrición en la población, obesidad, problemas de infarto, debido a la elevada cantidad de químicos que estamos ingiriendo a nuestro organismo con el consumo de bebidas no saludables.

Es importante destacar una de las causas principales a la no elaboración de bebidas nutritivas compuestas de sábila, es la escasa disponibilidad de materia prima en el cantón, siendo necesario motivar al agricultor local a la siembra de plantas medicinales (sábila), para así lograr en los empresarios del cantón El Triunfo, motivarlos a que emprendan en este mercado de bebidas nutritivas compuestas de sábila.

Algo muy notorio que se pudo observar en esta investigación, es que la población necesita una correcta y agresiva campaña de marketing para que la ciudadanía conozca de los beneficios medicinales de una bebida nutritiva, y a

la vez alcanzar un óptimo nivel de ventas del producto. De esta manera los empresarios ya no sientan inseguridad en la aceptación de la bebida por parte de la población y por consiguiente invertir en este tipo de negocios.

En esta investigación, algo muy importante de destacar, es que casi el total de habitantes, considera que la sábila es una planta medicinal que cuida y protege la salud de las personas, siendo este el punto de partida a la propuesta de implementar una microempresa que elabore una bebida refrescante y nutritiva en el cantón El Triunfo, dando un gran nivel de aceptación del 94% de la población.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS

Cuadro 13. Hipótesis y Verificación

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
La limitada producción de bebidas nutritivas, genera efectos negativos en la salud de la población del cantón El Triunfo.	Esta hipótesis se ve verificada por la pregunta 2, donde el 96% de las personas encuestadas confirman que la limitada producción de bebidas nutritivas, genera efectos negativos en la salud.
La escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas, genera problemas de nutrición en la población del cantón El Triunfo.	Esta hipótesis está fundamentada a través de la pregunta 3, donde el 95% de los encuestados, cree que la escasa de consumo de bebidas nutritivas, genera problemas de nutrición.
La escasa disponibilidad de materia prima para la producción de bebidas nutritivas, provoca efectos negativos en la elaboración de estos productos en el cantón El Triunfo.	Mediante la pregunta 4 se comprueba esta hipótesis dado que el 94% de las personas encuestadas cree que la escasa disponibilidad de materia prima para la producción de bebidas nutritivas, provoca efectos negativos en su elaboración.
El limitado nivel de emprendimiento en los empresarios del cantón El Triunfo, genera poca inversión en nuevas ideas de negocio.	A través de la pregunta 5 se verifica la presente hipótesis, ya que el 93% de los encuestados, considera que el limitado nivel de emprendimiento en los empresarios, genera poca inversión en nuevas ideas de negocio.
La poca información de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas, genera insuficiente demanda del producto por parte de la población.	Esta hipótesis está verificada a través de la pregunta 6, donde el 90% cree que la poca información de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas, genera insuficiente demanda del producto.
La inseguridad en la aceptación de nuevos productos por parte de la población, provoca incertidumbre en los empresarios al momento de invertir en este tipo de negocios.	Se comprueba esta hipótesis a través de la pregunta 7, donde el 90% de los encuestados considera que la inseguridad en la aceptación de nuevos productos por parte de la población, provoca incertidumbre en los empresarios.

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón El Triunfo.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Implementación de una microempresa procesadora de sábila para la obtención de una bebida refrescante y nutritiva en el cantón El Triunfo.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Este proyecto de implementación de una microempresa procesadora de sábila para lo obtención de una bebida refrescante y nutritiva en el cantón El Triunfo, se fundamenta por las siguientes razones:

Inicialmente por la razón de que en el Ecuador no existe una planta productora de las mismas características de la cual estoy proponiendo, sino existen plantas productoras, las cuales elaboran jugos, bebidas, gaseosas, que no son nutritivas ni beneficiosas para la salud del ser humano.

Además, se fundamenta por la razón de que los beneficios que contiene la materia prima principal de este producto, que es la sábila, son muchos, los cuales datan desde años antes de Cristo. Los chinos fueron los primeros en usar el aloe. En el antiguo Egipto era comúnmente utilizado.

Los españoles trasladaron el aloe al continente americano. En España, a lo largo de la ribera del Mediterráneo, el aloe fue un elemento esencial en la medicina popular. Para uso externo destaca su poder revitalizador, curativo, cicatrizante y desinfectante procurando la regeneración celular de la que derivan sus propiedades, algunas de ellas comprobadas y otras atribuidas, mientras que para uso interno, ayuda a mejorar el aparato digestivo, regulando el tránsito intestinal y aliviando la gastritis, úlceras y mejora las afecciones renales.

También por la razón de que al existir en el cantón El Triunfo esta microempresa, se crearan nuevas fuentes de empleo para los propios habitantes, lo cual dará además una mejor imagen del cantón en cuanto al ámbito comercial respecta; y además promoverá la cultura emprendedora a los empresarios locales.

Fundamentada asimismo por las características botánicas de la sábila:

Se estima que existen más de 360 variedades conocidas de la planta del aloe, y con el paso del tiempo van incrementándose debido a la gran cantidad de investigaciones que se realizan. Sin embargo solo cuatro o cinco de ellas se las considera beneficiosas por sus propiedades curativas, especialmente la conocida como Aloe barbadensis (Miller), más conocida como Aloe Vera.

Como ya hemos mencionado con anterioridad, se cree que el término "aloe" proviene del árabe, y hace alusión a su sabor amargo. En la actualidad es la forma que se usa comúnmente en inglés, francés, griego, latín, ruso, italiano, alemán, hawaiano y castellano, entre otras lenguas. En cuanto al término "vera", proviene del latín y significa verdadera, subrayando así, con este nombre, a la especie considerada como la más completa y poseedora de las más eficaces propiedades medicinales entre todas las variedades del aloe. Más que anecdótico, resulta ilustrativo mencionar la forma con que se la conoce en japonés, isha irasu, que literalmente significa: "no se necesita doctor".

Un almacén de agua y mucho más

Al aloe se la clasifica dentro de las plantas suculentas, que crecen preferiblemente en un entorno cálido o incluso desértico. Pueden encontrarse en las regiones más secas de África, Asia, Europa y América. Su tamaño varía desde pequeñas plantas de 20 centímetros de altura hasta auténticos árboles de más de 20 metros, con troncos de entre 40 y 50 centímetros de diámetro. Su imagen recuerda al cactus, pero en realidad se trata de una planta perenne y jugosa de la familia de las liliáceas al igual que las cebollas, los ajos, los espárragos, las azucenas, los tulipanes, los lirios y los jacintos, que se caracterizan por tener hojas duras, largas, de bordes espinosos y acabados en

puntas agudas. Las espinas en el reino vegetal generalmente cumplen una función de defensa contra los animales herbívoros, pero en el caso del aloe una planta muy atractiva para calmar la sed de los animales por su capacidad de almacenar el agua el sabor amargo de su sabia cumpliría ya por sí solo un efecto definitivamente disuasorio.

Las hojas son generalmente verdes, aunque a veces también pueden ser grises e incluso sutilmente rayadas. Sus flores, que aparecen en la primavera, suelen ser rojas o amarillas, de formas tubulares y dispuestas en racimos que brotan al final de los tallos sin hojas.

Estructura de la hoja

Figura 16. Planta de sábila



Si analizamos un corte transversal de una hoja de aloe, advertimos que en la hoja pueden distinguirse claramente la capa exterior o corteza y el cuerpo interior o tejido esponjoso, separadas ambas por una fina capa intermedia formada por una especie de vainas vasculares de minúsculo tamaño.

La corteza puede ser más o menos gruesa, dependiendo de la variedad de la planta. Está formada por células epidérmicas, resistentes y flexibles, separadas por estomas que permiten el intercambio líquido y gaseoso con el exterior.

Las vainas vasculares endodérmicas de la capa intermedia están formadas por haces de células poligonales ricas en alóina, féculas, clorofilas, oxalato de calcio y otras sustancias orgánicas. Cuando estas vainas están separadas de la epidermis por un tejido escleroso menos flexible, se forman las espinas exteriores.

El cuerpo interior de la hoja está formado por un tejido celular esponjoso que hace de vehículo a un fluido mucilaginoso donde se encuentra la mayor parte de los principios activos de la planta. La primera característica visible de este líquido mucilaginoso es el gran poder de cicatrización.

Aloe barbadensis: un auténtico botiquín de primeros auxilios

Como hemos comentado anteriormente, entre las numerosas variedades de aloe que existen, sólo unas pocas se consideran de gran valor curativo. Entre ellas y a la cabeza, la ya mencionada Aloe Barbadensis, popularmente conocida como aloe vera (la verdadera, la más preciada).

Esta planta es originaria de las costas nororientales de África y recibe este nombre por haber sido hallada en grandes cantidades en la isla de Barbados, donde la importaron los comerciantes portugueses para su cultivo masivo. Esta planta ha sido la más utilizada a lo largo de la historia para fines terapéuticos por ser la más completa en cuanto a sus principios activos, pero existe otro factor que hace que en la actualidad sea especialmente apreciada para su comercialización, y éste consiste en su propia estructura, con unas hojas anchas y gruesas que le permiten almacenar una gran cantidad de pulpa.

En la especie Aloe barbadensis se han diferenciado y clasificado a su vez tres variedades:

Miller (o vulgaris), humilis y mitriformis.

La primera toma su nombre en honor al taxonomista suizo H. Miller, quien consagró gran parte de su vida al estudio de ésta y otras especies importadas por los portugueses. El propio Miller la denominó vulgaris debido a la gran abundancia que existe de la misma en comparación con las otras variedades.

Su origen se sitúa en las costas de Marruecos, Mauritania, Senegal, Guinea, las islas de Cabo Verde, Tenerife y Canarias, pero dado su extraordinario rendimiento comercial, hoy se cultiva en todo el mundo. Las mayores plantaciones se encuentran en el sur de Estados Unidos (Texas) y en Centroamérica (Méjico, la República Dominicana, Puerto Rico, Cuba y Santo Domingo). En Asia, las grandes producciones comerciales se hallan en China, Japón y Malasia. También pueden encontrarse importantes cultivos en las costas mediterráneas de Europa y África.

La variedad *humilis* toma su nombre de su menor tamaño y sus hojas pequeñas y alargadas. Su color es de un verde más azulado y oscuro, según su descubridor (Linneo) debido a una mayor asimilación del cobre y el cobalto que hay en la tierra.

Sus propiedades son bastante similares a las de la variedad *Miller* o *vulgaris*, pero dado el menor tamaño de sus hojas, la industria comercial no se ha dedicado a su explotación.

La tercera variedad clasificada es la denominada *mitriformis*, también descubierta por Linneo.

Sus hojas son notablemente más anchas y cortas, en forma de corazón, con tendencia a abrirse y acercarse al suelo. Son extraordinariamente carnosas y jugosas, lo cual, junto a su pequeño tamaño, la convierten en la más adecuada para tener en casa, no sólo como elemento decorativo sino también como una especie de botiquín de primeros auxilios para el tratamiento de quemaduras, cortes, picaduras de insectos, irritaciones de la piel, etcétera. Originaria de Namibia, Angola y Camerún, hoy se cultiva en casi todo el mundo por su resistencia y las posibilidades domésticas que ya hemos indicado.

Otras variedades comerciales: Aloe socotrina y Aloe ferox

Existen otras especies con notables cualidades terapéuticas, entre las que cabe destacar la Aloe socotrina y la Aloe ferox.

La primera es probablemente la más antigua de todas las utilizadas por el ser humano. Parece ser que a lo largo de la historia, tanto en el antiguo Egipto de los faraones, como en la China y la India, pasando por Grecia y el imperio romano, y aún muy avanzada la era cristiana, esta especie junto con una variedad posteriormente denominada nobilis eran las únicas que se empleaban con fines medicinales. Esto fue así hasta el descubrimiento y producción comercial del aloe vera. En la actualidad, su uso ha quedado reducido prácticamente a la homeopatía, ya que algunos de sus principios activos son sumamente enérgicos.

En cuanto a la especie Aloe ferox, se considera la más resistente de todas las utilizadas comercialmente, pero sus principios activos son mucho más limitados. Además, su alta proporción de aloína la hace poco recomendable en muchas fórmulas terapéuticas. Este motivo, es empleada mayormente en el campo de la cosmética, la estética y la higiene personal, y en algunas aplicaciones medicinales externas como pomadas cicatrizantes y regeneradoras. Sus hermosas flores, que se mantienen frescas durante casi todo el invierno, la hacen apropiada como elemento decorativo en casas, parques y jardines.

Éstas son sólo algunas de entre las más de trescientas variedades de aloe conocidas en la actualidad. Sin embargo no las hemos seleccionado al azar, sino que se trata de las más utilizadas comercialmente debido a sus beneficios terapéuticos o, en su caso, estéticos, beneficios éstos que vienen dados en función de su especialísima composición química. Pasemos pues ahora a echar una rápida ojeada a la estructura interna del aloe, lo que nos hará comprender, seguidamente, sus aplicaciones curativas y cómo proceder en el uso de la planta.³²

³²(MORALES LÓPEZ, 2007)

Cuadro 14. Vitaminas, minerales y enzimas que contiene la sábila

La Sábila	
Vitaminas	<ul style="list-style-type: none">• La vitamina A es esencial para la vista.• La vitamina B1 o tiamina es esencial para el crecimiento de los tejidos y la producción de energía.• La vitamina B2 o riboflavina, produce las células de la sangre.• La vitamina B3 o niacina ayuda a regular el metabolismo.• La vitamina B6 o piridoxina, al igual que la vitamina B2, es esencial en la fabricación de la hemoglobina.• La vitamina B12.• La vitamina C o ácido ascórbico estimula el sistema inmunológico.• La vitamina E o tocoferol posee una poderosa acción antioxidante y de regeneración de los tejidos.• La colina ayuda a evitar que la grasa se acumule excesivamente en el organismo.• El ácido fólico también es un potente catalizador.
Minerales	<ul style="list-style-type: none">• El calcio y el fósforo, imprescindibles para la formación y desarrollo de los huesos.• El potasio o sorbato regula los componentes fluidos de la sangre y de los músculos.• El hierro es el constituyente esencial de la hemoglobina, transporta el oxígeno a las células rojas de la sangre y protege al cuerpo de las infecciones.• El magnesio es un mineral clave en el buen mantenimiento del sistema nervio-so y los músculos• El cromo interviene en el metabolismo del colesterol, la glucosa y los ácidos grasos.• El cobre.• El zinc.
Enzimas	<ul style="list-style-type: none">• La lipasa.• La catalasa.• La bradikinasa.• La celulasa.

