



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO**  
**EXTERIOR**  
**CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del título de:

**INGENIERA EN FINANZAS**

**TEMA:**

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ DE GUAYUSA NATURAL, EN LA PROVINCIA DE NAPO, BAJO EL AUSPICIO DEL GAD MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA, PERÍODO 2016.

**AUTORA:**

MARTHA ESTEFANÍA CAIZA BARRAGÁN

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2016**

## **CERTIFICACIÓN TRIBUNAL**

Certificamos que el trabajo de titulación, realizada por la señorita estudiante: Martha Estefanía Caiza Barragán, ha sido revisada en su totalidad, por lo tanto se autoriza su presentación.

-----  
Ing. Norberto Hernán Morales Merchán  
**DIRECTOR**

-----  
Ing. Edwin Patricio Pombosa Junez  
**MIEMBRO**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Martha Estefanía Caiza Barragán, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo mi responsabilidad legal y académico de los contenidos este trabajo de titulación.

Riobamba, 14 de Julio de 2016.

.....  
Martha Estefanía Caiza Barragán  
C.I. 1500846983

## **DEDICATORIA**

En primer lugar a Dios por darme la vida, guiarme por el buen camino. A mis padres por ser el pilar fundamental y apoyo incondicional durante mi carrera ellos que han sido el ejemplo de responsabilidad, honestidad han sabido sembrar en mí los valores para mi vida diaria. A mis maestros quienes con su amor y sabiduría depositaron en mí su apoyo y confianza en el transcurso de mi vida estudiantil han sido quienes día a día han compartido sus enseñanzas logrando en mí la comprensión y aprendizaje de la materia para así lograr el desenvolvimiento en la vida diaria. A mis compañeros y amigos quienes han sido un apoyo diario para seguir la carrera y continuar pese a los obstáculos encontrados en el trayecto de estudio, han sido un apoyo a seguir para llegar a la culminación de mi carrera profesional y ser útil a la sociedad.

**MARTHA ESTEFANÍA CAIZA BARRAGÁN**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por la vida, sabiduría que me brinda día a día. Padres que han estado día día brindándome su apoyo. A mi Universidad ESPOCH que me dio la oportunidad de ingresar y seguir una carrera. Maestros, compañeros, amigos agradezco profundamente por el apoyo incondicional que me brindaron durante mis años de estudio compartiendo sus conocimientos, amistad mostrando ser ejemplo para mi vida profesional. Agradezco también a los docentes Norberto Morales y Juan Carlos Vinuesa que me acompañaron en el transcurso de mi trabajo de titulación quienes fueron el pilar fundamental para llevar a cabo la culminación del trabajo impulsando siempre los valores de la honestidad, sinceridad, sencillez, etc.

**MARTHA ESTEFANÍA CAIZA BARRAGÁN**

# ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Certificación tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas .....	xi
Índice de gráficos.....	xiii
Tabla de ecuaciones .....	xiv
Resumen ejecutivo.....	xv
Summary.....	xvi
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1. Formulación del problema .....	3
1.1.2. Delimitación del problema.....	3
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3. OBJETIVOS .....	4
1.3.1. Objetivo general .....	4
1.3.2. Objetivos específicos .....	4
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
2.1. HISTORIA DEL TÉ .....	5
2.2. ¿QUÉ ES PROYECTOS?.....	5
2.2.1. Clasificación de los proyectos.....	6
2.2.2. Característica de un proyecto .....	7
2.2.3. Por qué se invierte y por qué son necesarios los proyectos .....	9
2.3. CICLO DE UN PROYECTO .....	9
2.4. OBJETIVOS DE UN PROYECTO .....	10
2.5. ETAPAS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN .....	10
2.5.1. Estudio de factibilidad .....	11
2.6. ESTUDIO DE MERCADO .....	11
2.6.1. Componentes del estudio de mercado.....	12
2.6.2. El análisis de la demanda .....	12
2.6.3. Análisis de la oferta.....	14

2.6.4.	Análisis de marketing mix o las 4 p's .....	16
2.6.5.	Canales de Comercialización .....	18
2.7.	ESTUDIO TÉCNICO .....	19
2.7.1.	Objetivos del estudio técnico .....	19
2.7.2.	Estructura del estudio técnico .....	20
2.8.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....	26
2.8.1.	Objetivos del estudio financiero .....	26
2.8.2.	Estructura del estudio económico financiero .....	27
2.9.	EVALUACIÓN DE PROYECTOS .....	27
2.9.1.	Objetivos de la evaluación de proyectos .....	27
2.9.2.	Ciclos de la evaluación de un proyecto .....	28
2.9.3.	Estrategias de la evaluación .....	28
2.9.4.	Tipos de evaluación .....	29
2.10.	¿QUÉ ES EMPRESA? .....	31
2.10.1.	Origen de las empresas .....	31
2.10.2.	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS .....	32
2.10.3.	Objetivos de las empresas .....	32
2.11.	GUAYUSA .....	33
2.11.1.	Tradicición .....	34
2.11.2.	Beneficios para la salud .....	34
2.11.3.	Método de cultivo .....	35
2.12.	HISTORIA DE LA PROVINCIA DE NAPO .....	36
2.12.1.	Época republicana .....	37
2.12.2.	Ubicación geográfica .....	37
2.12.3.	Visión general de la provincia .....	38
2.13.	HISTORIA DEL CANTÓN CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA .....	39
2.13.1.	Datos generales del cantón .....	39
2.14.	MARCO CONCEPTUAL .....	41
2.15.	IDEA A DEFENDER .....	46
2.16.	VARIABLES .....	47
	CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO .....	48
3.1.	MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN .....	48
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	48
3.3.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	48
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	49
3.4.1.	Muestra .....	49
3.5.	RESULTADOS .....	50
3.5.1.	Procesamiento de datos tabulados .....	50
3.5.2.	Análisis de resultados .....	62

3.6. VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER.....	62
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	63
4.1. TÍTULO .....	63
4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	63
4.3. ESTUDIO DE MERCADO .....	63
4.3.1. Tipos de Investigación .....	63
4.3.2. Técnicas de investigación de mercado.....	64
4.3.3. Cuantitativa .....	64
4.3.4. Cualitativa .....	64
4.3.5. Segmentación del mercado .....	64
4.3.6. Variable Demográfica:.....	64
4.3.7. Variable Geográfica .....	65
4.3.8. Variable Psicográficas.....	65
4.3.9. Variables Conductuales.....	65
4.3.10. Variable Económica.....	65
4.3.11. Identificación del producto .....	68
4.3.12. Té de Guayusa.....	68
4.3.13. Descripción del producto .....	68
4.3.14. Características del producto .....	68
4.3.15. Empaque y Embalaje .....	69
4.3.16. <i>Etiqueta</i> .....	70
4.3.17. <i>Marca</i> .....	70
4.3.18. Logotipo .....	71
4.3.19. Slogan.....	71
4.3.20. Productos sustitutos.....	71
4.3.21. Productos Complementarios .....	72
4.3.22. Competencia.....	72
4.3.23. Normativa Técnica.....	74
4.3.24. Normativa Sanitaria .....	74
4.3.25. Normativa Comercial .....	77
4.3.26. Análisis y Proyección de la demanda .....	77
4.3.27. Cálculo de la Demanda .....	78
4.3.28. Análisis y proyección de la oferta.....	80
4.3.29. Análisis de la Oferta.....	80
4.3.30. Proyección de la Oferta.....	80
4.3.31. Demanda Insatisfecha .....	81
4.3.32. Como crear valor.....	82
4.3.33. Análisis de la comercialización.....	82
4.3.34. Canales de distribución .....	82
4.3.35. Presentación del producto .....	83
4.3.36. Estrategias publicitarias .....	84
4.4. ESTUDIO TÉCNICO .....	84

4.4.1. Objetivo del Estudio Técnico.....	84
4.4.2. Determinación del tamaño del proyecto .....	84
4.4.3. Determinación del tamaño óptimo.....	84
4.4.4. Localización del Proyecto .....	85
4.4.5. Macro localización.....	85
4.4.6. Micro localización.....	86
4.4.7. Infraestructura de servicios .....	86
4.4.8. Croquis .....	87
4.4.9. Ingeniería del proyecto.....	88
4.4.10. Terreno .....	89
4.4.11. Construcción .....	90
4.4.12. Proceso de producción .....	93
4.4.13. Requerimiento de Materia Prima .....	97
4.4.14. Requerimiento de Insumos.....	97
4.4.15. Requerimiento de Muebles y Enseres .....	97
4.4.16. Requerimiento de herramientas .....	98
4.4.17. Requerimiento de Equipo.....	98
4.4.18. Requerimiento de Maquinaria.....	99
4.4.20. Requerimiento de Mano de Obra .....	101
4.4.21. Gastos Indirectos de Fabricación .....	102
4.4.22. Precio .....	103
4.4.23. Cálculo del Precio .....	103
4.4.24. Estudio de Impacto Ambiental.....	104
Plan de contingencia para reducir el impacto ambiental al crear la empresa .....	105
4.4.25. Permisos a obtener en la creación de la empresa .....	105
4.4.26. Requisitos para obtener el servicio de ordenamiento.....	106
4.4.27. Lugares afectados al crear la empresa.....	106
4.4.28. Costos del Proyecto.....	106
4.4.29. Inversión del proyecto.....	107
4.4.29.1. <i>Inversión fija intangible</i> .....	107
4.4.30. Capital de trabajo .....	108
4.4.31. Presupuesto mobiliario.....	108
4.4.32. Presupuesto de herramientas .....	109
4.4.33. Presupuesto de Equipo .....	109
4.4.34. Presupuesto de Maquinaria .....	110
4.4.35. Inversión total de proyecto.....	111
4.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	111
4.5.1. Objetivo.....	111
4.5.2. Aspectos legales de la empresa .....	111
4.5.3. Análisis Organizacional .....	113
4.5.4. Organigrama estructural.....	115
4.5.5. Trámites para la constitución legal .....	119
4.5.6. Leyes y reglamentos que rigen en el funcionamiento de una empresa. ....	121

4.5.7. Entes de Regulación.....	121
4.5.8. Plan de Mercadeo.....	122
4.5.9. Mercado meta.....	122
4.5.10. Estrategias de Mercadeo .....	122
4.5.11. Plaza Canales de Distribución.....	123
4.5.12. Presupuesto de Estrategias .....	123
4.6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....	126
4.6.1. Inversión fija tangible .....	126
4.6.2. Egresos .....	126
4.2.2. Proyección de egresos .....	127
4.2.3. Ingresos .....	130
4.2.4. Calculo de la depreciación .....	131
4.2.5. Estados financieros .....	131
4.2.6. Evaluación del proyecto.....	136
4.2.7. Valor actual neto .....	138
4.2.8. Tasa interna de retorno.....	141
4.2.9. Relación beneficio costo .....	142
4.2.10. Periodo de recuperación de capital .....	142
4.2.11. Punto de equilibrio .....	143
CONCLUSIONES .....	147
RECOMENDACIONES.....	148
BIBLIOGRAFIA .....	149
ANEXOS .....	151

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tabulación de ¿Consumes Ud. Té?.....	51
Tabla 2 Tabulación de ¿Qué factor influye a la hora de decidir comprar un Té? .....	52
Tabla 3 Tabulación de Por lo general ¿Cuándo consume Ud. Té?.....	53
Tabla 4 Tabulación de ¿Dónde compra generalmente el Té?.....	54
Tabla 5 Tabulación de ¿Con que frecuencia consume Ud. este producto (Té)? .....	55
Tabla 6 Tabulación de ¿Ha escuchado hablar de la planta de Guayusa?.....	56
Tabla 7 Tabulación de ¿Qué características ha escuchado Ud. de la planta de Guayusa? .....	57
Tabla 8 Tabulación de ¿Cree Ud. que el Té de Guayusa sirve como medicina para la salud humana?.....	58
Tabla 9 Tabulación de ¿Estaría Ud. dispuesto a consumir Té natural elaborado a base de Guayusa?.....	59
Tabla 10 Tabulación de ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto? .....	60
Tabla 11 Tabulación de ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer información sobre el Té de Guayusa Natural .....	61
Tabla 12 Las Variables .....	67
Tabla 13 La Competencia .....	72
Tabla 14 La Demanda.....	77
Tabla 15 Cálculo de la demanda.....	78
Tabla 16 Proyección de la Demanda .....	79
Tabla 17 Análisis de la Oferta.....	80
Tabla 18 Proyección de la Oferta .....	81
Tabla 19 Demanda Insatisfecha .....	81
Tabla 20 Extensión del terreno .....	90
Tabla 21 Distribución del área de la empresa .....	91
Tabla 22 Flujo de Producción .....	94
Tabla 23 Diagrama de flujo de producción.....	95
Tabla 24 Materia Prima .....	97
Tabla 25 Insumos .....	97
Tabla 26 Muebles y Enseres .....	97
Tabla 27 Requerimiento de herramientas .....	98
Tabla 28 Requerimiento de Equipo .....	98
Tabla 29 Requerimiento de Maquinaria.....	99
Tabla 30 Vehículo.....	101
Tabla 31 Personal Administrativo.....	101
Tabla 32 Personal de ventas.....	102
Tabla 33 Personal de producción.....	102
Tabla 34 Gastos Indirectos de Fabricación .....	102

Tabla 35 Precio .....	103
Tabla 36 Permisos al crear una empresa .....	105
Tabla 37 Inversión fija intangible .....	107
Tabla 38 Requerimiento de Maquinaria.....	108
Tabla 39 Capital de trabajo .....	108
Tabla 40 Presupuesto Mobiliario .....	108
Tabla 41 Presupuesto de herramientas.....	109
Tabla 42 Presupuesto de Equipo.....	109
Tabla 43 Presupuesto de Maquinaria.....	110
Tabla 44 Inversión total de proyecto.....	111
Tabla 45 Cuadro de Aportaciones .....	112
Tabla 46 Trámites para la constitución legal .....	119
Tabla 47 Leyes y reglamentos que rigen en el funcionamiento de una empresa.....	121
Tabla 48 Entes de regulación .....	121
Tabla 49 Presupuesto de estrategias de mercadeo .....	123
Tabla 50 Costos de Producción.....	126
Tabla 51 Costo de Administración.....	127
Tabla 52 Costo de ventas .....	127
Tabla 53 Proyección de costos de producción .....	127
Tabla 54 Proyección de costos de administración .....	128
Tabla 55 Proyección de Costo de Ventas.....	128
Tabla 56 Proyección de la materia prima .....	129
Tabla 57 Proyección de insumos .....	129
Tabla 58 Proyección de costos indirectos de fabricación .....	129
Tabla 59 Proyección de gastos de publicidad .....	130
Tabla 60 Ingresos .....	130
Tabla 61 Calculo de la depreciación .....	131
Tabla 62 Estado de Situación Inicial .....	131
Tabla 63 Estado de costos de producción .....	132
Tabla 64 Estado de Resultados .....	134
Tabla 65 Estado de Situación final .....	135
Tabla 66 Flujo de fondos netos .....	137
Tabla 67 Periodo de recuperación de capital .....	142
Tabla 68 Punto de equilibrio.....	143
Tabla 69 Punto de equilibrio.....	144
Tabla 70 Punto de equilibrio.....	145

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico: 1 Etapas de los proyectos de inversión.....	11
Gráfico: 2 Componentes de Estudio de mercado.....	12
Gráfico: 3 Estructura de estudio técnico.....	20
Gráfico: 4 Estructura del estudio económico financiero .....	27
Gráfico: 5 Planta de Guayusa .....	33
Gráfico: 6 Cosecha de la Guayusa.....	35
Gráfico: 7 Mapa de la Provincia de Napo.....	36
Gráfico: 8 Metodología de la Investigación .....	49
Gráfico: 9¿Consume Ud. Té? .....	51
Gráfico: 10¿Qué factor influye a la hora de decidir comprar un Té? .....	52
Gráfico: 11 ¿Dónde compra generalmente el Té? .....	54
Gráfico: 12 ¿Con que frecuencia consume Ud. este producto (Té)?.....	55
Gráfico: 13 ¿Ha escuchado hablar de la planta de Guayusa? .....	56
Gráfico: 14 ¿Qué características ha escuchado Ud. de la planta de Guayusa?.....	57
Gráfico: 15 ¿Cree Ud. que el Té de Guayusa sirve como medicina para la salud humana?.....	58
Gráfico: 16 ¿Estaría Ud. dispuesto a consumir Té natural elaborado a base de Guayusa? .....	59
Gráfico: 17 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto.....	60
Gráfico: 18¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer información sobre el Té de Guayusa Natural?.....	61
Gráfico: 19 Variables del mercado .....	65
Gráfico: 20 Presentación del producto.....	68
Gráfico: 21 Empaque del Producto.....	69
Gráfico: 22 Embalaje del producto .....	70
Gráfico: 23 Etiqueta.....	70
Gráfico: 24 Marca del Producto.....	71
Gráfico: 25 Logotipo .....	71
Gráfico: 26 Slogan del Producto.....	71
Gráfico: 28 Canales de distribución.....	83
Gráfico: 29 Macro localización .....	86
Gráfico: 30 Croquis .....	87
Gráfico: 31 Organigrama de la empresa .....	115
Gráfico: 32 Camisetas de promoción.....	124
Gráfico: 33 Esferos de promoción .....	125
Gráfico: 34 Carpetas de promoción .....	125
Gráfico: 35 Afiche para la venta directa .....	126
Gráfico: 36 Punto de Equilibrio.....	146

## TABLA DE ECUACIONES

Ecuación 1 Formula de la muestra.....	49
Ecuación 2 Fórmula de proyección futura .....	79
Ecuación 3 Valor Actual Neto .....	138
Ecuación 4 Tasa Interna de Retorno .....	141
Ecuación 5 Relación beneficio costo .....	142
Ecuación 6 Recuperación de capital .....	143
Ecuación 7 Punto de equilibrio .....	144

## RESÚMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene por objetivo elaborar el Proyecto para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de té de guayusa natural, en la provincia de napo, bajo el auspicio del GAD. Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola, período 2016. Para el cumplimiento de los objetivos como empresa se realizó el Estudio de mercado lo cual identificamos la demanda insatisfecha para el 2016 de \$ 21280,00, también se realizó el Estudio Técnico, Administrativo Legal y Económico Financiero, mediante el cual se pudo analizar la Inversión final del proyecto que es de \$ 60298,16 constituida por 4 socios que son quienes aportan a la Inversión, los indicadores económicos son una guía para la toma de decisiones proyecto obteniendo el Valor Actual Neto 1 negativo (VAN) de -15013,29 y el Valor Actual Neto 2 positivo (VAN) de 20884,42 que nos determinó una Tasa Interna de Retorno (TIR) del (20%) lo que manifiesta que al invertir en la creación de esta empresa obtendrá más beneficios económicos debido a que la Tasa Activa es mayor a las Entidades Financieras, en relación al Beneficio Costo (RBC) se observó que por cada dólar invertido obtenemos una ganancia de 0,43 centavos, por medio del Periodo de recuperación de capital (PRC) demostramos el tiempo en el que se recupera la inversión que es de 7 años 6 meses y 10 días.

El proyecto es factible y recomendable invertir en ello tomando en cuenta y demostrando que mediante el Estudio Económico realizado obtenemos resultados positivos.

**Palabras claves:** COMERCIALIZACIÓN, CREACIÓN DE EMPRESA, PRODUCCIÓN, GUAYUSA, ESTUDIO DE MERCADO, TASA INTERNA DE RETORNO (TIR), VALOR ACTUAL NETO (VAN).

## SUMMARY

The present research aims to develop the Project for the creation of a processing and trading Company of tea made of natural Guayusa, in Napo province, under the auspices of GAD Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola, during the period of 2016. For the fulfillment of the objectives the Market Study was carried out with which it was possible to identify the unmet demand for \$21.280,00 there was also a Technical, Administrative Legal, Economic and Financial Study, through which it was able to analyze the final investment of the project that is \$ 60.298,16 compose by 4 partners who are those who contribute to the investment, the economic indicators are a guide for decision – making in the project by getting the Net Present Value 1 negative (NPV) of -15.013,29 and the Net Present Value 2 positive (NPV) of 20.884,42 that help to determine an Internal Rate of Return (IRR) of (20%) which states that to invest in the creation of this company will get more economic benefits due to the Active Rate is higher than Financial Entities, in relation to the cost benefit (RCB) it was noted that for every dollar spent, the profit was of 0,43 cents, through the Payback Period (PP) showing the time in which to recover the investment that is 7 years 6 months and 10 days.

The project is feasible and advisable to invest, taking into account and showing that through the Economic Study the obtained results are positive.

**Key words:** MARKETING, COMPANY CREATION, PRODUCTION, GUAYUSA, MARKET STUDY, INTERNAL RATE OF RETURN (IIR), NET PRESENT VALUE (NPV)

## INTRODUCCIÓN

Nuestro País es considerado como uno de los más ricos en recursos naturales, motivo por el cual a la Región Amazónica varios ambientalistas ya consideran biodiversa en plantas y animales. La guayusa es una planta que se da en la Amazonia, motivo por el cual se plasma la iniciativa de crear un proyecto de producción y comercialización de té de guayusa.

Actualmente la PYMES (Pequeñas y medianas empresas), están distribuidas en todas las regiones de nuestro País, pero en la Amazonia se constituye un grupo mínimo en relación al resto de País, esto se debe a la poca importancia de invertir en la Amazonía. Es importante tomar en cuenta que la creación de empresas contribuye a la creación de empleo y creación de riqueza.

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad principal la Producción y comercialización el Té de Guayusa, sustentada en procesos en calidad, y con aporte al crecimiento de la matriz productiva para mejorar el desarrollo económico de nuestra Región.

Se realizará el estudio de mercado en el cual se determinara la oferta, la demanda, y la demanda insatisfecha misma que nos servirá para determinar nuestra máxima capacidad de producción. El estudio técnico, nos refleja la inversión necesaria del proyecto tanto intangible como tangible. En el estudio Administrativo legal se realiza la constitución de la empresa y el cual de aportaciones, el mismo que se tiene q establecer en estados financieros en el estudio económico financiero, donde también se determina el VAN y el TIR, indicadores importantes para la creación de un proyecto.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la provincia de Napo, se puede identificar varios problemas particularmente por la gran cantidad de producción de Guayusa, debido a que en la provincia y sectores aledaños existe una gran plantación, tomando en cuenta que es indispensable una empresa procesadora y comercializadora de Té de Guayusa, porque existe grandes plantaciones y lo comercializan de forma artesanal (hojas) debido al desconocimiento de comercializar dicho producto. Lo cual se plantea la creación de una empresa procesadora y comercializadora de Té de Guayusa en el Cantón.

El presente proyecto se lo realiza también para determinar si resulta factible o no, la comercialización del Té natural a base de Guayusa en la Provincia de Napo; analizando los problemas que se podrán encontrar, en un mercado competidor por las diferentes marcas de Té; buscando cambiar la manera de pensar de los consumidores, brindándoles una alternativa natural hecha a base de una planta ecuatoriana ubicada en la Amazonía con grandes beneficios, hasta el momento desconocidos para el mercado.

En el mercado local, no existe un Té con las características de la Guayusa debido al poco conocimiento de la planta y los beneficios que nos puede brindar. Además que es una planta nativa de la Amazonia Ecuatoriana y es poco identificada en otras regiones del País.

Será una empresa procesadora y comercializadora, puesto que se dedicara a la elaboración del producto derivado de esta planta, con la finalidad de comercializarlos primero en el mercado local, posteriormente a nivel nacional e internacional.

La empresa aspira pertenecer al mercado debido a que no es conocida en el mismo, relacionándose en si con los objetivos propuestos y considerando las oportunidades sin que se vea afectada.

### **1.1.1. Formulación del problema**

¿Qué grado de aceptación tendrá la empresa procesadora y comercializadora de Té de Guayusa Natural en la Provincia de Napo?

### **1.1.2. Delimitación del problema**

El tema de este proyecto de investigación realizaremos el análisis e interpretación de datos reales acorde a los problemas encontrados durante el desarrollo del proyecto, para beneficio y solución del mismo.

**Área:** Investigación, Administrativa y Financiera.

**Aspecto:** Proyecto de Investigación.

**Límite espacial:** Creación de una empresa, bajo el auspicio del GAD. Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola.

**Lugar:** Provincia de Napo.

**Límite temporal:** Período 2016

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

En el mercado se han presentado distintas clases de Té, en diferentes presentaciones ya sea para la salud del ser humano o como bebida diaria, una de ellas es la manzanilla, anís, cedrón, etc. pero ninguno con todos los beneficios que brinda el Té de Guayusa y a un costo accesible para el consumidor.

El análisis debido a la situación actual que ofrece las hojas de esta planta (Guayusa), va dirigida al mercado de personas adultas que consumen diariamente un Té, para prevenir algún tipo de molestia en el cuerpo o diferentes enfermedades que se puedan desarrollar, es un mercado que estará dispuesto a pagar un precio modesto, barato y a consumir un producto natural y de nuestra nación. Además nuestro producto busca incentivar a los jóvenes a su consumo para que disfruten de los beneficios que nos brinda el Té.

Incrementar la capacidad de competir es la clave para conseguir el éxito en la actualidad, las microempresas se enfrentan cada vez a un mercado muy competitivo, en donde no tener una visión a futuro de lo que se quiere proyectar podría ser un obstáculo para alcanzar el éxito.

Se plantea la elaboración del proyecto por la necesidad debido a la demasía existencia de plantación de Guayusa, es motivo por lo que se ve conveniente dar solución al problema encontrado con una empresa Procesadora y Comercializadora de Té de guayusa Natural, considerando que a través de esta investigación se estará impulsando al crecimiento de la Matriz Productiva en el País.

El motivo en sí de la creación de la Empresa Procesadora y Comercializadora es brindar a la sociedad un producto de calidad realizado en la Amazonía y dinamizar las políticas económicas de la región, además la creación de la empresa busca mejorar la producción y comercialización de Guayusa en la Amazonia en beneficio de los habitantes del Cantón, Provincia y sectores aledaños.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Crear una empresa procesadora y comercializadora de Té de Guayusa Natural, en la provincia de Napo, bajo el auspicio del GAD. Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- ✓ Elaborar un Estudio de Mercado, para analizar la demanda, oferta, canales de comercialización y lo referente al Mix de Marketing.
- ✓ Realizar un Estudio Técnico, Financiero, Administrativo Legal y Económico de la investigación, para establecer el monto de recursos económicos, factores de producción, marco legal necesarios para poner en marcha el proyecto.
- ✓ Evaluar los Indicadores Económicos (VAN, TIR, B/C) para establecer la viabilidad del proyecto.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. HISTORIA DEL TÉ**

**Té:** origen e historia de la bebida más popular del mundo. Varias leyendas hablan de la casualidad como factor indispensable en la historia del origen de la infusión, pero no dan muchos detalles y evidentemente no se pueden tomar en serio. Pero sí hay evidencias que parecen demostrar que en China, hacia el siglo XXVII antes de Cristo, se consumía té. De todas formas, la historia real y conocida del té empieza por su expansión en la propia China. Fue en la época de las seis dinastías (589-222 a.C.) cuando el té empezó a conquistar el sur del país, y lo hizo como planta medicinal. Después fue el comercio y las grandes caravanas las que transportaban y comerciaban con las hojas medicinales, y así alcanzó cotas como el Himalaya o Japón (hacia el año 800 d.C., puede que incluso antes). Para su llegada a Europa hubieron de pasar muchos años, hasta que Vasco de Gama atravesó el Cabo de Buena Esperanza y la ruta marítima entre Oriente y Occidente se estableció sobre todo para portugueses y holandeses. (Consumer, 2006)

### **EN LA ACTUALIDAD**

En todo el mundo el té es la bebida más consumida, por encima del café, de la cerveza o la Coca-Cola (sin contar el agua por supuesto). Existen cuatro tipos de té: blanco, rojo, verde y negro. Cada uno tiene unas propiedades distintas y un origen diferente, pero desde hace más de 5.000 años esta bebida ha triunfado en todo el planeta y no parece que vaya a dejar de hacerlo.

### **2.2. ¿QUÉ ES PROYECTOS?**

“Un proyecto es la búsqueda a una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana.”

“Es un conjunto de planes detallados, que se presentan con el fin de aumentar la productividad de la empresa para incrementar utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de fondos de un plazo razonable” (Hernández, 2010)

Todo proyecto debe involucrar un desarrollo enfocado principalmente en el bienestar humano como:

- ✓ Un trabajo socialmente productivo, que haga sentir a los individuos útiles a la sociedad y a ellos mismos.
- ✓ Un nivel de ingreso satisfactorio y equitativo.
- ✓ Un nivel adecuado de alimentación y nutrición.
- ✓ Un nivel adecuado de vivienda.
- ✓ Un nivel adecuado de educación y cultura para que los individuos puedan comprender la realidad económico-social y política que les rodea y les permita mejorar continuamente sus conocimientos.
- ✓ Un nivel adecuado en salud y protección social.

