



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DEL TÉ DE GUAYUSA EN LA  
PARROQUIA EL TRIUNFO, CANTÓN PASTAZA, PROVINCIA DE  
PASTAZA, AÑO 2022.”**

**Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:**

**NAYLA MISHHELL DÍAZ CÓRDOVA**

Riobamba – Ecuador

2023



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DEL TÉ DE GUAYUSA EN LA  
PARROQUIA EL TRIUNFO, CANTÓN PASTAZA, PROVINCIA DE  
PASTAZA, AÑO 2022.”**

**Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:** NAYLA MISHHELL DÍAZ CÓRDOVA

**DIRECTORA:** Ph.D. KATHERINE ELIZABETH SANDOVAL ESCOBAR

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Nayla Mishell Díaz Córdova

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Nayla Mishell Díaz Córdova, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 11 de mayo de 2023



**Nayla Mishell Díaz Córdova**

**C.I: 180528498-9**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TÉ DE GUAYUSA EN LA PARROQUIA EL TRIUNFO, CANTÓN PASTAZA, PROVINCIA DE PASTAZA, AÑO 2022.”**, realizado por la señorita: **NAYLA MISHELL DÍAZ CÓRDOVA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

**FIRMA**

**FECHA**

Ing. Fausto Francisco Navarrete Chávez, Mgs  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

2023-05-11

PhD. Katherine Elizabeth Sandoval Escobar  
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

2023-05-11

Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango, Mgs.  
**ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

2023-05-11

## **DEDICATORIA**

Con mucho cariño dedico este Trabajo de Titulación, en primer lugar, a Dios por darme fuerza, y fortaleza en todo momento y permitirme culminar con éxito mi carrera, a mis padres Euclides y Luisa por siempre estar para mí, por sus consejos, por su educación, su comprensión y apoyo, lo cual permitió cumplir con todos mis sueños, aun en los peores momentos. A mi Hermano Isaac el cual, a su corta edad demuestra a cada momento la fe que tiene en mí, dándome fuerzas para continuar y ser mejor cada día. Y finalmente a mi familia y amigos por brindarme su amor su confianza y su amistad sincera.

Nayla

## **AGRADECIMIENTO**

Culminada esta etapa de formación académica agradezco primero a Dios por haberme guiado de manera correcta hacia mis metas, de la misma manera a mi familia por creer y confiar en mí y ser ese apoyo incondicional que siempre necesité, y especialmente agradezco a mis padres quienes me inspiran a ser mejor cada día y poder alcanzar mis sueños. Por último, mi gratitud a las autoridades y docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en especial a la Ph.D. Katherine Sandoval y la Ingeniera Maritza Rodríguez, Mgs., quienes guiaron este proyecto de investigación, gracias por haber aportado sus conocimientos y su apoyo incondicional durante todo el proceso de Titulación.

Nayla

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xix
RESUMEN.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Planteamiento del problema.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>5</b>
<i>1.2.1 General.....</i>	<i>5</i>
<i>1.2.2 Específicos.....</i>	<i>5</i>
<b>1.3 Justificación.....</b>	<b>6</b>
<i>1.3.1 Justificación teórica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.3.2 Justificación metodológica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.3.3 Justificación práctica.....</i>	<i>7</i>
<b>1.4 Pregunta de investigación.....</b>	<b>8</b>

### CAPÍTULO II

<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Antecedentes Investigativos.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Referencia teórica.....</b>	<b>10</b>
<i>2.2.1 Proyecto.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2.2 Tipos de Proyectos.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2.2.1 Proyectos de inversión privada.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2.2.2 Proyectos de inversión social.....</i>	<i>11</i>
<i>2.2.3 Características de un proyecto.....</i>	<i>11</i>
<i>2.2.4 Proyecto de factibilidad.....</i>	<i>12</i>
<i>2.2.5 Importancia del proyecto de factibilidad.....</i>	<i>12</i>
<i>2.2.6 Tipos de proyectos de factibilidad.....</i>	<i>12</i>