Fuente: libro Aloe Vera, la planta de las mil caras y todas buenas.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se justifica gracias al estudio realizado en la población del cantón El Triunfo, quienes se manifestaron de forma positiva a lo planteado, de lo cual se logra observar una gran aceptación del 94% a la implementación de una microempresa procesadora de sábila para la obtención de una bebida refrescante y nutritiva, la cual traerá al cantón una imagen de gente emprendedora, decidida a incursionar en nuevos proyectos, que sirvan de beneficios a la ciudadanía en general además de favorecer también a los habitantes de sus sectores aledaños.

También, se justifica por la ausencia de bebidas nutritivas en el mercado, lo cual hace imposible que los habitantes logren llevar un óptimo estado de salud.

Con la implementación de esta microempresa, el cantón tendrá un gran crecimiento económico, ya que creará nuevas fuentes de empleo directas e indirectas. Por otra parte la microempresa requerirá de la mano de obra, la misma que será ocupada por los propios habitantes, y se requerirá también de la adquisición de materia prima, lo cual los agricultores estarán motivados a cultivarla para poder venderla a la microempresa, y además las personas optarán por el consumo de este producto que además de saciar su sed, estará ingiriendo nutrientes esenciales que necesita el cuerpo para su total desarrollo y desempeño en el día a día, lo cual será un aporte para que las personas tengan una vida saludable.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Implementar una microempresa procesadora de sábila, mediante la realización de préstamo bancario, para la obtención de una bebida refrescante y nutritiva que ayudará a mantener un óptimo estado de salud a los habitantes del cantón El Triunfo.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- ✓ Elegir el lugar adecuado para instalar la microempresa.
- ✓ Realizar una correcta campaña de marketing para posesionarnos en el mercado.
- ✓ Establecer el estado financiero con los cuales le permitirá operar la empresa.
- ✓ Determinar el marco legal para establecer de forma correcta el funcionamiento de la empresa.
- ✓ Definir la maquinaria y los equipos tecnológicos con los cuales operará la empresa.

5.5 UBICACIÓN

La propuesta tendrá lugar en:

País: Ecuador

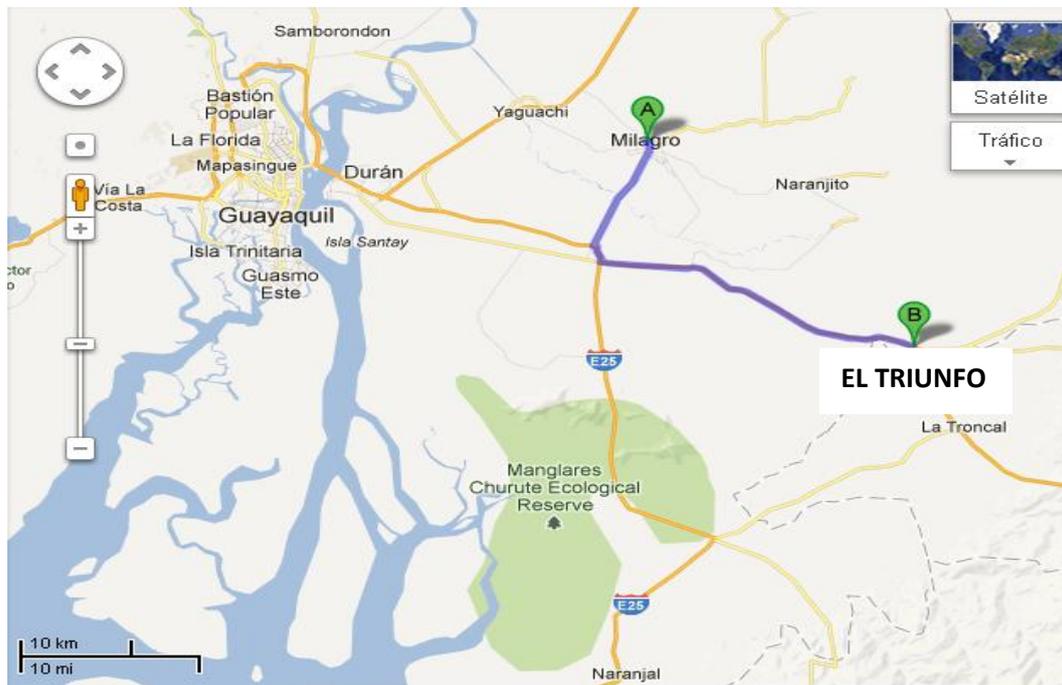
Provincia: Guayas

Cantón: El Triunfo

Sector: Norte del cantón

Debido a que una microempresa no sería ideal instalarla en la zona céntrica, se ha decidido instalarla en la zona norte del cantón, no existiendo ningún inconveniente ya que se cuenta con todos los servicios básicos y cercanía al mercado meta.

Figura 17. Ubicación del proyecto



5.6 FACTIBILIDAD

5.6.1 Estudio Administrativo

El estudio de factibilidad en lo administrativo, representa uno de los aspectos más importantes dentro de un plan de negocios, donde se trata de establecer la estructura organizativa que dirigirá el proyecto, además de asignar funciones y responsabilidades, y si es efectiva las posibilidades de éxito son mucho mayores.

5.6.1.1 Filosofía Corporativa

Nombre de la Empresa: ECUASÁBILA

Slogan: Bebida Refrescante y Nutritiva

Logotipo:

Figura 18. Logotipo Ecuasábila



Misión:

Elaborar una bebida refrescante y nutritiva, con la calidad que nuestros clientes más exigentes se merecen, a fin de favorecer a llevar un mejor estado de salud a la población Triunfense.

Visión:

Ser una empresa reconocida y líder en ventas en el mercado de bebidas, ya que somos la primera empresa ecuatoriana en producir este tipo de productos, logrando así posesionarnos en el mercado.

Objetivos de la Empresa:

- ✓ Lograr posicionamiento en el mercado.
- ✓ Ser líderes en ventas.
- ✓ Lograr mantener una población saludable.
- ✓ Identificar y combatir con nuestros principales competidores.
- ✓ Satisfacer a todos nuestros clientes.
- ✓ Diseñar un correcto plan de marketing.

Valores Corporativos:

Honestidad.-Somos una empresa honesta, donde nuestros empleados actúan con total respeto y honradez en su área de trabajo en el que se desenvuelven día a día.

Lealtad.- Nuestro personal debe desempeñarse con total lealtad y compromiso a la empresa para cumplir con los objetivos propuestos, además de no revelar información confidencial de la misma.

Liderazgo.- Dedicarnos y esforzarnos con el cumplimiento de nuestros compromisos laborales con toda el conocimiento y experiencia debida para ser el número uno en el mercado.

Eficiencia.- Ofreceremos un producto de calidad, para que nuestros clientes estén plenamente convencidos de nuestro eficiente labor.

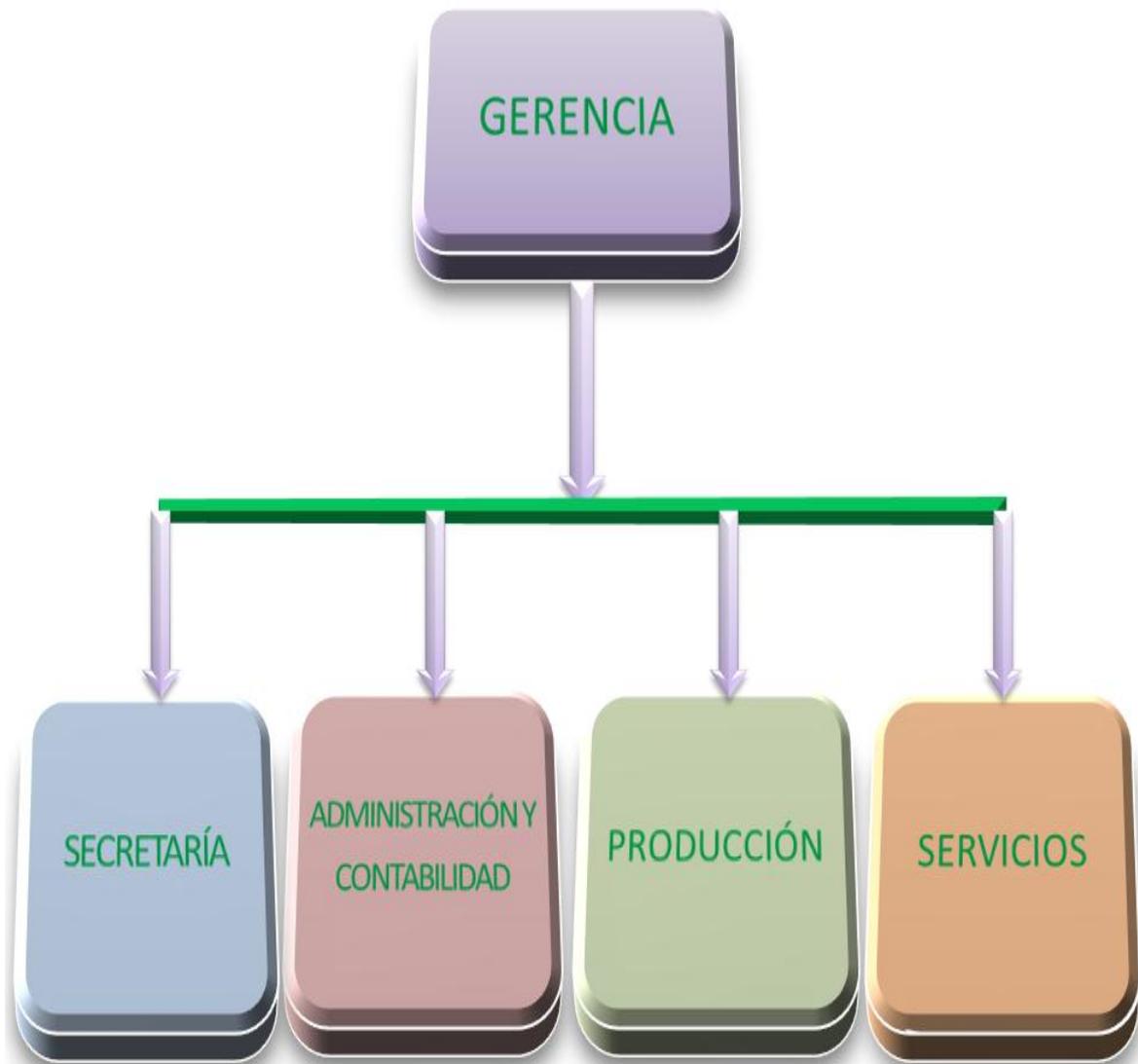
Responsabilidad.-Somos una empresa responsable con la sociedad y el medio ambiente, respetando todas las leyes y reglamentos que la ley estipula.

5.6.1.2 Estructura Orgánica

Organigrama Estructural

MICROEMPRESA "ECUASÁBILA"

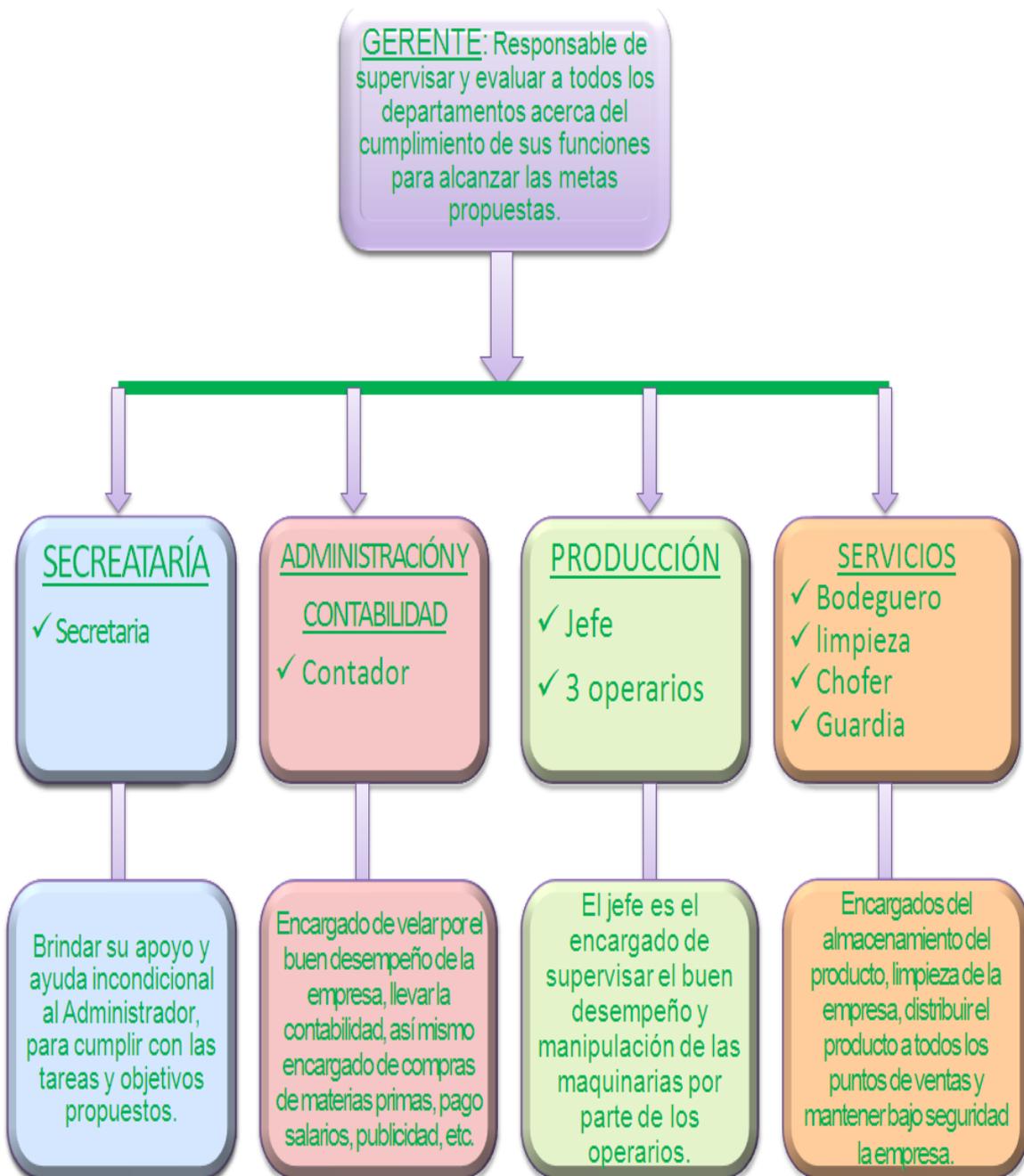
Figura 19. Organigrama estructural de la empresa.



5.6.1.3 Organigrama Funcional

MICROEMPRESA "ECUASÁBILA"

Figura 20. Organigrama funcional de la empresa.