### **2.2.1. Clasificación de los proyectos**

#### **Según su carácter**

Los proyectos se pueden clasificar en:

- ✓ **Sociales.-** Cuando la decisión de realizarlo no depende de que los consumidores o usuarios potenciales del producto, puedan pagar íntegramente o individualmente los precios de los bienes o servicios ofrecidos, que cubrirá total o parcialmente la comunidad en su conjunto, a través del presupuesto público de sistemas diferenciales de tarifas o de sus subsidios directos.
- ✓ **Financiero.-** Cuando su factibilidad depende de una demanda real en el mercado del bien o servicio a producir, cuando el proyecto solo obtiene una decisión favorable a su realización si se puede demostrar que la necesidad que genera el proyecto esta respaldada por un poder de compra de la comunidad interesada.

## **Según el sector de la economía al cual están dirigidos**

Los Proyectos pueden ser:

- ✓ **Agropecuarios.-** Dirigidos al campo de la producción animal y vegetal; las actividades pesqueras y forestales; y los proyectos de riego, colonización, reforma agraria, extensión y crédito agrícola y ganadero, mecanización de faenas y abono sistemático.
- ✓ **Industriales.-** Comprenden los proyectos de la industria manufacturera, la industria extractiva y el procesamiento de los productos extractivos de la pesca, de la agricultura y de la actividad pecuaria.
- ✓ **De infraestructura social.-** Dirigidos a atender necesidades básicas en la población, tales como: Salud, Educación, Recreación, Turismo, Seguridad Social, Acueductos, Alcantarillados, Vivienda y Ordenamiento espacial urbano y rural.
- ✓ **De infraestructura económica.-** Se caracterizan por ser proyectos que proporcionan a la actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios, de utilidad general, tales como: Energía eléctrica, Transporte y Comunicaciones. Incluyen los proyectos de construcción, ampliación y mantenimiento de carreteras, Ferrocarriles, Aeropuertos, Puertos y Navegación; Centrales eléctricas y sus líneas y redes de transmisión y distribución; Sistemas de telecomunicaciones y sistemas de información.
- ✓ **De servicios.-** Se caracterizan porque no producen bienes materiales. Prestan servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional individual o a través de instituciones. Dentro de esta categoría se incluyen los proyectos de investigación tecnológica o científica, de comercialización de los productos de otras actividades y de servicios sociales, no incluidos en los proyectos de infraestructura social. (Vélez, 1998)

### **2.2.2. Característica de un proyecto**

Las características que se consideran en un proyecto de inversión son los siguientes:

**Por su carácter.-** Esta característica señala que un proyecto puede ser fundado con carácter económico o social.

*Es de carácter económico*, cuando en el diseño de operaciones va haber sinergia, donde los ingresos son mayores a los egresos, generando una utilidad económica considerada como sinergia.

*Es de carácter social*, cuando en el diseño de operaciones no importa obtener sinergia, donde los ingresos pueden ser menores a los egresos, generando una pérdida económica, que se puede cubrir con donaciones o transferencias públicas o privadas.

**Por su naturaleza.-** Esta característica señala que un proyecto de inversión puede tener una naturaleza de fundación o racionalización. Es decir.

*Cuando su naturaleza es de fundación*, se refiere, a que el proyecto está destinado a la fase de creación de una empresa.

*Cuando su naturaleza es de racionalización*, se refiere, a que el proyecto está destinado a la fase de reingeniería de una empresa que está en marcha.

**Por su categoría.-** Esta característica señala que un proyecto de inversión puede estar destinado a uno de los tres sectores de actividad como el sector primario, secundario y terciario. Es decir.

*Sector primario*, si el proyecto está destinado a este sector, quiere decir que va producir bienes agrícolas, como crianza y cosecha de vacunos, castaña, etc.

*Sector secundario*, si el proyecto está destinado a este sector, quiere decir que va producir bienes que pasan por el proceso de transformación, como vestimenta, alimentos, muebles, minerales, petróleo, etc.

*Sector terciario*, si el proyecto está destinado a este sector, quiere decir que va producir servicios de salud, comercio, transporte, educación, comunicación, etc.

**Por su tipo.-** Esta característica señala que un proyecto de inversión, al clasificarse por su tipo, debe describir el marco lógico de objetivos específicos del proyecto. Es decir.

*El problema a resolver*, es una deficiencia observada en un entorno económico social, que origina insatisfacción.

*El objetivo o propósito*, es producir el bien o servicio que resuelve el problema.

*La finalidad*, es resolver el problema, dar solución, ello generara el reconocimiento de costos, gastos, ganancias o pérdidas.

### **2.2.3. Por qué se invierte y por qué son necesarios los proyectos**

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontramos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre: desde la ropa que vestimos hasta los alimentos procesados que consumimos en si la tecnología que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todo y cada uno de estos bienes y servicios, antes de su venta comercia, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objeto final de satisfacer una necesidad humana.

Siempre que exista una necesidad humana de un bien o servicio habrá necesidad de invertir, hacerlo es la única forma de producir dicho bien o servicio. En la actualidad una inversión inteligente requiere una base que lo justifique. Dicha base es precisamente un proyecto estructurado y evaluado que indique la pauta a seguir. Es donde nace la necesidad de elaborar los proyectos. (Baca, 2010)

### **2.3. CICLO DE UN PROYECTO**

El ciclo de un proyecto de inversión tiene tres pasos:

- ✓ **La pre operación o pre inversión.-** Son los estudios necesarios para determinar la viabilidad del proyecto, tanto de mercado, técnicamente y financieramente.
- ✓ **La Inversión.-** Es la etapa de movilización de los recursos; humanos, financieros y técnicos para la puesta en marcha del proyecto.
- ✓ **La Operación.-** Es el desarrollo de las actividades y tareas encaminadas a la producción del bien o servicio para lo que fue desarrollado el proyecto.

## **2.4. OBJETIVOS DE UN PROYECTO**

- ✓ Obtener utilidades económico – financieras
- ✓ Aprovechar de manera óptima los recursos escasos
- ✓ Desarrollar las condiciones socio – económicas de un sector o localidad
- ✓ Introducir productos nuevos y competitivos
- ✓ Satisfacer necesidades nuevas
- ✓ Mejorar los bienes y servicios ya establecidos en el mercado

**Se puede resumir ciertas características de los proyectos, como las siguientes:**

- ✓ Los proyectos están compuestos de Actividades que a su vez están integrados por tareas específicas. Esto quiere decir que varias tareas forman una actividad y varias actividades dan origen a un proyecto, a su vez varios proyectos integran planes.
- ✓ En todo proyecto se utilizan todos los factores de la producción como son: trabajo, tierra, capital.
- ✓ Los proyectos tienen objetivos específicos que deben ser cumplidos.
- ✓ Todo proyecto debe conseguir productos o resultados de acuerdo con los objetivos planteados.
- ✓ Los proyectos deben tener un tiempo de inicio y un tiempo de finalización
- ✓ Todo proyecto tiene un costo y un monto de inversión

Los diferentes tipos de proyectos son creados para satisfacer diferentes necesidades, pero la mayoría se integran en tres principales aspectos:

- ✓ Satisfacción de necesidades sean primarias o secundarias
- ✓ Promueven la transformación social
- ✓ Desarrollan la investigación en cualquiera de las áreas: técnicas, productivas, sociales.

## **2.5. ETAPAS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN**

Todos los proyectos como cualquier proceso tienen un inicio y también un final, tiene un ciclo que se puede aplicar en la mayoría de los proyectos.

Gráfico: 1 Etapas de los proyectos de inversión



Fuente: Investigación bibliográfica  
Autora: Martha Caiza

### 2.5.1. Estudio de factibilidad

Todo proyecto de inversión privada tiene pasos que conforman el estudio de factibilidad:

- a) Estudio de Mercado
- b) Estudio Técnico
- c) Estudio Económico
- d) Evaluación Financiera
- e) Estudio de Riesgo

### 2.6. ESTUDIO DE MERCADO

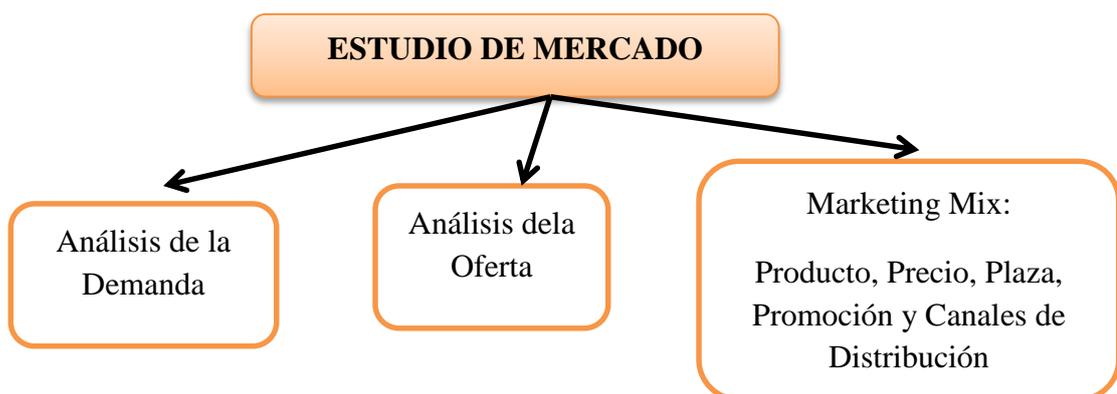
Es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado donde se reúnen compradores denominados demandantes y vendedores denominados ofertantes ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y canales de distribución. (Lara, 2012)

#### Objetivos del estudio de mercado

- ✓ Analizar los componentes del mercado tales como la demanda, oferta y lo referente al Mix de Marketing: precio, promoción, producto y plaza, además de los canales de comercialización.
- ✓ Analizar el comportamiento de la demanda de los servicios o bienes que requieren el mercado para buscar la satisfacción de una necesidad específica a precios determinados, considerando la demanda pasada, presente y proyectada.
- ✓ Analizar el Mix de Marketing para establecer el precio, producto, promoción, y plaza de los bienes y servicios que se proyectan ofrecer en el mercado.
- ✓ Determinar los canales Comercialización más adecuados, para la circulación del producto o servicio.

### 2.6.1. Componentes del estudio de mercado

Gráfico: 2 Componentes de Estudio de mercado



Fuente: Investigación bibliográfica  
 Autora: Martha Caiza

### 2.6.2. El análisis de la demanda

**DEMANDA:** Es la suma de las adquisiciones de un bien o servicio por parte de las personas físicas y/o jurídicas, para satisfacer sus necesidades.

#### OBJETIVOS DE ESTUDIAR LA DEMANDA

- ✓ Consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinado precio. Esta cuantía presenta la demanda desde el punto de vista del proyecto y se

específica para un período convencional. Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos niveles de precios y tener presente que el empresario cubra los costos de producción con un margen razonable de rentabilidad.

- ✓ El mercado ha sido definido como el “área donde convergen las fuerzas de demanda y oferta”.
- ✓ Es tan importante el Estudio de Mercado para el desarrollo de un proyecto de inversión que si este emite un resultado negativo, el proyecto deberá ser anulado o tal vez rediseñado. (Lara, 2012)

## **CÓMO ANALIZAR LA DEMANDA**

La demanda debe ser estudiada en su desarrollo temporal (**las 3 p's**), esto significa que para realizar un proyecto se debe tomar en cuenta tres tipos de demanda.

- ✓ Demanda pasada o histórica
- ✓ Demanda presente
- ✓ Demanda proyectada o futura

**Demanda pasada.-** Es el análisis a través de fuentes secundarias de información: folletos, libros, revistas, internet, investigaciones realizadas y otras fuentes del proceso histórico respecto al tipo de bien o servicio que el proyecto está diseñado. Esto implica investigar todas las fuentes de información como las siguientes. (Lara, 2012)

- ✓ Cantidades vendidas a través de los años
- ✓ Determinar si el proceso histórico de la demanda de bienes o servicios es a favor de lo producido por industrias o servicios nacionales, extranjeros o combinados.
- ✓ El origen de la fuente de información.
- ✓ Los datos conseguidos deben ser expuestos en forma de gráficos.

La demanda histórica es de vital importancia en el momento de elaborar el proyecto, ya que indica la tendencia que tiene el mercado respecto al producto a desarrollarse y como consecuencia nos indica si debemos o no continuar con el Estudio de Factibilidad.

**Demanda Presente.-** Es el tipo de demanda que se realiza en el momento actual, y se lo hace a través del proceso de Investigación de Mercado. Muchas veces se confunden el estudio de mercado con la investigación.

**Demanda Proyectada o Futura.-** Representa proyectar mediante diversos métodos, las series históricas obtenidas a través de investigaciones contempladas en la demanda históricas. Significa que la serie histórica de datos debe ser llevada al futuro de acuerdo a la tendencia que estos presenten, sirven para determinar de manera aproximada como se expandirá o contraerá la demanda.

### **Métodos de Proyección**

- ✓ El método de las Tendencias o Extrapolación.
- ✓ El método del nivel de Consumo Efectivo.
- ✓ El método Insumo - Producto.
- ✓ El método del Indicador principal.
- ✓ El método de consumo Aparente.
- ✓ El método de la Teoría de Juegos.

### **2.6.3. Análisis de la oferta**

**OFERTA.-** Es la cantidad de bienes o servicios disponibles en un mercado a un determinado precio y en ciertas condiciones.

### **CÓMO ANALIZAR LA OFERTA**

Cuando se analiza la oferta se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos que son muy importantes:

- ✓ Localización de la oferta
- ✓ Estacionalidad de la oferta
- ✓ Evolución histórica
- ✓ Estructura de la producción
- ✓ Capacidad instalada

- ✓ Materia prima instalada
- ✓ Disponibilidad de mano de obra especializada
- ✓ Existencia de bienes sustitutos cercanos.

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Este análisis es igual al que se realiza para la demanda, este análisis debe ser temporal, esto significa que hay que analizarlo su evolución en el tiempo y se divide en:

- ✓ Oferta pasada o Histórica
- ✓ Oferta presente
- ✓ Oferta proyectada o Futura

**Oferta Pasada.-** Se realiza a través de datos secundarios investigados en fuentes confiables que permiten determinar el desarrollo y evolución del mercado oferente, principalmente del competidor, pero sin descuidar otros elementos.

**Oferta Presente.-** Este análisis se hace a través de la investigación de mercados. En esta investigación se deben responder preguntas respecto al mercado objetivo del proyecto, las siguientes cuestiones:

- ✓ **Proveedor** (qué, cuánto, cómo y quién provee).
- ✓ **Distribuidor** (qué, cuánto, cómo y quién distribuye).
- ✓ **Competidor** (qué, cuánto, cómo y quién compite).

**Oferta Futura.-** Para determinar la oferta futura, se realizará una proyección de la serie histórica o pasada, tal y como se lo hizo con la demanda y deberá incluir una conclusión como resultado de la proyección.

## **DIFERENCIA ENTRE DEMANDA Y OFERTA**

Esta diferencia permite establecer si existe demanda insatisfecha en el caso de que la demanda sea mayor que la oferta y demanda satisfecha en caso de que la oferta sea

mayor que la demanda, si estas son iguales se dice que el mercado se encuentra en equilibrio. (Lara, 2012)

- ✓ DEMANDA = OFERTA; El mercado está en equilibrio
- ✓ DEMANDA > OFERTA; Demanda Insatisfecho Exceso de Demanda
- ✓ DEMANDA < OFERTA; Demanda Satisfecha o Exceso de Oferta.

#### **2.6.4. Análisis de marketing mix o las 4 p's**

En la actualidad no es importante para decidir la creación y comercialización de un bien o servicio, el hecho de que el mercado se encuentre con demanda satisfecha, pues casi todos los mercados se encuentran saturados o con exceso de oferta. (Lara, 2012)

#### **MARKETING MIX O LAS 4 P'S**

Este análisis implica conocer sobre:

- ✓ El producto
- ✓ El precio
- ✓ La promoción
- ✓ La plaza

a) **EL PRODUCTO.-** Se lo puede definir como todo aquello que satisface una necesidad sea esta físico o psicológico. Esta puede referirse a un objeto o servicio, también debe estar disponible para la venta, de lo contrario no puede ser considerado como tal. En esta parte del diseño del proyecto se debe describir completamente las características del producto o servicio que se va a desarrollar.

#### **Cómo definir el producto o servicio que va ser desarrollado**

El producto debe ser considerado de acuerdo a las siguientes utilidades:

- ✓ Utilidad de tiempo
- ✓ Utilidad geográfica

- ✓ Utilidad en forma
- ✓ Utilidad de posesión

**Utilidad de tiempo.-** Es el momento en el cual el consumidor necesita y usa el producto.

**Utilidad geográfica.-** En qué lugar determinado se consume el producto.

**Utilidad en forma.-** Se relaciona con la apariencia del producto, por ejemplo es gaseosa, líquido, sólido, empaque, presentación y demás.

**Utilidad de posesión.-** Se refiere a la forma como lo adquirimos; a contado, a crédito, arrendado y otros.

**b) EL PRECIO.-** Es el valor de un bien, servicio o derecho expresado en dinero.

### **Cómo establecer el precio en el mercado**

Para el análisis del precio es conveniente hacerlo a través de una matriz comparativa, tanto del mercado competidor como del proveedor.

**c) LA PLAZA.-** Se refiere a la ubicación de los ofertantes y esta puede ser establecida de acuerdo a la matriz de análisis de la competencia. Nos sirve para determinar el valor estratégico de mercado de cada uno o de los más importantes competidores que tendrá el proyecto, así como de sus fortalezas y debilidades de localización y otros aspectos estratégicos.

**d) LA PROMOCIÓN.-** Se refiere al tipo de publicidad y promoción, que se incluirá en el proyecto. Es vital incluir un determinado valor de gasto de publicidad o promoción y examinar su viabilidad, pues esto va a afectar a los flujos de efectivo en cada año de vida del proyecto. Se debe realizar un importante análisis del medio de comunicación en el cual se va a realizar la publicidad; radio, televisión, prensa, hojas volantes y otros, esto es vital pues la forma como se va a llegar al demandante influirá en el éxito o fracaso del proyecto.

## **2.6.5. Canales de Comercialización**

Los canales de comercialización es el camino que toma un producto o servicio, para poder ser comercializado y llegar al usuario final.

### **Tipos de Canales**

1. PRODUCTOR -----CONSUMIDOR
2. PRODUCTOR---MINORISTA----CONSUMIDOR
3. PRODUCTOR -- MAYORISTA--MINORISTA --- CONSUMIDOR
4. PRODUCTOR --- MAYORISTA - MINORISTA -- DETALLISTA -  
CONSUMIDOR

### **Cómo escoger el canal de Comercialización**

Para el efecto se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones, que permitirán determinar la mejor opción.

### **Consideraciones generales respecto al escogimiento del canal:**

#### **Respecto al consumidor:**

- ✓ Número.
- ✓ Hábitos de consumo.
- ✓ Posición geográfica.

#### **Características del producto o servicio:**

- ✓ Tamaño.
- ✓ Percibilidad.
- ✓ Estandarización.
- ✓ Tipo de Almacenamiento.
- ✓ Reputación.
- ✓ Crédito.
- ✓ Promociones.

### **Características de la Empresa:**

- ✓ Tamaño.
- ✓ Solvencia Financiera.
- ✓ Políticas de Comercialización.

### **Características de la Competencia:**

- ✓ Empresas Grandes.
- ✓ Empresas Medianas.
- ✓ Empresas Pequeñas.

## **2.7. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico es fundamental en un proyecto, nos permite el estudio de la localización y tamaño óptimo de las instalaciones, ilustrando así todos los factores influyentes en el proyecto dentro de ello están los que influyen en la compra de maquinaria y equipo, diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, métodos de localización, distribución y examinar los procesos de producción. (Lara, 2012)

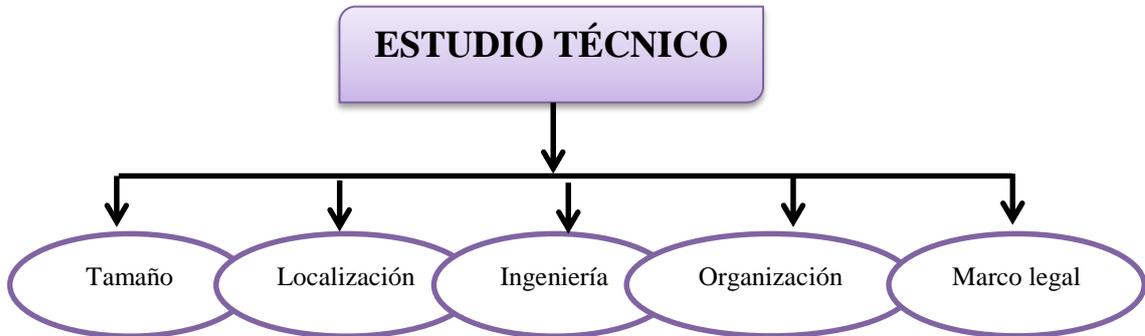
El Estudio Técnico definirá: Dónde, Cuánto, Cuándo, Cómo, y con Qué.

### **2.7.1. Objetivos del estudio técnico**

- ✓ Definir el tamaño óptimo que permita cumplir con los procesos de producción del bien o servicio en forma eficaz y eficiente.
- ✓ Definir la localización del proyecto en estudio a fin de situarlo estratégicamente tanto para los clientes como para los inversionistas.
- ✓ Definir los procesos productivos necesarios para que la operación del proyecto optimice los recursos, reduciendo costos y minimizando pérdidas.
- ✓ Establecer la estructura funcional y organizacional necesaria de la empresa de tal manera que el proyecto pueda operar en forma adecuada. (Lara, 2012)

## 2.7.2. Estructura del estudio técnico

Gráfico: 3Estructura de estudio técnico



Fuente: Investigación bibliográfica  
Autora: Martha Caiza

**EL TAMAÑO DEL PROYECTO.-** El tamaño de un proyecto se puede definir como la capacidad de producción de un bien o servicio en un periodo de producción, en una jornada de trabajo normal o un tiempo determinado que puede ser un mes o un año.

### 1.- TAMAÑO ÓPTIMO

El tamaño óptimo es el que permite alcanzar los objetivos establecidos en el diseño del proyecto y que además en la fase de operación demuestran también ser los adecuados.

Para poder establecer el tamaño de la Planta de un Proyecto de Producción Industrial hay que tomar en cuenta consideraciones como:

- ✓ Cantidad demandada por período.
- ✓ El proceso de producción.
- ✓ El período de producción.
- ✓ Los costos de producción.
- ✓ El precio.

## **Tamaño y Costo Unitario**

Este es un aspecto muy importante al diseñar un proyecto pues se relaciona básicamente con el comportamiento de sus costos unitarios, también llamados promedios. (**Costos totales de producción / número de unidades producidas**).

## **Tamaño y Localización**

El tamaño es una de las partes vitales de todo estudio de factibilidad de cualquier proyecto de inversión, existen varias consideraciones que hay que analizarlas detenidamente, a continuación se puede mencionar algunas más relevantes:

1. Aquella en la cual la cantidad demandada sea claramente menor que la menor de las unidades productoras posibles de instalar.
2. Aquella en la cual la cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se puede instalar.
3. Aquella en la cual la cantidad demandada sea superior a la mayor de las unidades productoras posibles de instalar.

## **Factores que influyen en el tamaño de un proyecto**

- ✓ Disponibilidad de capital propio y prestado.
- ✓ Cantidad demandada que se piensa satisfacer.
- ✓ Tamaño y la utilización de materias primas.
- ✓ Tamaño y el tipo de tecnología a usarse.

## **Capacidad**

Se define a la capacidad del proyecto como el nivel de producción tope o máximo al que este puede llegar o producir.

- ✓ **Capacidad diseñada.-** Es la capacidad para la que fue elaborado el proyecto, que un proyecto llegue o no a emplear la capacidad para lo que fue diseñada depende de varias circunstancias como la disponibilidad de materia prima, mano de obra necesaria, etc.

- ✓ **Capacidad Instalada.-** es la capacidad del diseño del proyecto que en forma efectiva fue implementado.
- ✓ **Capacidad Real.-** Es la capacidad con que se encuentra operando en realidad el proyecto.

## **2.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización del proyecto se define como el espacio físico geográfico donde se va a implementar el proyecto y tiene como objetivo encontrar la ubicación más ventajosa para la operación y mantenimiento del mismo, este cubre exigencias prioritarias como el minimizar los costos de inversión y maximizar las ganancias.

### **Factores que influyen en la localización**

- ✓ Medios y costos del transporte.
- ✓ Disponibilidad y costos de la mano de obra.
- ✓ Cercanía de las fuentes de abastecimientos.
- ✓ Factores ambientales.
- ✓ Cercanía del mercado.
- ✓ Costos y disponibilidad de terrenos.
- ✓ Estructura impositiva y legal.
- ✓ Disponibilidad de servicios básicos.

### **Tipos de Localización**

- ✓ **MACROLOCALIZACIÓN.-** Es la localización de tipo general y es a nivel: nacional, regional o provincial. Esto se lo hace considerando la conveniencia del proyecto tomando en cuenta factores como: conocimiento de la zona, el tipo de clima, flujos de transporte, servicios básicos, etc.
- ✓ **MICROLOCALIZACIÓN.-** Es el tipo de localización mucho más específica y puntual, una vez que ya se ha realizado la Macro localización, se puede identificar los factores relevantes como: la ubicación de la materia prima, la ubicación de la mano de obra especializada, los precios de los factores productivos, servicios básicos.

### **3.- INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su fase técnica, es decir, con la participación de ingenieros en las etapas de estudio, instalación puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

Generalmente la Ingeniería de un proyecto determina los insumos que se van a utilizar, los suministros, los procesos que se van a desarrollar el bien o servicio del proyecto, la maquinaria en instalaciones necesarias, la organización o elemento humano que va a intervenir en dicho proceso. (Lara, 2012)

#### **Cómo se realiza la ingeniería del proyecto**

Para un correcto y lógico diseño de Ingeniería del Proyecto se debe analizar las siguientes faces técnicas:

#### **Faces técnicas de la Ingeniería del proyecto:**

- ✓ Ensayos e investigaciones preliminares.
- ✓ Selección y descripción del proceso de producción.
- ✓ Análisis de rendimientos.
- ✓ Programas de trabajo.

### **4.- ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO**

La organización del proyecto debe estar formada por los elementos indispensables para el buen funcionamiento del mismo, esto implica que debe tener una organización operativamente efectiva y eficaz, que permita el proceso productivo y de comercialización en forma que se cumpla con los objetivos de producción y mercadeo para los que fue diseñado el proyecto.

#### **Cómo diseñar la organización de proyecto.**

En un estudio de Factibilidad cuando se desarrolla el análisis de la organización del proyecto, es necesario disponer de los siguientes elementos:

- ✓ Misión
- ✓ Visión
- ✓ Organigrama estructural
- ✓ Organigrama funcional de proyecto
- ✓ Perfil de los recursos humanos establecidos en los organigramas
- ✓ Manual general de funciones.

**La Misión.-** consiste en dar claridad de enfoque a los miembros de la organización, hacerles comprender de qué manera se relaciona lo que hacen con un propósito mayor.

Es una declaración duradera del propósito de la organización, que la diferencia de otras empresas similares, es una declaración de la razón de ser. (Lara, 2012)

### **Como declarar la Misión del proyecto**

Hay que establecer 3 elementos.

- ✓ El propósito de la empresa o institución que diseña el proyecto, esto significa porque se hace el proyecto.
- ✓ Valores del proyecto, significa en que creen los diseñadores o ejecutores del proyecto.
- ✓Cuál va a ser la estrategia o razón comercial que tendrá el proyecto, significa establecer las normas y el comportamiento que el proyecto va a tener.

**La visión.-** Es la más significativa ambición empresarial, que se va construyendo día a día, a través del esfuerzo planteado y coordinado de todas las personas que colaboran en la empresa.

Es el cómo se ve el proyecto a través del paso del tiempo y a donde se quiere llegar con la implementación del mismo.

## **Cómo desarrollar la visión del proyecto**

Para poder definir la visión del proyecto hay la necesidad de responder las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cuál es la principal idea a futuro que motiva el desarrollo del proyecto?
- ✓ ¿En qué aspectos estratégicos se deben concentrar los esfuerzos organizacionales del proyecto para alcanzar la idea a futuro?
- ✓ ¿Cómo se conoce si se va por un buen camino?

**Organigrama estructural.-** Es un gráfico de la organización del proyecto y permite representar a la estructura organizativa de este. El organigrama señala la vinculación que existe entre los departamentos diseñados en el estudio de factibilidad del proyecto.