2.2.7	<i>Ciclo de un proyecto</i> .....	13
2.2.8	<i>Estructura de un proyecto de factibilidad</i> .....	14
2.2.9	<i>Estudio de mercado</i> .....	14
2.2.10	<i>Estudio técnico</i> .....	16
2.2.11	<i>Estudio administrativo</i> .....	19
2.2.12	<i>Estudio financiero</i> .....	20
2.2.13	<i>Guayusa</i> .....	25
2.2.13.1	<i>Composición y beneficios</i> .....	26
2.2.13.2	<i>Taxonomía de la guayusa</i> .....	28
2.2.13.3	<i>Propiedades de la guayusa</i> .....	28
2.2.13.4	<i>Cultivo de la planta de guayusa</i> .....	28
2.2.13.5	<i>Cosecha</i> .....	30
2.2.14	<b><i>Producción</i></b> .....	30
2.2.14.1	<i>Producción agrícola orgánica</i> .....	30
2.2.14.2	<i>Principales requisitos para una producción agrícola orgánica</i> .....	31
2.2.14.3	<i>Obtención de certificación orgánica</i> .....	31
2.2.15	<b><i>Comercialización</i></b> .....	32
2.2.15.1	<i>Canales de distribución</i> .....	32
2.2.15.2	<i>Selección de canales de distribución</i> .....	32
2.2.15.3	<i>Elementos que intervienen en la comercialización de la guayusa</i> .....	34
2.2.16	<b><i>Fundamentación legal</i></b> .....	34
2.2.16.1	<i>Constitución de la Republica del Ecuador</i> .....	34
2.2.16.2	<i>Código de Trabajo</i> .....	35
2.2.16.3	<i>Normativa Técnica Sanitaria Productos de Uso Humano para Exportación</i> .....	36

### **CAPÍTULO III**

3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	37
3.1	<b>Enfoque de investigación</b> .....	37
3.1.1	<i>Mixto</i> .....	37
3.2	<b>Nivel de Investigación</b> .....	37
3.2.1	<i>Descriptivo</i> .....	37
3.3	<b>Métodos de Investigación</b> .....	38
3.3.1	<i>Deductivo</i> .....	38
3.3.2	<i>Inductivo</i> .....	38
3.4	<b>Diseño de la Investigación</b> .....	38

3.4.1	<i>No experimental</i> .....	38
3.5	<b>Tipo de estudio</b> .....	39
3.5.1	<i>Transversal</i> .....	39
3.6	<b>Tipos de Investigación</b> .....	39
3.6.1	<i>Investigación de campo</i> .....	39
3.6.2	<i>Investigación Bibliográfica-documental</i> .....	39
3.7	<b>Técnicas de Investigación</b> .....	40
3.7.1	<i>Encuesta</i> .....	40
3.7.2	<i>Entrevista</i> .....	40
3.8	<b>Instrumentos de Investigación</b> .....	40
3.8.1	<i>Cuestionario</i> .....	40
3.8.2	<i>Guía de la entrevista</i> .....	41
3.9	<b>Población y planificación, selección y cálculo de muestra</b> .....	41
3.9.1	<i>Población</i> .....	41
3.9.2	<i>Muestra</i> .....	42
3.9.2.1	<i>Tamaño de la Muestra</i> .....	42
3.9.2.2	<i>Productores</i> .....	43
3.9.2.3	<i>Consumidores</i> .....	45

## CAPÍTULO IV

4.	<b>MARCO DE ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	48
4.1	<b>Procesamiento, análisis e interpretación de resultados</b> .....	48
4.1.1	<i>Entrevista</i> .....	48
4.1.2	<i>Encuesta</i> .....	50
4.1.2.1	<i>Encuesta a los productores de la parroquia El Triunfo</i> .....	50
4.1.2.2	<i>Objetivo de la encuesta</i> .....	50
4.1.2.3	<i>Datos generales</i> .....	50
4.1.2.4	<i>Encuesta a los consumidores de la parroquia Puyo</i> .....	68
4.1.2.5	<i>Objetivo de la encuesta</i> .....	68
4.1.2.6	<i>Datos generales</i> .....	68
4.2	<b>Discusión y argumentación de la información obtenida</b> .....	83
4.3	<b>Comprobación de hipótesis o idea a defender</b> .....	84
4.3.1	<i>Planteamiento de la idea a defender</i> .....	84
4.3.2	<i>Formulación de la idea a defender</i> .....	84
4.3.2.1	<i>Idea a defender nula</i> .....	84