5.6.1.4 Manual de Funciones

Cuadro 15. Manual de funciones del Gerente

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Gerente- Propietario
Código:	001
Supervisa :	Administrador
Misión del cargo:	
	Responsable de supervisar al administrador para que controle el buen funcionamiento de los departamentos para alcanzar las metas propuestas.
Funciones y tareas específicas	
	<ul style="list-style-type: none">• Encargado de la toma de decisiones en todo lo referente al negocio• Desarrollar la metodología de trabajo en un ambiente armónico y trabajo en equipo• Planificar los objetivos que cumplirá la empresa• Realizar las negociaciones y convenios con proveedores y distribuidores de nuestro producto• Fomentar con el ejemplo valores humanos a los trabajadores• Planificar capacitaciones a los empleados
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos Mínimos	
	<ul style="list-style-type: none">• Título de tercer nivel en el área administrativa y comercial• Liderazgo• Sexo: Masculino

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 16. Manual de funciones de la Secretaria

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Secretaria
Código: 002	
Supervisa : Ninguno	
Misión del cargo:	
Brindar su apoyo al gerente y administrador para cumplir con las tareas y los objetivos propuestos por la empresa.	
Funciones y tareas específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención telefónica • Mantener al día los archivos de la empresa • Dar respuesta oportuna a los informes solicitados por el Gerente y el Administrador • Poner en conocimiento a su superior de irregularidades o anomalías existentes • Apoyar al contador en el cumplimiento de su función 	
ANÁLISIS DEL CARGO	
RequisitosMínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel o estar cursando la universidad preferentemente en el área administrativa y comercial • Buena presencia • Colaboración • Sexo: Femenino • Relaciones interpersonales 	

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 17. Manual de funciones del Administrador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Administrador/Contador
Código: 003	
Supervisa : Todos los departamentos	
Misión del cargo:	
<p>Encargado de velar por el buen desempeño de la empresa, llevar la contabilidad, así mismo encargado de compras de materias primas, pago salarios, publicidad, etc.</p>	
Funciones y tareas específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar y dirigir las funciones administrativas de la empresa • Supervisar el correcto funcionamiento de las funciones del personal • Analizar los informes de los departamentos • Reportar al Gerente informe periódicamente • Llevar la contabilidad de la empresa • Seleccionar a los proveedores mas óptimos • Controlar los ingresos y egresos de la empresa • Encargado de la publicidad del producto y su venta • Buscar nuevos mercados • Encargado del pago salarial de todos los empleados 	
ANÁLISIS DEL CARGO	
RequisitosMínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en el área administrativa y comercial • Liderazgo • Sexo: masculino 	

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 18. Manual de funciones del Jefe de Producción

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Jefe de Producción
Código: 004	
Supervisa : Operarios	
Misión del cargo:	
Supervisar el buen desempeño y manipulación de todas las maquinarias del área de producción por parte de los operarios	
Funciones y tareas específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el proceso de producción • Cumplir y hacer cumplir con el horario de trabajo establecido • Informar al administrador de alguna anomalía existente en alguna maquinaria • Responsable de los materiales del área de producción • Mantener su área en total orden por parte de los operarios • Revisar y dar mantenimiento periódicamente el estado de las maquinarias 	
ANÁLISIS DEL CARGO	
RequisitosMínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en al área de producción alimenticia • Experiencia mínima de tres años en cargos similares • Sexo: Masculino 	

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 19. Manual de funciones de los Operarios

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Operarios
Código:	005
Supervisa :	Ninguno
Misión del cargo:	
	Encargados de la manipulación de las maquinarias en el proceso de producción del producto Jugo de sábila.
Funciones y tareas específicas	
	<ul style="list-style-type: none">• Cuidar de la maquinaria a cargo• Obedecer al jefe de producción• Informar al jefe de producción de alguna anomalía en la maquinaria• Cumplir con la cantidad de producción diaria estipulada
ANÁLISIS DEL CARGO	
RequisitosMínimos	
	<ul style="list-style-type: none">• Estar cursando la universidad preferentemente en el área de la Ingeniería Industrial• Experiencia laboral en cargos similares• Responsabilidad• Sexo: Masculino

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 20. Manual de funciones del Bodeguero

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Bodeguero
Código: 006	
Supervisa : Ninguno	
Misión del cargo:	
Encargado del almacenamiento de la materia prima para el proceso de producción y del almacenamiento del producto final para posterior distribución.	
Funciones y tareas específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar el inventario de las materias primas (ingreso y egreso) • Llevar inventario de producto final (ingreso y egreso) • Recibir orden de despacho del producto • Despachar el producto al chofer para distribuirlo • Mantener ordenada y limpia la bodega • Realizar cualquier otra actividad dispuesta por sus superiores 	
ANÁLISIS DEL CARGO	
RequisitosMínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller de preferencia contable • Colaboración • Sexo: Masculino • Relaciones interpersonales 	

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 21. Manual de funciones del Chofer

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Chofer
Código: 007	
Supervisa : Ninguno	
Misión del cargo:	
	Encargado de la distribución del producto a los distintos puntos de ventas y distribuidores del Jugo de sábila
Funciones y tareas específicas	
	<ul style="list-style-type: none"> • Transportar con seguridad y eficiencia el producto hacia los distintos puntos de ventas • Mantener limpio del vehículo • Dar mantenimiento al vehículo periódicamente • Solicitar facturación por concepto de combustible, cambio de aceite, entre otros y entregar a la secretaria • Encargado de pegar afiches en las tiendas que se vende el producto
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos Mínimos	
	<ul style="list-style-type: none"> • Portar licencia de conducir mínimo tipo A • Experiencia en el cargo a desempeñar • Buena presencia • Sexo: Masculino

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 22.Manual de funciones del Guardia

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Guardia
Código:	008
Supervisa :	Ninguno
Misión del cargo:	Responsable de velar por la seguridad de la empresa y prevenir cualquier anomalía que atente a la seguridad
Funciones y tareas específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo diurno y nocturno • Velar por la seguridad de la empresa • Responsable de prevenir cualquier acción que atente contra la empresa • Alertar en caso de incendio y robo • No deberá ingerir algún tipo de bebida alcohólica durante su trabajo • Registrar entrada, salida y destino del vehículo repartidor del producto
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos Mínimos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller, haber realizado el servicio militar • Buena presencia • Colaboración • Sexo: Masculino

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 23. Manual de funciones del personal de Limpieza

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Limpieza
Código:	009
Supervisa :	Ninguno
Misión del cargo:	
	Responsable de mantener en total limpieza todas las áreas de la empresa
Funciones y tareas específicas	
	<ul style="list-style-type: none"> • Abrir los departamentos y hacer limpieza de los mismos • Al final del día, dejar limpia el área de producción y bodega • Brindar apoyo al bodeguero cuando se realice embarques de la mercadería • Brindar apoyo de mensajería local
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos Mínimos	
	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller • Haberse desempeñado en cargos similares • Buena presencia • Colaboración • Sexo: Masculino

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

5.6.1.5 Análisis FODA

Las siglas FODA, hacen referencia a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa; el cual se convierte en una herramienta muy importante para contar con un diagnostico del desempeño presente y futuro de la empresa.

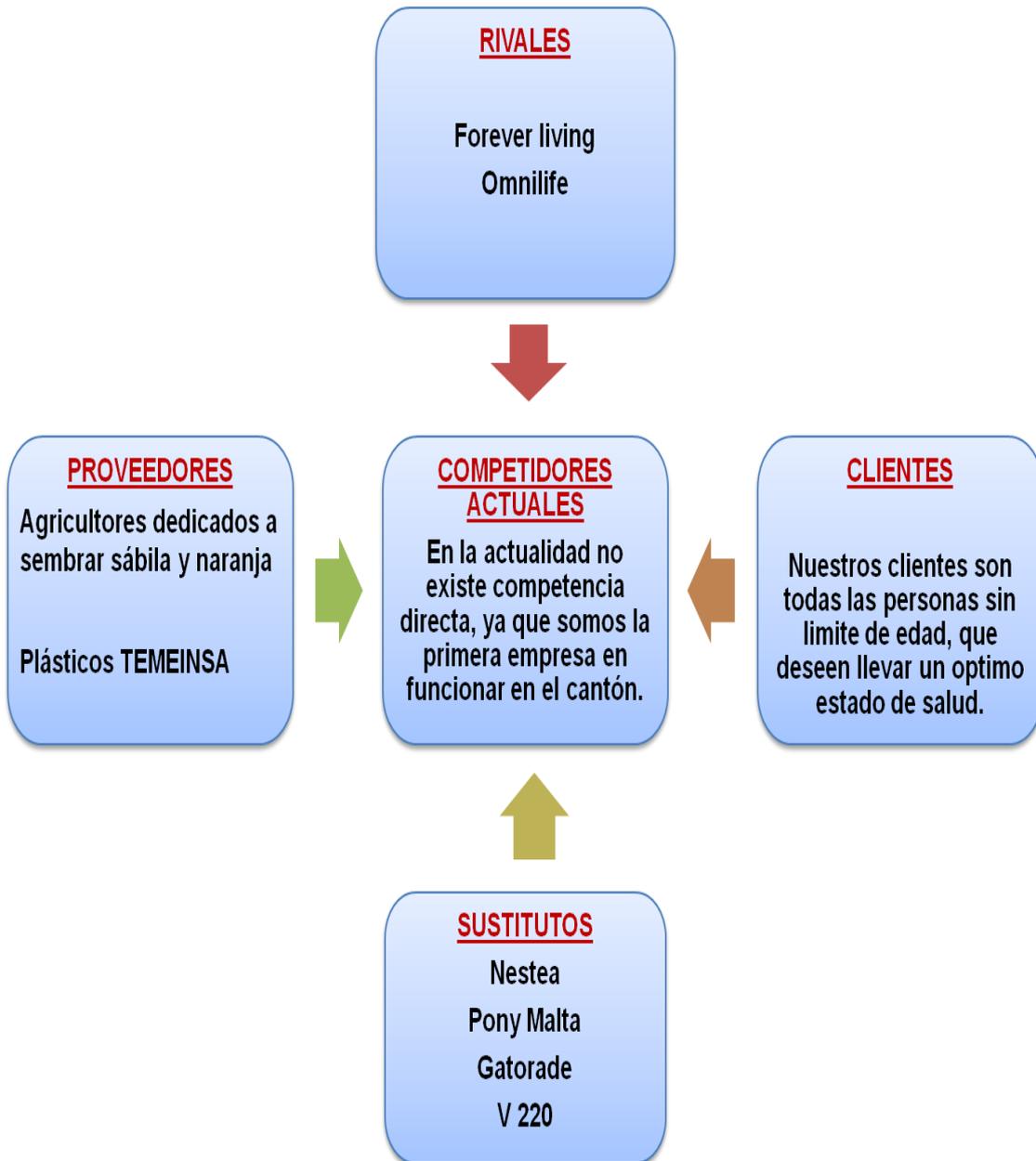
Cuadro 24. Análisis FODA de la empresa.

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">• Producto 100% Ecuatoriano.• Talento humano capacitado.• Producto saludable.• No existencia de competencia en el cantón.• Organización eficiente.• Producto dirigido al consumo de todas las personas.	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">• Alquiler de local.• Variación en los precios de materias primas.• Poco tiempo en el mercado.• Préstamos bancarios.• Escasa cultura de consumo en bebidas.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• Demanda insatisfecha.• Incremento en demanda del producto.• Valor agregado del producto. (nutritivo)• Expandir los mercados.• Competidores con productos deficientes.	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">• Entrada de competidores directos.• Competencia indirecta.• Inflación.• Incremento de publicidad de los competidores.

Fuente: matriz FODA de "ECUASABILA"

5.6.1.6 Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter

Figura 21. Las 5 fuerzas de Michael Porter.



5.6.2 Estudio Legal

El estudio legal se refiere a los requerimientos legales del plan para poder ejecutar y operar el proyecto con sus debidas normativas para desempeñarse normalmente bajo los mandatos de la ley.

Estos requerimientos esenciales son:

REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA CON RESPONSABILIDAD LIMITADA.

El Nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías. El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra. El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.

Solicitud de Aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Números Mínimo y Máximo de Socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

Capital Mínimo.- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en

numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato.

Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001

El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

Participaciones.- Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

Obtención del RUC:

Es un sistema de identificación, creado por el Servicio de Rentas Internas, de personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas y que tiene obligaciones tributarias de pagar impuestos. (Ver anexo 3).

- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- ✓ Presentar el original del Certificado de votación (último proceso electoral).
- ✓ Presentar el original y entregar una copia planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro

Certificado del cuerpo de bomberos:

El permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos es la autorización que emiten a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad comercial como empresas, industrias, etc. (Ver anexo 4).

- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de cédula y certificado de votación.
- ✓ Solicitud de inspección.
- ✓ Copia de factura de compra de extintor.

Permiso de Funcionamiento Municipal:

Este permiso es otorgado por Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal el cantón El Triunfo, donde cobran una tasa dependiendo de la actividad y área donde estarán ubicadas las instalaciones. (Ver anexo 5)

- ✓ Copia de cedula de identidad.
- ✓ Copia de papeleta de votación.
- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Certificado de seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Solicitud para habilitación de locales comerciales.

Patente Municipal

Es la contribución a las Municipalidades, que debe efectuar toda persona o empresa que desarrolle una profesión, oficio, industria, arte o cualquiera otra actividad lucrativa.(Ver anexo 5)

- ✓ Nombres completos
- ✓ Razón Social
- ✓ Representante legal
- ✓ Número de cédula
- ✓ Dirección donde va a ejercer la actividad económica
- ✓ Clave Catastral (es un dato importante respecto del predio donde se va a ejercer la actividad)
- ✓ Número telefónico
- ✓ Actividad económica principal con la que se inscribe la patente
- ✓ Además se debe adjuntar una copia de la cédula y papeleta de votación de la persona que va a realizar la actividad económica.

Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

Es aquel permiso que otorga el ministerio de salud pública como norma para poder ejercer la producción de un producto de acuerdo a la ley. (Ver anexo 6)

- ✓ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- ✓ Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- ✓ Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- ✓ Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- ✓ Plano del establecimiento a escala 1:50.
- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✓ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

REGISTRO DE MARCA

Según el Capítulo VIII de la Ley de marcas, sección 1 Art. 194, se entenderá por marca cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado.

Podrán registrarse como marca los signos que sean suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica.

También podrán registrarse como marca los Slogan comerciales, siempre y cuando no atenten contra la propiedad intelectual de marcas diferentes o similares o expresiones que incidir negativamente en los productos de otras empresas.