## **Cómo elaborar un organigrama**

Los organigramas estructurales para ser elaborados deben representar los siguientes elementos:

- ✓ La división de funciones.
- ✓ Los niveles jerárquicos.
- ✓ Las líneas de autoridad y responsabilidad.
- ✓ Los canales formales de comunicación.
- ✓ Los responsables o jefes departamentales.
- ✓ Las relaciones entre los diferentes puestos y jerárquicos en el proyecto.

## **5.- MARCO LEGAL DEL PROYECTO**

Esto se refiere a todos los requerimientos de orden legal y tributarios necesarios para el funcionamiento del proyecto diseñado y elaborado. Este análisis es indispensable pues se debe verificar la factibilidad legal de la construcción y operación del proyecto.

## **Cómo establecer el marco legal del proyecto**

- ✓ Primero se debe definir qué tipo de empresa va a construir el proyecto diseñado, va a ser Sociedad Anónima, Compañía Limitada o Compañía Mixta.
- ✓ Luego se debe establecer los permisos legales para que se tenga la autorización de construir el proyecto y posteriormente pueda operar sin problemas.
- ✓ Se debe establecer los tiempos demora y los costos de cada uno de los trámites legales para operar el proyecto.

## **2.8. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

El Estudio Económico Financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa de Estudio Técnico.

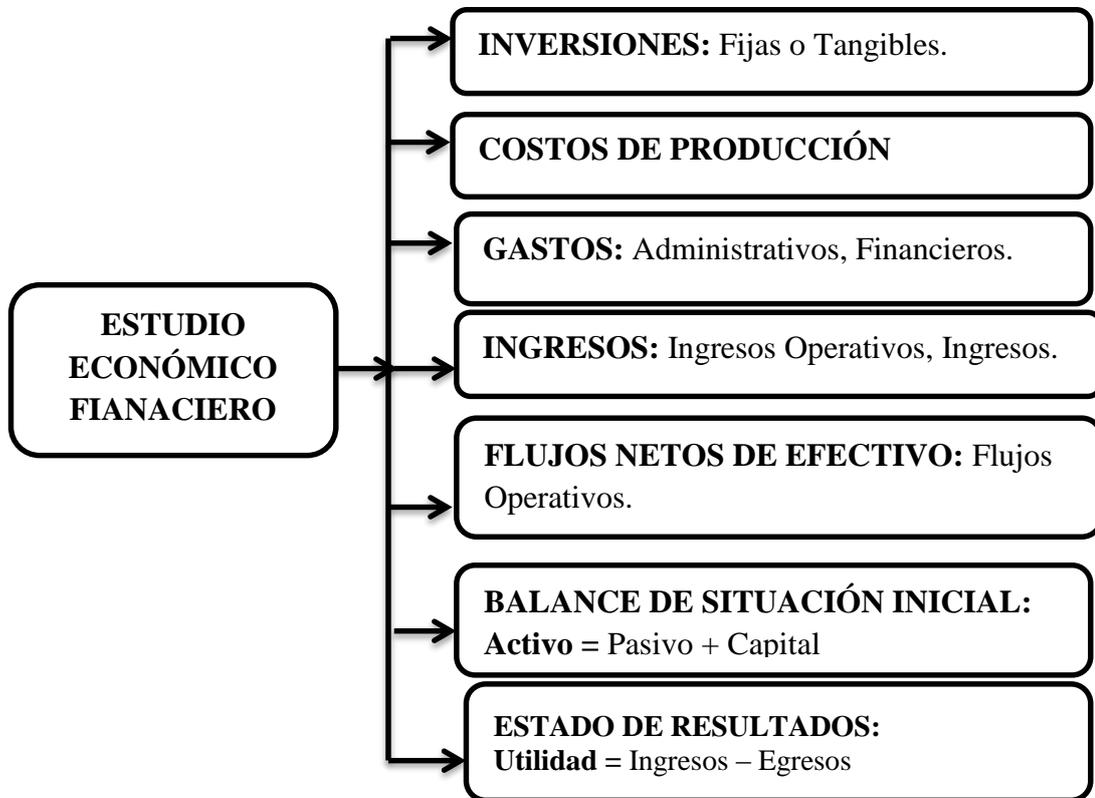
Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previa a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación. (Lara, 2012)

### **2.8.1. Objetivos del estudio financiero**

- ✓ Establecer el monto de recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto, el costo total de la operación, los diferentes gastos operacionales y una serie de indicadores financieros que servirán como base para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto.
- ✓ Determinar el monto de la inversión inicial, fija y diferida.
- ✓ Establecer el capital de trabajo pre-operativo para que funcione el proyecto
- ✓ Determinar el apalancamiento, el tiempo, la tasa de interés y las cuotas del financiamiento necesario para completar el capital requerido para el proyecto.
- ✓ Definir los gastos administrativos, ventas y de financiamiento
- ✓ Identificar el flujo de efectivo del proyecto.
- ✓ Determinar los costos de producción: directo e indirectos. Esto para proyectos industriales y el costo de venta para proyectos comerciales. (Lara, 2012)

## 2.8.2. Estructura del estudio económico financiero

Gráfico: 4 Estructura del estudio económico financiero



Fuente: Investigación bibliográfica  
Autora: Martha Caiza

## 2.9. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Evaluación indica un examen lo más sistemático y objetivo posible de un programa o proyecto en planificación, ejecución o terminado, su diseño, su implementación y sus resultados de modo de determinar su eficiencia, eficacia, su impacto, su viabilidad y la permanencia de sus objetivos.

### 2.9.1. Objetivos de la evaluación de proyectos

Conocer y aplicar los diferentes métodos e indicadores para evaluar el proyecto  
Determinar y aplicar métodos de evaluación financiera del proyecto, como: V.A.N, T.I.R, Relación Beneficio Costo y el Período de Recuperación de Capital.

Conocer métodos de evaluación económica, social y ambiental de proyectos.

### **2.9.2. Ciclos de la evaluación de un proyecto**

- ✓ EX – ANTE
- ✓ DE PROCESOS
- ✓ EX – POST

Esto significa que un proyecto puede y debe ser evaluado: antes de su operación, durante la ejecución del mismo y después de que el proyecto deje de funcionar u operar.

**Ex – ante.-** Es la evaluación que se realiza desde el momento en que el proyecto surge como idea, para luego pasar al diseño y formulación del mismo.

**De procesos.-** Es un tipo de evaluación que se realiza durante la operación del proyecto y se la realiza a los diferentes componentes que intervienen en el proyecto, principalmente a los procesos de tipo administrativo y organizativo. Esta evaluación debe ser realizada en forma periódica. (Lara, 2012)

**Ex – post.-** Esta evaluación se realiza una vez que el proyecto está operando o cuando ya no existe y se desea medir los impactos del mismo.

### **2.9.3. Estrategias de la evaluación**

La evaluación de proyectos tiene dos tipos de estrategias:

1. La primera es la que permite medir la eficacia del proyecto, entendiendo esta como el grado en que se alcanzan los objetivos del proyecto, sea en unidad de tiempo o de producción.
2. La segunda que mide el proyecto respecto a su efectividad y eficiencia en donde se mide la relación existente entre los costos y los productos, así como si se ha logrado lo planificado obteniendo el resultado esperado. (Lara, 2012)

#### **2.9.4. Tipos de evaluación**

Hay que indicar que en el estudio de evaluación; existen dos tipos principalmente, el Ex –ante y el Ex – post, en el estudio de Factibilidad empleamos la Ex – ante que implica 4 evaluaciones.

- ✓ La evaluación Financiera
- ✓ La evaluación Económica
- ✓ La evaluación Social
- ✓ La evaluación Ambiental

La evaluación pretende dar información respecto a los posibles logros de los objetivos planteados o planificados, inicialmente al diseñar el proyecto sean estos objetivos de tipo financiero, económico, social o ambiental.

Identificación de viabilidad de un proyecto según el tipo de evaluación:

**FINANCIERA:** Utilidad o Rentabilidad

**ECONÓMICA:** Optimización de Recursos y Objetivos de Desarrollo

**SOCIAL:** Nivel de Redistribución de la Riqueza

**AMBIENTAL:** Nivel de Impacto con las Naturaleza

**La evaluación financiera.-** Mide el grado de rendimiento de la inversión a precios de mercado. Es la más común en todos los proyectos y muchas veces se confunde con la evaluación económica. La evaluación se realiza específicamente en proyectos de inversión privada.

Cuando se realiza la evaluación financiera, se parte de la consideración de que el dinero, es un bien escaso que permite intercambiar bienes y servicios. (Lara, 2012)

## **Métodos de Evaluación Financiera:**

Dentro de los análisis de Evaluación Financiera, existen dos métodos claramente definidos y estos son:

### **1. Métodos que SI toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo**

- ✓ **VAN** (Valor Actual Neto)
- ✓ **TIR** (Tasa Interna de Retorno)
- ✓ **R B/C** (Relación Beneficio Costo)
- ✓ **P R/C** (Período de Recuperación de Capital con Flujos Actualizados)

### **2. Métodos que NO toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.**

- ✓ Tasa Promedio de Rentabilidad
- ✓ Rentabilidad sobre la Inversión Total
- ✓ Rentabilidad sobre el Activo Fijo
- ✓ Período de Recuperación de Capital sin actualización
- ✓ Índices Financieros.

**La evaluación económica.-** Es la que se realiza con precios sombra, estos precios son los del mercado menos las distorsiones del mismo; como los subsidios, los impuestos y mide la eficiencia en la utilización de los recursos empleados en el desarrollo del proyecto. (Lara, 2012)

Este tipo de evaluación se lo realiza en proyectos de desarrollo local, regional o nacional.

## **Métodos que se utilizan en la evaluación Económica:**

1. Modelos matemáticos
2. El método de las distorsiones
3. El método de los precios mundiales
4. El método de los objetivos múltiples de política económica
5. El método de los efectos

**La evaluación social.-** Es la que toma en cuenta criterios de equidad y utiliza indicadores de redistribución del ingreso para evaluar los proyectos.

**La evaluación ambiental.-** Es la evaluación que analiza los efectos de la producción del bien o servicio con respecto al Ambiente y la Ecología, tales como: los desechos, desperdicios, humo, generación de smog y otros.

En la actualidad es muy importante la evaluación ambiental por las implicaciones que puede tener en el desarrollo y operación de un proyecto, la afectación que esta produzca con el ambiente.

## **2.10. ¿QUÉ ES EMPRESA?**

La empresa es una unidad o entidad económica, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil. Ésta tiene como fines la producción de bienes y servicios, y la obtención de beneficios o ánimos de lucro. (Thompson, 2006).

### **2.10.1. Origen de las empresas**

El origen de las empresas tal como se las concibe hoy en día debe rastrearse en momentos claves del desarrollo del capitalismo, especialmente en el siglo XIX, con la revolución industrial y la difusión de las ideas de Adam Smith. Esta época coincide con los primeros trabajos relativos a cómo administrar y organizar una empresa de modo más sistemático.

La empresa tiene un rol sumamente importante en el desarrollo de la sociedad en general. Además de generar empleo, suministra aquellos bienes y servicios satisfaciendo necesidades en general, otorga créditos motivando la inversión y la posibilidad de compra y hace conocer continuamente productos útiles a través de la publicidad. No obstante, todas estas posibilidades solo tienen lugar en una economía de mercado. (ABC, 2007-2016)

## **2.10.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS**

**Según su actividad,** las empresas se clasifican en empresas de servicios, comerciales, extractivas o industriales.

**Según su dimensión,** en microempresa, pequeña empresa, mediana empresa o gran empresa.

**Según su forma jurídica,** en empresas individuales, societarias o cooperativas.

**Según la titularidad del capital,** en empresas públicas, estatales o mixtas.

**Según el lugar donde actúan,** las empresas se clasifican en empresas locales, regionales, nacionales o multinacionales. (ABC, 2007-2016)

## **2.10.3. Objetivos de las empresas**

- ✓ La misión o la razón de ser de la empresa como unidad económica. Expresa metas que la empresa desea conseguir a largo plazo y sería el punto de partida de la actuación empresarial, pero se ha de concretar en los objetivos propiamente dichos. Por ejemplo, la misión de una empresa que fabrique coches es abastecer a la población de un medio de transporte privado.
- ✓ Estabilidad y adaptación al entorno. Si la empresa quiere crecer o simplemente sobrevivir en el mercado en el que opera, debe estar preparada para afrontar los cambios que puedan producirse en el marco donde desarrolla su actividad.
- ✓ Crecimiento. Las empresas buscan la fidelidad de sus clientes en los mercados en los que ya opera antes de expandirse a otras zonas geográficas o a otros ámbitos de negocio. No obstante, el crecimiento es la tendencia natural de cualquier empresa.
- ✓ Responsabilidad social y ética hacia los colectivos con los que se relacionan directamente (propietarios, trabajadores, clientes, proveedores, sector público, sindicatos, etc.), hacia la sociedad y hacia el medio ambiente en el que desarrollan su actividad. (Baena, 2010)

## 2.11. GUAYUSA

La Ilex Guayusa denominada así por su nombre científico es una planta aromática y medicinal del género del acebo, es endémica de la región amazónica superior, donde los Andes se encuentran con el Amazonas, pasando por 3 países: Perú, Colombia y Ecuador. Se estima que más del 98 % de los árboles de Guayusa en el mundo se encuentran en Ecuador, localizándose como el epicentro del hábitat de Guayusa en el planeta.

La guayusa se puede encontrar principalmente en las provincias de Napo, Sucumbíos, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Tradicionalmente disfrutada por las familias indígenas del Ecuador y atesorado por su balance único de cafeína, antioxidantes, vitaminas y amino ácidos. Además de beber café, los cazadores indígenas también beben guayusa para afilar sus instintos y lo llaman el “vigía nocturno” porque ayuda a mantenerlos alertas y despiertos toda la noche.

Gráfico: 5 Planta de Guayusa



Fuente: Google

Autor: Armonía Salud y vida

Obtenido de: <http://armoniasaludyvida.blogspot.com/2016/07/te-de-guayusa-el-te-indigena.html>

La Guayusa es la prima botánica de la Yerba Mate (*Ilex paraguariensis*), quien ha venido ganando popularidad mundial por sus beneficios y efectos energizantes; pero a diferencia de la yerba mate, la guayusa no contiene ácido tánico, el cual da ese sabor amargo al final. Se dice que cuando a un visitante se le ofrece Guayusa, se le advierte que el regresara por más bebida. (Acosta, 1972)

## **TAMAÑO DE LA ESPECIE**

En general, la planta alcanza un tamaño promedio de hasta 10 metros de altura, con un diámetro a la altura del pecho de 50 – 80 cm, poseen una copa irregular y presentan un follaje denso. Pueden llegar a medir 15 metros y vivir por más de 100 años. **TRONCO** Tiene un fuste a menudo bifurcado a la altura del pecho, una corteza blanca y textura lisa.

**HOJAS.-** La textura son coriáceas, verde oscuro, enteras, oblongo-elípticas, simples, alternas sin estipulas, dentadas, sin pubescencia en el haz y envés, ápice acuminado, base aguda, con un largo de 15 a 21 cm, ancho de 5 a 7,5 cm y un peciolo de 1 cm de largo.

**FLOR.-** Posee una corola blanco verdosa con pétalos obtusos, estambres en igual número que los pétalos, anteras oblongas, ovario sésil subgloboso y usualmente con 4-6 cavidades.

**FRUTO.-** Es una baya globosa de color verde y casi 1 cm de ancho.

### **2.11.1. Tradición**

Las comunidades indígenas han usado Guayusa por más de 4000 años. Es costumbre entre las diferentes familias levantarse a horas de la madrugada, para compartir historias, música y aprendizaje. El té es servido en copas hechas a mano. Esta tradición es la que los Kichwa afirman que los convierte en “Runa”, es decir, seres humanos completamente vivos. (Familia, 2014)

### **2.11.2. Beneficios para la salud**

Mientras que la Guayusa contiene una diferente estructura química que la **Camelia sinensis**, la planta que produce té negro, blanco y verde, sus beneficios son igual de impresionantes.

La Guayusa contiene altos niveles de antioxidantes, polifenoles, flavonoides y saponinas. También contiene una cantidad importante de vitaminas C y D, minerales esenciales (potasio, magnesio, calcio, zinc, cromo), y contiene todos los 15 aminoácidos esenciales (incluyendo altas cantidades de leucina). La Guayusa es muy apreciada en la Amazonía por su gran variedad de beneficios para la salud, incluyendo ayuda al sistema inmunológico, digestivo, y supresor de apetito. (Chankuap, 2014)

- ✓ El balance de cafeína, antioxidantes, vitaminas y amino ácidos proveen un efecto energizante similar al de beber una taza de café, promoviendo la energía física y un estado de alerta.
- ✓ La cafeína natural es liberada de manera paulatina en la corriente sanguínea lo que previene cualquier ataque de nerviosismo o el choque repentino de la cafeína.
- ✓ Aumenta el metabolismo, que puede asistir en pérdida de peso.
- ✓ Puede ayudar a balancear el azúcar en la sangre y ayudar a los diabéticos.

### **2.11.3. Método de cultivo**

La Guayusa no produce semillas fértiles. Esta característica única demuestra el rol intrínseco que esta planta ha tenido junto con el desarrollo humano en el Amazonas. Willard (2012) en uno de sus artículos refiere que los botánicos creen que después de ser propagada por cientos de años manera asexual, la planta perdió la habilidad de producir semillas fértiles.

Gráfico: 6 Cosecha de la Guayusa



Fuente: Google

Autor: Infucionistas (Guayusa, hojas de la amazonia ancestral)

Obtenido de: <http://infucionistas.com/guayusa-hojas-de-la-amazonia-ancestral/>

La Guayusa se cultiva en jardines forestales tradicionales llamados chacras siempre en un ambiente de selva natural con otras plantas nativas. La Guayusa se planta a partir de esquejes a la sombra de otros árboles y arbustos, tomando un pedazo de una rama de un árbol existente y colocarlo en un suelo rico, por lo general, en suelos arenosos o arcillosos.

Según Ríos (2011) nuevos esquejes alcanzan a ser productivos en aproximadamente 3 años después de la siembra, con una altura de aproximadamente 8 pies. La Guayusa siempre es cultivada a la sombra. Esta necesita la sombra de otros árboles para desarrollarse plenamente y evite ser afectada por la luz solar, por ende, está perfectamente diseñado para ser cultivadas en sistemas agroforestales.

Los indígenas cultivan Guayusa cerca de árboles maderables en peligro de extinción, cultivos de alimentos, cacao, café y otras plantas locales, con el fin de mantener la integridad ecológica de la selva, mientras que ofrece una variedad de fuentes de ingresos para los agricultores indígenas. Esto significa que la guayusa provee un incentivo económico a los granjeros a mantener la selva intacta, a diferencia de los otros sembríos que requieren que otros árboles sean cortados. La agricultura que depende de la tala y quema es la principal causa de la deforestación tropical, pero gracias a la guayusa se mantendrá estas áreas vitales para prosperidad en el presente y futuro. (Telégrafo, 2011)

## 2.12. HISTORIA DE LA PROVINCIA DE NAPO

Gráfico: 7 Mapa de la Provincia de Napo



Fuente: Google

Autor: Napo y sus Cantones

Obtenido de: <http://laprovinciadenapo.blogspot.com/2012/05/napo-y-sus-cantones.html>

La provincia de Napo es una de las provincias de Ecuador, se halla en la región amazónica ecuatoriana, incluyendo parte de las laderas de los Andes, hasta las llanuras amazónicas. Toma su nombre del río Napo. Su capital es la ciudad de Tena. Limita al norte con Sucumbíos, al sur con Pastaza, al oeste con Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua y al este con la Provincia de Orellana. (Lema, 2012)

### **2.12.1. Época republicana**

El 29 de mayo de 1861, ya como Ecuador, la Convención Nacional dictó la Primera Ley sobre División Territorial que distribuyó el País en 15 provincias, una de ellas, "Oriente", que tuvo 2 cantones Napo y Canelos. El cantón Napo comprendía desde el río Caquetá hasta el Napo, y otras referencias. La capital de la provincia fue Archidona. El 27 de marzo de 1897, por Ley de la Asamblea Nacional, sancionada por el Presidente Eloy Alfaro el 14 de abril del mismo año, se creó la "Región de Oriente" y con este antecedente el mismo Eloy Alfaro en 1899, dicta la "Ley Especial de Oriente", dándole a la Región, un trato preferencial; pero como en la Ley anterior, varios territorios amazónicos continuaron perteneciendo a provincias de la Sierra. (Lema, 2012)

### **2.12.2. Ubicación geográfica**

Limita al norte con Sucumbíos, al sur con Pastaza, al oeste con Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua y al este con la Provincia de Orellana. Es la única provincia amazónica que no tiene frontera con el Perú y también junto con Zamora-Chinchipec en tener 50% de su territorio dentro de la cordillera de los andes oriental. Es aquí en la misma cordillera donde está ubicada la parroquia de Papallacta donde se pueden apreciar baños termales y una vista perfecta del volcán Antisana, y también siendo la localidad más fría de la provincia en una altitud de 3050 msnm. La provincia de Napo tiene numerosos recursos naturales. Napo tiene una posición geográfica privilegiada. Comienza en la ceja de la cordillera oriental y descansa en plena llanura amazónica. En el límite occidental que comparte con las provincias de Tungurahua, Cotopaxi y Pichincha se levantan, de sur a norte, montañas como el Cerro Hermoso en la cordillera de los Llanganates, Sincholagua, Cotopaxi, Antisana, Sarauro etc. En esta franja de frontera existen también cientos de lagunas, muchas de ellas desconocidas. En el tramo de la tercera cordillera se levantan el Sumaco, Pan de Azúcar, Cerro Negro y Reventador; los

Guacamayos que tienen una dirección este suroeste propician la formación de tres cuencas hidrográficas:

La cuenca del Misahuallí.- El río Misahuallí y sus afluentes nacen en la tercera cordillera. Forman el valle donde están las ciudades de Tena y Archidona. El Misahuallí desemboca en el Napo a la altura de Puerto Misahuallí.

**La cuenca del Napo.-** El Napo se forma de la unión de los ríos Jatunyacu y Anzu que hacen en la cordillera oriental. El Anzu forma el valle donde se levanta el cantón Arosemena Tola.

**La cuenca del Río Quijos.-** Donde el Quijos y sus afluentes que nacen en los andes orientales toman inicialmente la dirección norte para finalmente dar un giro hacia el este donde el Quijos, ya con el nombre de Coca va a desembocar en el Napo, a la altura de Puerto Francisco de Orellana. Aquí se asientan los cantones Quijos y El Chaco. Baeza es la ciudad más antigua fundada por los españoles en la provincia de Napo. El valle de Quijos es una zona rica en restos arqueológicos; aguas termales, lagunas; cascadas, ríos de corriente rápida ideales para deportes de riesgo; su fauna y flora. (Napo, 2011)

### **2.12.3. Visión general de la provincia**

La Provincia de Napo forma parte de la Zona de Planificación 2. Según datos SENPLADES cuenta con una superficie de 12.534,69 Km<sup>2</sup>, es decir, el 28.68% de la ZP2 y el 5% a nivel nacional.

El total de habitantes es de 100.747, que a su vez representa el 0,72% de la población nacional, año 2009. Su población es mayoritariamente rural con un peso del 57% del total de la población provincial, mientras que el 43% corresponde a población urbana. La fuerza de trabajo, o Población Económicamente Activa, representa el 44% del total de la población provincial. De tal forma que si se toma en cuenta a toda la población de la Región 2 se tiene que una quinta parte de la población nacional se encuentra en esta región lo que demuestra su preponderancia en términos poblacionales. (Napo, 2011)

## **2.13. HISTORIA DEL CANTÓN CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA**

**Provincia:** Napo

**Población:** 3,747 habitantes

**Temperatura Promedio:** 26°C

**Superficie:** 501.2 Km<sup>2</sup>

**Parroquias:** El Cantón no tiene organizaciones parroquiales, pero cuenta con 20 comunidades rurales y estas son: Flor del Bosque, Santa Mónica, Centro Kichwa Morete, Puni Cotona, Nueva Esperanza, Puni Ishpingo, Santa Rosa, Luz de America, La Baneña, San Agustín, Morete Cocha, Pinlluyacu, Miravalle, Capricho, Shiwacocha, Tzahuata, Bajo Hila, Apuya, Chucapi, Colahurco. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas , 2016)

### **2.13.1. Datos generales del cantón**

El Cantón Carlos Julio Arosemena Tola se encuentra ubicado al sur oeste, dentro de la Provincia de Napo. La cabecera cantonal Carlos Julio Arosemena Tola se encuentra en la vía Puyo - Tena Km 54; la distancia entre la cabecera cantonal y la ciudad de Tena es de 25 Km, es la entrada principal a la provincia de Napo. Limita al norte, con el Cantón Tena; al sur, con la Provincia de Pastaza, con el Cantón Arajuno y el Cantón Santa Clara; al este, con el Cantón Arajuno y Tena y al oeste, con la Provincia de Tungurahua. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas , 2016)

### **BREVE RESEÑA HISTÓRICA**

Los primeros indicios de organización se remontan al año 1958. Carlos Julio Arosemena Tola, antes de ser elevada a parroquia, tenía un nombre Kichwa autóctono de la tierra amazónica del país de la canela: ZATZAYACU, que significa ZATZA-ARENA Y YACU-AGUA o sea ARENA DE AGUA.

Se puso el nombre de Carlos Julio Arosemena Tola en honor al padre del presidente de la República de ese entonces, Dr. Carlos Julio Arosemena Monroy; en días anteriores Arosemena Monroy asistió al pueblo de Zatzayacu y en una reunión de autoridades y moradores ofrece parroquializar a este recinto, considerando que Zatzayacu está en un sitio en donde existe una riqueza agrícola, gran cantidad de recursos humanos y naturales para realizar una organización político-social propia de una parroquia.

Se declara al recinto Zatzayacu como parroquia y con el nombre de Carlos Julio Arosemena Tola, mediante decreto No 3083, de fecha 18 de enero de 1963 Registro Oficial No 376 en la ciudad de Quito, el jueves 7 de febrero de 1963.

Luego de una serie de trámites para la cantonización, los mismos que culminaron el 25 de Octubre de 1994, se redactó el último y definitivo documento y es enviado por los miembros de la Comisión Legislativa de Gestión Pública y Régimen Seccional, el 7 de julio de 1998, al doctor Heinz Moeller F., remitiendo el informe favorable del proyecto de ley de Creación del Cantón Carlos Julio Arosemena Tola, a fin de que se dé el trámite de aprobación en segundo debate, el cual entra en el orden del día del Congreso Nacional el martes 14 de julio de 1998.

Posteriormente se publica en el Registro Oficial No. 378, el 7 de agosto de 1998 en la presidencia del doctor Fabián Alarcón Rivera, con la certificación del doctor Rómulo García, Secretario General de la Administración Pública (e). De esta manera se realizó la cantonización. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas , 2016)

### **¿Qué lugares visitar?**

Cuando viaje a Carlos Julio Arosemena Tola usted puede visitar:

- ✓ Cascada Del Río Pibi
- ✓ Río Anzu
- ✓ Saladero de Tzahuata
- ✓ Gruta de Chumbiyaku
- ✓ Petroglifos de Waskauku
- ✓ Petroglifos de Kolaruko

- ✓ Petroglifos de Alto Chukapi

### **Alimentación:**

#### ***Comida Típica***

**Chonta Curo:** Se lava las larvas, luego se les fritas sin aceite con una pizca de sal para luego servirse con yuca cocinada.

**Papachina:** Se prepara muchas variedades de platillos como papas fritas, tortillas, locros y pasteles. Ceviche de Chonta Yuyo: (palmito) Se prepara con la parte tierna de la palma de chonta que es la parte blanca, se lo curte en limón lo que dará un excelente sabor.

#### ***Bebidas***

- ✓ Chicha de chonta
- ✓ Chicha de yuca
- ✓ Agua de Guayusa

### **Datos importantes para el visitante:**

Cuando visite el Cantón Carlos Julio Arosemena Tola no olvide llevar sus documentos personales, ropa liviana, zapatos cómodos, gorra, bloqueador solar, repelente, poncho para la lluvia y una cámara de fotos.