4.3.2.2	<i>Idea a defender alternativa</i> .....	84
4.3.3	<i>Estimador estadístico</i> .....	85

## CAPÍTULO V

<b>5.</b>	<b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....	90
<b>5.1</b>	<b>Título</b> .....	90
<b>5.2</b>	<b>Introducción</b> .....	90
<b>5.3</b>	<b>Objetivos</b> .....	91
5.3.1	<i>Objetivo general</i> .....	91
5.3.2	<i>Objetivo específico</i> .....	91
<b>5.4</b>	<b>Estudio de mercado</b> .....	91
5.4.1	<i>Análisis de la demanda</i> .....	92
5.4.2	<i>Demanda de los habitantes de la parroquia Puyo</i> .....	92
5.4.3	<i>Demanda del producto</i> .....	93
5.4.3.1	<i>Proyección de la demanda del producto</i> .....	95
5.4.4	<i>Análisis de la oferta</i> .....	96
5.4.4.1	<i>Proyección de la oferta del producto</i> .....	98
5.4.5	<i>Determinación de la demanda insatisfecha</i> .....	99
<b>5.5</b>	<b>Plan de comercialización</b> .....	100
5.5.1	<i>Canales de distribución</i> .....	101
5.5.2	<i>Plan de marketing</i> .....	101
5.5.2.1	<i>Marketing online</i> .....	102
5.5.2.2	<i>Marketing offline</i> .....	102
5.5.2.3	<i>Marketing ferial</i> .....	102
5.5.3	<i>Estrategias de comercialización</i> .....	102
5.5.3.1	<i>Estrategias de comercialización con respecto al cliente</i> .....	103
5.5.3.2	<i>Estrategia de comercialización con respecto a la matriz FODA</i> .....	103
5.5.3.3	<i>Estrategias derivadas de la matriz FODA</i> .....	105
<b>5.6</b>	<b>Marketing Mix</b> .....	107
5.6.1	<i>Producto</i> .....	108
5.6.1.1	<i>Beneficios y vitaminas del té de guayusa</i> .....	108
5.6.1.2	<i>Ficha del producto del té de guayusa.</i> .....	109
5.6.2	<i>Precio</i> .....	110
5.6.3	<i>Punto de venta</i> .....	113
5.6.4	<i>Promoción</i> .....	114

5.6.5	<b>Desarrollo estratégico</b>	114
5.7	<b>Estudio técnico</b>	115
5.7.1	<b>Tamaño del proyecto</b>	115
5.7.2	<b>Capacidad instalada</b>	115
5.7.3	<b>Localización del proyecto</b>	116
5.7.3.1	Macro localización	116
5.7.3.2	Micro localización	116
5.7.4	<b>Ingeniería del proyecto</b>	117
5.7.4.1	Distribución y diseño de planta	117
5.7.5	<b>Proceso de producción</b>	123
5.7.6	<b>Proceso de comercialización</b>	124
5.7.6.1	Flujograma del proceso de producción	125
5.7.6.2	Representación del flujograma en el proceso de producción	127
5.7.6.3	Representación del flujograma en el proceso de comercialización	128
5.8	<b>Estudio administrativo</b>	129
5.8.1	<b>Nombre de la empresa</b>	129
5.8.2	<b>Logotipo</b>	129
5.8.3	<b>Slogan</b>	130
5.8.4	<b>Misión</b>	130
5.8.5	<b>Visión</b>	130
5.8.6	<b>Objetivos institucionales</b>	130
5.8.7	<b>Políticas empresariales</b>	130
5.8.7.1	Políticas generales	130
5.8.7.2	Políticas administrativas	131
5.8.7.3	Políticas de pago	131
5.8.8	<b>Estudio organizacional</b>	131
5.8.8.1	Organigrama estructural	132
5.8.8.2	Organigrama funcional	133
5.8.8.3	Manual de funciones	134
5.9	<b>Estudio legal</b>	146
5.9.1.1	Análisis en base al aspecto legal	151
5.10	<b>Estudio Económico-Financiero</b>	151
5.10.1	<b>Inversión inicial</b>	152
5.10.2	<b>Activos fijos</b>	152
5.10.2.1	Terreno y obra civil	152
5.10.3	<b>Maquinaria y Equipos</b>	152