Requisitos para el registro de marca

- ✓ Formulario impreso a máquina de escribir o computadora, de lado y lado, documento que lo podrá adquirir en nuestra página web www.iepi.gob.ec, o directamente en nuestras oficinas. Se requieren dos ejemplares para su presentación.
- ✓ Denominación del signo (casilla No. 3 del formulario).
- ✓ Naturaleza del Signo (denominativo, figurativo, mixto, sonoro, olfativo, táctil) (casilla No. 4 del formulario).
- ✓ Tipo de signo (marca de producto, marca de servicio, nombre comercial, lema comercial, Indicación Geográfica/Denominación de Origen, apariencia distintiva, marca colectiva, marca de certificación, rótulo o enseña comercial) (casilla No. 5 del formulario).
Nombre, domicilio, nacionalidad del solicitante. (Casilla No. 6 del formulario).
- ✓ Nacionalidad del signo, es decir, país donde se produce o presta sus servicios o actividades.
- ✓ En caso de firmar el Representante Legal (en caso de personas jurídicas) o Apoderado, enunciar los nombres, apellidos, dirección, teléfonos, entre otros. (Casilla No. 7 del formulario).
- ✓ Si la solicitud es presentada para legitimar el interés en el Ecuador enunciar los datos pertinentes. (Casilla No. 8 del formulario).
- ✓ Para el caso de marcas figurativas o mixtas adherir en la casilla No. 9 del formulario, la etiqueta correspondiente.
- ✓ Descripción clara y completa del signo, es decir, si se trata de un signo denominativo, enunciar que palabras lo conforman, si es figurativo, describir las formas, colores, etc., y si es mixto, describir la parte correspondiente a las letras y las figuras que lo conforman. (Casilla No. 10 del formulario).

- ✓ Enunciación de los productos, servicios o actividades que protege, de acuerdo con la Clasificación de Niza 9na Edición. (Casilla No. 11 del formulario).
- ✓ Para el caso de solicitarse un Lema Comercial, debe indicarse la marca a la que acompaña, enunciándose la denominación, número de solicitud o registro, la fecha, clase internacional de la marca a la que acompaña el lema. (Casilla No. 13 del formulario).
- ✓ En caso de solicitarse un signo con prioridad, es decir, dentro de los 6 meses de haberse solicitado un signo en cualquiera de los países de la Comunidad Andina, se deberá enunciar los datos del signo solicitado, la fecha de presentación, el número de trámite y el país. (Casilla No. 14 del formulario).
- ✓ Toda solicitud de registro debe ser patrocinada por un Abogado, enunciándose su nombre, casillero IEPI (en Quito, Guayaquil o Cuenca) o Judicial (solo en Quito), para el caso de abogados de otras provincias que no sean Pichincha o Guayas, podrán señalar una dirección domiciliaria para efecto de notificaciones. (Casilla No. 15 del formulario).

Como documentos anexos, deberán incorporar: (casilla No. 16 del formulario)

- a) Comprobante original de pago de tasa. El comprobante deberá constar a nombre del solicitante o el Abogado Patrocinador.
- b) Para el caso de marcas figurativas o mixtas, 6 etiquetas en papel adhesivo de 5X5 cm.
- c) Copia de la cédula de ciudadanía, para el caso de que el solicitante sea persona natural.
- d) Copia de la primera solicitud, en caso de reivindicar prioridad.
- e) Poder, en caso de no firmar directamente el solicitante o su Representante Legal.
- f) Nombramiento del Representante Legal.

g) Para el caso de marcas de certificación y colectivas, el reglamento de uso de la marca, lista de integrantes, copia de los estatutos del solicitante.

h) Para el caso de denominaciones de origen, designación de la zona geográfica, documento que justifique el legítimo interés, reseña de calidades, reputación y características de los productos.

✓ Firma del Solicitante (casilla No. 17 del formulario).

✓ Firma del Abogado Patrocinador, número de matrícula (casilla No. 18 del formulario).

5.6.3 Estudio técnico

Menciona si existe la disponibilidad de maquinarias necesarias para llevar a cabo la microempresa y poner en marcha el proyecto.

5.6.3.1 Maquinarias y Equipos

Compresor de Aire

Equipo esencial para el funcionamiento de las maquinarias a utilizar en la microempresa, debido que funcionan a presión de aire.

Figura 22. Compresor de aire



Características Técnicas:

- ✓ Caudal: 5.3 CFM @ 90 PSI
- 6 CFM @ 40 PSI
- ✓ Motor: 2.0 HP
- ✓ Presión Máxima: 116.0 PSI
- ✓ Voltaje: 110V / 60 HZ
- ✓ Capacidad Tanque: 80.0 LTS
- ✓ Tipo de Uso: Profesional
- ✓ Transmisión: Por Banda
- ✓ Dimensiones: 99 x 47.5 x 84.5 cm

Maquina despulpadora de sábila

Remueve la cascara de las pencas de sábila o aloe vera hasta 20.0, es una máquina automática auto-ajustable al alto, ancho y largo de la penca, diseñada para procesar Aloe Barbadensis Miller.

Figura 23. Maquina despulpadora de sábila



Características:

- ✓ Remueve espinas laterales
- ✓ Remueve la cascara de ambos lados de la penca
- ✓ Profundidad de corte ajustable
- ✓ Tolva de descarga de producto terminado
- ✓ Tolva de descarga de desperdicios
- ✓ Proceso libre de contaminación: La pulpa en ningún momento entra en contacto con las impurezas de la parte externa de la penca.
- ✓ Fabricada completamente en acero inoxidable tipo 304
- ✓ Motor eléctrico corriente 110v
- ✓ Garantía por 6 meses en defectos de fabricación

Dimensiones:

- ✓ Altura total 90 cm
- ✓ Ancho (Sin charolas) 76 cm
- ✓ Ancho (Con charolas) 90 cm
- ✓ Largo (Sin charolas) 80 cm
- ✓ Largo (Con charolas) 104 cm
- ✓ Altura de Carga 75 cm
- ✓ Altura de descarga Producto Terminado 52 cm
- ✓ Altura de descarga Desperdicios 26.5 cm
- ✓ Tapa abisagrada para acceso al mecanismo (ancho-largo) 26cm X 31cm
- ✓ Ventana de alimentación (ancho-alto) 20cm X 6cm
- ✓ Peso 91 kg

Molino coloidal de muelas de acero

Este equipo es ideal para micro triturar, mezclar, emulsionar, homogenizar, dispersar a través de un rotor que gira a alta velocidad y un estator ambos con dentadura recta o cruzada.

Figura 24. Molino para sábila



Características:

- ✓ El molino coloidal de muelas de acero
- ✓ Garantiza 0% de contaminación en el producto
- ✓ Acero inoxidable 304 ó 316
- ✓ Construcción robusta
- ✓ Fácil limpieza y la sencillez de la operación
- ✓ Este equipo es ideal para diferentes ramos de la industria: alimenticia, farmacéutica y cosmética.

Exprimidor de naranja

En esta máquina, se procederá a exprimir las naranjas necesarias para poder realizar el producto final.

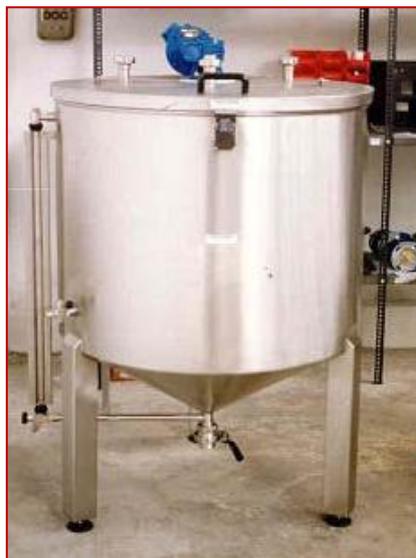
Figura 25. Exprimidor de naranja



Tanque de mezcla

En este equipo, se receptaran y mesclaran los componentes que forman parte del producto jugo de sábila.

Figura 26. Tanque de mezcla



Características

- ✓ Tanque de mezcla en acero inoxidable 304
- ✓ Acabados sanitarios.
- ✓ Media tapa abatible, con manija y ganchos de cierre.
- ✓ Conexión y regadera para lavado CIP.
- ✓ Nivel de vidrio, con escala.
- ✓ Válvulas tipo mariposa en acero inoxidable.
- ✓ Agitador con motorreductor y variador de velocidad si es solicitado.
- ✓ Tres patas con regulación.

Dosificadora de Líquidos de un Pistón

Llenadora de líquidos viscosos semiautomática, de estructura en acero inoxidable 304 y partes en contacto con líquidos son de acero 316. Tanto el volumen y velocidad de llenado pueden ser ajustadas y su precisión de llenado es alta. Boquillas dosificadoras anti derrame. Su accionamiento es con pedal e incluye una tolva de alimentación de 35 litros.

Figura 27. Dosificador de líquidos



Datos técnicos

- ✓ Voltaje 220/60Hz
- ✓ Presión de aire 0.4-0.6MPa
- ✓ Velocidad llenado 5-20 Botellas / min
- ✓ Precisión de llenado $\leq \pm 1\%$
- ✓ Rango de volumen 50-500ml

Tapadora Neumática Manual

Es una práctica máquina portátil para cerrado para tapas plástica tipo rosca. Es utilizado en envases para productos farmacéuticos, plaguicidas, aceite, lubricante y de industrias de pequeñas y medianas producciones.

La tapadora adopta embrague regulable que puede efectivamente evitar que se dañe la tapa y desgaste de las partes internas de la boquilla. El equipo se detendrá automáticamente cuando la tapa este previamente muy enroscada. Portable, de fácil operación, y fiable dentro de los requerimientos de seguridad industrial.

Figura 28. Tapadora manual



Datos técnicos

- ✓ Diámetro de la tapa: 10 ~ 40 mm
- ✓ Tamaño: L300 × MaxΦ35
- ✓ Embrague: 6 niveles ajustables
- ✓ Giro sin carga: 1000 vueltas por minuto
- ✓ Consumo de aire: 0,02 m³/min
- ✓ Presión del aire: 4.6 Kilogramo
- ✓ Longitud: 245 mm
- ✓ Peso: 1000 g

Vehículo

Moto cargo que será utilizada para la distribución del producto desde la planta hacia los distintos puntos de venta de nuestro producto.

Figura 29. Vehículo de distribución



Ficha técnica

- | | |
|------------------------|----------------------------|
| ✓ Motor | 4 Tiempos |
| ✓ Torque Máximo | 8.5 KW 9000 RPM |
| ✓ Tipo de Motor | Monocilíndrico 4 Tiempos |
| ✓ Cilindrada | 200cc |
| ✓ Sistema de Encendido | CDI. Con Partida Eléctrica |
| ✓ Alimentación | Por Carburador |

✓ Capacidad estanque	14 Lts
✓ Frenos	Disco/ tambor trasero
✓ Transmisión	Mecánica por Cardan
✓ Pick up	Abatible Diamantado
✓ Diferencial Trasero	Piñón y Corona Reforzado
✓ Caja de Cambio	5 Velocidades Marcha Atrás
✓ Embriague	Discos Múltiples Húmedos
✓ Tamaño total	100 x 1200 x 1300 mm
✓ Peso en seco	338 Kg.
✓ Separación del Suelo	180 Mm
✓ Tamaño Pick Up	1600 x 1200 mm
✓ Máxima Carga	310 Kg.
✓ Trasera	Doble Paquete de Resorte

Muebles y Equipos de Oficina

Indispensables para la parte administrativa, está compuesto por todas las máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas de oficina, como por ejemplo:

- ✓ Computadores
- ✓ Sillas
- ✓ Escritorios
- ✓ Archiveros
- ✓ Biblioteca
- ✓ Porta papeles
- ✓ Sumadora
- ✓ Teléfono

5.6.4 Estudio Presupuestario

El proyecto en vía es factible en el ámbito presupuestario, debido a que los costos de las maquinarias necesarias para iniciar con la actividad de producción son económicamente factibles para su compra, además para dicha adquisición se solicitará préstamo bancario para obtener el capital en efectivo para poder invertir en esta microempresa.

Adicionalmente, la demanda del producto será alta, según estudio de mercado realizado en el cantón El Triunfo, lo cual hará que la deuda bancaria a realizar se logre pagar en un tiempo corto, luego de esto, lograr así, explotar y obtener los más altos beneficios y utilidades monetarias que arrojará la microempresa Ecuasábila.

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades

La microempresa “Ecuasábila” se dedicará a producir una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila, para atender las necesidades de la población del cantón El Triunfo a la inexistencia de una bebida saludable que cuente y brinde a las personas las vitaminas necesarias que el cuerpo necesita para poder desarrollarse plenamente en el día a día.

Para dicha propuesta se realizarán ciertas actividades esenciales como alquiler de local, compras de maquinarias y equipos, mientras que en la parte de ventas, contaremos con unas buenas estrategias de marketing mix.

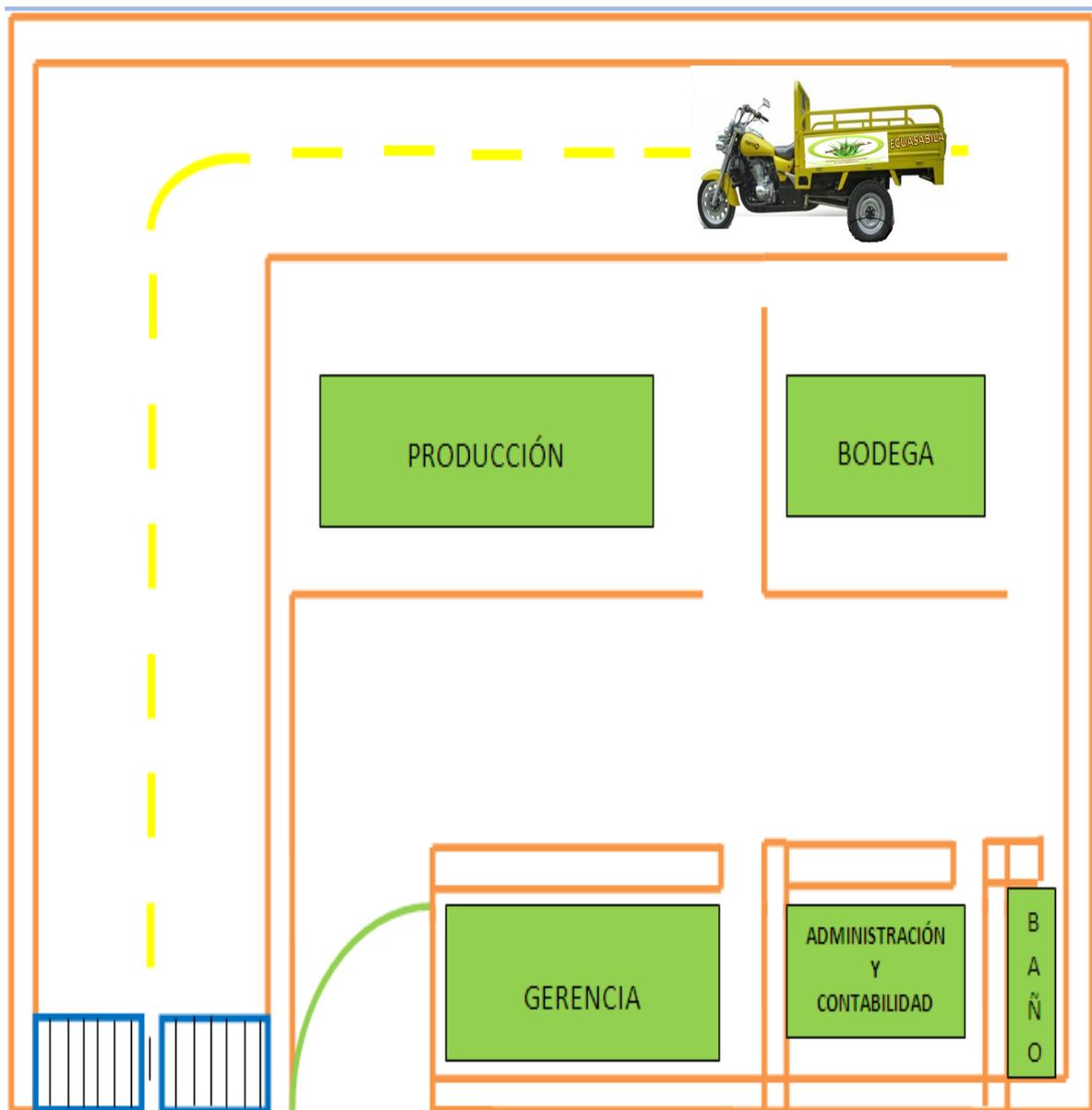
Alquiler de local

Para efecto de la puesta en marcha de la microempresa ECUASABILA, se necesitará de un local para la instalación de maquinarias y demás equipos y muebles de oficina para iniciar con la producción.