## **2.14. MARCO CONCEPTUAL**

### **✓ PROYECTO**

Un proyecto es un conjunto de acciones

- ⊕ No repetitivas
- ⊕ Únicas

- ⊕ De duración determinada
- ⊕ Formalmente organizadas
- ⊕ Que utilizan recursos

Podremos considerar un proyecto, a efectos de aplicarle los métodos de la gestión de Proyectos, a cualquier actividad que podamos dividir en tareas que no sean cíclicas, que puedan caracterizarse con precisión y cuyas relaciones entre ellas sean conocidas. (Gestión de proyectos, 2012)

#### ✓ **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (Blog Emprendedores, 2014)

#### ✓ **ESTUDIO TECNICO**

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. Además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. (Economía Blogs, 2010)

#### ✓ **ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

Se refiere al estudio del marco administrativo y legal del proyecto, es decir la estructura organizativa y los requerimientos legales del proyecto. Que tiene como objetivo Establecer la factibilidad administrativa y legal del proyecto, Contribuir al flujo de

fondos con los gastos administrativos y legales. (Formulación y Evaluación de Proyectos, 2011)

#### ✓ **ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

El estudio económico y financiero de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros. (Planeación y Evaluación de Proyectos, 2012)

#### ✓ **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: **MAXIMIZAR** la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las PyMES. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor. (Pymes Futuro, 2013)

#### ✓ **TASA INTERNAQ DE RETORNO (TIR)**

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero. (Enciclopedia Financiera, 2012)

### ✓ **RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador. (Pymes Futuro, 2010)

### ✓ **PUNTO DE EQUILIBRIO**

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables. Este punto de equilibrio (o de apalancamiento cero), es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio y su nivel de rentabilidad. (El Blog Salmon, 2010)

### ✓ **PROYECTO DE INVERSIÓN**

Es un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano y a la sociedad en general. (Proyecto de Inversión, 2000).

### ✓ **OFERTA**

Exposición pública que se hace de la mercancía en solicitud de venta. Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado. (La Gran Enciclopedia Económica, 2009)

## ✓ **DEMANDA**

Desde la economía se entiende a la demanda como la cantidad de los bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados, ya sea alimentos, medios de transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas, es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes. (Política de Privacidad, 2015)

## ✓ **DEMANDA INSATISFECHA**

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta. (Scrib, 2016)

## ✓ **INVERSIÓN FIJA**

Este rubro se agrupa la inversión tangible e intangible, la estimación de la inversión se basa en las cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. (Diseño de Evaluación de Proyectos, 2013)

## ✓ **INVERSIÓN TANGIBLE**

La inversión fija tangible o física son gastos que se reflejan en bienes fácilmente identificados y son objetivos reales. (Diseño de Evaluación de Proyectos, 2013).

## ✓ **INVERSIÓN INTANGIBLE**

En este rubro de inversión se incluyen a todos los gastos que se realizan en la fase pre-operativa del proyecto que no sean posible identificarlos físicamente con inversión tangible. (Diseño de Evaluación de Proyectos, 2013)

## ✓ **GUAYUSA**

Planta aromática alta y ramificada cuyas hojas alcanzan los 15 cm de longitud; sus hojas tienen una alta concentración de cafeína. (Infucionistas, 2011)

✓ **COMPRA**

Adquirir una cosa a cambio de dinero. (Diccionario ABC, 2007)

✓ **VENTA**

Dar una cosa a alguien a cambio de una determinada cantidad de dinero. (Diccionario ABC, 2007)

✓ **TÉ**

Es una infusión de las hojas y brotes de la planta del té. La popularidad de esta bebida es solamente sobrepasada por el agua. Su sabor es fresco, ligeramente amargo y astringente; este gusto es agradable para mucha gente. (Infucionistas, 2011)

## **2.15. IDEA A DEFENDER**

Crear una empresa procesadora y comercializadora de Té de Guayusa Natural, en la provincia de Napo, bajo el auspicio del GAD. Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola.

## 2.16. VARIABLES

CANTIDAD	VARIABLE	DETALLE
1	INDEPENDIENTE	Crear una empresa procesadora y comercializadora de Té de Guayusa Natural, en la provincia de Napo, bajo el auspicio del GAD. Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola.
2	DEPENDIENTE	Ayudará al mejoramiento de la Provincia tanto en lo económico como en lo cultural, esperando un resultado positivo que ayudara a generar desarrollo y productividad en la Provincia mejorando la calidad de vida de los habitantes.

Fuente: Variables  
Autora: Martha Caiza

## CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

### 3.1. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

La modalidad que se utilizará en el proyecto será la investigación de campo porque es un método científico que nos permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social, además nos ayuda a diagnosticar necesidades y problemas, siempre fijada y respaldada en una investigación documental, lo que nos servirá y utilizaremos para obtener información teórica.

El método de investigación de campo se caracteriza por palpar, estudiar y analizar los problemas que existen en la realidad directamente en el lugar donde está planteado el problema, como es en la Provincia de Napo. Además un estudio de investigación documental se basa en un análisis teórico fundamentado en ampliar y profundizar los conocimientos con el sustento de fuentes bibliográficas.

### 3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se utilizara será el de campo porque nos permite obtener información desde el lugar donde encontramos los problemas para mediante investigación dar solución.

### 3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

**Método.-** Utilizaremos el método Inductivo – Deductivo, porque es uno de los métodos importantes para realizar un proyecto de investigación ya que nos indica la relación que hay entre un fenómeno y la observación con el propósito de llegar a conclusiones.

**Técnica.-** En nuestro proyecto de investigación utilizaremos la técnica de las encuestas, porque es una técnica que nos ayuda a la recolección de datos y nos facilita a la obtención de información necesaria para dar respuesta a las preguntas de investigación

**Instrumentos.-** El instrumento a utilizar será un cuestionario, donde se elaborara un formato que constara un listado de preguntas que nos ayudara a investigar e informarnos de lo más.

Importante de nuestro proyecto es que si están de acuerdo, conocen, apoyarían a este proyecto, etc. obtendremos resultados gracias a la opinión de los ciudadanos del Cantón y Provincia.

Gráfico: 8 Metodología de la Investigación



Fuente: Google

Autor: Francisco X. Ramírez V. (Manual del Investigador )

Obtenido de: [http://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/02/metodologia-de-la-investigacion- los.html](http://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/02/metodologia-de-la-investigacion-los.html)

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

El proyecto de investigación se va a realizar en la provincia de Napo, donde nuestra población será los habitantes de la provincia tomando en cuenta el total de habitantes que son 100.747, consideramos a la población económicamente activa que es 40298 que representa el 44% de la población.

#### 3.4.1. Muestra

Ecuación 1 Formula de la muestra

$$n = \frac{4NP(1 - P)}{e^2(N - 1) + 4P(1 - P)}$$

**Dónde:**

**n** = Tamaño de la Muestra

**N**= Universo (40298)

**P**= Dispersión (0,13)

**e<sup>2</sup>**= Error maestral (5%)

$$n = \frac{4NP(1 - P)}{e^2(N - 1) + 4P(1 - P)}$$

$$n = \frac{4 * 40298 * 0,13(1 - 0,13)}{(0.05)^2(40298 - 1) + 4 * 0,13(1 - 0,13)}$$

$$n = \frac{20954,96 (0,87)}{(0.0025) (40297) + 0,52(0,87)}$$

$$n = \frac{18230,82}{100,74 + 0,4524}$$

$$n = \frac{18230,82}{101,19}$$

$$n = 180$$

## **3.5. RESULTADOS**

### **3.5.1. Procesamiento de datos tabulados**

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes en la Provincia de Napo, realizaremos el análisis e interpretación de datos con un cuadro que presenta opciones, frecuencia, porcentajes y su debido gráfico, para obtener resultados que son de beneficio para obtener nuestra demanda y otros datos que son útiles para empezar con la creación de nuestra empresa.

## 1.- ¿Consume Ud. Té?

Tabla 1 Tabulación de ¿Consume Ud. Té?

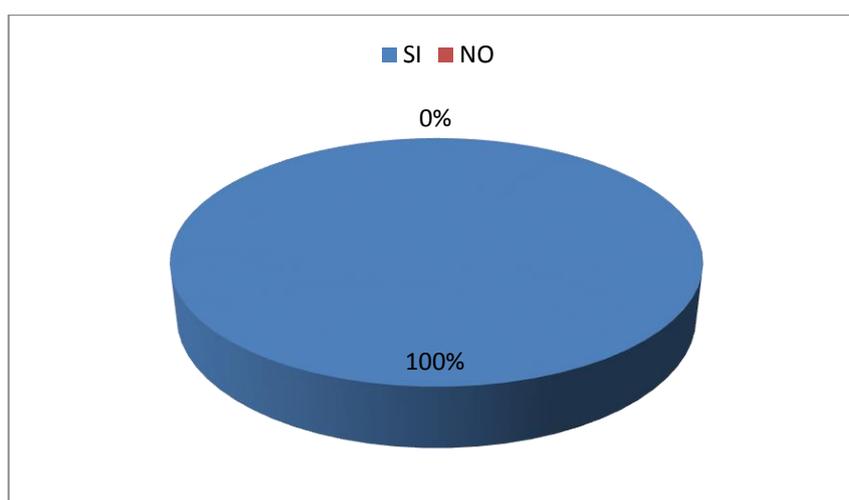
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	180	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: ¿Consume Ud. Té?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** Del total de los encuestados que son 180 han indicado que el 100% si consume Té.

**INTERPRETACIÓN:** La encuesta realizada a los habitantes de la Provincia de Napo dio como resultado que en su totalidad consumen Té.

## 2.- ¿Qué factor influye a la hora de decidir comprar un Té?

Tabla 2 Tabulación de ¿Qué factor influye a la hora de decidir comprar un Té?

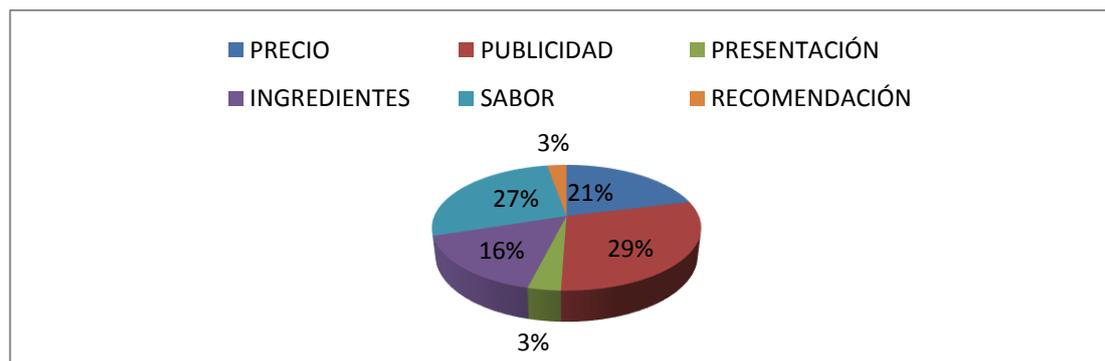
OPCIONES	FRECUENCIA	%
PRECIO	38	21%
PUBLICIDAD	53	29%
PRESENTACIÓN	6	3%
INGREDIENTES	29	16%
SABOR	49	27%
RECOMENDACIÓN	5	3%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: 10¿Qué factor influye a la hora de decidir comprar un Té?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** La encuesta realizada nos indica que la publicidad es un factor que influye en un 29%, el sabor en un 27%, el precio con un 21%, los ingredientes con un 16%, la presentación y recomendación con un 3% esto nos indica que existen varios factores que influyen a la hora de decidir comprar un Té.

**INTERPRETACIÓN:** Existe un promedio en porcentajes que nos indica que si influye los factores al momento de decidir la compra.

### 3.- Por lo general ¿Cuándo consume Ud. Té?

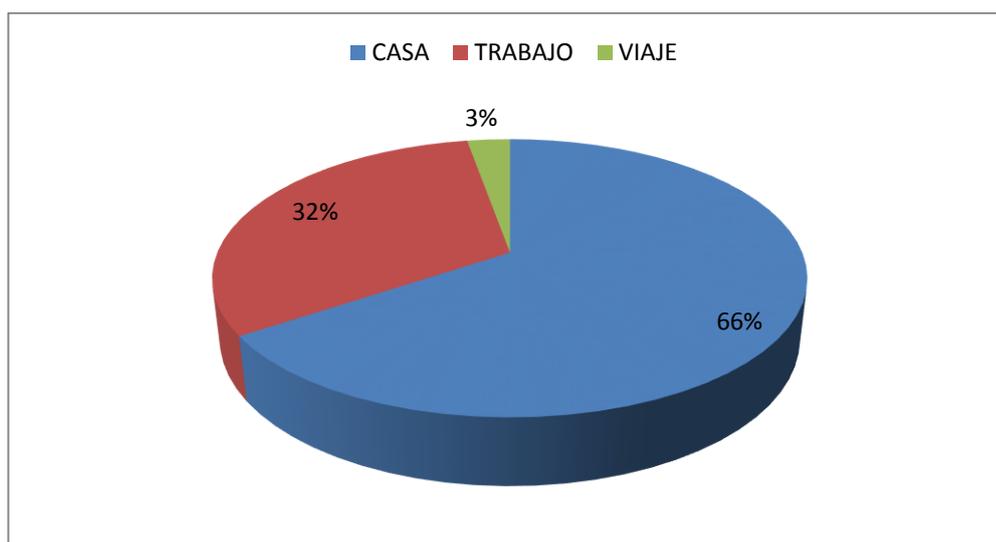
Tabla 3 Tabulación de Por lo general ¿Cuándo consume Ud. Té?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
CASA	118	66%
TRABAJO	57	32%
VIAJE	5	3%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Por lo general ¿Cuándo consume Ud. Té?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** La mayoría de los consumidores mencionan que consumen Té en sus casas representado por un 66%, seguido de su trabajo con un 32% y con un 3% que consumen en el viaje.

**INTERPRETACIÓN:** Los encuestados indicaron que consumen generalmente un Té en sus casas, lo que representa una mayoría

#### 4. ¿Dónde compra generalmente el Té?

Tabla 4 Tabulación de ¿Dónde compra generalmente el Té?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SUPERMERCADOS	82	45%
TIENDAS MAYORISTAS	52	29%
TIENDAS DE ABARROTÉS	46	26%
OTROS	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

#### GRÁFICO

Gráfico: 11 ¿Dónde compra generalmente el Té?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** La mayoría de los consumidores encuentran más convenientes comprar el Té en supermercados representado por un 45%, seguido de las tiendas mayoristas con un 29%, y un 26% en tiendas de abarrotés.

**INTERPRETACIÓN:** Los encuestados determinan que en su mayoría es conveniente comprar un Té en los Supermercados.

## 5.- ¿Con que frecuencia consume Ud. este producto (Té)?

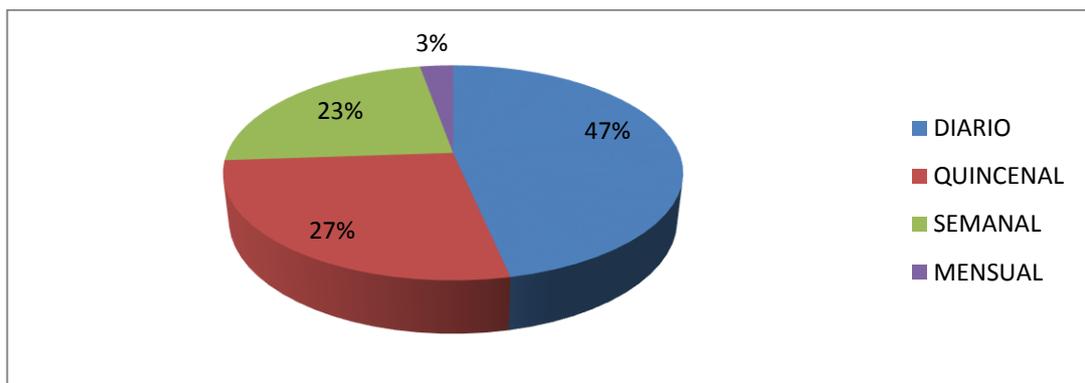
Tabla 5 Tabulación de ¿Con que frecuencia consume Ud. este producto (Té)?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
DIARIO	84	47%
QUINCENAL	49	27%
SEMANAL	42	23%
MENSUAL	5	3%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: 12 ¿Con que frecuencia consume Ud. este producto (Té)?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** De los 180 encuestados mencionan que el 47% consumen Té a Diario, el 27% consume quincenalmente, el 23% semanalmente, y un 3% que es la minoría consume mensualmente.

**INTERPRETACIÓN:** Existe un porcentaje elevado que consume a Diario Té, lo cual nos indica que es una mayoría.

## 6.- ¿Ha escuchado hablar de la planta de Guayusa?

Tabla 6 Tabulación de ¿Ha escuchado hablar de la planta de Guayusa?

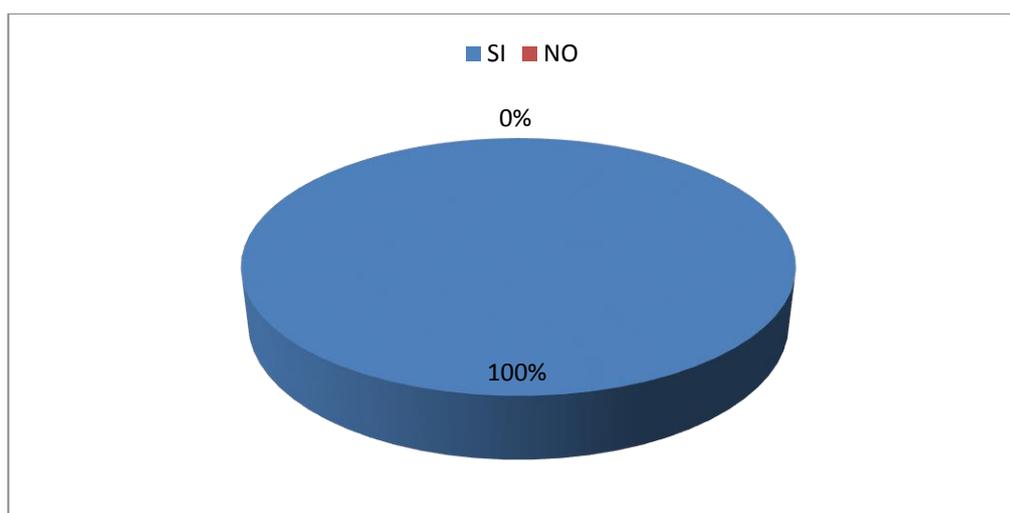
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	180	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	180	100%

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: 13 ¿Ha escuchado hablar de la planta de Guayusa?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** Los ciudadanos encuestados han indicado en su totalidad es decir en un 100% que conocen y han escuchado sobre la planta de Guayusa.

**INTERPRETACIÓN:** En su totalidad los encuestados han indicado el conocimiento de la planta de Guayusa.

## 7.- ¿Qué características ha escuchado Ud. de la planta de Guayusa?

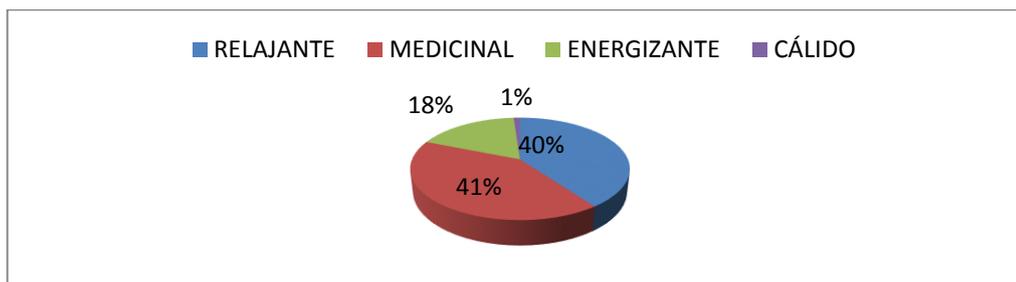
Tabla 7 Tabulación de ¿Qué características ha escuchado Ud. de la planta de Guayusa?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
RELAJANTE	72	40%
MEDICINAL	74	41%
ENERGIZANTE	32	18%
CÁLIDO	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: 14 ¿Qué características ha escuchado Ud. de la planta de Guayusa?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** Las personas encuestadas han determinado saber sobre las características de la Guayusa lo cual un 41 % responden que es medicinal, el 40% que es relajante, el 18% que es energizante y el 1% que es cálido.

**INTERPRETACIÓN:** Conociendo las características de la Guayusa podemos determinar que es una planta que posee varios beneficios, en bienestar para los humanos.

## 8.- ¿Cree Ud. que el Té de Guayusa sirve como medicina para la salud humana?

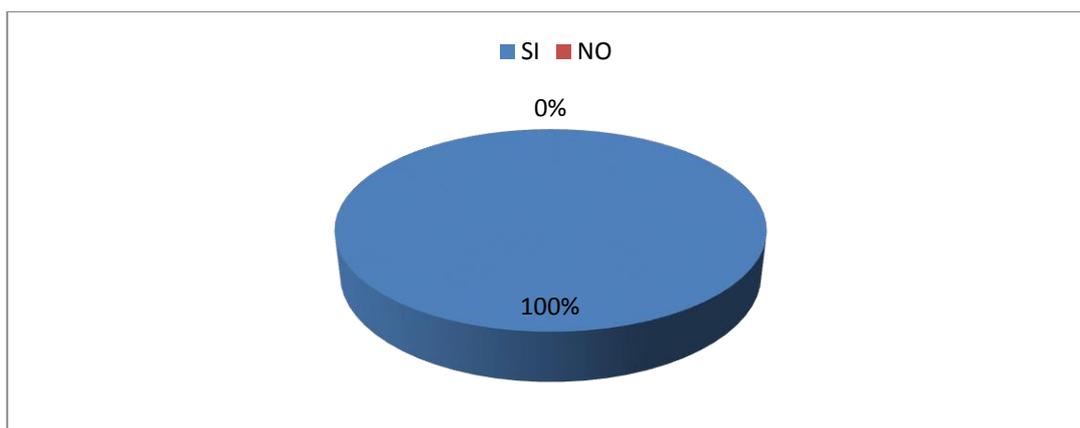
Tabla 8 Tabulación de ¿Cree Ud. que el Té de Guayusa sirve como medicina para la salud humana?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	180	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	180	100%

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: 15 ¿Cree Ud. que el Té de Guayusa sirve como medicina para la salud humana?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** Los encuestados indicaron en un 100% que el Té de Guayusa serviría como medicina para la salud humana.

**INTERPRETACIÓN:** En su totalidad indican que el Té de Guayusa sería una alternativa medicinal.

## 9.- ¿Estaría Ud. dispuesto a consumir Té natural elaborado a base de Guayusa?

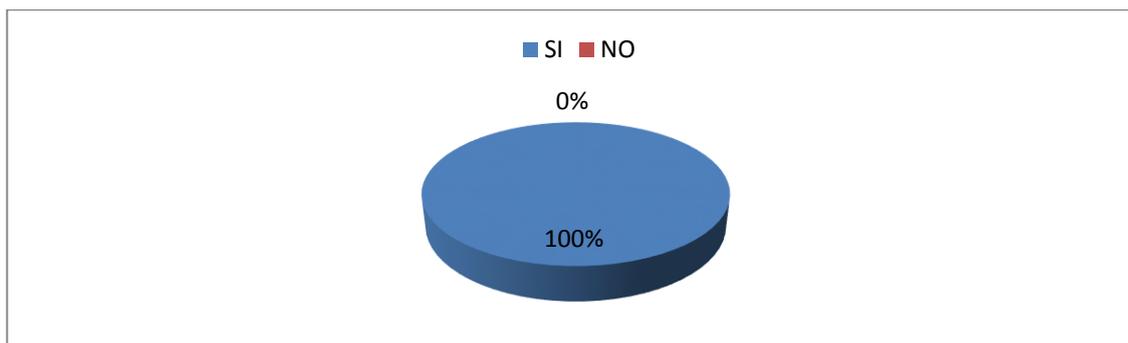
Tabla 9 Tabulación de ¿Estaría Ud. dispuesto a consumir Té natural elaborado a base de Guayusa?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	180	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	180	100%

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: 16 ¿Estaría Ud. dispuesto a consumir Té natural elaborado a base de Guayusa?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** De todas las personas encuestadas, las que tenían conocimiento que conocían la planta de Guayusa están dispuestas a consumir el Té de Guayusa Natural es decir representan un 100%.

**INTERPRETACIÓN:** En su Totalidad de encuestados están dispuestos a consumir Nuestro Té.

## 10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

Tabla 10 Tabulación de ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

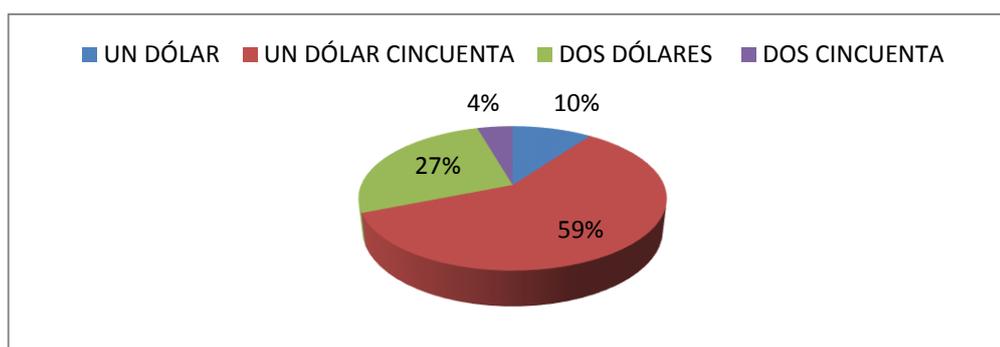
OPCIONES	FRECUENCIA	%
UN DÓLAR	18	10%
UN DÓLAR CINCUENTA	106	59%
DOS DÓLARES	48	27%
DOS CINCUENTA	8	4%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: 17 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016

Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** Las personas encuestadas han indicado que estarían dispuestas a cancelar por el Producto (Té) un valor de \$1,50 que representa un 59%, un 27% pagarían \$2,00, un 14% estarían dispuestos a pagar 1,00 y un 10% pagarían 2,50.

**INTERPRETACIÓN:** Existe una mayoría que estarán dispuestos a pagar por el producto un valor promedio.

## 11.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer información sobre el Té de Guayusa Natural?

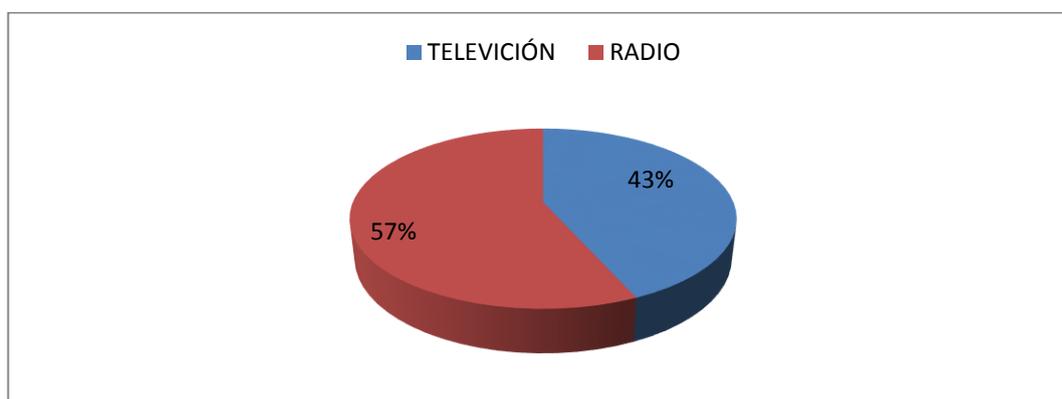
Tabla 11 Tabulación de ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer información sobre el Té de Guayusa Natural

OPCIONES	FRECUENCIA	%
TELEVICIÓN	78	43%
RADIO	102	57%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

### GRÁFICO

Gráfico: ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer información sobre el Té de Guayusa Natural?



Fuente: Encuesta realizada al PEA de la provincia de Napo en Abril 2016  
Autora: Martha Caiza

**ANÁLISIS:** Las personas encuestadas respondieron que es importante conocer y recibir información sobre el Té de Guayusa Natural en Radios con un 57% que representa en su mayoría y con un 43% prefiere informarse por medio de Televisión.

**INTERPRETACIÓN:** En su mayoría de los encuestados prefieren informarse por radio debido a que en la Provincia de Napo es el medio de comunicación más frecuentado.

### **3.5.2. Análisis de resultados**

Con los métodos, técnicos e instrumentos que decidimos utilizar en nuestro trabajo de investigación ha sido factible recopilar información por medio de la observación y recolección de datos obtenidos por medio de las encuestas.

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de información, se realiza el análisis de la misma de una forma ordenada, mediante la tabulación de las encuestas aplicadas a los habitantes de la Provincia de Napo, estableciendo porcentajes estadísticos los cuales ayudan a apreciar de una mejor manera los resultados obtenidos, los mismos que indicaran la realidad de la Provincia lo cual nos permitirá tomar decisiones para mejorar la Provincia con una Empresa Procesadora y Comercializadora de Té de Guayusa la misma que generara empleo y bienestar en los ciudadanos.