El cual deberá ser adecuado de acuerdo a las necesidades de la empresa, con sus respectivos departamentos, área de producción y bodega para almacenar para posterior distribución del producto terminado.

Dicho local deberá cumplir con los requerimientos básicos como lo muestra la siguiente figura.

Figura 30. Estructura de la microempresa Ecuasábila



Compra de Maquinarias

La adquisición de las maquinarias necesarias para iniciar con la producción del Jugo de Sábila, la haré mediante negociación con la Industria Nopalea y empresa Ecuapack, con quienes ya tuve previo contacto.

Las maquinarias a utilizar en esta microempresa son:

- ✓ Compresor de aire
- ✓ Despulpadora
- ✓ Molino coloidal
- ✓ Exprimidor de naranja
- ✓ Tanque de mezcla
- ✓ Dosificador de líquidos
- ✓ Tapadora

Compra de equipos y muebles de oficina

Se realizara la compra de los distintos equipos y muebles de oficina, para que cada departamento este plenamente adecuado para que las personas a ocupar cada puesto, se desempeñen en un ambiente cómodo y confortable para que puedan realizar su trabajo debidamente.

Los equipos a utilizar en esta microempresa son:

- ✓ Computador
- ✓ Teléfono
- ✓ Escritorio
- ✓ Silla
- ✓ Archivero
- ✓ Porta papeles
- ✓ Tachos

Mientras tanto en el ámbito de producción es necesario contar con algunos implementos adicionales:

- ✓ Gavetas
- ✓ Tachos
- ✓ Y demás accesorios

Contactar con los proveedores de las materias primas

Para iniciar con el proceso de producción, es preciso contar con la materia prima necesaria para la fabricación del Jugo de Sábila.

Para lo cual será necesario tener en agenda a mínimo a dos proveedores de las diferentes materias primas, por la razón de que si existiera algún inconveniente con algún proveedor, tendríamos como respaldo a otro que nos suministre de materiales, así la empresa no tendría que sufrir algún tipo de estancamiento o pérdida de producción.

Dichas materias primas son:

- ✓ Sábila
- ✓ Naranja
- ✓ Agua
- ✓ Botellas plásticas
- ✓ Tapas plásticas
- ✓ Etiqueta
- ✓ Endulzante

Selección del personal

Se receptara las carpetas de las personas interesadas en formar parte de la empresa, posteriormente se seleccionara al personal idóneo que cumpla con los requerimientos necesarios y finalmente se estará confirmando de quienes son las personas elegidas a ocupar los distintos cargos en la empresa.

Producción

La microempresa Ecuasábila contará con una planta con capacidad instalada de producción de hasta 2400 unidades diarias.

La cual contara con la siguiente maquinaria:

Cuadro 25.Maquinaria microempresa Ecuasábila

ARTÍCULO	PRECIO
Despulpadora	14000
Molino	2000
Exprimidor de naranja	400
Tanque de mezcla	2000
Dosificador	7616
Tapadora	2072
Compresor de aire	520
TOTAL	28608

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Con lo cual, con la maquina despulpadora, quien la manipulará el operario 1, se procesará 800 hojas de sábila, debido a que con dicha cantidad de materia prima, se cumplirá con la producción estipulada por la capacidad de la planta productora.

Esta materia prima pasará a un molino para obtener el gel en estado líquido para posterior proceso.

Se procesará además 1200 naranjas, a cargo del operario 2, obteniendo así su jugo, esto para realizar la mescla del producto para dar un agradable sabor a la bebida, ya que con una unidad de naranja, saldrán dos productos finales de jugo de sábila.

De la misma manera se requerirá de la adquisición de botellones de agua, los cuales serán de un contenido de 20 litros, lo que significa adquirir 60 botellones de agua para cumplir con el total de unidades de capacidad de la planta.

Además, para darle el toque final al jugo de sábila, se agregará endulzante dietético para que el producto sea consumido por toda clase de personas sin ninguna restricción en el caso de aquellas personas que sufren de diabetes.

Con estos ingredientes que son los que componen el producto, se procederá a mezclarlos en un tanque de mezcal para que quede por fin terminada la bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila.

Una vez hecha la mezcla de los componentes del producto, dicha mezcla pasa a la siguiente parte del proceso, donde con la maquina dosificadora a cargo del Jefe de producción, se efectuara a llenar las botellas con una cantidad neta de 500ml.

Posterior a esto, con la maquina tapadora, a cargo del operario 3, se realizara la colocada de las tapas a las respectivas botellas, para así luego de esto y al termino del trabajo cumplido, el operario 1 realizara el etiquetado del producto final.

Sin embargo, estimo un porcentaje de ventas del 26% del total de la capacidad instalada de la planta, siendo un porcentaje considerable de demanda del producto, habiendo así que producir la misma cantidad que se venderá por día.

Cuadro 26. Producción de la planta al 26% de su capacidad

Capacidad de producción de la planta	2400 unidades
26%	624 unidades diarias
Mensual	15.600 unidades mensuales
Precio venta distribuidores \$0.75	\$11.700 mensual

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Lo que resulta que al producir el 26% de la capacidad de la planta, se producirá 624 jugos de sábila diarios, estos multiplicados por 25 días que se laborara en el mes, da como resultado la producción de 15.600 unidades, multiplicadas por el precio de venta a los distribuidores, es decir la cantidad que percibirá la empresa por cada producto, \$0.75, nos da como resultado un ingreso de \$11.700 mensuales.

Estrategias del Marketing Mix

Marketing Mix: Se denomina a la herramienta a la que se hace uso para cumplir con los objetivos propuestos de una empresa, se la aplica para obtener mayor clientela.

Las 4 P`s del Marketing

Producto: En este caso, el producto es el bien físico (Jugo de Sábila), bebida refrescante y nutritiva, que se oferta en el mercado, cuya misión es la de satisfacer las necesidades de las personas demandante.

El Aloe Vera contiene diecinueve aminoácidos, veinte minerales y doce vitaminas, por lo que es un excelente suplemento nutricional natural.

Figura 31. Jugo producido por la empresa ECUASÁBILA



Ciclo de vida del producto

Las fases del ciclo de vida de un producto son:

- ✓ Lanzamiento
- ✓ Crecimiento
- ✓ Madurez
- ✓ Declinación

Por tal motivo, mi producto, Jugo de sábila, está en fase de lanzamiento, debido a que recientemente se está lanzando este nuevo producto al mercado ecuatoriano.

Precio: Es el valor monetario que el productor le asigna a su bien o servicio para poder ofrecerlo en el mercado, donde el comprador debe abonar dicho valor para concretar la operación.

El precio al cual se ofertará el producto, va en relación a los establecidos por los competidores indirectos como refrescos, bebidas energizantes, etc.; que normalmente se los oferta a \$1, en mi caso será de \$0.75, ya que a los demandantes les será atractivo consumir este producto que además de ser nutritivo, va en relación a los precios de las demás bebidas.

Esta estrategia nos permitirá que el producto penetre rápidamente en el mercado de bebidas, ya que será fácilmente reconocido lo cual nos traerá mayor clientela.

Plaza: Consiste en seleccionar idóneamente los lugares en donde se ofertará y será de fácil accesibilidad del producto a nuestros clientes, asimismo, la manera de distribuirlos hacia los puntos de venta seleccionados.

El producto Jugo de Sábila, será puesto a la venta en comisariatos locales como por ejemplo:

- ✓ Almacén Negocios Unidos
- ✓ Almacenes TIA
- ✓ Tiendas del barrio

Será distribuido vía terrestre en un vehículo, haciendo así la llegada rápida del producto hacia los diferentes locales de venta.

Promoción: La promoción consiste en dar a conocer a los consumidores la existencia de un producto que dará solución a sus problemas y satisfacer una demanda insatisfecha.

Estrategias de Promoción:

- ✓ Atractivas promociones
- ✓ Descuentos a nuestros clientes mayoristas.

Estrategias Publicitarias:

- ✓ Anuncios en medios escritos locales: Revista El Vocero, El Impacto.
- ✓ Tarjetas de presentación
- ✓ Dípticos o Trípticos
- ✓ Diseñar una página en Facebook
- ✓ Crear vallas publicitarias
- ✓ Crear anuncios para colocarlos en vehículos
- ✓ Anunciar en radio: Satelital, La Voz El Triunfo, Caribe Estéreo
- ✓ Anunciar en TV: Satelital TV.

Figura 32. Promociones y descuentos

PROMOCIONES

JUGO DE SÁBILA
BEBIDA REFRESCANTE Y NUTRITIVA

ECUASÁBILA

EC. CRISTIAM DELGADO
GERENTE PROPIETARIO

POR INAUGURACION: PAGA TRES PACAS Y LLEVA LA CUARTA A MITAD DE PRECIO.

OBTEN EL 15% DE DESCUENTO AL POR MAYOR.

 **/ECUASABILA**

TUS PEDIDOS A:
CEL. 0988093564
EMAIL: cristian_cdo398@hotmail.com

EL TRIUNFO - GUAYAS

Figura 33. Anuncios



ECUASÁBILA

EC. CRISTIAM DELGADO
GERENTE PROPIETARIO

EMPRESA RESPONSABLE Y HONESTA DEDICADA A PRODUCIR UNA BEBIDA REFRESCANTE Y NUTRITIVA COMPUESTA DE SÁBILA

Lo que tu cuerpo necesita

La Sábila	
Vitaminas	<ul style="list-style-type: none"> La vitamina A es esencial para la vista. La vitamina B1 o tiamina es esencial para el crecimiento de los tejidos y la producción de energía. La vitamina B2 o riboflavina, produce las células de la sangre. La vitamina B3 o niacina ayuda a regular el metabolismo. La vitamina B6 o piridoxina, al igual que la vitamina B2. La vitamina B12, La vitamina C, La vitamina E La colina ayuda a evitar que la grasa se acumule excesivamente en el organismo. El ácido fólico también es un potente catalizador.
Minerales	<ul style="list-style-type: none"> El calcio y el fósforo, imprescindibles para la formación y desarrollo de los huesos. El potasio El hierro, El magnesio, El cromo, El cobre, El zinc.
Enzimas	<ul style="list-style-type: none"> La lipasa. La catalasa. La bradikinasa. La celulasa.

TUS PEDIDOS A:
CEL. 0988093564
EMAIL: cristian_cdo398@hotmail.com

siguennos en

facebook


/ECUASABILA

Figura 34. Tarjetas de presentación

ECUASABILA

Empresa productora de una bebida con los nutrientes esenciales que tu cuerpo necesita

Dirección: El Triunfo
Cel. 0988093564

/ECUASABILA



BEBIDA REFRESCANTE Y NUTRITIVA

EL TRIUNFO - GUAYAS - ECUADOR

Figura 35. Tríptico

Misión

ELABORAR UNA BEBIDA REFRESCANTE Y NUTRITIVA, CON LA CALIDAD QUE NUESTROS CLIENTES MÁS EXIGENTES SE MERECEAN, A FIN DE FAVORECER A LLEVAR UN MEJOR ESTADO DE SALUD A LA POBLACIÓN TRIUNFENSE.

Visión

SER UNA EMPRESA RECONOCIDA Y LÍDER EN VENTAS EN EL MERCADO DE BEBIDAS, YA QUE SOMOS LA PRIMERA EMPRESA ECUATORIANA EN PRODUCIR ESTE TIPO DE PRODUCTOS, LOGRANDO ASÍ POSESIONARNOS EN EL MERCADO.

Maquinarias

Despulpadora



Moladora



Tanque de mezcla



Dosificadora y Tapadora



Composición de la sábila



LA PULPA ES LA ZONA DE LA PLANTA DEL ALDE VERA DONDE SE CONCENTRA LA MAYOR PARTE DE SUS PROPIEDADES. SE CARACTERIZA POR SU TEXTURA GELATINOSA Y CONTIENE A. DEL. DE ALDE. ESTE GEL DE COLOR BLANCO AMARILLENTO, PROCEDE DE LAS CÉLULAS DE LA PARTE CENTRAL DE LA HOJA Y CONSTITUYE TODA UNA FUENTE DE SALUD.

EL ALDE VERA ES UNA PLANTA QUE TIENE EL PODER DE REGENERAR SUS PROPIAS HOJAS PARA MANTENER SU VITALIDAD, Y ES ESTA MISMA FÓRMULA LA QUE NOS PERMITE A NOSOTROS OBTENER GRANDES BENEFICIOS CURATIVOS Y NUTRICIONALES DE ELA.