En las diferentes preguntas de la encuesta obtenemos un alto porcentaje de conocimiento sobre la creación de una Empresa lo que nos ayuda para nuestra investigación debido que los encuestados conocen la Guayusa en un 100% además un 41% de los encuestados saben que la Guayusa es una planta medicinal y ayuda a la salud, también están dispuestos a consumir nuestro producto debido a que es una bebida Natural y con varios beneficios para el ser humano, los encuestados en su mayoría están dispuestos a pagar 1,50 por el producto esto nos representa un 59%, también están interesados en informarse del producto por el medio de comunicación Radio debido a que es el medio de comunicación más frecuentado en la Provincia de Napo.

### **3.6. VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER**

Con los resultados obtenidos en las encuestas determinamos que nuestro proyecto es factible debido a que los encuestados saben y conocen de la planta de Guayusa, cuáles son sus beneficios, como utilizarlo, etc. esto nos beneficia para poder determinar los diferentes cálculos de oferta, demanda, demanda insatisfecha, dando como resultado positivo y de beneficio para nuestro Auspiciante . Que ayudara al desarrollo económico del cantón y Provincia mejorando el bienestar de los ciudadanos considerando los Índices Económicos Financieros.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1. TÍTULO**

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ DE GUAYUSA NATURAL, EN LA PROVINCIA DE NAPO, BAJO EL AUSPICIO DEL GAD MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA, PERÍODO 2016.

### **4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

Hoy en día existen muchos cambios en los hábitos de consumo de bebidas, en nuestro País se observa una demanda muy extensa de bebidas energizante, refrescantes, Té, etc. Dentro de esto destacamos como ayuda para la salud el consumo de Té de hierbas medicinales. El Té de guayusa es una bebida que pertenece al consumo diario que contiene valor energizante.

### **4.3. ESTUDIO DE MERCADO**

El objetivo de este estudio es identificar el mercado potencial el mismo que nos permite encontrar la demanda insatisfecha de la Provincia de Napo, a la cual vamos a satisfacer los deseos y las necesidades de Té.

#### **4.3.1. Tipos de Investigación**

##### **4.3.1.1. *Investigación descriptiva y explicativa***

En esta investigación se utilizara la investigación explicativa debido a que se realizara investigaciones de indicios, y beneficios de la Guayusa para poder establecer la empresa.

La investigación descriptiva será utilizada para cumplir con los objetivos específicos de la misma manera nos ayudara a determinar a través de la descripción de los estudios si el proyecto es factible o no.

#### **4.3.2. Técnicas de investigación de mercado**

La investigación de mercado puede brindar información crítica acerca de los hábitos de compra, necesidades, preferencias y opiniones de los clientes, tanto habituales como futuros.

Como empresa utilizaremos:

- ✓ Encuestas
- ✓ Observaciones
- ✓ Investigación de campo

#### **4.3.3. Cuantitativa**

Se realiza las encuestas y mediante ellas se planteara la tabulación y análisis de resultados se obtendrá la demanda insatisfecha que determina nuestros posibles clientes de Té.

#### **4.3.4. Cualitativa**

Se describirá las necesidades de nuestros posibles clientes, y las características que pretende tener el producto

#### **4.3.5. Segmentación del mercado**

La presente investigación se va a llevar a cabo en la Provincia de Napo cuyo PEA es 40.298,00. Habitantes. Para la venta y distribución de nuestro producto hemos segmentado el mercado desde lo macro a lo micro.

#### **4.3.6. Variable Demográfica:**

El producto estará al alcance de las personas mayores a 10 años que tengan ingresos, de cualquier edad y nivel de formación.

#### **4.3.7. Variable Geográfica**

El mercado en cual se centralizará el producto es la “Provincia de Napo” que pertenece a la Región Amazónica.

#### **4.3.8. Variable Psicográficas**

Estará dirigido a toda la población, de diferente clase social, costumbres y tradiciones, la compra se podrá dar por varios motivos.

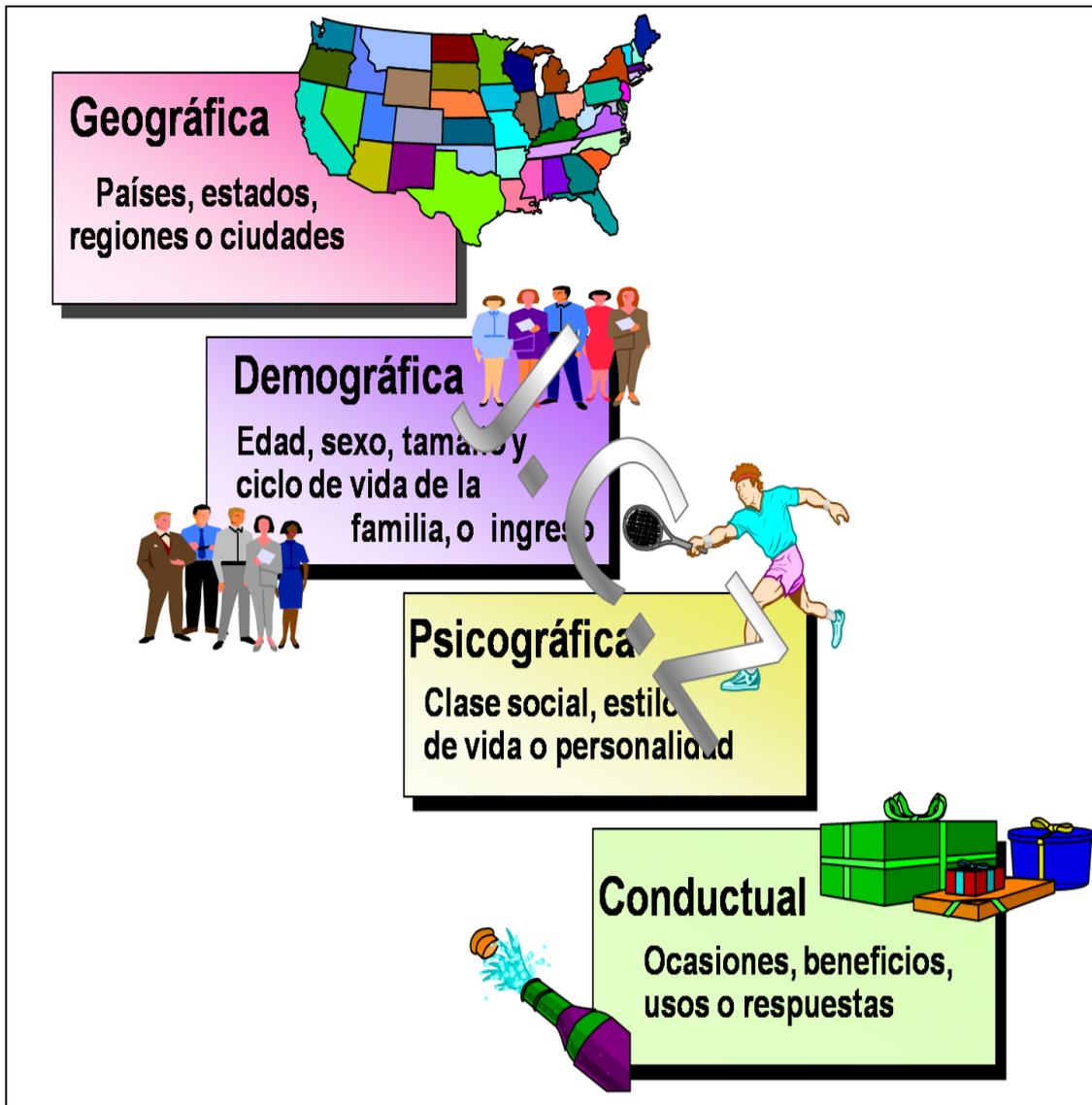
#### **4.3.9. Variables Conductuales**

En estas variables se establece la frecuencia de uso, que determina la situación de rutina del producto.

#### **4.3.10. Variable Económica**

Es la que estudia la situación de los ingresos, ocupación, educación, para analizar el poder de adquisición del producto.

Gráfico: 19 Variables del mercado



Fuente: Google

Autor: Bestofpicture.com

Obtenido de: <http://bestofpicture.com/variables-geograficas-de-segmentacion.html>

**Tabla 12 Las Variables**

VARIABLE DEMOGRÁFICA		VARIABLE ECONÓMICA	VARIABLES GEOGRÁFICAS		VARIABLES PSICOGRÁFICAS		VARIABLES CONDUCTUALES	
EDAD	Desde 10 años en adelante	<b>Ingresos:</b> Es el valor monetario que percibe una persona por un bien o servicio.	<b>UNIDAD GEOGRÁFICA</b>	Región: Amazónica	<b>CLASE SOCIAL</b>	Alta	<b>FRECUENCIA DE USO</b>	Regular
		<b>PEA:</b> Es la población económicamente activa que percibe un ingreso y conserva un trabajo.		Provincia: Napo		Media		Potencial
GENERO	Masculino	Masculino						
	Femenino	Femenino	<b>RAZA</b>	Mestiza	<b>CICLO DE VIDA FAMILIAR</b>	Soltero	<b>SITUACIÓN DE COMPRA</b>	Ocasión ordinaria
NIVEL SOCIOECONÓMICO	Ser jefe de familia			Indígena		Casado		Ocasión especial
	Tener ingresos			Blanca		Matrimonio Joven		
				Negra		Divorciado		
NIVEL DE FORMACIÓN	Primaria		<b>POBLACIÓN</b>	Urbana: Napo	<b>MOTIVO DE COMPRA</b>	Necesidad	<b>ÍNDICE DE USO</b>	Gran usuario.
	Secundaria			Rural: Carlos Julio Arosemena Tola		Deseo		Usuario medio.

Fuente: Segmentación de mercado  
 Autora: Martha Caiza

#### 4.3.11. Identificación del producto

El producto que se ofrecerá luego de la creación de la Empresa procesadora y comercializadora Provincia de Napo será. Té de Guayusa Natural, con calidad y alto nivel nutricional.

El Té de Guayusa ofrecerá beneficios saludables y alimenticios, además de satisfacer un exquisito sabor, satisfacer las necesidades de consumo de bebidas naturales. El producto garantiza nutrición, energía y fertilidad, el mismo que estará realizado con normas de calidad para poder mantenerlo en lugares frescos.

#### 4.3.12. Té de Guayusa

##### Gráfico: 20 Presentación del producto



Fuente: Google  
Autor: Ricardo Arriaga S. A.  
Obtenido de: <http://ricardoarriaga.com/cajas-para-envio-postal/>

#### 4.3.13. Descripción del producto

El empaque del producto será en cartones que contiene 30 cajas con 30 sobres cada una, cuyo será de 37,5 gramos. El producto se presentara en cajas en las perchas de las tiendas, en la parte del centro se colocara la etiqueta que contendrá la marca y slogan.

#### 4.3.14. Características del producto

- ✓ Presentación en cajas de cartón.

- ✓ La caja contendrá 30 sobres cada una.
- ✓ Estará elaborado a base de hojas de Guayusa Natural
- ✓ No tiene químicos
- ✓ El té contiene un beneficio extra

#### **4.3.15. Empaque y Embalaje**

##### **4.3.15.1. *Empaque***

El empaque será en fundas de tela filtrante con un hilo q sujetara al colocar el producto

#### **Gráfico: 21 Empaque del Producto**



Fuente: Interne

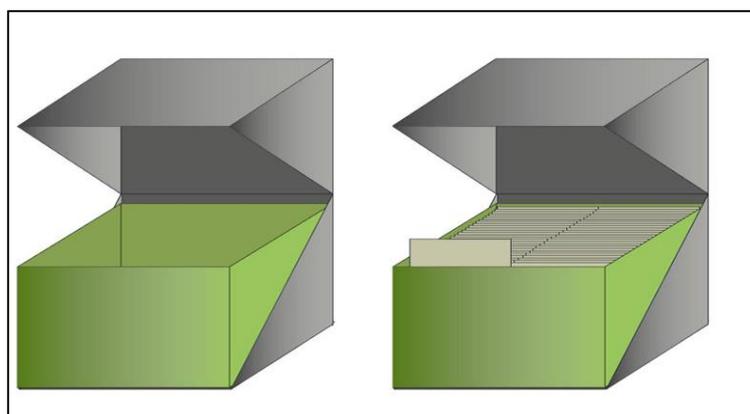
Autor: Cómo hacer bolsitas de Te artesanal

Obtenido de: [http://comohacerpara.com/hacer-bolsitas-de-te\\_8515c.html](http://comohacerpara.com/hacer-bolsitas-de-te_8515c.html)

##### **4.3.15.2. *Embalaje***

El embalaje que cubrirá al producto es caja de cartón, brindando de esta manera una mejor presentación a los clientes.

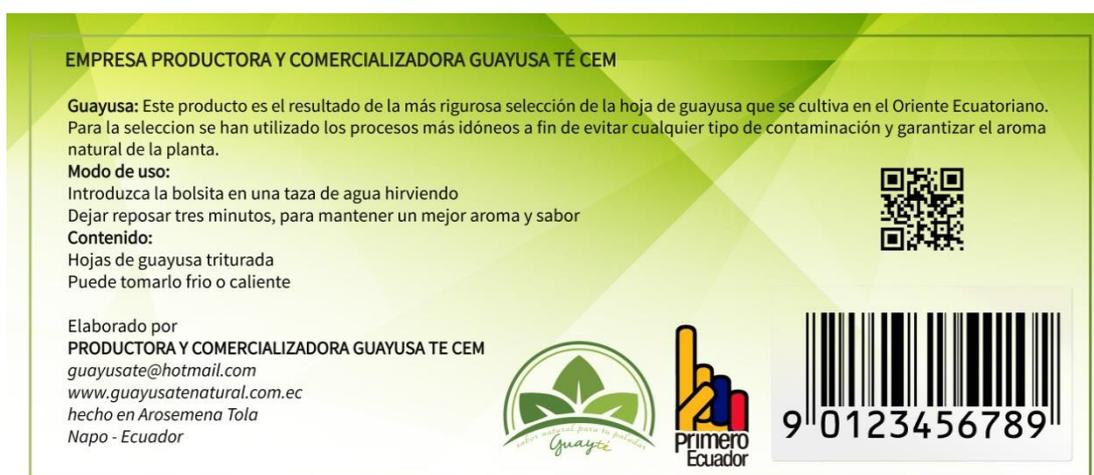
**Gráfico: 22 Embalaje del producto**



Fuente: Google  
Autor: Ricardo Arriaga S. A.  
Obtenido de: <http://ricardoarriaga.com/cajas-para-envio-postal/>

#### **4.3.16. Etiqueta**

**Gráfico: 23 Etiqueta**



Autora: Martha Caiza

#### **4.3.17. Marca**

La razón social de la empresa es PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ GUAYUSA NATURAL, el cual servirá para realizar todos los asuntos legales, la marca comercial para dar a conocer el producto y la Empresa es:

Gráfico: 24 Marca del Producto

**GUAYTÉ**

Fuente: Martha Caiza

#### 4.3.18. Logotipo

Gráfico: 25 Logotipo



Fuente: Martha Caiza

#### 4.3.19. Slogan

Gráfico: 26 Slogan del Producto

**SABOR NATURAL PARA TU PALADAR  
GUAYTÉ**

Fuente: Martha Caiza

#### 4.3.20. Productos sustitutos

Los productos sustitutos o similares del Té de Guayusa se encuentran los siguientes:

**El café:** El café es una bebida más consumida en el mundo, debido a su apetecido sabor, este líquido tiene un fin de mitos relacionado con el consumo habitual. (Natural San, 2008).

**Bebidas Energizantes o refrescantes:** La palabra bebida, en común se refiere a todo tipo de líquidos que consume diariamente el humano. (Definiciónabc, 2016).

**El agua:** Es el principal e indispensable componente del cuerpo humano. El ser humano no puede estar sin beber agua más de cinco o seis días y poner en peligro su vida. (Aula, 2012)

#### 4.3.21. Productos Complementarios

- ✓ Galletas
- ✓ Pan
- ✓ Bolones
- ✓ Rizadas
- ✓ Pastel
- ✓ Comidas rápidas en general
- ✓ Etc.

#### 4.3.22. Competencia

**Tabla 13 La Competencia**

<b>CIUDAD</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>VENTAJA COMPETITIVA</b>	<b>COMPETENCIA EN EL MERCADO</b>
PALORA PASTAZA	FÁBRICA DE TÉ CETCA	<b>Industria del Té “CETCA”:</b> Contiene 530 Hectáreas de cultivo de hoja de té; sus plantaciones son amplias y se hallan a lo largo del camino de ingreso a la ciudad de Palora, ofreciendo un espectáculo fascinante para los viajeros; al observar las labores de cosecha y transporte del material por	El Té procesado y empacado se distribuye a nivel nacional e internacional, por su riqueza en calidad; desde las principales ciudades y comercios a nivel

		parte de los pobladores.	local hasta los grandes establecimientos que los expenden, el producto que sale de Palora, se ha hecho tradicional dentro del convivir diario.
LOJA	FABRICA ILE	Somos una organización que genera soluciones alimentarias, orientada a la satisfacción de nuestros clientes y consumidores globales, innovando procesos, contribuyendo de forma sostenible al desarrollo de una sociedad más próspera amigable con el ambiente. (Ilé, 2016)	Su participación en el mercado es muy amplia nacional e internacional debido a la calidad del producto que posee reconocimientos de responsabilidad y de creación de valor.
SUCUMBIOS	RUNA	La energía de la guayusa amazónica es diferente a la del café o las bebidas energéticas tradicionales, los cazadores y guerreros amazónicos la describen como “fuerza mental y coraje”, ya que permite estar enfocado por largo tiempo sin alterar tu sistema nervioso.	Guayusa amazónica, es una bebida energizante natural de origen ecuatoriano que contiene la misma cantidad de cafeína que una taza de café y el doble de antioxidantes que el té verde, características

			únicas que la han convertido en un fenómeno energético en los estados unidos. (Empresa Runa, 2016)
--	--	--	--

Fuente: Investigación bibliográfica  
 Autora: Martha Caiza

#### **4.3.23. Normativa Técnica**

Esta normativa entrega al Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). Esto se realiza en el laboratorio Nacional de Metrología, quienes se encargan de calibrar balanzas de uso del producto.

#### **4.3.24. Normativa Sanitaria**

Este permiso entrega por el Ministerio de Salud Pública, representado por el hospital de Tena, quien será en que emite el permiso para el normal funcionamiento de la empresa y creación del producto.

#### **¿Quiénes deben obtener el Registro Sanitario?**

Según la Cámara de Industrias en su página oficial portal informativo, explica que están obligados a tramitarlo todas aquellas personas naturales o jurídicas que produzcan lo siguiente:

- ✓ Medicamentos
- ✓ Cosméticos
- ✓ Productos higiénicos
- ✓ Alimentos
- ✓ Plaguicidas
- ✓ Productos naturales (uso medicinal)
- ✓ Dispositivos médicos

- ✓ Reactivos químicos
- ✓ Toxicología

### **Pasos para sacar el registro sanitario**

De acuerdo al Registro Oficial N° 896, expedido el 21 de febrero del 2013, ahora quien otorga el registro sanitario es la recién creada Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI).

La ARCSA realizará el trámite correspondiente a través del sistema automatizado, y el procedimiento se realizará a través de la página web [www.controlsanitario.gob.ec](http://www.controlsanitario.gob.ec).

El usuario deberá obtener previamente la clave de acceso e ingresar la información solicitada de acuerdo al formulario de solicitud dispuesto.

Luego se deberá escanear e ingresar en el sistema del ARCSA todos los documentos adjuntos al formulario de solicitud.

Además ingresar la información de los formularios de solicitud establecidos y documentos adjuntos en el sistema informático de la ARCSA. Estos documentos deben ingresarse en versión electrónica con firma electrónica del representante legal del establecimiento.

Una vez que el usuario ingresa el formulario de solicitud y los documentos adjuntos establecidos, el sistema le notificará y autorizará el pago por servicios correspondientes a la revisión de dicha documentación.

La ARCSA revisará que la documentación se encuentre completa y la información ingresada en la solicitud sea correcta en el término de siete días. Si esta no cumple los requisitos señalados, el trámite será devuelto al usuario, indicando los inconvenientes encontrados a fin de que resuelva los mismos en un término de ocho días; de lo contrario, se dará por terminado el proceso.

Una vez que la documentación esté completa y correcta, se autorizará el pago del Registro Sanitario. El sistema automatizado notificará al usuario la cantidad a pagar, pago que se lo realizará inmediatamente.

La ARCSA comprobará que se realizó el pago, generando la factura electrónica en el sistema y enviará automáticamente la información de dicho pago al usuario para su impresión.

La ARCSA procederá a analizar la documentación técnica y legal presentada. En caso de que los informes emitidos contengan objeciones, emitirá el informe de objeciones a través del sistema automatizado en un término de cinco días.

En el caso en que ninguno de los informes haya contenido objeciones, se emitirá el Certificado de Registro Sanitario en el término de cinco días.

El certificado de Registro Sanitario se publicará en el sistema y se lo dejará disponible para que el usuario, con su clave, pueda tener acceso al mismo, seleccione e imprima el certificado de Registro Sanitario, el cual será oficializado con la firma electrónica de la autoridad de la Institución emisora.

Cuando el usuario realice por primera vez el trámite para la obtención del Registro Sanitario, la ARCSA verificará electrónicamente la siguiente documentación que certifique la existencia del fabricante o importador: Cédula de ciudadanía, Registro Único de Contribuyentes, si el fabricante del producto es persona natural. Si es persona jurídica, documento que pruebe la constitución de la empresa y permiso anual de funcionamiento vigente. Esta información servirá de base para la tramitación de otras solicitudes posteriores. (El emprendado , 2012)

### **Procedimiento del costo del Registro Sanitario**

- ✓ Realice la cancelación de la tasa correspondiente por medio de depósito o transferencia bancaria de \$104.53 en una de las siguientes cuentas, a nombre de ARCSA:

- Banco del Pacífico: Cta. Corriente N° 0746506 8
  - Banco de Fomento: Cta. Corriente N° 3001108015 (código sub-línea: 130113)
- ✓ Llene la solicitud (descárguela aquí) dirigida al Director Técnico de Registro Sanitario, Notificación Sanitaria Obligatoria y Autorizaciones.
  - ✓ Adjunte el comprobante de pago
  - ✓ Entréguela en Secretaría General de Arcsa o envíela por Quipux (adjuntar el comprobante en PDF)
  - ✓ Retire el certificado en 5 días laborables en la Secretaría General de Arcsa o descárguela de Quipux.

#### 4.3.25. Normativa Comercial

Para poder vender el producto se tiene que cumplir con todos los permisos y reglamentos previsionales al inicio de la empresa documento que otorga el Municipio de Carlos Julio Arosemena Tola.

#### 4.3.26. Análisis y Proyección de la demanda

La demanda es un factor importante que se necesita para el desarrollo del proyecto debido a que nos ayuda a verificar si va o no a ser posible el proyecto.

Tabla 14 La Demanda

NÚMERO DE MIEMBROS DE LA FAMILIA	CONSUMO	FRECUENCIA DE CONSUMO	INVESTIGACIÓN DE CONSUMO  ( INVESTIGACIÓN DE CAMPO)	FRECUENCIA	CALCULO	TOTAL
5	SI	DIARIO	Tiendas de	100	103,33*7=	723,33

			abarrotes			
5	SI	MENSUAL	Centros comerciales	150	$723,33*4=$	2.893,33
5	SI	ANUAL	Mercados	60	$2.893,33*12=$	34.720,00
			<b>TOTAL</b>	$310/3=103,33$	<b>TOTAL</b>	<b>34.720,00</b>

Fuente: Encuestas realizadas al P EA de Napo en Marzo 2016.

Autora: Martha Caiza

#### 4.3.27. Cálculo de la Demanda

La investigación va dirigida a la Provincia de Napo. Para obtener el valor de la demanda del primer año se toma como dato inicial el número mayor de la frecuencia de consumo en este caso se realizó una Investigación de campo, a las tiendas de abarrotes, centros comerciales y mercados de la provincia de Napo.

Tabla 15 Cálculo de la demanda

Tiendas de abarrotes 100	$103,33*7=$	723,33
Centros comerciales 150	$723,33*4=$	2.893,33
Mercados 60	$2.893,33*12=$	34.720,00

310/3=103,33	TOTAL	34.720,00
--------------	-------	-----------

Fuente: Investigación de campo  
 Autora: Martha Caiza

La proyección de la demanda se realizará con la siguiente fórmula:

Ecuación 2 Fórmula de proyección futura

$$C_n = C_o(1 + Q_i)^n$$

Dónde:

C<sub>n</sub>= Cantidad Futura

C<sub>o</sub>= Cantidad Actual

I = tasa de crecimiento poblacional (3% provincia de napo)

N= año (año a estimarse cada año)

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

$$C_n = 34.720,00( 1 + 0,03)^1$$

$$C_n = 35.761,60 \text{ cajas}$$

Tabla 16 Proyección de la Demanda

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2016	34.720,00
2017	35.761,60
2018	36.834,45
2019	37.939,48
2020	39.077,67
2021	40.250,00
2022	41.457,50

2023	42.701,22
2024	43.982,26
2025	45.301,72
2026	46.660,78

Autora: Martha Caiza

#### 4.3.28. Análisis y proyección de la oferta

En la oferta se detalla la capacidad de producir de la empresa para satisfacer las necesidades de consumo de los posibles clientes, es calculada por la cantidad de productos que se va a vender en relación a la capacidad de producción.

#### 4.3.29. Análisis de la Oferta

Tabla 17 Análisis de la Oferta

AÑO	OFERTA
Cajas	
Diario $40 * 7 = 280$	280
Mensual $280 * 4 = 1.120$	1.120
Anual $1.120 * 12 = 13.440$	13.440 CAJAS

Autora: Martha Caiza

#### 4.3.30. Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se realiza con la misma fórmula de la demanda:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

$$C_n = 13.440(1 + 0,03)^1$$

$$C_n = 13.843,20 \text{ cajas}$$

Tabla 18 Proyección de la Oferta

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>
2016	13.440,00
2017	13.843,20
2018	14.258,50
2019	14.686,25
2020	15.126,84
2021	15.580,64
2022	16.048,06
2023	16.529,50
2024	17.025,39
2025	17.536,15
2026	18.062,24

Autora: Martha Caiza

#### 4.3.31. Demanda Insatisfecha

La demanda Insatisfecha es un punto importante para la realización del proyecto debido a que es nuestra capacidad de producción para satisfacer a los posibles clientes.

Tabla 19 Demanda Insatisfecha

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2016	34.720,00	13.440,00	21.280,00
2017	35.761,60	13.843,20	21.918,40
2018	36.834,45	14.258,50	22.575,95
2019	37.939,48	14.686,25	23.253,23
2020	39.077,67	15.126,84	23.950,83

2021	40.250,00	15.580,64	24.669,35
2022	41.457,50	16.048,06	25.409,43
2023	42.701,22	16.529,50	26.171,72
2024	43.982,26	17.025,39	26.956,87
2025	45.301,72	17.536,15	27.765,57
2026	46.660,78	18.062,24	28.598,54

Autora: Martha Caiza

#### **4.3.32. Como crear valor**

Al crear valor a nuestro producto se realiza a través de:

- ✓ Marca: Guayté
- ✓ Presentación final del producto.
- ✓ Publicidad en los medios de comunicación de la localidad.
- ✓ Canales de distribución.

#### **4.3.33. Análisis de la comercialización**

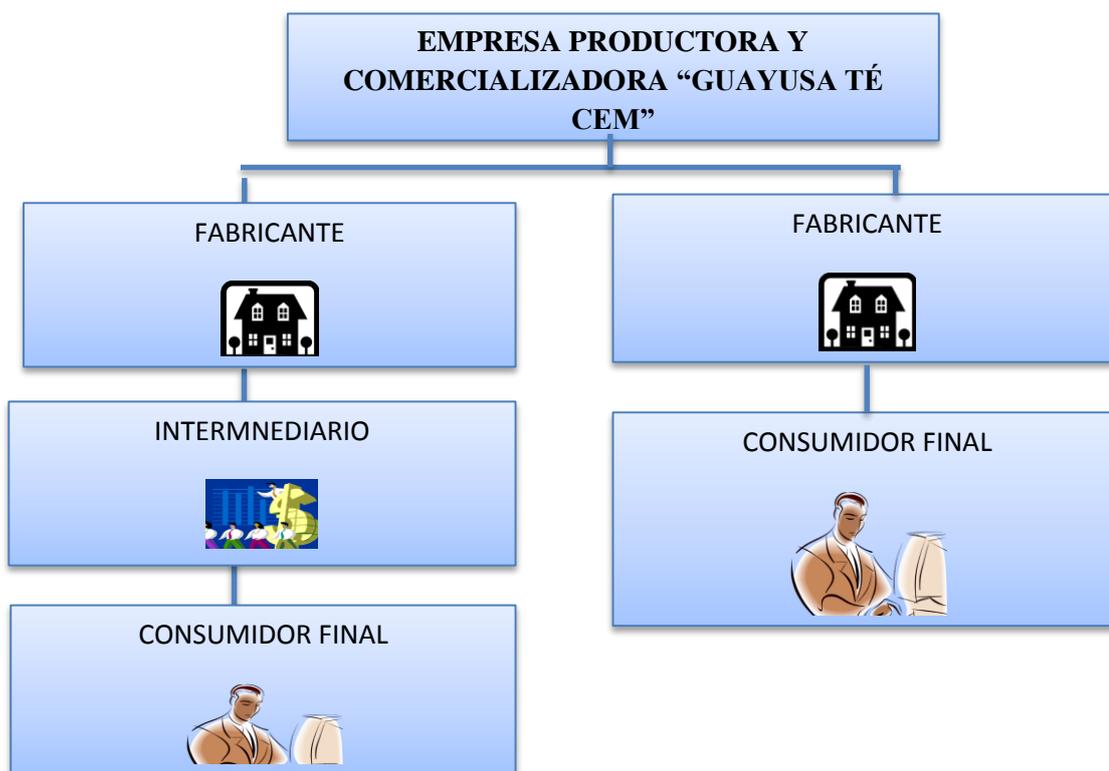
Inventario: Para tener una escala de ventas eficiente se tiene que mantener un stock de inventarios del 10% para prevenir cualquier caso inesperado, que no nos permita entregar los pedidos a los clientes.

Ubicación: la ubicación de nuestro producto será siempre a vista de los consumidores, es decir de nuestros clientes, por lo cual estará en las perchas principales de las tiendas.

#### **4.3.34. Canales de distribución**

El canal de distribución en este proyecto se realizará de dos maneras debido a que el producto es utilizado con mayor frecuencia en los hogares motivo por el cual la distribución será.

Gráfico: 27 Canales de distribución



Autora: Martha Caiza

#### 4.3.35. Presentación del producto

La promoción nos permite presentar la diferencia de nuestra empresa estableciendo una ventaja competitiva, no solo con la cantidad de ventas si no también se puede diferenciar al tener un talento humano preparado de calidad, que se preparen continuamente como profesionales y más los vendedores que son un punto importante, tomando en cuenta que la eficiencia y la eficacia en las ventas es la imagen de la empresa.

Las promociones en si son como una pequeña estrategia de ventas de mejoramiento, es importante mencionar que el estar en constante preparación ayuda no solo al crecimiento de la empresa sino al crecimiento personal que le ayuda a cada día a conocer nuevas cosas y a estar inmerso en las actualizaciones en los respectivos temas.

#### **4.3.36. Estrategias publicitarias**

- ✓ Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té, transmitirá su publicidad en los medios de comunicación de la Provincia que lleguen hasta los últimos rincones de la misma. En este caso será en la radio RVT Satelital misma que tiene su señal en toda la provincia y en las provincias vecinas, está ubicada en la ciudad de Tena. La publicidad se pasara a las 18:00, se escogió esta hora por que en este tiempo ya todos las personas que trabajan llegan ya a sus hogares y puedan escuchar la publicidad del producto.
- ✓ El día del lanzamiento se presentará gigantografía las mimas que indicaran información del producto, indicará también la misión y visión punto de partida de una empresa.
- ✓ Se entregaran como incentivo un esfero con la marca del producto.
- ✓ Habrá un presentador que explique el proceso para obtener el producto las ventajas al adquirir el producto.

#### **4.4. ESTUDIO TÉCNICO**

##### **4.4.1. Objetivo del Estudio Técnico**

Analizar la información necesaria para cuantificar el monto de dinero que se va a utilizar en la realización del proyecto, incrementar los espacios y la seguridad necesaria para realizar todos los procesos con absoluta seguridad de los trabajadores.

##### **4.4.2. Determinación del tamaño del proyecto**

La empresa será mediana, semi industrial, la capacidad de producción de la empresa se basa en la calidad de maquinaria, suministros, mano de obra y espacios para poder realizar los procesos de la mejor manera.

##### **4.4.3. Determinación del tamaño óptimo**

El propósito de esta sección es analizar las áreas posibles a existir, que espacios y requerimientos se va a necesitar para la distribución de la empresa. Para realizar el

tamaño óptimo se utilizara el método de cálculo a partir de principios básicos. Se utiliza este método debido a que nos basamos en principios para la buena distribución de áreas en la empresa.

- ✓ Área de ventas
- ✓ Área de oficinas
- ✓ Área de despacho
- ✓ Área de bodega
- ✓ Áreas de procesos

#### **4.4.4. Localización del Proyecto**

Al crear una nueva empresa se debe tomar en cuenta los siguientes factores.

- ✓ Mercado
- ✓ Materia prima
- ✓ Transporte
- ✓ Servicios básicos
- ✓ Mano de obra

#### **4.4.5. Macro localización**

La empresa estará ubicada en la Región Amazónica, Provincia de Napo, misma que presenta alto nivel de producción de materia prima del producto en este caso de la Guayusa.

Gráfico: 28 Macro localización



Fuente: Google  
Autor: Mapas Ecuador  
Obtenido de: <http://www.mapasecuador.net/mapa/mapa-napo-mapa-turistico.html>

#### 4.4.6. Micro localización

La ubicación exacta de la empresa será en el cantón Carlos Julio Arosemena Tola.

#### Ubicación de la empresa

**Provincia:** Napo

**Cantón:** Carlos Julio Arosemena Tola.

**Dirección:** Carlos Julio Arosemena Tola

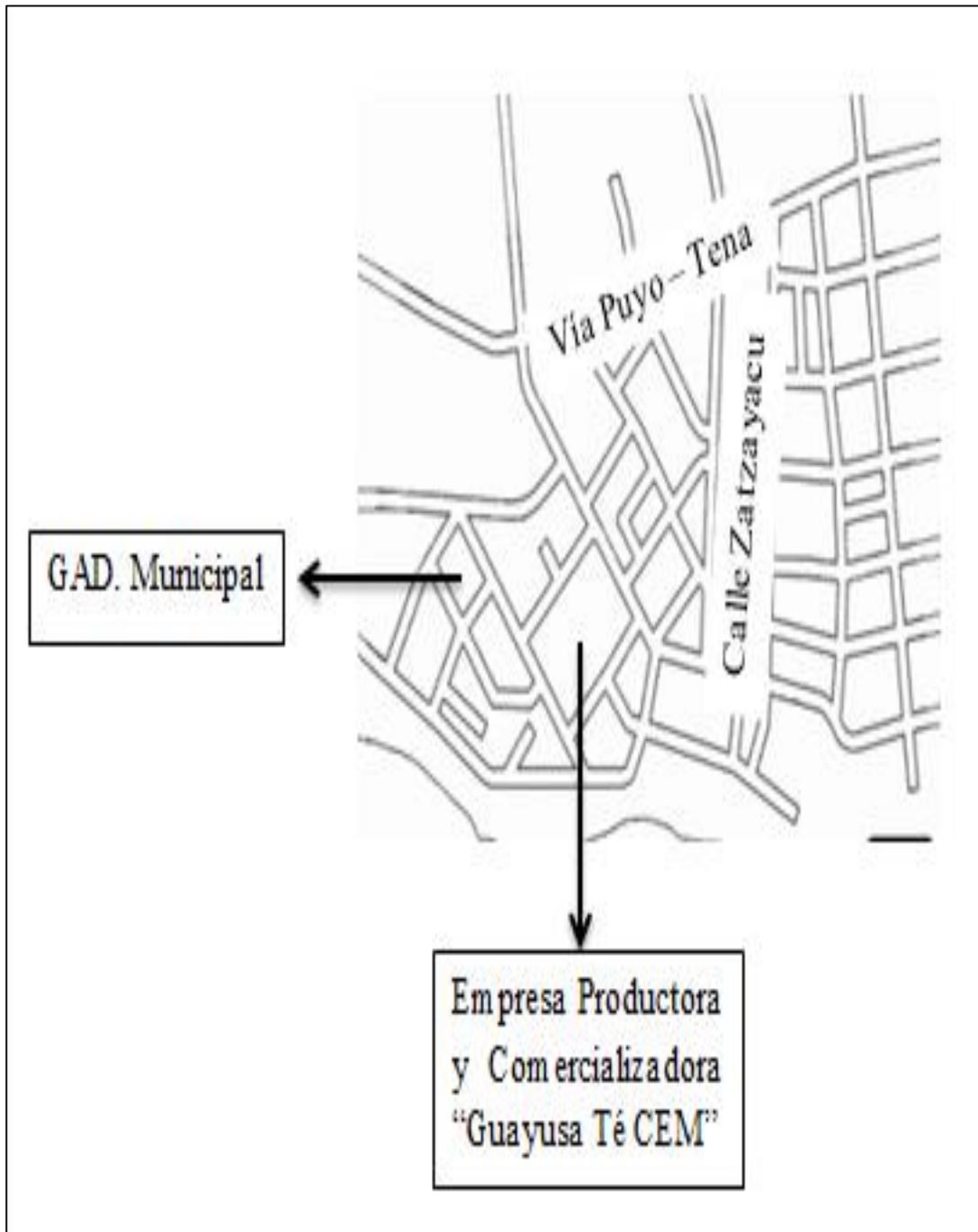
**Teléfono:** 0984851330

#### 4.4.7. Infraestructura de servicios

- ✓ El terreno en el que se va a construir la empresa, tiene una aprobación del 100% para realizar la empresa.
- ✓ Tiene servicios básicos: agua, luz, alcantarillado.
- ✓ Presenta vías de acceso en buen estado

#### 4.4.8. Croquis

Gráfico: 29 Croquis



Autora: Martha Caiza

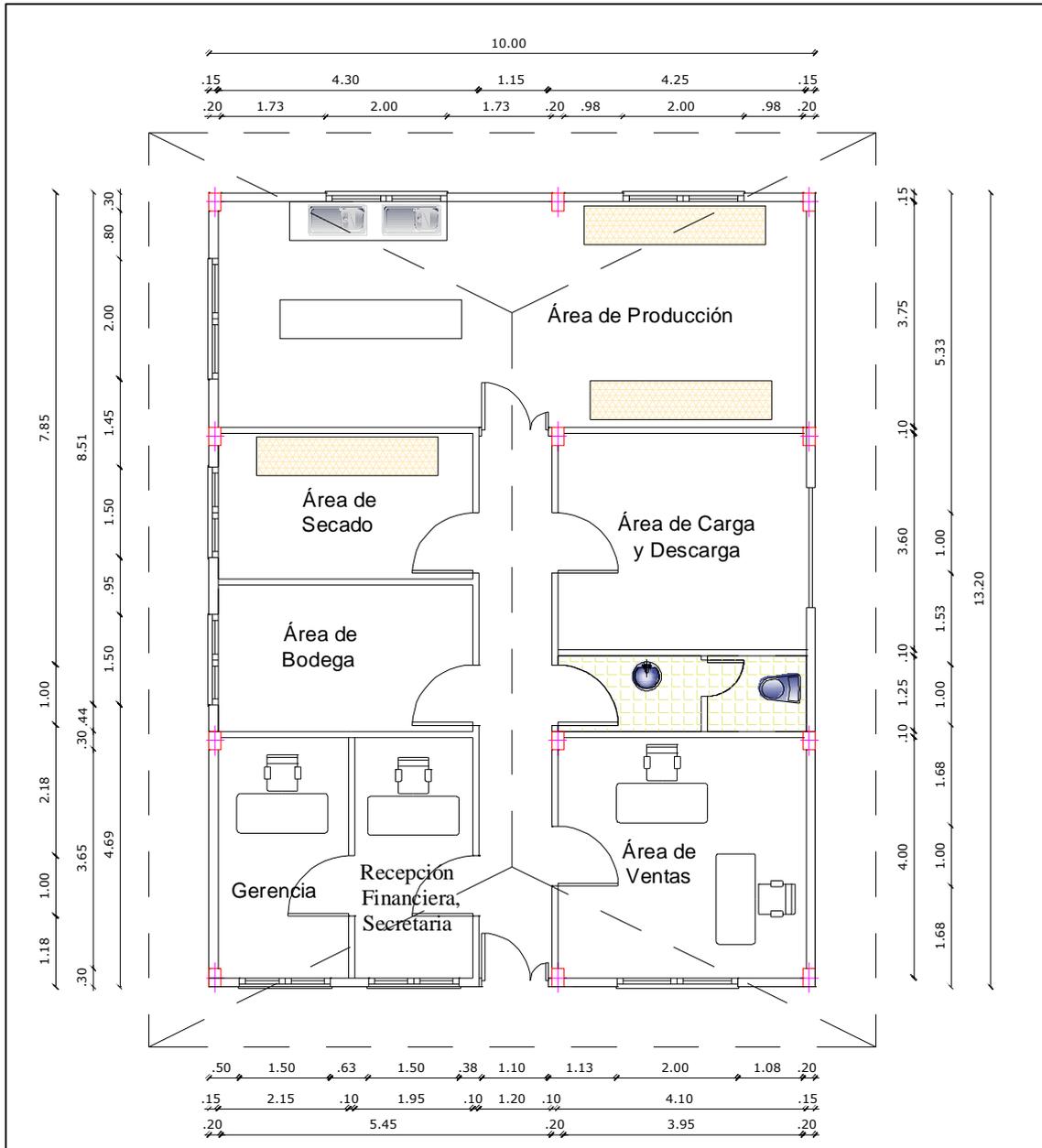
#### 4.4.9. Ingeniería del proyecto

##### 4.4.9.1. Implantación



Autora: Martha Caiza

#### 4.4.9.2. Disposición detallada del área de la empresa.



Autora: Martha Caiza

#### 4.4.10. Terreno

El terreno estará ubicado en la provincia de Napo, Cantón Carlos Julio Arosemena Tola, su extensión total es de 700m<sup>2</sup>, cada metro a \$ 10,00, dándonos un total de inversión de terreno de 7.000,00 dólares, más el valor del 5% de imprevistos, la inversión total es de \$ 7.350,00

Tabla 20 Extensión del terreno

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	700	m <sup>2</sup>	10,00	\$ 7.000,00
Imprevistos 5%				\$ 350,00
<b>TOTAL</b>	<b>700</b>	m <sup>2</sup>		<b>\$ 7.350,00</b>

Autora: Martha Caiza

#### 4.4.11. Construcción

El área de construcción será 132m<sup>2</sup>, lo más funcional para que de esta manera se permita un trabajo eficiente, el cual contendrá los espacios y el ambiente necesario para realizar el trabajo, y estará formado por:

- ✓ Área de recepción Secretaria y Financiera
- ✓ Área de gerencia
- ✓ Área de ventas
- ✓ Área de producción
- ✓ Área de bodega
- ✓ Área de carga y descarga
- ✓ Área de secado

Cada zona de trabajo tendrá su espacio específico con las condiciones necesarias, un ambiente adecuado y contara con los servicios básicos, el costo total de la construcción es de \$ 22.680,00.

Tabla 21 Distribución del área de la empresa

ÁREA	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL EN \$
Área de recepción secretaria y financiera	12	m <sup>2</sup>	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Área de gerencia	10	m <sup>2</sup>	\$ 150,00	1.500
Área de ventas	20	m <sup>2</sup>	\$ 200,00	4000,00
Área de producción	40	m <sup>2</sup>	\$ 100,00	4000,00
Área de bodega	15	m <sup>2</sup>	\$ 150,00	2,250,00
Área de carga y descarga	20	m <sup>2</sup>	\$ 100,00	2.000,00
Área de secado	15	m <sup>2</sup>	\$ 150,00	2.250,00
Tubería y Canalización				1.500,00
Instalaciones Eléctricas			1.500,00	1.500,00
Imprevistos 5%				1.065,00
<b>TOTAL</b>	132	m <sup>2</sup>	\$ 21.300,00	\$ 22.365,00

Autora: Martha Caiza

### **Área de recepción secretaria y financiera**

Esta área estará ubicada en la parte frontal de la empresa, cuya finalidad es recibir a los clientes, realizar todas las actividades necesarias en Contabilidad y Finanzas.

### **Área de Gerencia**

En donde se encontrará el gerente, mismo que realiza actividades de administración y toma de decisiones de la empresa.

### **Área de ventas**

El representante de ventas estará aquí, donde se presentara el producto final, para su distribución.

### **Área de bodega**

Aquí se encontrara la materia prima insumos y todos los materiales necesarios para la elaboración del producto.

### **Área de carga y descarga**

La llegada de la materia prima, insumos y más, y es donde se embarcara el producto terminado para su comercialización.

### **Área de secado**

Es donde se reposara la materia prima para el proceso de deshidratación el cual es necesario para la elaboración del Té.

#### 4.4.12. Proceso de producción

Tabla: 1 Proceso de Producción



Autora: Martha Caiza

##### 4.4.12.1. Flujo de producción

Para obtener el flujo de producción se toma en cuenta los días que se va a trabajar en el año, en este proyecto se trabaja los 365 días del año, a ellos se les multiplica para lo que se va a producir diariamente, obteniendo así la producción anual. El valor anual que obtenemos se lo divide para los 365 días del año que se va a trabajar y se obtiene la producción diaria, se le vuelve a dividir para 52 semanas del año y se obtiene semanal,

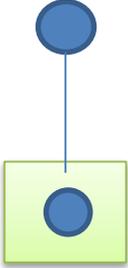
para 24 se obtiene quincenal, y para dos semestral. La proyección de esta producción es con el porcentaje del incremento poblacional 3 %, según valores actuales.

Tabla 22 Flujo de Producción

<b>Año</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Quincenal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Semestral</b>	<b>Anual</b>
2016	58,30	409,23	887	1.773	10.640	21.280,00
2017	60,05	421,51	913	1.827	10.959	21.918,40
2018	61,85	434,15	941	1.881	11.288	22.575,95
2019	63,71	447,18	969	1.938	11.627	23.253,23
2020	65,62	460,59	998	1.996	11.975	23.950,83
2021	67,59	474,41	1.028	2.056	12.335	24.669,35
2022	69,61	488,64	1.059	2.117	12.705	25.409,43
2023	71,70	503,30	1.090	2.181	13.086	26.171,72
2024	73,85	518,40	1.123	2.246	13.478	26.956,87
2025	76,07	533,95	1.157	2.314	13.883	27.765,57
2026	78,35	549,97	1.192	2.383	14.299	28.598,54

Fuente: Tabla 8  
 Autora Martha Caiza

Tabla 23 Diagrama de flujo de producción

TIEMPO	DETALLE	FLUJO	IMAGEN	PROCESO
<p>10 minutos Espera</p> 	<p>Selección y recepción de la materia prima</p>			<p>Recibir la materia prima, y anotar el peso exacto que se adquiere.</p>
<p>15 minutos</p> 	<p>Acabado, lavado de la materia prima</p>			<p>Lavado las hojas con abundante agua y desinfectar.</p>
<p>20 minutos</p> 	<p>Secado de la materia prima las hojas de guayusa</p>			<p>Luego de ser lavada se procede a un secado muy estricto, esto se puede hacer al calor del sol o al horno.</p>

<p>20 minutos</p> <p>↓</p> <p>Espera y control de calidad</p>	<p>Triturado en la maquina</p>			<p>Se toma las hojas secas y se lleva al a máquina trituradora la misma que se encarga de elaborar el té el polvo.</p>
<p>20 minutos</p> <p>↓</p> <p>Espera y control de calidad</p>	<p>Acabados</p>			<p>Se llena las bolsas de papel poroso dejando un hijo afuera de 5 centímetros de largo para sujetar. Y luego se llena las cajas de con sobres cada uno, se coloca la etiqueta en la caja.</p>
<p>5 minutos</p>	<p>Almacenamiento</p>			<p>Una vez lista la materia prima se procede a almacenar en las perchas de la bodega hasta su distribución</p>

Fuente: Investigación Bibliográfica y de campo  
 Autora: Martha Caiza.

#### 4.4.13. Requerimiento de Materia Prima

Tabla 24 Materia Prima

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
3	Hojas de Guayusa (100hojas 0,30 centavos)	0,001	0,003

Fuente: Finca Barrionuevo Segovia  
Autora: Martha Caiza

#### 4.4.14. Requerimiento de Insumos

Tabla 25 Insumos

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
30	Bolsa de Té	0,003	0,09
1	Caja de cartón		0.10
1	Etiqueta		0.11
<b>TOTAL</b>			<b>0,30</b>

Fuente: Aproe Ambato  
Autora: Martha Caiza

#### 4.4.15. Requerimiento de Muebles y Enseres

Tabla 26 Muebles y Enseres

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
2	Muebles de sala de estar	
1	Mueble de recepción	De madera
4	Escritorios para oficinas	con la parte de arriba de vidrio y modernos
4	Sillas de oficina	Girables de color negro
5	Basureros	De 50 cm de color negro plásticos
2	Escobas	Color oscuro

3	Mesas de acero inoxidable	De 3 metros por 2
---	---------------------------	-------------------

Fuente: Investigación de Campo

Autora: Martha Caiza

#### 4.4.16. Requerimiento de herramientas

Tabla 27 Requerimiento de herramientas

CANTIDAD	DETALLE	CARACTERÍSTICAS
5	Cuchillo	Se trata de un cuchillo diseñado por el Coronel Jim Bowie, suele tener una hoja de más de 18 cm y de bastante espesor.
4	Mesas plásticas	Mesas pequeñas poner los recipientes de color blanco, de plástico marca Pica
9	Recipientes	Recipientes medianos para poner en reposo las hojas de guayusa

Fuente: Almacenes Pica

Autora: Martha Caiza

#### 4.4.17. Requerimiento de Equipo

Tabla 28 Requerimiento de Equipo

CANTIDAD	TIPO	CARACTERÍSTICA
5	Equipo de computo	Computadora HP Slimline AMD Athlon II X2 240, 4GB RAM, 500GB Disco Duro, DVD+Rw, Debranded + Monitor LED 20"
2	Impresora	Kodak ESP Office 2170 All-in-One que nos ofrece la posibilidad de imprimir presentaciones, publicidad y documentos con alta calidad, de forma eficiente y a costo razonable, además la Kodak ESP Office 2170 All-in-One

3	Radio grabadora	Disponibilidad: Agotado Modelo: TP-605GU Fabricante: Daewoo
1	Copiadora	Ricoh Aficio 3035, primeras copiadoras en ser introducidas a la venta en el mercado Ecuatoriano, 35 copias por minuto, Sistema Duplex(copia de lado y lado), ADF, Sistema ahorro de energía. Bandeja para 500 hojas cada una. Volumen mensual 80 mil copias. Entrega inmediata. Precio oferta: 1475, hasta agotar stock.
3	Dispensador de Agua	de fiero , color plateado , capacidad un botellón de 25 litros
1	Aire acondicionado	20 Pie/s
1	Manguera de Incendio	Los tanques de almacenamiento del agua tienen que indicar el volumen y el nivel para que la brigada pueda calcular el tiempo de suministro; cuando se instala un tanque de plástico se ubica a más de 15 metros de distancia del edificio para evitar que se derrita.

Fuente: Almacenes la Ganga Puyo

Autora: Martha Caiza

#### 4.4.18. Requerimiento de Maquinaria

Tabla 29 Requerimiento de Maquinaria

CANTIDAD	TIPO	CARACTERÍSTICAS
2	Maquina esterilizadora	Máquina vertical 18L/24L/30L del esterilizador de la autoclave del vapor portable del laboratorio
2	Trituradora industrial	1) 2-in-1 chipper shredder 2) 3-1/2"( 89 mm) astillado de la capacidad 3) 13 hp gasiline del motor, con bajo nivel de aceite de cierre hacia abajo, arranque manual

		<p>4) 2-way piensos: drop- en la tolva plus dedicado astilladora chute</p> <p>5) hss cuchillos picadores</p> <p>6) opcional del enganche de remolque</p>
2	Horno para secar	<p>T<sub>máx</sub> 450 °C, 650 °C ó 850 °C</p> <p>Calentamiento por base, laterales y techo</p> <p>Caja de conducción de aire de acero inoxidable en el horno para una circulación óptima del aire</p> <p>Puerta con apertura hacia la derecha</p> <p>Soporte incluido en el suministro, el modelo N 15/65 HA está disponible como modelo de sobremesa</p> <p>Circulación horizontal de aire</p> <p>Homogeneidad de la temperatura en base a la norma DIN 17052-1 de hasta <math>\Delta T</math> 8 K (modelo N 15/65 HA de hasta <math>\Delta T</math> 14 K)</p> <p>Distribución óptima del aire debido a altas velocidades de caudal</p> <p>El suministro incluye una bandeja insertable y guías para 2 bandejas adicionales (el modelo N 15/65 HA no dispone de bandeja insertable)</p>
1	Maquina selladora	<p>Va cociendo la funda de te luego de haber sido llenada, lleva hilo nailon, etc.</p>
1	Extractor de olores	<p>Extractores de olores extensibles de acero inoxidable.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dimensiones del producto: 595*295*170</li> <li>- 2 filtros de grasa de aluminio</li> <li>- Filtro de carbón</li> <li>- 2 luces 2*25 bajo nivel de ruido.</li> </ul>
1	Detector de humo	<p>Bajo perfil solo 6,03 cm.</p> <p>4 cables.</p> <p>Límite de temperatura de 57,2 ° centígrados.</p> <p>Operación altamente estable, Protección contra</p>

		transitorios/ RF. Dos LED's indicadores incluidos, fuente/ supervisión de sensibilidad/ alarma. Cámara de humo no direccional. Cierre de seguridad anti-vandalismo. Laberinto de humo desmontable para limpieza o reemplazo. La función de la ventana de verificación de sensibilidad, reúne el perfil requerido en la NFPA 72 de inspección, prueba y mantenimiento.
--	--	--

Fuente: Internet

Autora: Martha Caiza

#### 4.4.19. Vehículo

Tabla 30 Vehículo

CANTIDAD	DETALLE	TOTAL
1	Camioneta Toyota doble cabina año 2013	15.000,00

Autora: Martha Caiza

#### 4.4.20. Requerimiento de Mano de Obra

Tabla 31 Personal Administrativo

CARGO	SUELDO	13er	14to	IESS 12,15	TOTAL MENSUL	TOTAL ANUAL
Secretaria financiera	400	33,33	33,33	48,60	515,26	6183,12
Gerente	366	30,5	30,5	44,47	471,47	5657,63

Fuente: Código de trabajo

Autora: Martha Caiza

Tabla 32 Personal de ventas

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>13er</b>	<b>14to</b>	<b>IESS 12,15</b>	<b>TOTAL MENSUL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Representantes de ventas	366	30,5	30,5	44,47	471,47	5657,63

Fuente: Código de trabajo  
 Autora: Martha Caiza

Tabla 33 Personal de producción

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>13er</b>	<b>14to</b>	<b>IESS 12,15</b>	<b>TOTAL MENSUL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Obrero 1	400	33,33	33,33	48,60	515,26	6.183,12
Obrero 2	366	30,5	30,5	44,47	471,47	5657,63

Fuente: Código de trabajo  
 Autora: Martha Caiza

#### 4.4.21. Gastos Indirectos de Fabricación

Tabla 34 Gastos Indirectos de Fabricación

<b>GASTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Luz	12	15	180,00
Agua	12	8	96,00
Teléfono	12	15	180,00
Internet	12	15	180,00
Mantenimiento de maquinaria y local	12	100	1200,00

Registro sanitario	1	104,53	1303,32
<b>TOTAL</b>			3.139,32

Fuente: Investigación de Campo

Autora: Martha Caiza

#### 4.4.22. Precio

El precio del Té se calcula en base a los gastos de fabricación, insumos, materia prima, mano de obra más el porcentaje de utilidad razonable que justifique la inversión y brinde rentabilidad, tomando como ejemplo la competencia.

#### 4.4.23. Cálculo del Precio

Tabla 35 Precio

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Gastos Indirectos de Fabricación	3.139,32	21.280,00	0,15
Insumos			0,30
Materia prima			0,003
Mano de obra	17.498,38	21.280,00	0,82
<b>TOTAL</b>			1,27
Utilidad del 75%			0,95
<b>P.V.P</b>			<b>\$ 2,22</b>

Fuente: Tabla 14, 15, 23, 22

Autora: Martha Caiza

#### **4.4.24. Estudio de Impacto Ambiental**

Las normas a las cuales se va a regir son las que el Ministerio de ambiente regula por la Ley de Prevención y Control de la contaminación ambiental.

El objetivo principal de esta ley es de controlar y prevenir la contaminación ambiental de los recursos como agua, aire y suelo.