BEBIDA REFRESCANTE Y NUTRITIVA

Valores Corporativos:

- ✓ Honestidad
- ✓ Lealtad
- ✓ Eficiencia
- ✓ Responsabilidad

DIRECCIÓN: CANTÓN EL TRIUNFO
CELULAR: 0988093564
EMAIL: cristian_146398@hotmail.com

SIGUENOS EN FACEBOOK

/ECUASABILA



BEBIDA REFRESCANTE Y NUTRITIVA

EC. CRISTIAN DELGADO
GERENTE PROPIETARIO

BEBIDA REFRESCANTE Y NUTRITIVA COMPUESTA DE SÁBILA

100% ECUATORIANO
EL TRIUNFO GUAYAS ECUADOR

Figura 36. Diseño de página en Facebook



Figura 37. Vallas publicitarias



Figura 38. Publicidad en vehículos



5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Recursos Humanos

La microempresa Ecuasábila, contará con el siguiente personal:

- ✓ 1 Gerente
- ✓ 1 Secretaria
- ✓ 1 Administrador Contador
- ✓ 1 Jefe de producción
- ✓ 3 Operarios
- ✓ 1 Bodeguero
- ✓ 1 Chofer
- ✓ 1 Guardia
- ✓ 1 Persona de Aseo

Cuadro 27. Recurso humano Ecuasábila

PUESTO	SUELDO
Gerente	700
Secretaria	400
Administrador Contador	580
Jefe de producción	550
Operario 1	340
Operario 2	340
Operario 3	340
Bodeguero	320
Chofer	370
Guardia	370
Persona de Aseo	320
TOTAL	\$4,630

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Distribución de los Equipos y Materiales

- ✓ 3 computadores
- ✓ 4 escritorios
- ✓ 4 sillas
- ✓ 5 archiveros
- ✓ 4 porta papeles
- ✓ 4 tachos
- ✓ 3 tachos basureros
- ✓ 1 palas basura bastón
- ✓ 6 gavetas
- ✓ 4 tinas plásticas
- ✓ 4 pares de guantes
- ✓ 1 moto cargo

Cuadro 28. Materiales y equipos Ecuasábila

ARTÍCULOS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3 computadores	600	1200
4 escritorios	150	600
4 sillas	100	400
5 archiveros	70	350
4 porta papeles	20	80
4 tachos	20	80
3 tachos basureros	100	300
1 palas basura	30	30
6 gavetas	50	300
4 tinas plásticas	40	160
4 pares de guantes	5	20
1 teléfono	50	50
1 moto cargo	3500	3500
TOTAL		\$7070

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Materia prima

Cuadro 29. Materia prima del Jugo de sábila

Materia prima	Costo	Unidades producidas	Costo unitario
Sábila	0.10	3	0.03
Naranja	0.04	2	0.02
Botellón de Agua	1.90	80	0.02
Botella 500 ml.	0.05	1	0.05
Tapa	0.02	1	0.02
Etiqueta	0.05	1	0.05
Endulzante	3.50	50	0.07
Mano Obra	4,630	15,600	0.30
TOTAL			0.56

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Análisis Financiero

VARIABLES

Cuadro 30. Variables de la empresa

VARIACION INGRESOS	10%
VARIACION GASTOS	10%

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Inversión de activos

Cuadro 31. Activos de la empresa

ECUASABILA			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C. UNITARIO	C. TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
4	ESCRITORIOS	150,00	600,00
4	SILLA EJECUTIVA	100,00	400,00
5	ARCHIVADOR	70,00	350,00
4	PORTAPAPELES	20,00	80,00
4	TACHOS DE OFICINA	20,00	80,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1.510,00
EQUIPOS DE OFICINA			
1	CALCULADORA/SUMADORA	45,00	45,00
1	TELÉFONOS	50,00	50,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		95,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
3	COMPUTADORA	600,00	1.800,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1.800,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
1	DESPULPADORA	14.000,00	14.000,00
1	MOLINO	2.000,00	2.000,00
1	ESPRIMIDOR DE NARANJA	400,00	400,00
1	TANQUE DE MEZCLA	2.000,00	2.000,00
1	DOSIFICADOR	7.616,00	7.616,00
1	TAPADORA	2.072,00	2.072,00
1	COMPRESOR DE AIRE	520,00	520,00
3	TACHOS BASUREROS	100,00	300,00
1	RECPJEDOR DE BASURA	30,00	30,00
6	GAVETAS	50,00	300,00
4	TINAS PLASTICAS	40,00	160,00
4	PARES DE GUANTES	5,00	20,00
	TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		29.418,00
VEHICULO			
1	MOTO CARGO	3.500,00	3.500,00
	TOTAL VEHICULO		3.500,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			36.323,00

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Depreciación de los activos

Cuadro 32.Depreciación

DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCIÓN	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN MENSUAL Anual	DEPRECIACIÓN ANUAL Anual
MUEBLES Y ENSERES	1,510.00	10%	12.58	151.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1,800.00	33%	49.50	594.00
VEHÍCULO	3,500.00	20%	58.33	700.00
EQUIPO DE OFICINA	95.00	10%	0.79	9.50
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	29,418.00	10%	245.15	2,941.80
TOTAL	36,323.00		366.36	4,396.30

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Gastos

Cuadro 33.Gastos

DETALLE DE GASTOS																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	8,400.00	9,240.00	10,164.00	11,180.40	12,298.44
1	SECRETARIA	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00	5,280.00	5,808.00	6,388.80	7,027.68
1	ADMINISTRADOR/CONTADOR	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	6,960.00	7,656.00	8,421.60	9,263.76	10,190.14
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	580.00	6,960.00	7,656.00	8,421.60	9,263.76	10,190.14
	OPERARIO 1	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	4,080.00	4,488.00	4,936.80	5,430.48	5,973.53
	OPERARIO 2	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	4,080.00	4,488.00	4,936.80	5,430.48	5,973.53
	OPERARIO 3	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00	4,080.00	4,488.00	4,936.80	5,430.48	5,973.53
	BODEGUERO	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	3,840.00	4,224.00	4,646.40	5,111.04	5,622.14
	CHOFER	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	4,440.00	4,884.00	5,372.40	5,909.64	6,500.60
	GUARDIA	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	370.00	4,440.00	4,884.00	5,372.40	5,909.64	6,500.60
	PERSONA DE ASEO	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	3,840.00	4,224.00	4,646.40	5,111.04	5,622.14
	APORTE PATRONAL		185.65	185.65	185.65	185.65	185.65	185.65	185.65	185.65	185.65	185.65	185.65	2,042.15	2,246.37	2,471.00	2,718.10	2,989.91
	DÉCIMO CUARTO				1,280.00									1,280.00	1,408.00	1,573.60	1,749.20	1,934.80
	DÉCIMO TERCERO												4,845.65	4,845.65	5,330.22	5,863.24	6,449.56	7,094.52
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,660.00	4,845.65	4,845.65	6,125.65	4,845.65	4,845.65	4,845.65	4,845.65	4,845.65	4,845.65	4,845.65	9,691.30	64,087.80	70,496.58	77,546.24	85,300.86	93,830.95
GASTOS DE GENERALES		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00	264.00	290.40	319.44	351.38
	ENERGÍA ELECTRICA	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
	TELÉFONO	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	360.00	396.00	435.60	479.16	527.08
	SERVICIOS DE INTERNET	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	480.00	528.00	580.80	638.88	702.77
	COMBUSTIBLE	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	900.00	990.00	1,089.00	1,197.90	1,317.69
	ALQUILER	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76
	ÚTILES DE OFICINA (PAPELERIA)	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	420.00	462.00	508.20	559.02	614.92
	DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	12.58	12.58	12.58	12.58	12.58	12.58	12.58	12.58	12.58	12.58	12.58	12.58	151.00	151.00	151.00	151.00	151.00
	DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACION	49.50	49.50	49.50	49.50	49.50	49.50	49.50	49.50	49.50	49.50	49.50	49.50	594.00	594.00	594.00	-	-
	DEPRECIACIÓN DE VEHICULO	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	58.33	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
	DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	9.50	9.50	9.50	9.50	9.50
	DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	245.15	245.15	245.15	245.15	245.15	245.15	245.15	245.15	245.15	245.15	245.15	245.15	2,941.80	2,941.80	2,941.80	2,941.80	2,941.80
	TOTAL GASTOS GENERALES	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	1,016.36	12,196.30	12,976.30	13,834.30	14,184.10	15,222.28
GASTO DE VENTAS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00	5,280.00	5,808.00	6,388.80	7,027.68
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00	5,280.00	5,808.00	6,388.80	7,027.68
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		6,076.36	6,262.01	6,262.01	7,542.01	6,262.01	11,107.66	81,084.10	88,752.88	97,188.54	105,873.76	116,080.91						
GASTOS PARA EL FLUJO CAJA		5,710.00	5,895.65	5,895.65	7,175.65	5,895.65	5,895.65	5,895.65	5,895.65	5,895.65	5,895.65	5,895.65	10,741.30	76,687.80	84,356.58	92,792.24	102,071.46	112,278.61
GASTOS GENERALES		650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	7,800.00	8,580.00	9,438.00	10,381.80	11,419.98
DEPRECIACIÓN		366.36	366.36	366.36	366.36	366.36	366.36	366.36	366.36	366.36	366.36	366.36	366.36	4,396.30	4,792.60	5,188.90	5,585.20	6,023.50
														4,396.30	8,792.60	13,188.90	16,991.20	20,793.50

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Costos de Ventas

Cuadro 34. Costos

COSTO DE VENTAS																			
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
5200	HOJAS DE SABILA	0.10	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	6240.00	6,864.00	7,550.40	8,305.44	9,135.98
7800	NARANJA	0.04	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	3744.00	4,118.40	4,530.24	4,983.26	5,481.59
195	BOTELLONES DE AGUA	1.90	370.50	370.50	370.50	370.50	370.50	370.50	370.50	370.50	370.50	370.50	370.50	370.50	4446.00	4,890.60	5,379.66	5,917.63	6,509.39
312	ENDULZANTE	3.50	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	1092.00	13104.00	14,414.40	15,855.84	17,441.42	19,185.57
15600	BOTELLA DE 500 ML.	0.05	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	9360.00	10,296.00	11,325.60	12,458.16	13,703.98
15600	TAPAS	0.02	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	3744.00	4,118.40	4,530.24	4,983.26	5,481.59
15600	ETIQUETAS	0.05	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	9360.00	10,296.00	11,325.60	12,458.16	13,703.98
TOTAL			4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	4166.50	49998.00	54997.80	60497.58	66547.34	73202.07

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Ingresos

Cuadro 35. Ingresos

ECUASABILA			
PRESUPUESTO DE INGRESOS			
PERIODO	UNIDADES FRASCOS DE 500 ML.	P.U.	TOTAL INGRESOS
ENERO	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
FEBRERO	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
MARZO	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
ABRIL	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
MAYO	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
JUNIO	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
JULIO	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
AGOSTO	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
SEPTIEMBRE	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
OCTUBRE	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
NOVIEMBRE	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
DICIEMBRE	15600	\$ 0.75	\$ 11,700.00
AÑO 1	187200	\$ 0.75	\$ 140,400.00
AÑO 2	205920	\$ 0.75	\$ 154,440.00
AÑO 3	226512	\$ 0.75	\$ 169,884.00
AÑO 4	249163	\$ 0.75	\$ 186,872.40
AÑO 5	274080	\$ 0.75	\$ 205,559.64

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Inversión del proyecto

Cuadro 36. Inversión

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	1,510.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1,800.00
VEHÍCULO	3,500.00
EQUIPO DE OFICINA	95.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	29,418.00
CAPITAL DE TRABAJO	2,000.00
TOTAL DE LA INVERSION	38,323.00

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Financiamiento del proyecto

Cuadro 37. Financiamiento

FINANCIACIÓN DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		38,323.00
Financiado	70%	23,323.00
Aporte Propio	30%	15,000.00
		38,323.00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRÉSTAMO	12.00%	0.12
		0.12

PRÉSTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	23,323.00	2,798.76

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 38. Amortización mensual

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIÓDO	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
-				23,323.00
1	388.72	233.23	621.95	22,934.28
2	388.72	233.23	621.95	22,545.57
3	388.72	233.23	621.95	22,156.85
4	388.72	233.23	621.95	21,768.13
5	388.72	233.23	621.95	21,379.42
6	388.72	233.23	621.95	20,990.70
7	388.72	233.23	621.95	20,601.98
8	388.72	233.23	621.95	20,213.27
9	388.72	233.23	621.95	19,824.55
10	388.72	233.23	621.95	19,435.83
11	388.72	233.23	621.95	19,047.12
12	388.72	233.23	621.95	18,658.40
	4,664.60	2,798.76	7,463.36	

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 39. Amortización anual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
-				23,323.00
1	4,664.60	2,798.76	7,463.36	18,658.40
2	4,664.60	2,239.01	6,903.61	13,993.80
3	4,664.60	1,679.26	6,343.86	9,329.20
4	4,664.60	1,119.50	5,784.10	4,664.60
5	4,664.60	559.75	5,224.35	-
	23,323.00	8,396.28	31,719.28	

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Punto de Equilibrio

Cuadro 40. Calculo del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

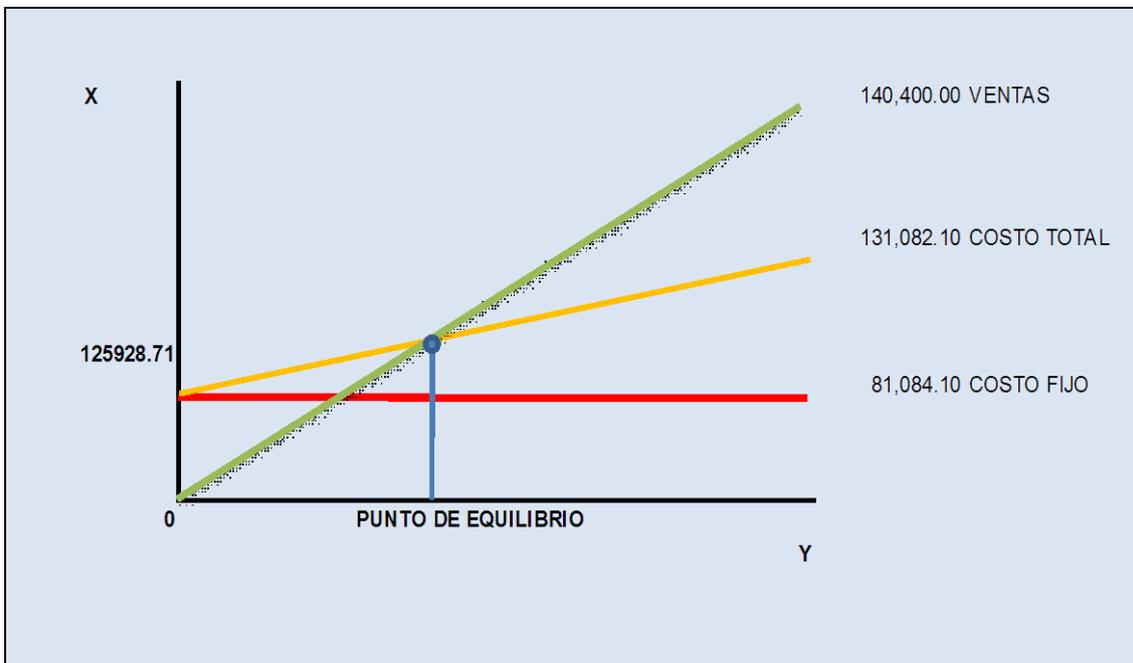
DATOS	X	Y
ventas	140,400.00	140,400.00
costo fijos	81,084.10	131,082.10
Costos variables	49,998.00	49,998.00