Con la promulgación de la Ley de Gestión Ambiental, la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental tiene derogadas varias de sus disposiciones, ya que la Ley de Gestión Ambiental derogó expresamente muchos de sus artículos. Sin embargo, las demás disposiciones se mantienen vigentes pero con las limitaciones propias de una ley expedida hace casi treinta años, que en la práctica no se constituyó en la herramienta más efectiva de lucha contra la contaminación ambiental ya que no resultó funcional. Así por ejemplo se creó el Comité Interinstitucional de Protección Ambiental, el mismo que muy pocas veces se reunió y no pudo constituirse en el órgano rector de estas políticas como pretendía la ley.

Originalmente era el Ministerio de Salud la autoridad competente, en el ámbito nacional, para hacer cumplir sus disposiciones ya que se trataba de una época en que los problemas de contaminación eran atendidos desde una óptica de salud pública, es decir en la medida en que afectaban a la salud de la población más no como un problema que también afecte a la calidad del aire y perjudique en general al medio ambiente. Actualmente, los gobiernos seccionales vienen a convertirse en las autoridades competentes y el Ministerio del Ambiente en los casos que no hay delegación o proceso de descentralización en materia ambiental.

Son supletorias a ésta Ley, el Código de la Salud, la Ley de Aguas, el Código de Policía Marítima y otras leyes que rijan en materia de aire, agua, suelo, flora y fauna. (Corporación de Estudios y Publicación, 2016)

## **Plan de contingencia para reducir el impacto ambiental al crear la empresa**

Al crear una empresa existen muchos factores que afectan a la contaminación del ambiente, motivo por el cual se tiene que realizar un plan de contingencia para reducir el mismo desde de las estrategias son las siguientes.

Reducir el consumo de energía y agua: para que se reduzca se tiene que realizar una evaluación de cómo, cuándo, y quien usa la energía y el agua y en base a eso marcar una serie de pautas para empezar el ahorro, comunicando a toda la empresa que se establecerá este punto de control y ahorro.

Construir posos de sépticos de la empresa para el tratamiento de aguas residuos, esto se realizara en la empresa para no contaminar el aire.

En la parte sin construcción de la empresa se sembrara plantas de sombra para ayudar con el cuidado de nuestro medio ambiente.

### **4.4.25. Permisos a obtener en la creación de la empresa**

Tabla 36 Permisos al crear una empresa

<b>PERMISOS</b>	<b>ENTIDAD</b>	<b>BASE LEGAL</b>
Certificado de Inserción del Proyecto	Ministerio de Medio Ambiente Subsecretaria de calidad ambiental	TULAS LIBRO VI Art 18
Aprobación de los términos de referencia para la evaluación del impacto ambiental y plan de manejo ambiental	Ministerio de Medio Ambiente Subsecretaria de calidad ambiental	TULAS LIBRO VI Art 23
Registro de la licencia	Ministerio de Medio	TULAS LIBRO VI

ambiental	Ambiente  Subsecretaria de calidad ambiental	Art 29
Uso de Aguas	ODEREP Regional Napo	Ley de Agua
Defensa contra las aguas	Consejo Nacional de Recursos Hídricos	Ley de aguas

Fuente: Investigación Bibliográfica

Autora: Martha Caiza

#### **4.4.26. Requisitos para obtener el servicio de ordenamiento**

- ✓ Presentar la solicitud de permiso del municipio
- ✓ Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario
- ✓ Inspección de este departamento de las instalaciones y se seguridades contra incendio
- ✓ El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector.

#### **4.4.27. Lugares afectados al crear la empresa**

**Aire:** Se contamina por los humos y vapor que emana en los procesos de producción la maquinaria.

**Fauna:** Al emanar aire contaminado los animales del bosque se quedan sin hogar.

**Flora:** La flora debido a que la materia prima es de una planta.

#### **4.4.28. Costos del Proyecto**

En el proyecto se establece los siguientes costos.

##### **Costos de producción:**

- ✓ Materia prima
- ✓ Mano de obra directa

- ✓ Mano de obra indirecta
- ✓ Costos de insumo
- ✓ Costo de mantenimiento
- ✓ Costos de depreciación y amortización

**Costo administrativo:**

- ✓ Sueldos del personal administrativo

**Costo de ventas:**

- ✓ Sueldo del representante de ventas

**Costo financiero**

- ✓ Pago de interés más capital del crédito

**4.4.29. Inversión del proyecto**

**4.4.29.1. Inversión fija intangible**

Incluye todos los gastos que se van a utilizar en la realización del proyecto en todas sus fases, se pueden identificar físicamente.

Tabla 37 Inversión fija intangible

<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Gastos de constitución	\$ 400,00
Gastos indirectos de fabricación	\$ 3.139,32
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.539,32</b>

Fuente: Documentos de Constitución

Autora: Martha Caiza

**4.4.29.2. Inversión fija tangible**

Son los bienes reflejados no físicamente en la creación del proyecto.

Tabla 38 Requerimiento de Maquinaria

<b>RUBROS</b>	<b>MONTO</b>
Maquinaria, equipo y herramientas	3.479,00
Mobiliaria	1.117,00
Obras civiles y terreno	29.885,00
Vehículo	15.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 49.311,00</b>

Fuente: tabla 29, 30, 27,28  
 Autora: Martha Caiza

#### 4.4.30. Capital de trabajo

Tabla 39 Capital de trabajo

<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>
Materia prima	63,84
Insumos	6.384,00
Valor de caja	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.447,84</b>

Autora: Martha Caiza

#### 4.4.31. Presupuesto mobiliario

Tabla 40 Presupuesto Mobiliario

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>2</b>	Muebles de sala se espera	\$ 350,00	\$ 700,00

1	Mueble de Recepción	400,00	400,00
4	Escritorios	100,00	400,00
4	Sillas Girables	20,00	80,00
5	Basureros	2,00	10,00
2	Escobas	1,00	2,00
3	Mesas	75,00	225,00
<b>TOTAL</b>			\$ 1.117,00

Fuente: Investigación bibliográfica  
 Autora: Martha Caiza

#### 4.4.32. Presupuesto de herramientas

Tabla 41 Presupuesto de herramientas

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>TOTAL</b>
5	Cuchillos	1,00	5,00
4	Mesas plásticas	15,00	60,00
9	Recipientes	1,00	9,00
<b>TOTAL</b>			74,00

Fuente: Pica  
 Autora: Martha Caiza

#### 4.4.33. Presupuesto de Equipo

Tabla 42 Presupuesto de Equipo

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>TOTAL</b>
5	Equipo de computo	\$ 300,00	\$ 1.500,00
2	Impresoras	80,00	160,00

3	Radios	25,00	75,00
1	Copiadora	100,00	100,00
3	Dispensadores de agua	30,00	90,00
1	Aire acondicionado	50,00	50,00
1	Manguera de incendio	70,00	70,00
<b>TOTAL</b>			\$ 2.045

Fuente: Almacenes la Ganga  
 Autora: Martha Caiza

#### 4.4.34. Presupuesto de Maquinaria

Tabla 43 Presupuesto de Maquinaria

<b>CANTIDAD</b>	<b>TIPO</b>	<b>MONTO</b>	<b>TOTAL</b>
2	Maquina esterilizadora	180,00	\$ 360,00
2	Trituradora industrial	200,00	400,00
2	Horno para secar	150,00	300,00
1	Maquina selladora	140,00	140,00
1	Extractor de olores	60,00	60,00
1	Detector de humo	60,00	60,00
<b>TOTAL</b>			\$ 1.360,00

Fuente: Ecuantes S.A (Ambato)  
 Elaboración: Martha Caiza

#### 4.4.35. Inversión total de proyecto

Tabla 44 Inversión total de proyecto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Inversión tangible	\$ 49.311,00
Inversión intangible	3.539,32
Capital de trabajo	\$ 7.447,84
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 60.298,16</b>

Fuente: Tabla 37, 38,39

Autora: Martha Caiza

#### 4.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

##### 4.5.1. Objetivo

El objetivo principal de este estudio es determinar la figura jurídica de la futura empresa, estableciendo una organización técnica y administrativa.

##### 4.5.2. Aspectos legales de la empresa

En el marco jurídico se tiene que tomar en cuenta las leyes y decretos que se tiene que cumplir en el proceso de elaboración del Té de Guayusa, con el proceso operativo como son:

- ✓ Toda la maquinaria del proceso de producción tiene que contar con el permiso de operación sanitaria otorgado por el Ministerio de Salud Pública.
- ✓ Se tiene que cumplir con la ley, sobre la protección, conservación y recuperación del medio ambiente.
- ✓ Se tiene que cumplir con el decreto ejecutivo sobre los requisitos sanitarios a operar.
- ✓ Todos los aspectos legales que se implementara en la empresa en el sector Agroindustrial serán mediante unas Compañía de Economía Mixta de acuerdo a los requisitos establecidos de la ley de Economía de Noviembre de 1999 son los siguientes:

#### 4.5.2.1. *Nombre*

Se denominara a la Empresa con el nombre social de “Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té CEM” Compañía de Economía Mixta; ubicada en el Cantón Carlos Julio Arosemena Tola, de la Provincia de Napo.

#### 4.5.2.2. *Socios y Capital Social*

La empresa de Té de Guayusa “Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té CEM”, será una Compañía de Economía Mixta, que surge como un proyecto por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Carlos Julio Arosemena Tola.

La Compañía de Economía Mixta estará constituida por cuatro socios, los cuales aportaran un capital social detallado en la siguiente tabla.

Tabla 45 Cuadro de Aportaciones

<b>SOCIOS</b>	<b>APORTE</b>	<b>APORTE DE CAPITAL</b>
GADM C.J. Arosemena Tola	Terreno Construcción Vehículo	\$ 44.715,00
Socio 2	Maquinaria. Muebles y Enseres. Equipo de Cómputo. Equipo de Oficina.	\$ 4.596,00
Socio 3	Gastos de Constitución. Registro sanitario.	\$ 3.539,32

	Gastos de puesto en Marcha.( Inversión intangible)	
Socio 4	Donación económica en efectivo para Capital de trabajo	\$ 7.447,84
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 60.298,16</b>

Fuente: Investigación bibliográfica  
 Autora: Martha Caiza

El capital de la Compañía estará formado por las aportaciones de los socios, quedaran suscritos y pagados en su totalidad. .

#### **4.5.2.3. Base legal**

La base legal de la empresa se registrá bajo las disposiciones establecidas por:

- ✓ Ley de compañías
- ✓ Código de trabajo
- ✓ Código mercantil
- ✓ Código tributario

#### **4.5.2.4. Trámites para la constitución legal**

#### **4.5.3. Análisis Organizacional**

Se presenta un análisis de los aspectos organizacionales y administrativos de la empresa que regirán la estructura organizativa de la empresa. A continuación se presenta los puntos fundamentales dentro de la empresa.

- ✓ Misión

- ✓ Visión
- ✓ Objetivos
- ✓ Políticas

#### **4.5.3.1. Misión**

Empresa Procesadora y Comercializadora Guayusa Té CEM. Somos una empresa con fines de contribución y desarrollo económico productivo, con procesos técnicos para obtención del producto final, aportando al crecimiento de la matriz productiva.

#### **4.5.3.2. Visión**

Empresa Procesadora y Comercializadora Guayusa Té CEM, será una empresa alimenticia líder en el mercado provincial y nacional, que aportará al desarrollo de los habitantes de la región, elaborando un producto con estándares de calidad.

#### **4.5.3.3. Objetivo general**

Elaborar Té de Guayusa Natural de calidad a través de una buena alimentación y manejo adecuado por Empresa Procesadora y Comercializadora Guayusa Té CEM, mediante un canal de comercialización.

#### **4.5.3.4. Políticas**

- ✓ Preservar todas las condiciones de sanidad de la producción
- ✓ Soportar los procesos y actividades de la organización, implementando un sistema de información claro y preciso.
- ✓ Utilizar los implementos de seguridad industrial antes de usar la maquinaria y herramientas como son: gafas, guantes, mascarillas para evitar todo tipo de accidentes.

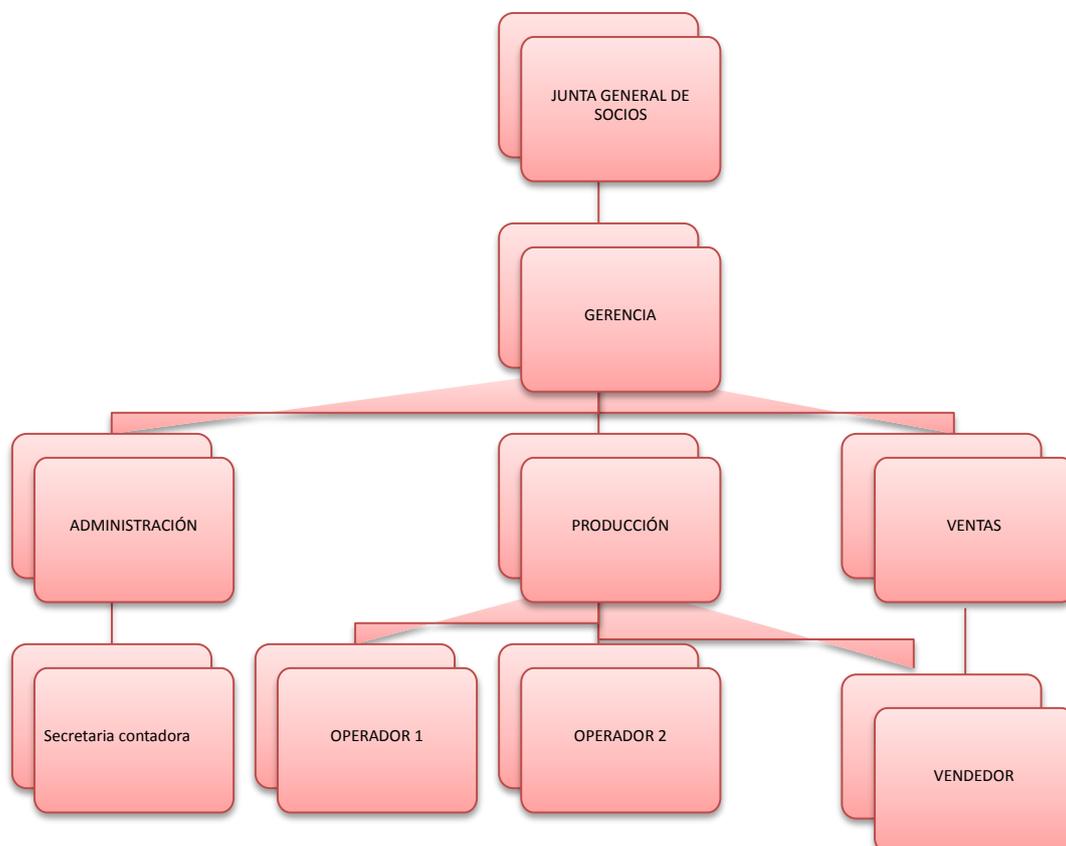
#### 4.5.3.5. Valores

- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Mejoramiento continuo
- ✓ Atención al cliente
- ✓ Honestidad
- ✓ Ética
- ✓ Calidad

#### 4.5.4. Organigrama estructural

A continuación se presenta la siguiente presentación gráfica del funcionamiento de la empresa.

Gráfico: 30 Organigrama de la empresa



Fuente: Investigación bibliográfica  
Autora: Martha Caiza

#### **4.5.4.1. Manual de funciones**

**Cargo:** Gerente

##### **Requisitos Mínimos**

- ✓ Experiencia de 3 años en cargos similares jerarquía en el área gerencial
- ✓ Título profesional en Administración de Empresas, Comercial, Finanzas o afines

##### **Requisitos adicionales:**

- ✓ Cualidades de liderazgo
- ✓ Habilidades para dirigir equipos de trabajo
- ✓ Habilidades de negociación
- ✓ Conocimiento de mercados

##### **Funciones**

- ✓ Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente y responder ante los accionistas por su gestión administrativa.
- ✓ Dirigir la gestión técnica administrativa y financiera de la empresa.
- ✓ Formular los proyectos de reglamento de la empresa y someterlos al conocimiento y aprobación de los accionistas.
- ✓ Elaborar la proforma de presupuesto anual de la empresa y someterlo al trámite correspondiente.
- ✓ Administrar los servicios de la empresa, realizar toda clase de actos y contratos con sujeción a las leyes y reglamentos vigentes.
- ✓ Nombrar y renombrar personal administrativo y técnico de acuerdo a las necesidades y requerimiento de la empresa.
- ✓ Cumplir con las demás obligaciones que consten en las ordenanzas y leyes vigentes, así como las que le asignen los accionistas.

**Cargo:** Secretaria

**Requisitos mínimos**

- ✓ Título de secretaria ejecutiva

**Requisitos adicionales**

- ✓ Dos años de experiencia en actividades a fines.
- ✓ Poseer muy buenas relaciones humanas
- ✓ Habilidades de negociación
- ✓ Facilidad para establecer relaciones interpersonales

**Funciones**

- ✓ Recibir y despachar la correspondencia de la gerencia.
- ✓ Coordinar las actividades de secretaria, trámites administrativas, y archivo con las dependencias de la empresa.
- ✓ Atender por personal de la empresa y público en general.
- ✓ Preparar, transcribir y enviar documentos y correspondencia de la gerencia.
- ✓ Mantener los fondos de caja chica de la gerencia
- ✓ Dar información personal o telefónica sobre trámites administrativos y conocer citas de gerencia
- ✓ Realizar un seguimiento a actividades administrativas asignadas por su feje inmediato.

**Cargo:** Representante de ventas

**Requisitos mínimos**

- ✓ Experiencia mínima de 1 año en cargos de similar jerarquía en el área comercial operativa.
- ✓ Tener título profesional a fines.

**Requisitos adicionales**

- ✓ Cualidades de liderazgo
- ✓ Habilidad para dirigir equipos de trabajo
- ✓ Habilidades de negociación
- ✓ Facilidad para establecer relaciones interpersonales

### **Funciones**

- ✓ Dirigir el manejo operativo de la empresa.
- ✓ Dirigir operativos de control interno de las actividades que se desarrollan en la empresa.
- ✓ Difundir e instruir a todo el personal sobre normas, reglamentos, y manuales para el correcto funcionamiento de la empresa.
- ✓ Planificar operativos permanentes de visita a los clientes para supervisar el trabajo de los representantes de ventas.

**Cargo:** Contador

### **Requisitos mínimos**

- ✓ Título profesional de C.P.A, de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados.

### **Requisitos adicionales**

- ✓ Experiencia de dos años en labores de contabilidad.
- ✓ Acreditar experiencia en manejo personal.
- ✓ Poseer buenas relaciones humanas.

### **Funciones**

- ✓ Diseñar, implementar y mantener el sistema de contabilidad.
- ✓ Presentar estados financieros mensuales, dentro de los cinco primeros días del siguiente mes.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales y las políticas y normas técnicas de contabilidad.

- ✓ Establecer procedimientos para elaborar o ejecutar el presupuesto así como reformar cambios.
- ✓ Asegurar el control previo sobre los ingresos, compromisos y pagos.
- ✓ Contabilizar y recaudar el dinero reportado por los representantes de ventas, por concepto de las ventas registradas en la empresa.
- ✓ Elaborar los roles de pago del todo el personal de la empresa.

**Cargo:** obreros

**Requisitos mínimos**

- ✓ Ser bachiller.

**Requisitos adicionales**

- ✓ Tener cuidados de aseo.
- ✓ Tener conocimientos de seguridad ocupacional.
- ✓ Saber sobre el proceso de producción de Té.

**Funciones**

- ✓ Realizar todos los procesos de producción.
- ✓ Mantener al área de producción en perfecto estado.
- ✓ Empacar y sellar el producto correctamente.

**4.5.5. Trámites para la constitución legal**

Tabla 46 Trámites para la constitución legal

N°	ACTIVIDAD	PROYECTO
1	Se realiza la aprobación de la Compañía Mixta, para lo cual se presenta documentación con un abogado a la Superintendencia de Compañías, mismo que verifica que si no existe otra denominación similar.	“EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA GUAYUSA TÉ CEM”

2	Se tiene que elaborar la minuta que contiene los Estatutos que han de regir los destinos de la Compañía, trámite que se realiza con un abogado	
3	Aprobación de los Estatutos por parte del departamento de compañía en nombre de Economía Mixta.	Compañía Limitada Ley de Compañías Art 92
4	Se apertura una cuenta de integración del capital en una entidad financiera de la localidad donde estará ubicada la empresa.	Cooperativa de Ahorro y Crédito TENA Ltda. Agencia Arosemena Tola.
5	Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevan la Escritura Pública ante un notario, con firmas de los socios fundadores.	Notario de Arosemena Tola
6	Se realiza el ingreso de la Escritura a la superintendencia de compañías para la obtención de la resolución de aprobación de la compañía.	
7	Se publicará un extracto de la escritura por una sola vez, en un medio de comunicación de la localidad.	EL OBSERVADOR AMAZÓNICO
8	Se tiene que inscribir la escritura de constitución de la compañía en el registro mercantil.	
9	Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), en el servicio de rentas internas del Ministerio de Finanzas.	Servicio de Rentas Internas
10	Elección de la Junta de la empresa, determinar gerente y presidente.	
11	Inscripción de la directiva en el Registro Mercantil	

Fuente: Investigación Bibliográfica  
Autora: Martha Caiza

#### 4.5.6. Leyes y reglamentos que rigen en el funcionamiento de una empresa.

Tabla 47 Leyes y reglamentos que rigen en el funcionamiento de una empresa.

N°	LEYES	ACTIVIDAD
1	Ley de Régimen Tributaria Interna	Esta encargada de normar la inversión, reinversión el ahorro y su destino para el desarrollo nacional.
2	Ley de Compañías	Es la encargada de normar el proceso bajo el cual se genera o constituye un compañía y sus actividades económicas.
3	Código de Trabajo	Encargada de normar la responsabilidad que tiene la empresa o el empleador con sus empleados o trabajadores bajo el fiel cumplimiento de la remuneración.
4	Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	Ventajas tributarias con exoneración del impuesto a la renta. CFN.
5	Ley Fomento Industrial	Ventajas y beneficios otorgados por el gobierno. CFN.

Fuente: Investigación bibliográfica  
Autora: Martha Caiza

#### 4.5.7. Entes de Regulación

Tabla 48 Entes de regulación

N°	LEYES	ACTIVIDAD
1	Ministerio del Ambiente	Este encargado de delimitar y administrar el área forestal y las áreas naturales y de vida silvestres

		pertenecientes al Estado.
2	Servicio de Rentas Internas	Norma el sistema tributario que las empresas están obligadas a cumplir.
3	Superintendencia de Compañías	Norma el correcto funcionamiento de las empresas constituidas en el Ecuador.

Fuente: Investigación bibliográfica  
 Autora: Martha Caiza

#### 4.5.8. Plan de Mercadeo

El objetivo principal de este plan de mercadeo es planear estrategias para llegar a los posibles clientes.

#### 4.5.9. Mercado meta

Es necesario presentar el producto ofertante, el cual va dirigido al mercado de la provincia de Napo, se tiene q tomar en cuenta los puntos importantes como son:

- ✓ Producto
- ✓ Plaza
- ✓ Promoción
- ✓ Precio

#### 4.5.10. Estrategias de Mercadeo

**Publicidad Push:** Se pasara por la radio RVT de la localidad cuatro veces al día a las 18:00.

**Promoción en ventas:** La Promoción será a través de trípticos que se entregará el día de la presentación de la empresa.

**Ventas Directas:** Se ofrecerá a los clientes el servicio de post venta, en relación al beneficio del producto.

#### 4.5.11. Plaza Canales de Distribución

Nuestro producto será comercializado mediante distribuidores intermediarios o compra directa por los cuales llegara el producto a los consumidores finales.

##### 4.5.11.1. Servicio pre y post venta.

- ✓ Fácil acceso de personas y vehículos que deseen visitar la empresa.
- ✓ Establecer acuerdos con instituciones públicas y privadas.
- ✓ Dar seguimiento de los beneficios del producto a nuestros clientes.

##### 4.5.11.2. Mix de comunicación

Los instrumentos de comunicación a utilizar serán los siguientes:

- ✓ Publicidad y promoción.
- ✓ Vallas
- ✓ Afiches
- ✓ Trípticos
- ✓ Prensa

#### 4.5.12. Presupuesto de Estrategias

Tabla 49 Presupuesto de estrategias de mercadeo

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>FRECUENCIA ANUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Publicidad en radio TVR (Push)	20,00	5	\$ 100,00
Afiches promoción en venta ( Pull)	30,00	4	120,00
Venta Directa	30,00	6	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$400,00</b>

Fuente: Investigación bibliográfica  
Autora: Martha Caiza

**Publicidad en radio TVR (Push):** Se atizará un guion de publicidad en la radio

“Guayuté natural”

“Guayusa Té”

Té de guayusa para tu paladar, nuevo producto que está a disposición en la Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té CEM.

¡Pruébalo te va a encantar!

Listo para tu taza de té.

**Promoción en ventas pull:** Para la promoción en ventas se utilizará camisetas, carpetas y vasos con la marca y slogan de la empresa.

Gráfico: 31 Camisetas de promoción



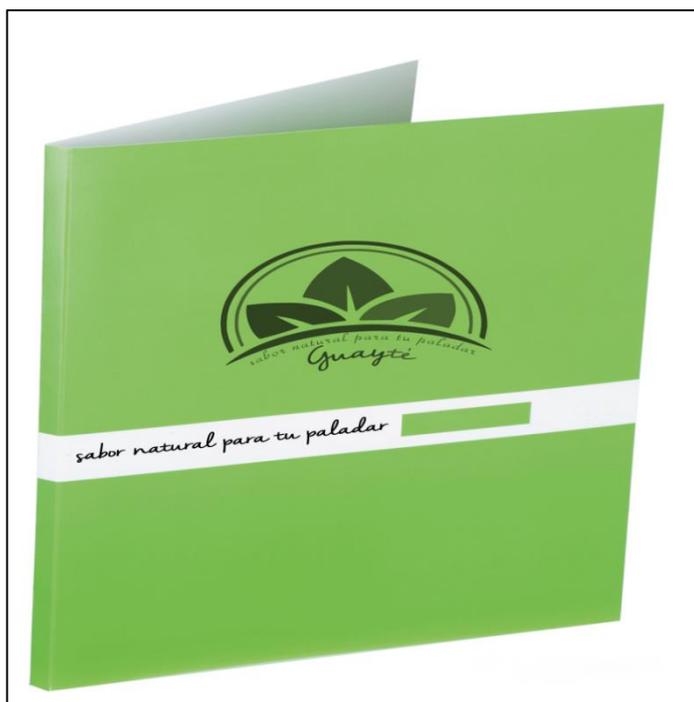
Autora: Martha Caiza

Gráfico: 32 Esferos de promoción



Autora: Martha Caiza

Gráfico: 33 Carpetas de promoción



Autora: Martha Caiza

**Promoción en ventas:** En el momento de la compra se otorgará afiches para ubicar en las tiendas de los clientes.

Gráfico: 34 Afiche para la venta directa



Autora: Martha Caiza

#### 4.6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El objetivo principal es el estudio económico financiero y de esta manera se pueda determinar los ingresos y egresos del proyecto, buscar fuentes de financiamiento necesario para la ejecución del proyecto.

##### 4.6.1. Inversión fija tangible

Son todos aquellos bienes que se utilizan en el proceso de producción e insumos que sirven hasta llegar al producto final. Los activos tangibles se refieren al terreno, edificios, maquinaria, equipo mobiliario etc.

##### 4.6.2. Egresos

###### 4.6.2.1. Costos de producción

Tabla 50 Costos de Producción

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Materia prima	\$ 63,84
Insumos	6.384,00
Gastos indirectos de fabricación	3.139,32

Mano de obra obreros	17,498,38
<b>TOTAL.</b>	<b>\$ 27,085,54</b>

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.1.1. Costos de Administración

Tabla 51 Costo de Administración

<b>COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Sueldo de Gerente	\$ 6.183,12
Secretaria contadora	\$ 5657,63
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.840,75</b>

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.1.2. Costo de ventas

Tabla 52 Costo de ventas

<b>COSTOS DE VENTAS</b>	<b>VALOR</b>
Representante de ventas	\$ 5.657,63
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.657,63</b>

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.2. Proyección de egresos

Tabla 53 Proyección de costos de producción

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO</b>
2016	21.427,91
2017	22.150,03
2018	22.896,49
2019	23.668,10
2020	24.465,71
2021	25.290,21
2022	26.142,49

2023	27.023,49
2024	27.934,18
2025	28.875,56

Autora: Martha Caiza

Tabla 54 Proyección de costos de administración

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO</b>
2016	11.840,75
2017	12.002,97
2018	12.167,41
2019	12.334,10
2020	12.503,08
2021	12.674,37
2022	12.848,01
2023	13.024,03
2024	13.202,46
2025	13.383,33

Autora: Martha Caiza

Tabla 55 Proyección de Costo de Ventas

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO</b>
2016	5.657,63
2017	5.735,14
2018	5.813,71
2019	5.893,36
2020	5.974,10
2021	6.055,94
2022	6.138,91
2023	6.223,01
2024	6.308,27
2025	6.394,69

Autora: Martha Caiza

Tabla 56 Proyección de la materia prima

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
2016	0,003	21.280,00	63,84
2017	0,003	21.997,14	68,22
2018	0,003	22.738,44	72,89
2019	0,003	23.504,72	77,89
2020	0,003	24.296,83	83,22
2021	0,004	25.115,64	88,93
2022	0,004	25.962,03	95,02
2023	0,004	26.836,95	101,54
2024	0,004	27.741,36	108,49
2025	0,004	28.676,24	115,93

Autora: Martha Caiza

Tabla 57 Proyección de insumos

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
2016	0,3	21.280,00	6.384,00
2017	0,31	21.997,14	6.821,53
2018	0,32	22.738,44	7.289,05
2019	0,33	23.504,72	7.788,61
2020	0,34	24.296,83	8.322,41
2021	0,35	25.115,64	8.892,79
2022	0,37	25.962,03	9.502,26
2023	0,38	26.836,95	10.153,51
2024	0,39	27.741,36	10.849,39
2025	0,40	28.676,24	11.592,96

Autora: Martha Caiza

Tabla 58 Proyección de costos indirectos de fabricación

<b>AÑOS</b>	<b>MENSUAL</b>
2016	3.139,32
2017	3.182,33
2018	3.225,93

2019	3.270,12
2020	3.314,92
2021	3.360,34
2022	3.406,37
2023	3.453,04
2024	3.500,35
2025	3.548,30

Autora: Martha Caiza

Tabla 59 Proyección de gastos de publicidad

<b>AÑOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
2016	400,00	4.800,00
2017	405,48	4.865,76
2018	411,04	4.932,42
2019	416,67	5.000,00
2020	422,37	5.068,50
2021	428,16	5.137,93
2022	434,03	5.208,32
2023	439,97	5.279,68
2024	446,00	5.352,01
2025	452,11	5.425,33

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.3. Ingresos

Tabla 60 Ingresos

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
2016	2,22	21.280,00	47.241,60
2017	2,29	21.997,14	50.479,34
2018	2,37	22.738,44	53.938,97
2019	2,45	23.504,72	57.635,72
2020	2,53	24.296,83	61.585,82

2021	2,62	25.115,64	65.806,65
2022	2,71	25.962,03	70.316,75
2023	2,80	26.836,95	75.135,96
2024	2,89	27.741,36	80.285,45
2025	2,99	28.676,24	85.787,87

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.4. Calculo de la depreciación

Tabla 61 Calculo de la depreciación

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑOS
Edificio	\$ 22.365,00	\$ 1.118,25	20
Maquinaria	1360	\$ 136,00	10
Muebles y enseres	1117	\$ 111,70	10
Equipo de computo	2045	\$ 681,67	3
Vehículo	15.000,00	\$ 3.000,00	5
<b>TOTAL</b>		5.047,62	

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.5. Estados financieros

Tabla 62 Estado de Situación Inicial

<b>“Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té CEM”</b>			
<b>ESTADO DE SITUACION INICIAL</b>			
<b>AL 1 DE ENERO DE 2017</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>CORRIENTE</b>			
Caja	1.000,00		
Inventario MP	63,84		

Inventario Insumos	6.384,00		
		<b>TOTAL PASIVO</b>	
<b>NO CORRIENTE</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Edificio	22.365,00	Capital	60.298,16
Terreno	7.350,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	60.298,16
Maquinaria y Equipo	1.434,00		
Muebles y Enseres	1.117,00		
Vehículo	15.000,00		
Equipo de Computo	2.045,00		
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
Gastos Indirectos de Fabricación	3.139,32		
Gastos de Constitución	400,00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>60.298,16</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>60.298,16</b>
<b>GERENTE</b>		<b>CONTADOR</b>	

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.5.1. Estado de costos de producción

Tabla 63 Estado de costos de producción

<b>“Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té CEM”</b>			
<b>ESTADO COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015</b>			
Inventario Inicial Materia Prima	63,84		
Compra de MPD			
Devolución MPD			
<b>Materia Prima Disponible</b>			63,84
<b>Mano de Obra</b>			11.840,75
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>			9.523,32
Inventario Inicial Materia Prima Indirecta	6.384,00		
Compra de MPI			
<b>Materia Prima Indirecta Disponible</b>		6.384,00	

<b>Gastos Indirectos</b>		3.139,32	
Agua	96,00		
Luz	180,00		
Teléfono	180,00		
Internet	180,00		
Registro sanitario	1.303,32		
Mantenimiento	1.200,00		
<b>COSTO ANTES PRODUCTOS EN PROCESO</b>			<b>21.427,91</b>
Inventario Inicial Productos en Proceso			
Inventario Final Productos en Proceso			
<b>COSTO ANTES PRODUCTOS TERMINADOS</b>			<b>21.427,91</b>
Inventario Inicial Productos Terminados			
Inventario Final Productos Terminados			
<b>COSTO PRODUCCIÓN</b>			<b>21.427,91</b>
<b>GERENTE</b>			<b>CONTADOR</b>

Autora: Martha Caiza

4.2.5.2. Estado de Resultados

Tabla 64 Estado de Resultados

<b>“Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té CEM”</b>											
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>											
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016</b>											
<b>INGRESOS</b>											
Ventas	47.241,60	48.833,64	50.479,34	52.180,49	53.938,97	55.756,72	57.635,72	59.578,04	61.585,82	63.661,26	65.806,65
Costos de producción	27.085,54	27.998,32	28.941,87	29.917,21	30.925,42	31.967,60	33.044,91	34.158,53	35.309,67	36.499,60	37.729,64
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	20.156,06	20.835,32	21.537,47	22.263,28	23.013,55	23.789,11	24.590,80	25.419,51	26.276,15	27.161,66	28.077,01
<b>GASTOS</b>											
Gastos Administrativos	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00
Gastos de publicidad	400,00	413,48	427,41	441,82	456,71	472,10	488,01	504,45	521,45	539,03	557,19
Gastos de depreciación	504,76	504,76	504,76	436,59	436,59	136,59	136,59	136,59	136,59	136,59	136,59
Gastos de amortización	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	7.371,30	8.037,08	8.725,30	9.504,87	10.240,26	11.300,42	12.086,21	12.898,47	13.738,11	14.606,04	15.503,22
15% DE Trabajadores	1.105,70	1.205,56	1.308,79	1.425,73	1.536,04	1.695,06	1.812,93	1.934,77	2.060,72	2.190,91	2.325,48
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	6.265,61	6.831,52	7.416,50	8.079,14	8.704,22	9.605,36	10.273,28	10.963,70	11.677,39	12.415,14	13.177,74
22% IMP. RENTA	1.378,43	1.502,93	1.631,63	1.777,41	1.914,93	2.113,18	2.260,12	2.412,01	2.569,03	2.731,33	2.899,10
<b>PERDIDA/ UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	4.887,17	5.328,58	5.784,87	6.301,73	6.789,29	7.492,18	8.013,15	8.551,69	9.108,37	9.683,81	10.278,64

Autora: Martha Caiza

4.2.5.3. *Estado de situación final*

Tabla 65 Estado de Situación final

<b>“Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té CEM”</b>			
<b>ESTADO DE SITUACION FINAL</b>			
<b>AL 1 DE ENERO DE 2017</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>CORRIENTE</b>			
Caja	1.000,00		
		<b>TOTAL PASIVO</b>	
<b>NO CORRIENTE</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Edificio	22.365,00	Capital	47.626,54
Depreciación de edificio	1.118,25	Utilidad/ Perdida del ejercicio	1.136,16
Terreno	7.350,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>48.762,70</b>
Maquinaria y Equipo	1.434,00		
Depreciación de maquinaria y equipo	136,00		
Muebles y Enseres	1.117,00		
Depreciación de Muebles y Enseres	111,70		
Vehículo	15000		
Depreciación de Vehículo	3.000,00		
Equipo de Computo	2.045,00		
Depreciación de equipo de computo	681,67		
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
Gastos Indirectos de Fabricación	3.139,32		
Gastos de Constitución	400,00		
Amortización	40,00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>48.762,70</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>48.762,70</b>
<b>GERENTE</b>		<b>CONTADOR</b>	

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.6. Evaluación del proyecto

Evaluar un proyecto de inversión es medir un valor, económico, financiero o social a través de indicadores de evaluación, con los cuales se determina la alternativa viable y óptima de inversión, previo a la toma de decisiones respecto a la ejecución del proyecto. El proceso de evaluación de proyectos se realiza a través de indicadores de evaluación, cuyos resultados permiten tomar las siguientes alternativas de decisión:

- ✓ Aceptar o rechazar un proyecto.
- ✓ Elegir una alternativa óptima de inversión, cuando los proyectos son mutuamente excluyentes.
- ✓ Postergar la ejecución del proyecto, cuando existen racionamiento de capitales para su implementación.

La evaluación de proyectos se inicia con la verificación de presupuestos de costos y cuadros auxiliares de gastos e ingresos por su tasa de descuento en el horizonte del planteamiento; finaliza con las alternativas de inversión, en base a los siguientes indicadores:

- ✓ Valor actual neto (VAN)
- ✓ Tasa interna retorno (TIR)
- ✓ Factor beneficio costo ( B/C)

Cuando se acepta un proyecto:

- ✓ VAN mayor 0; Los beneficios proyectados son mayores a sus costos.
- ✓ TIR mayor 1; La tasa interna de retorno es superior a la tasa bancaria o corriente.
- ✓ B/C mayor 1; Los beneficios generados por el proyecto son mayores a los costos incurridos en la implementación. (Morales, 2013)

**4.2.6.1. Flujo de fondos Netos**

Tabla 66 Flujo de fondos netos

<b>“Empresa Productora y Comercializadora Guayusa Té CEM”</b>											
<b>FLUJO DE FONDOS NETOS</b>											
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016</b>											
<b>INGRESOS</b>											
Ventas	47.241,60	48.833,64	50.479,34	52.180,49	53.938,97	55.756,72	57.635,72	59.578,04	61.585,82	63.661,26	65.806,65
Costos de producción	27.085,54	27.998,32	28.941,87	29.917,21	30.925,42	31.967,60	33.044,91	34.158,53	35.309,67	36.499,60	37.729,64
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>20.156,06</b>	<b>20.835,32</b>	<b>21.537,47</b>	<b>22.263,28</b>	<b>23.013,55</b>	<b>23.789,11</b>	<b>24.590,80</b>	<b>25.419,51</b>	<b>26.276,15</b>	<b>27.161,66</b>	<b>28.077,01</b>
<b>GASTOS</b>											
Gastos Administrativos	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00	11.840,00
Gastos de publicidad	400,00	413,48	427,41	441,82	456,71	472,10	488,01	504,45	521,45	539,03	557,19
Gastos de depreciación	504,76	504,76	504,76	436,59	436,59	136,59	136,59	136,59	136,59	136,59	136,59
Gastos de amortización	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>8.460,82</b>	<b>9.126,60</b>	<b>9.814,82</b>	<b>10.458,05</b>	<b>11.193,44</b>	<b>11.653,60</b>	<b>12.439,39</b>	<b>13.251,65</b>	<b>14.091,29</b>	<b>14.959,22</b>	<b>15.856,40</b>
15% DE Trabajadores	1.269,12	1.368,99	1.472,22	1.568,71	1.679,02	1.748,04	1.865,91	1.987,75	2.113,69	2.243,88	2.378,46
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>7.191,70</b>	<b>7.757,61</b>	<b>8.342,59</b>	<b>8.889,35</b>	<b>9.514,42</b>	<b>9.905,56</b>	<b>10.573,48</b>	<b>11.263,90</b>	<b>11.977,60</b>	<b>12.715,34</b>	<b>13.477,94</b>
22% IMP. RENTA	1.582,17	1.706,67	1.835,37	1.955,66	2.093,17	2.179,22	2.326,17	2.478,06	2.635,07	2.797,37	2.965,15
<b>PERDIDA/ UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>5.609,52</b>	<b>6.050,94</b>	<b>6.507,22</b>	<b>6.933,69</b>	<b>7.421,25</b>	<b>7.726,34</b>	<b>8.247,31</b>	<b>8.785,84</b>	<b>9.342,52</b>	<b>9.917,96</b>	<b>10.512,80</b>

Autora: Martha Caiza

#### 4.2.7. Valor actual neto

Conocido también como valor presente neto y se define como la sumatoria de los flujos netos de caja actualizados menos la inversión inicial. (Morales, 2013)

Ecuación 3 Valor Actual Neto

$$VAN = \sum x = - I_0 \frac{FN}{(1+i)^n}$$

**Dónde:**

**VAN:** Valor actual neto

**FN:** Flujo de fondos

**I:** Tasa de interés

**N:** Número de años del proyecto

**IO:** Inversión Inicial

$$VAN_1 = -IO + \frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \frac{FN_3}{(1+i)^3} + \frac{FN_4}{(1+i)^4} + \frac{FN_5}{(1+i)^5}$$

**VAN:** Valor actual neto

**I:** 10 % Banco del pacifico

**N:** 10 años

**IO:** 60.298,16

$$VAN_1 = -60.298,16 + \frac{5.609,52}{(1+i)^1} + \frac{6.050,94}{(1+i)^2} + \frac{6.507,22}{(1+i)^3} + \frac{6.933,69}{(1+i)^4} + \frac{7.421,25}{(1+i)^5} + \frac{7.726,34}{(1+i)^6} + \frac{8.247,31}{(1+i)^7} + \frac{8.785,84}{(1+i)^8} + \frac{9.917,96}{(1+i)^9} + \frac{10.512,80}{(1+i)^{10}}$$

$$VAN_1 = -60.298,16 + \frac{5.609,52}{(1+0,10)^1} + \frac{6.050,94}{(1+0,10)^2} + \frac{6.507,22}{(1+0,10)^3} + \frac{6.933,69}{(1+0,10)^4} + \frac{7.421,25}{(1+0,10)^5} + \frac{7.726,34}{(1+0,10)^6} + \frac{8.247,31}{(1+0,10)^7} + \frac{8.785,84}{(1+0,10)^8} + \frac{9.917,96}{(1+0,10)^9} + \frac{10.512,80}{(1+0,10)^{10}}$$

$$VAN_1 = -60.298,16 + 5.099,84 + 5.000,78 + 4.888,97 + 4735,80 + 4.608,01 + 4.361,32 + 4.232,17 + 4.098,66 + 4.206,18 + 4.053,14$$

$$VAN_1 = -60.298,16 + 45.284,87$$

$$VAN_1 = -15.013,29$$

**VAN:** Valor actual neto

**I:** 13% Cooperativa de Ahorro y Crédito Pastaza

**N:** 10 años

**IO:** 60.298,16

$$VAN_2 = -60.298,16 + \frac{5.609,52}{(1+i)^1} + \frac{6.050,94}{(1+i)^2} + \frac{6.507,22}{(1+i)^3} + \frac{6.933,69}{(1+i)^4} + \frac{7.421,25}{(1+i)^5} + \frac{7.726,34}{(1+i)^6} + \frac{8.247,31}{(1+i)^7} + \frac{8.785,84}{(1+i)^8} + \frac{9.917,96}{(1+i)^9} + \frac{10.512,80}{(1+i)^{10}}$$

$$VAN_2 = -60.298,16 + \frac{5.609,52}{(1+0,13)^1} + \frac{6.050,94}{(1+0,13)^2} + \frac{6.507,22}{(1+0,13)^3} + \frac{6.933,69}{(1+0,13)^4} + \frac{7.421,25}{(1+0,13)^5} + \frac{7.726,34}{(1+0,13)^6} + \frac{8.247,31}{(1+0,13)^7} + \frac{8.785,84}{(1+0,13)^8} + \frac{9.917,96}{(1+0,13)^9} + \frac{10.512,80}{(1+0,13)^{10}}$$

$$VAN_2 = -60.298,16 + 4.964,17 + 4.738,00 + 4.509,83 + 4.252,56 + 4.027,96 + 3.711,10 + 3.505,60 + 3.304,88 + 3.301,53 + 3.096,94$$

$$VAN_2 = -60.298,16 + 39.413,34$$

$$VAN_2 = -20.884,42 * (-1)$$

$$VAN_2 = 20.884,42$$

#### 4.2.8. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno es la que nos indica al inversionista de la empresa la tasa de interés máxima a la que se debe contraer la inversión, para prevenir los futuros problemas.

Ecuación 4 Tasa Interna de Retorno

$$TIR = i_2 + (i_2 - i_1) \left[ \frac{VAN 1}{VAN 1 + VAN 2} \right]$$

**Dónde:**

**TIR:** Tasa interna de retorno.

**I2:** Tasa de actualización del último VAN positivo.

**I1:** Tasa de actualización del primer VAN negativo.

**VAN1:** Valor actual neto obtenido con i1

**VAN2:** Valor actual neto obtenido con i2

**TIR:** Tasa interna de retorno.

**I1:** 13%

**I2:** 10%

**VAN1:** - 15.013,29

**VAN2:** 20.884,12

$$TIR = 0,10 + (0,10 - 0,13) \left[ \frac{20.884,12}{20.884,12 + (-15.013,29)} \right]$$

$$TIR = 0,10 + (-0,03) \cdot \frac{20.884,12}{20.884,125.870,83}$$

$$TIR = 0,10 + (-0,03) * (3.557268734)$$

$$TIR = 0,10 + 0,106718062$$

$$TIR = 0,20 * 100\% = 20\%$$

#### 4.2.9. Relación beneficio costo

La relación beneficio costo sirve para verificar la productividad en relación a cada dólar de inversión.

Ecuación 5 Relación beneficio costo

$$RBC = \frac{\text{Sumatoria de ventas netas} + \text{valor actual neto}}{\text{Inversion Inicial}}$$

$$RBC = \frac{47.241,60 + 45.284,87}{60.298,16}$$

$$RBC = 1,53 \text{ centavos}$$

Por cada dólar de inversión obtenemos una ganancia 0,53 centavos

$$RBC = \frac{47.241,60 + 39.413,34}{60.298,16}$$

$$RBC = 1,43 \text{ centavos}$$

Por cada dólar de inversión obtenemos una ganancia de 0,43 centavos

#### 4.2.10. Periodo de recuperación de capital

Es aquel que mide el tiempo que se va a realizar la recuperación de la inversión inicial.

Tabla 67 Periodo de recuperación de capital

Años	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Flujos de fondos	60.29 8,37	6.050, 94	6.507, 22	6.933, 69	7.421, 25	7.726, 34	8.247, 31	8.78 5,84	9.34 2,52	9.917, 96	10.51 2,80
Flujo de fondos acumulado	- 60.29 8,37	- 54.24 7,43	- 47.74 0,21	- 40.80 6,52	- 33.38 5,27	- 25.65 8,93	- 17.41 1,62	- 8.62 5,78	716, 75	10.63 4,71	21.14 7,51
% de Recuperación		30%	33%	38%	43%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
% de Recupera		30%	64%	101%	144%	194%	194%	194%	194%	194%	194%
<b>Años</b>	<b>7</b>										
<b>Meses</b>	<b>6</b>										
<b>Días</b>	<b>10</b>										

Autora: Martha Caiza

### Ecuación 6 Recuperación de capital

$$PRI = P * \frac{-VP}{PP}$$

$$PRI = 8 * \frac{-9.342,52}{9.917,96}$$

$$PRI = 7,53$$

#### Datos de recuperación

7 Años

6 meses

10 días

#### 4.2.11. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un estado donde la empresa ni gana ni pierde, a partir de ahí comienza a ganar, existen 3 posibilidades perdida, ganancia o equilibrio.

Tabla 68 Punto de equilibrio

<b>COSTO FIJO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Mano de obra	17.498,38	MPD	63,84
Gastos indirectos de fabricación.	3.139,32	Insumos	6.384,00
<b>TOTAL</b>	<b>21.037,70</b>	<b>TOTAL</b>	<b>6.447,84</b>

Autora: Martha Caiza

$$CFT = 21.037,70$$

$$CVT = 6.447,84$$

$$\text{Unidades producidas} = 21.280,00$$

$$P.V.P = 2,22$$

Ecuación 7 Punto de equilibrio

$$CVU = \frac{CVT}{\text{Unidades producidas}}$$

$$CVU = \frac{6.447,84}{21.280,00}$$

$$CVU = 0,303$$

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN INGRESOS**

$$PEI = \frac{CFT}{1 - \frac{0,303}{2,22}}$$

$$PEI = \frac{21.037,00}{1 - \frac{0,303}{2,22}}$$

$$PEI = \frac{21.037,00}{0,86}$$

$$PEI = \$ 24.397,15$$

Para que la empresa no pierda tiene que ganar más de \$ 24.397,15

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES PRODUCIDAS**

$$PEUP = \frac{PEI}{P.V.U}$$

$$PEUP = \frac{24.397,15}{2,22}$$

$$PEUP = 10.989,70 \text{ Unidades}$$

Se tiene que producir 10.989,70 en unidades para que la empresa comience a ganar.

Tabla 69 Punto de equilibrio

Detalle	Precio
Precio de venta unitario	2,22
Unidades producidas	21.280,00
Ingreso total	47.241,60

CFT	21.037,70
CVT	6.447,84
CVU= CVT/ UNISADES VENDIDAS	0,303

Autora: Martha Caiza

Tabla 70 Punto de equilibrio

A	B	c=a*b	d	E	f= b*e	g= d+f
Precio de venta	Cantidad	Ingreso total	Costo fijo total	C.V. Unitario	C.V. Total	Costo Total
2,22	343,43	762,41	21.037,70	0,303	104,06	21.141,76
2,22	686,86	1.524,82	21.037,70	0,303	208,12	21.245,82
2,22	1.373,71	3.049,64	21.037,70	0,303	416,23	21.453,93
2,22	2.747,43	6.099,28	21.037,70	0,303	832,47	21.870,17
2,22	5.494,85	12.198,57	21.037,70	0,303	1.664,94	22.702,64
2,22	10.989,70	24.397,13	21.037,70	0,303	3.329,88	24.367,58
2,22	16.484,55	36.595,70	21.037,70	0,303	4.994,82	26.032,52
2,22	17.040,08	37.828,98	21.037,70	0,303	5.163,14	26.200,84
2,22	17.614,33	39.103,81	21.037,70	0,303	5.337,14	26.374,84
2,22	18.207,93	40.421,61	21.037,70	0,303	5.517,00	26.554,70
2,22	18.821,54	41.783,82	21.037,70	0,303	5.702,93	26.740,63

Autora: Martha Caiza

Gráfico: 35 Punto de Equilibrio



Autora: Martha Caiza

## CONCLUSIONES

- ✓ En el análisis del Estudio de Mercado se determinó la oferta y la demanda demostrando un mercado amplio para la venta del producto, motivo por el cual se pretende estar siempre en análisis del mismo para el mejoramiento continuo y satisfacción de los clientes.
- ✓ Realizando los 4 Estudios se concluye tener los factores precisos para poner en marcha el proyecto lo que indica que tiene los recursos económicos, producción, marco legal necesarios.
- ✓ En el estudio y evaluación de los indicadores Económicos se determinó que el proyecto es factible, por lo tanto será una oportunidad de crecimiento económico para la provincia y el País.

## **RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda al GAD Municipal de Arosemena Tola poner en marcha el proyecto, ya que es factible y recomendable una empresa una nueva empresa en el Cantón y Provincia.
- ✓ Estar alerta siempre de las nuevas necesidades de los clientes, para satisfacer y generar confianza al adquirir nuestro producto.
- ✓ Se recomienda tomar en cuenta la mano de obra y materia prima de la zona, de esta manera se ayudara al crecimiento socio económico del país.

## BIBLIOGRAFIA

- Acosta, M. (1972). Guayusa, PLanta medicinal del oriente Ecuatoriano. Quito.
- Baca, Gabriel. (2010). Porqué Invertir y Poruqe son necesarios los proyectos. *Evaluación de Proyectos*. México: 6ta Ed.
- Corporación de Estudios y Publicación. (2016). *Constitución del Ecuador Ley de Prevención y Control de la contaminación ambiental*. Quito: C.E.P.
- Hernández, A. (2010). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.
- Lara, Byron. (2012). Estudio de Mercado. *Como elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espín.
- Morales, Nolvert. (2013). *Índices Financieros, Diseño de Evaluacion de Poryectos*. Riobamba: ESPOCH.
- Vélez, G. (1998). Clasificación de los Proyectos. En *Formulación, Evalación y Control*. Bogota: 2da Ed.

## INTERNET

- ABC, D. (26 de Agosto de 2007-2016). *Tu Diccionario hecho fácil*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/empresa.php>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas . (29 de Marzo de 2016). *Historia del Cantón Carlos Julio Arosemena Tola*. Obtenido de <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/57-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-napo/201-canton-carlos-julio-rosemena-tola>
- Aula. (2012). *El Agua*. Obtenido de <http://www.aula21.net/nutricion/agua.htm>
- Baena, (9 de Noviembre de 2010). *Objetivos de las empresas*. Obtenido de <https://aprendeconomia.wordpress.com/2010/11/09/3-los-objetivos-de-la-empresa/>
- Chankuap, F. (Marzo de 2014). *El Aprovechamiento de la Guayusa*. Beneficios para la salud. Obtenido de : <http://chankuap.org/wp-content/uploads/2014/03/Manual-de-buenas-practicas-de-la-Guayusa.pdf>
- Consumer, E. (11 de Mayo de 2006). Historia del Té. Obtenido de: [http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender\\_a\\_comer\\_bien/curiosidades/2001/06/20/34896.php](http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2001/06/20/34896.php).
- Definiciónabc. (2016). *Bebidas*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/bebida.php>

- El emprendado . (2012). *Registro Sanitario*. Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/obtener-registro-sanitario-ecuador/>
- Empresa Runa. (2016). *La Competencia*. Obtenido de <http://runa.com.ec/guayusa/>
- Familia, Revista. (28 de Agosto de 2014). *Tradición* . La Guayusa Energía para Rendir todo el Día. Obtenido de: <http://www.revistafamilia.com.ec/articulos-portada/6605-2014-08-28-20-10-30>
- Ilé. (2016). *Ventajas Competitivas*. Obtenido de <http://ile.com.ec/es/nuestra-empresa/valores-mision-y-vision>
- Lema, Luis. (29 de Abril de 2012). *Historia de la Provincia de Napo*. Obtenido de <http://archidonaxsiempre.blogspot.com/>
- Napo, Arosemena. Tola. (Junio de 2011). *Ubicación Geográfica*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-NAPO.pdf>
- Natural San. (2008). *El Café*. Obtenido de <http://www.natursan.net/sustitutos-del-cafe/>
- El Telégrafo, (26 de Junio de 2011). *Guayusa, un sembrío local de venta global*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/guayusa-un-sembrío-local-de-venta-global.html>
- Thompson, I. (06 de Enero de 2006). *¿Qué es una Empresa?. Oficina del Emprendedor*. Base Tecnológica Madrid. Obtenido de: <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>

## ANEXOS





## ENCUESTA

**OBJETIVO:** El objetivo de esta encuesta es conocer la opinión de los consumidores acerca del consumo de Té, y conocer si tendrá aceptación una alternativa de un nuevo Té. Gracias por su colaboración.

**SEXO:** F  M

**1. ¿Consumes Ud. Té?**

SI  NO

**2. ¿Qué factor influye a la hora de decidir comprar un Té?**

Precio	<input type="checkbox"/>	Ingredientes	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input type="checkbox"/>	Sabor	<input type="checkbox"/>
Presentación	<input type="checkbox"/>	Recomendación	<input type="checkbox"/>

**3. Por lo general ¿Cuándo consume Ud. Té?**

Casa  Trabajo  Viaje

**4. ¿Dónde compra generalmente el Té?**

Supermercados	<input type="checkbox"/>	Tiendas de Abarrotes	<input type="checkbox"/>
Tienda Mayorista	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

**5. ¿Con qué frecuencia consume Ud. Este producto (Té)?**

Diario	<input type="checkbox"/>	Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>	Mensual	<input type="checkbox"/>

**6. Ha escuchado hablar de la planta de Guayusa**

SI  NO

**7. ¿Qué características ha escuchado Ud. de la planta de Guayusa?**

Relajante	<input type="checkbox"/>	Energizante	<input type="checkbox"/>
Medicinal	<input type="checkbox"/>	Cálido	<input type="checkbox"/>

**8. ¿Cree Ud. que el Té de Guayusa sirve como medicina para la salud humana?**

SI  NO

**9. ¿Estaría Ud. dispuesto a consumir Té natural elaborado a base de Guayusa?**

SI  NO

**10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?**

1,00  1,50  2,00  2,50

**11. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer información sobre el Té de Guayusa Natural?**

Televisión  Radio