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{81084.10}{0.64389}$$

$$PE = 125928.71$$

Figura 39. Punto de equilibrio



Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro 41. Estado de pérdidas y ganancias

ECUASABILA						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	140,400.00	154,440.00	169,884.00	186,872.40	205,559.64	857,156.04
(-) COSTO DE VENTAS	49,998.00	54,997.80	60,497.58	66,547.34	73,202.07	305,242.79
UTILIDAD BRUTA	90,402.00	99,442.20	109,386.42	120,325.06	132,357.57	551,913.25
COSTOS INDIRECTOS	81,084.10	88,752.88	97,188.54	105,873.76	116,080.91	488,980.19
UTILIDAD OPERACIONAL	9,317.90	10,689.32	12,197.88	14,451.30	16,276.66	62,933.06
(-) GASTOS FINANCIEROS	2,798.76	2,239.01	1,679.26	1,119.50	559.75	8,396.28
UTILIDAD ANTES PART. IMP	6,519.14	8,450.31	10,518.63	13,331.80	15,716.91	54,536.78
PARTICIPACION EMPLEADOS	785.56	1,018.26	1,267.49	1,606.48	1,893.89	6,571.68
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	5,733.58	7,432.05	9,251.13	11,725.31	13,823.02	47,965.10
IMPUESTO RENTA	1,261.39	1,635.05	2,035.25	2,579.57	3,041.06	19,769.58
UTILIDAD NETA	4,472.20	5,797.00	7,215.88	9,145.75	10,781.96	34,767.20

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Flujo de Caja

Cuadro 42. Flujo de caja

ECUASABILA							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	140,400.00	154,440.00	169,884.00	186,872.40	205,559.64	857,156.04
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		140,400.00	154,440.00	169,884.00	186,872.40	205,559.64	857,156.04
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSIÓN INICIAL	38,323.00	-	-	-	-	-	-
GASTO ADMINISTRATIVOS	-	64,087.80	70,496.58	77,546.24	85,300.86	93,830.95	391,262.43
GASTO DE VENTAS	-	4,800.00	5,280.00	5,808.00	6,388.80	7,027.68	29,304.48
GASTOS GENERALES	-	7,800.00	8,580.00	9,438.00	10,381.80	11,419.98	47,619.78
COSTO DE VENTA	-	49,998.00	54,997.80	60,497.58	66,547.34	73,202.07	305,242.79
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	785.56	1,018.26	1,267.49	1,606.48	1,893.89
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	1,261.39	1,635.05	2,035.25	2,579.57	3,041.06
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	38,323.00	126,685.80	141,401.32	155,943.13	171,921.54	189,666.73	778,364.43
FLUJO OPERATIVO	-38,323.00	13,714.20	13,038.68	13,940.87	14,950.86	15,892.91	71,537.51
INGRESOS NO OPERATIVOS	-						
PRÉSTAMO BANCARIO	23,323.00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	23,323.00	-					
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	4,664.60	4,664.60	4,664.60	4,664.60	4,664.60	23,323.00
PAGO DE INTERESES	-	2,798.76	2,239.01	1,679.26	1,119.50	559.75	8,396.28
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	7,463.36	6,903.61	6,343.86	5,784.10	5,224.35	31,719.28
FLUJO NETO NO OPERATIVO	23,323.00	-7,463.36	-6,903.61	-6,343.86	-5,784.10	-5,224.35	-31,719.28
FLUJO NETO	-15,000.00	6,250.84	6,135.07	7,597.01	9,166.75	10,668.56	39,818.23
SALDO INICIAL	-	2,000.00	8,250.84	14,385.91	21,982.92	31,149.67	
FLUJO ACUMULADO	-	8,250.84	14,385.91	21,982.92	31,149.67	41,818.23	

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Balance General

Cuadro 43. Balance General

ECUASABILA						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	2,000.00	8,250.84	14,385.91	21,982.92	31,149.67	41,818.23
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	2,000.00	8,250.84	14,385.91	21,982.92	31,149.67	41,818.23
ACTIVOS FIJOS	36,323.00	36,323.00	36,323.00	36,323.00	36,323.00	36,323.00
DEPRECIAC. ACUMULADA		4,396.30	8,792.60	13,188.90	16,991.20	20,793.50
TOTAL DE ACTIVO FIJO	36,323.00	31,926.70	27,530.40	23,134.10	19,331.80	15,529.50
TOTAL DE ACTIVOS	38,323.00	40,177.54	41,916.31	45,117.02	50,481.47	57,347.73
PASIVO						
CORRIENTE						
PRÉSTAMO	23,323.00	18,658.40	13,993.80	9,329.20	4,664.60	-
PARTICIPACIÓN EMPL. POR PAGAR	-	785.56	1,018.26	1,267.49	1,606.48	1,893.89
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	1,261.39	1,635.05	2,035.25	2,579.57	3,041.06
TOTAL PASIVO	23,323.00	20,705.34	16,647.11	12,631.94	8,850.65	4,934.95
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	4,472.20	5,797.00	7,215.88	9,145.75	10,781.96
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	4,472.20	10,269.19	17,485.08	26,630.82
TOTAL PATRIMONIO	15,000.00	19,472.20	25,269.19	32,485.08	41,630.82	52,412.78
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	38,323.00	40,177.54	41,916.31	45,117.02	50,481.47	57,347.73
		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 44. Flujos operativos y netos

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCIÓN	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos operativos	-38,323.00	13,714.20	13,038.68	13,940.87	14,950.86	15,892.91

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCIÓN	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-15,000.00	6,250.84	6,135.07	7,597.01	9,166.75	10,668.56
Flujo Acumulado	-15,000.00	-8,749.16	-2,614.09	4,982.92	14,149.67	24,818.23

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 45. Tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	12.00%

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 46. Tasa de rendimiento promedio

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	71,537.51
AÑOS	5
INVERSIÓN INICIAL	38,323.00
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	37.33%

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 47. Tasa interna de retorno

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		51,081.61
VAN	POSITIVO	12,758.61
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	4.00
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	300.37
TASA INTERNA DE RETORNO SIN PRESTAMO		24.33%
TASA INTERNA DE RETORNO CON PRESTAMO		39.04%
PAY BACK		2.34

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 48. Ratios financieros

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	140400.00
COSTO DIRECTO	49,998.00
COSTO INDIRECTO	81084.10
FLUJO NETO	6250.84
PAGO DE DIVIDENDOS	4664.60
GASTOS FINANCIEROS	2798.76
GASTOS PERSONAL	64087.80
ACTIVOS FIJOS NETOS	31,926.70

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 49. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	125928.71
EN PORCENTAJE	89.69%

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 50. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	7597.01
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	2.34
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	47.64
INDICE DE EMPLEO		2.01

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 51. Activos y utilidad

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	8,250.84
ACTIVOS TOTALES	40,177.54
UTILIDAD NETA	4,472.20

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 52. Riesgo de liquidez

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0.4146	41.46%

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 53. Rendimiento corriente

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0.1613	16.13%

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 54. Razones

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	71,537.51
GASTOS FINANCIEROS	8,396.28
INVERSIÓN INICIAL	38,323.00
UTILIDAD NETA	34,767.20
VALOR DEL CRÉDITO	23,323.00
VENTAS	857,156.04
COSTO DE VENTA	794,222.98
TOTAL DEL ACTIVO	15,529.50

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Costos

Cuadro 55. Costos directos e indirectos

Costos directos	
Descripción	Precio
SABILA	\$ 520.00
NARANJA	\$ 312.00
AGUA	\$ 370.50
ENDULZANTE	\$ 1,092.00
MANO DE OBRA	\$ 4,630.00
Total	\$ 6,924.50

Costos Indirectos	
Descripción	Precio
BOTELLAS 500 ML.	\$ 780.00
TAPAS	\$ 312.00
ETIQUETA	\$ 780.00
Total	\$ 1,872.00

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

Cuadro 56. Costos de producción del jugo de sábila

Costo de Producción del Jugo de Sábila	
Descripción	Costo Unit.
SABILA	\$ 0.03
NARANJA	\$ 0.02
AGUA	\$ 0.02
ENDULZANTE	\$ 0.07
MANO DE OBRA	\$ 0.30
BOTELLAS 500 ML.	\$ 0.05
TAPAS	\$ 0.02
ETIQUETA	\$ 0.05
Costo de producción	\$ 0.56
Precio de venta	\$ 0.75
Precio de venta al público	\$ 1.00

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

5.7.3 Impacto

El impacto que creara la implementación de esta microempresa será de mucha importancia; puesto que la misma, va a beneficiar directamente a las personas que consuman una bebida que le aporte los nutrientes necesarios para mantenerse saludables. Por otra parte, se beneficiará al sector agrícola, ya que se verán motivados a la siembra de esta planta que será adquirida por esta empresa.

En el ámbito social, este será positivo, puesto que, se beneficiará a la población Triunfense, con la creación de plazas de empleo que servirá y ayudara al crecimiento y progreso del cantón.

Además, en lo económico, generara grande rentabilidad hacia los inversionistas.

El impacto ambiental no tendrá inconvenientes, debido a que se tomará muchas precauciones en el desecho de los residuos de la materia prima que se utiliza para la producción, teniendo así una empresa amigable con el medio ambiente, cuidando del aire y el suelo para conservar la flora y fauna de nuestro planeta tierra.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 57. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
ACTIVIDAD	MESES														
	Mayo			Junio				Julio				Agosto			
	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Constitución de la empresa	■	■													
Tramitación del financiamiento			■	■											
Alquiler y Acondicionamiento del local					■										
Compra de mobiliario						■									
Compra de maquinaria							■	■	■	■	■				
Instalación de máquinas											■	■	■		
Colocación de mobiliario														■	
Selección del personal														■	
Funcionamiento de la planta															■

Fuente: Elaborado por Cristiam Delgado

5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta

Para evaluar esta propuesta de la puesta en marcha de la producción de una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila, se utilizarán una serie de indicadores, los mismos que nos servirán para evaluar nuestra propuesta; así tenemos :

- ✓ Se analizará el nivel de consumo del producto, mediante un supuesto pesimista de la demanda.
- ✓ Además se llevará un registro de la capacidad instalada de la planta, la cual producirá alrededor de 624 jugos diarios (que equivale el 26%), multiplicado por los 25 días laborables en el mes, de da como resultado la producción de 15.600 jugos mensualmente, y multiplicado por el precio de venta que es \$0.75, me da un ingreso de \$11.700 mensual.
- ✓ De la misma manera se realizará un muestreo para conocer directamente en que magnitud es aceptado o consumido el producto por parte de la población
- ✓ También habrá que realizar un seguimiento de las ventas para al final del año realizar un arqueo para verificar si el supuesto de venta se ha cumplido.

CONCLUSIONES

- ✓ La mayoría de los habitantes tiene conocimiento que la sábila previene y cura enfermedades.
- ✓ Es por esta razón, que el 94% de la población está de acuerdo que en el mercado exista una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila.
- ✓ El conocimiento de los beneficios de la sábila y el interés por parte de los habitantes en que exista este producto, motiva a la implementación de esta microempresa.
- ✓ El producto Jugo de sábila, está diferenciado de las demás bebidas existentes en el mercado, por las propiedades medicinales que posee.
- ✓ En el mercado ecuatoriano no existe una planta productora que produzca este jugo, por lo que seremos los primeros en el Ecuador en producir este producto.
- ✓ Los competidores directos del producto no son un problema, debido a que son importados y por ende sus precios son excesivamente elevados.
- ✓ Es un proyecto rentable financieramente.

RECOMENDACIONES

- ✓ Motivar a los agricultores locales a la siembra de la sábila, que será adquirida por nuestra microempresa para producir la bebida.
- ✓ Incentivar a la población Triunfense la cultura de consumo de bebidas nutritivas.
- ✓ Emprender en nuevas ideas de negocios por parte de los empresarios, asumiendo cierto grado de riesgo, ya que a mayor riesgo mayor rentabilidad.
- ✓ Fabricar un producto de calidad para lograr lealtad por parte de los consumidores.
- ✓ El departamento de marketing y ventas deberá realizar un duro trabajo para lograr mayor atracción hacia el producto por parte de los ciudadanos.

BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL TORRES, Cesar: *Metodología de la Investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*, Pearson Educación, México, (Segunda edición ed., pág. 57), 2006.
- GARCIA, Maria, & IBARRA, Luis: *Diagnóstico de clima organizacional del departamento de educación de la Universidad de Guanajuato*. En R. SAMPIERI, *Metodología de la Investigación* (pág. 85), 2010.
- ILDEFONSO, Esteban & ABASCAL, Elena: *Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial* (Décima edición ed., pág. 143). Madrid: ESIC, 2009
- MORALES LÓPEZ, Marié: *Aloe Vera, la planta de las mil caras y todas buenas* (págs. 20-25). Madrid: Tikal Ediciones Campezo, 2007.
- Morales, Juan: *Nutriterapia, salud y longevidad: Qué comer para vivir mejor*. Madrid: Díaz de Santos, 2007
- Ortiz, José: *Aloe Vera: La Planta del Futuro*. Indiana: Author House, 2010.
- PULIDO, Rodrigo, BALLÉN, Margarita & ZÚÑIGA, Flor: *Abordaje hermenéutico de la investigación cualitativa*. (pág. 76). Bogotá: Educc., 2007.
- AGUDELO, Olga. (s.f.). *Sábila (Aloe Vera)*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia: <http://www.unalmed.edu.co/~crsequed/S%C1BILA.htm>
- AROSEMENA, Rafaella. (14 de Agosto de 2009). Recuperado el 17 de Diciembre de 2012, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/rmarosemena/metodologia-de-la-investigacion#btnNext>
- CENTTY, Deymor: *Manual Metodológico para el Investigador Científico*, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/METODO%20DEL%20ANALISIS%20SINTESIS.htm>

(Julio de 2006). Recuperado el 17 de Diciembre de 2012, de Eumed.

- CENTTY, Deymor: *Manual Metodológico para el Investigador Científico*, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/METODO%20LOGICO%20HISTORICO.htm> (Julio de 2006). Recuperado el 17 de Diciembre de 2012, de Eumed.
- HENED, <http://es.scribd.com/doc/21229743/METODOS-EMPIRICOS> (18 de Octubre de 2009). Recuperado el 17 de Diciembre de 2012, de Scribd.
- MEJÍA Navarrete, Julio, <http://es.scribd.com/doc/2388276/investigacion-cualitativa>(29 de Marzo de 2008). *Scribd*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2012.
- PIMENTEL, Jumaira, <http://es.scribd.com/doc/33936895/Investigacion-Descriptiva>(7 de Mayo de 2010). *Scribd*.
- MAUGHAN, Rex, <https://www.foreverliving.com/marketing> (2012). Obtenido de Forever Living Products.
- MAUGHAN, Rex, <https://www.foreverliving.com>(2012). Obtenido de Forever Living Products.
- LOUBET, Roxana: *Explorando Nuestro Entorno*, <http://www.geocities.ws/roxloubet/investigacioncampo.html> (s.f.). Recuperado el 5 de Diciembre de 2012.
- WICK, Bertram: *Corporación Ecuatoriana Coloncheline*, http://www.aloevera-ecuador.org/aloe_vera_span.htm(s.f.). Recuperado el 16 de Noviembre de 2012.
- (s.f.). Obtenido de Herbalife: <http://compania.herbalife.com.ec/>
- (s.f.). Obtenido de Universidad Católica de Colombia: http://portalweb.ucatolica.edu.co/easyWeb2/files/17_6912_tipos-de-investigacion-.pdf

- (s.f.). Recuperado el 5 de Diciembre de 2012, de Técnicas de Estudio Org: <http://www.tecnicas-de-estudio.org/investigacion/investigacion37.htm>
- (19 de Septiembre de 2009). Obtenido de Consumoteca: <http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/consumismo>
- (8 de Mayo de 2009). Obtenido de Innovateam: <http://12masi.principal.blogspot.com/2009/05/que-es-innovar.html>
- (12 de Junio de 2010). Obtenido de Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/materia-prima.html>
- (2011). Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, de Omnibien: http://www.omnibien.com/porque_omnilife.html
- *Beneficios del Jugo.* (s.f.). Recuperado el 21 de Noviembre de 2012, de Beber Aloe Vera: <http://www.beberaloe.com>
- *Herbalife International Inc.* (s.f.). Obtenido de Acerca de Herbalife: <http://compania.herbalife.com.ec/>
- Metodologiadelainvestigacion. (s.f.). Recuperado el 5 de Diciembre de 2012, de Lacoctelera: <http://metodologiadelainvestigacion.lacoctelera.net/post/2010/05/20/enfoque-cuantitativo-y-cualitativo>
- *Nuestros productos: Herbalife.* (s.f.). Obtenido de Herbalife: <http://productos.herbalife.com.ec/>
- *Políticas de la compañía Forever Living Products Ecuador.* (19 de Agosto de 2010). Recuperado el 20 de Noviembre de 2012, de Sabilaloe: http://sabilaloe.com/wp-content/uploads/2009/05/politicas_compania19082010.pdf
- *La gran Enciclopedia de Economía.* (s.f.). Recuperado el 4 de Diciembre de 2012, de Economía48.com: <http://www.economia48.com/spa/d/produccion/produccion.htm>

- ONI. (22 de Marzo de 2006). Obtenido de Olimpiadas Nacionales de Contenido Educativo en Internet: <http://www.oni.escuelas.edu.ar/2004/CORDOBA/736/aplicaciones/curiosidades.htm>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (2010). *Estadísticas: INEC*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): <http://www.inec.gob.ec/cpv/>
- INSTITUTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL DE ROLDANILLO *INTEP*. (6 de Marzo de 2012). Obtenido de Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo: <http://www.intep.edu.co/Es/WebDependencia.php?IdDepend=32&Link=74>

ANEXO

Anexo 1. Diseño de encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADEMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE ECONOMÍA**

Encuesta dirigida a los habitantes del cantón El Triunfo, con el objetivo de determinar la factibilidad de la implementación de una planta productora y comercializadora de bebida nutritiva compuesta de sábila.

Nota: Señale con un ✓ la alternativa de su preferencia

<p>1.- ¿Acostumbra Ud. consumir bebidas envasadas?</p> <p style="text-align: right;">*SI <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* NO <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>	<p>2.- ¿Considera Ud. que la limitada producción de bebidas nutritivas genera efectos negativos en la salud de los habitantes del cantón?</p> <p style="text-align: right;">* Totalmente de acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* De acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* En desacuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>	<p>3.- ¿Cree Ud. que la escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas en los habitantes genera problemas de nutrición en la población del cantón El Triunfo?</p> <p style="text-align: right;">* Totalmente de acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* De acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* En desacuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>
<p>4.- ¿Será la escasa disponibilidad de materia prima para la producción de bebidas nutritivas la causante de los efectos negativos en la elaboración de estos productos?</p> <p style="text-align: right;">* SI <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">*NO <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* TAL VEZ <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>	<p>5.- ¿Considera Ud. que el limitado emprendimiento de los empresarios del cantón genera poca inversión en nuevas ideas de negocio?</p> <p style="text-align: right;">* Totalmente de acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* De acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* En desacuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>	<p>6.- ¿Cree Ud. que la poca información acerca de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas genera insuficiente demanda del producto por parte de la población?</p> <p style="text-align: right;">* SI <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* NO <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* TAL VEZ <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>
<p>7.- ¿Cree Ud. que la inseguridad en la aceptación de nuevos productos por parte de la población provoca incertidumbre en los empresarios al momento de invertir en este tipo de negocio?</p> <p style="text-align: right;">* Totalmente de acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* De acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* En desacuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>	<p>8.- ¿Considera Ud. que la sábila es un producto que cuida y protege la salud de las personas?</p> <p style="text-align: right;">*Totalmente de acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* De acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* En desacuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>	<p>9.- ¿Según su opinión, considera Ud. importante que en el mercado exista una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila?</p> <p style="text-align: right;">*Totalmente de acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* De acuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p style="text-align: right;">* En desacuerdo <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>

Anexo 2. Diseño de entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

Entrevista dirigida a Asesor Nutricionista y Ex Productor de Sábila

OBJETIVO: Determinar el impacto que genera el consumo de una bebida nutritiva en la salud de la población del cantón El Triunfo, para determinar la factibilidad de la producción de una bebida refrescante nutritiva compuesta de sábila.

COOPERACION: De antemano le agradecemos por su colaboración en la información que nos proporcionará, le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

INSTRUCCIONES: Por favor llene este formulario tan preciso como sea posible, no deje espacios en blanco.

Nombre: _____ **Empresa:** _____

Título Profesional: _____ **Cargo:** _____

PREGUNTAS

1.- ¿Cree Ud. que las bebidas existentes en el mercado son saludables?

SI

NO

¿PORQUÉ?

2.- ¿Cree Ud. que la falta de producción de bebidas nutritivas influye significativamente en la salud de los habitantes del cantón el Triunfo?

SI

NO

¿PORQUÉ?

3.- ¿Según su opinión, considera Ud. que la sábila es una planta curativa?

4.- ¿Según su criterio, considera Ud. que el ingerir una bebida compuesta de sábila aportaría beneficios medicinales y nutritivos para el organismo?

5.- ¿Según su opinión, considera Ud. importante que en este cantón se implemente una empresa “agroindustrial” dedicada a procesar jugos nutritivos a partir de la sábila?

6.- ¿Según su criterio, considera Ud. que al implementarse esta empresa en la localidad, fomentaría el desarrollo social y económico del cantón?

Gracias por su colaboración, su opinión será de gran ayuda



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

Entrevista dirigida a Ingeniero Agrónomo

OBJETIVO: Determinar el impacto que genera el consumo de una bebida nutritiva en la salud de la población del cantón el Triunfo, para determinar la factibilidad de la producción de una bebida refrescante nutritiva compuesta de sábila.

COOPERACION: De antemano le agradecemos por su colaboración en la información que nos proporcionará, le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

INSTRUCCIONES: Por favor llene este formulario tan preciso como sea posible, no deje espacios en blanco.

Nombre: _____ **Empresa:** _____

Título Profesional: _____ **Cargo:** _____

PREGUNTAS

1.- ¿En qué tipo de climas se da más la planta de sábila?

2.- ¿Existe en el Ecuador grandes plantaciones de sábila?

3.- ¿Hay que prestarle mayor cuidado a la planta para su completo desarrollo?

4.- ¿A qué tiempo de sembrada la planta está lista para el consumo?

Gracias por su colaboración, su opinión será de gran ayuda

Anexo 3. Registro único de contribuyente

 **REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES**  *...le hace bien al país!*

NÚMERO RUC: 0919887968001

APELLIDOS Y NOMBRES: DELGADO ORTIZ MAYRA ALEXANDRA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO	MATRIZ:	FEC. INICIO ACT.: 14/10/2009
NOMBRE COMERCIAL:	FEC. CIERRE:		
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:	FEC. RENICIO:		
VENTA			

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: CAJAL CANTÓN: LA TRONCAL Parroquia: MANUEL J. CALLE Barrio: 4 DE NOVIEMBRE Calle: VÍA DURÁN TAMBO Número: SIN Referencia: A CINCUENTA METROS DE LA GASOLINERA MANUEL J. CALLE Teléfono Dominio: 072415162


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Departo: NRO018006 **Lugar de emisión:** AZOGUES/AV. ALFONSO **Fecha y hora:** 13/04/2011 11:48:27

Página 2 de 2

Anexo 4. Certificado de funcionamiento del cuerpo de bomberos



CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTON EL TRIUNFO
 R.U.C.: 0968518200001
 Dirección: Av. 10 de Agosto / Telmo Tejada Av. 8 de Abril

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCION CONTRA INCENDIOS

CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO No: 04844.00

TASA POR SERVICIO DE PREVENCION DE INCENDIOS

Ruc: 0968518200001 Valor: 37.00

TREINTA Y SIETE 00/100 DOLARES

Ruc: 0703290809

Rep Legal: HURTADO CHICA SUSAN ELIZABETH

Nombre Comercial: BARRA BAR ZONA VIP

Dirección: AV. 8 DE ABRIL Y DELEG Fecha de Emisión: 30/08/12

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCION

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuere requerido.

CONCEPTO	Actividad	Año	Factor	Valor
Adnagación	KARAOKE Y AFINES-SEGUNDA	2012		35.00
	TITULOS	2012		2.00

PAGADO

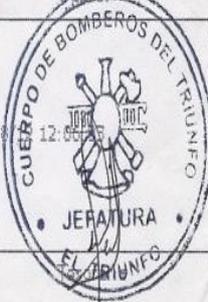


Jefe de Prevencion

EMISION

Emergencia: 2010-116 • Teléfono: 2011-381

El Triunfo - Ecuador



Anexo 5. Permiso de funcionamiento municipal

 <p>ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE EL TRIUNFO</p> <p>COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA</p>	MES	DIA	AÑO	CAJA No.	No. Comprobante
	AGO	31	2012	69	40055

CONTRIBUYENTE	CEDULA-RUC	CODIGO TRANSACC
HURTADO CHICA SUSAN ELIZABETH. . .	0703290809001	2

TASAS Y CONTRIBUCIONES	VALOR RECIBID
TASAS GENERALES	EFFECTIVO 30
PERMISO, LICENCIAS Y PATENTES	CHEQUES 0
	TARJ. CRED 0
	NOTA. CRED 0
	COMPENS. 0
	TOTAL 30
	RECIBIDO

 DIRECTOR FINANCIER	 TESORERO MUNICIPAL	 JEFE DE RENTAS	Municipalidad del CANTÓN EL TRIUNFO Departamento REGISTRO MARITZA GOYES CANCELADO 09:51:16 SELLO Y FIRMA DEL CAJE
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

CONTRIBUYENTE

Anexo 6. Certificado del ministerio de salud

 **DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS** 
CERTIFICADO DE SALUD OCUPACIONAL
AREA DE SALUD # 19 **Nº 0639252**
HOSPITAL EL TRIUNFO
NOMBRES: OSCAR IVAN
APELLIDOS: GUAMAN VASQUEZ
CEDULA DE IDENTIDAD: 091869120-5
NUMERO DE H.C.U. 934-44
LUGAR DE RESIDENCIA: TRIUNFO

JEFE DE AREA DE SALUD **OSCAR GUAMAN**
USUARIO

Anexo 7. Aplicación de entrevistas



Foto 1. Entrevista realizada a Asesor Nutricionista Rolando Vera



Foto 2. Luego de entrevista realizada a Asesor Nutricionista Rolando Vera



Foto 3. Entrevista realizada a Ingeniero Agrónomo Edwin Santo

Anexo 8. Aplicación de encuestas



Foto 4. Encuestando en la Av. Principal del cantón El Triunfo



Foto 5. Encuestando a secretario de la Cooperativa de Transportes Rircay



Foto 6. Encuestando en el sector “La bahía”



Foto 7. Encuestando en la calle Aníbal Zea



Foto 8. Encuestando en las calles del mercado central



Foto 9. Encuestando a artesanos del cantón

Anexo 9. Matriz

TITULO DEL PROYECTO		
Estudio de factibilidad para determinar el grado de aceptación de la producción de una bebida refrescante y nutritiva compuesta de sábila en el cantón El Triunfo.		
FORMULACION DE PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL
¿Cómo afecta a los habitantes del cantón El Triunfo la limitada producción de bebidas nutritivas?	Realizar un estudio de campo a los habitantes del cantón El Triunfo con el uso de las diferentes técnicas metodológicas, para determinar los efectos en la salud de la población por la limitada producción de bebidas nutritivas.	La limitada producción de bebidas nutritivas, genera efectos negativos en la salud de la población del Cantón El Triunfo.
SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS PARTICULARES
¿De qué manera incide la escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas a la producción de este tipo de productos?	Conocer los factores que inciden en la cultura de consumo de la población del cantón El Triunfo.	La escasa cultura de consumo de bebidas nutritivas, genera problemas de nutrición en la población del cantón El Triunfo.
¿De qué forma afecta a la producción de bebidas nutritivas la escasa disponibilidad de materia prima?	Determinar las causas de la escasa disponibilidad de materia prima para la producción de bebidas nutritivas en el cantón El Triunfo.	La escasa disponibilidad de materia prima para la producción de bebidas nutritivas, provoca efectos negativos en la elaboración de estos productos en el cantón El Triunfo.
¿Cómo afecta el limitado nivel de emprendimiento de los empresarios en la incursión de nuevas ideas de negocio?	Identificar el impacto negativo que genera el limitado nivel de emprendimiento por parte de los empresarios en la incursión de nuevas ideas de negocio.	El limitado nivel de emprendimiento en los empresarios del cantón El Triunfo, genera poca inversión en nuevas ideas de negocio.
¿Cómo incide la poca información de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas en el nivel de consumo por parte de la población?	Conocer las consecuencias que se generan por la poca información con respecto a los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas en los habitantes del cantón El Triunfo.	La poca información de los beneficios medicinales de las bebidas nutritivas, genera insuficiente demanda del producto por parte de la población.
¿De qué manera afecta la inseguridad sobre la aceptación de nuevos productos a la elaboración de una bebida nutritiva diferente?	Indagar el nivel de incertidumbre sobre la aceptación de nuevos productos "bebidas nutritivas" en los habitantes del cantón El Triunfo.	La inseguridad en la aceptación de nuevos productos por parte de la población, provoca incertidumbre en los empresarios al momento de invertir en este tipo de negocios.

Anexo 10. Árbol de problemas