<b>5.10.4</b>	<b><i>Equipo de oficina</i></b> .....	154
5.10.4.1	<i>Muebles y enseres</i> .....	154
5.10.4.2	<i>Equipo de computo</i> .....	155
5.10.4.3	<i>Vehículo</i> .....	155
<b>5.10.5</b>	<b><i>Inversión fija consolidada</i></b> .....	156
<b>5.10.6</b>	<b><i>Inversión Diferida</i></b> .....	156
<b>5.10.7</b>	<b><i>Capital de Trabajo</i></b> .....	157
<b>5.10.8</b>	<b><i>Inversión inicial</i></b> .....	169
<b>5.10.9</b>	<b><i>Amortización y depreciación</i></b> .....	171
<b>5.10.10</b>	<b><i>Inversión y financiamiento por Rubro</i></b> .....	173
<b>5.10.11</b>	<b><i>Amortización de la deuda</i></b> .....	174
<b>5.10.12</b>	<b><i>Balance general inversión y financiamiento</i></b> .....	174
<b>5.10.13</b>	<b><i>Proyección de ingresos y egresos</i></b> .....	175
<b>5.10.14</b>	<b><i>Presupuesto de costos y gastos</i></b> .....	176
<b>5.10.15</b>	<b><i>Determinación de ingresos</i></b> .....	177
<b>5.10.16</b>	<b><i>Estado de resultados</i></b> .....	178
<b>5.10.17</b>	<b><i>Flujo de efectivo</i></b> .....	180
<b>5.11</b>	<b><i>Evaluación financiera</i></b> .....	181
5.11.1	<i>Punto de equilibrio</i> .....	181
5.11.2	<i>Valor Actual Neto</i> .....	184
5.11.3	<i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	186
5.11.4	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i> .....	186
5.11.5	<i>Relación beneficio costo</i> .....	187
5.11.6	<i>Balance general proyectado</i> .....	188
<b>5.12</b>	<b><i>Impacto social y ambiental</i></b> .....	191
5.12.1	<i>Impacto social</i> .....	191
5.12.2	<i>Impacto ambiental</i> .....	192

## **CAPÍTULO VI**

<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	194
<b>6.1</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	195

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b> Datos Taxonómicos .....	28
<b>Tabla 2-2:</b> Propiedades de la planta de guayusa .....	28
<b>Tabla 3-2:</b> Densidad en la siembra de la planta de guayusa .....	29
<b>Tabla 1- 3:</b> Población de estudio de la PEA en base al Plan de Ordenamiento Territorial del Gad Municipal Parroquial de la parroquia “El Triunfo” .....	43
<b>Tabla 2-3:</b> Estudio de la población según la rama de actividad de agricultura, ganadería y pesca de la parroquia El Triunfo .....	44
<b>Tabla 3-3:</b> Cálculo de la muestra de los productores de la parroquia El Triunfo .....	44
<b>Tabla 4-3:</b> Población de estudio de los consumidores de la parroquia Puyo en base al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pastaza .....	45
<b>Tabla 5-3:</b> Cálculo de la proyección de la parroquia Puyo para el año 2022 .....	46
<b>Tabla 6-3:</b> Cálculo de la muestra de los consumidores de la parroquia Puyo .....	47
<b>Tabla 1-4:</b> Tabla resumen de entrevista.....	48
<b>Tabla 2-4:</b> Guía de entrevista .....	49
<b>Tabla 3-4:</b> Identificación del sexo de los encuestados.....	50
<b>Tabla 4-4:</b> Entorno que se desarrolla su producción de guayusa .....	52
<b>Tabla 5-4:</b> Relación que mantiene respecto a la propiedad en el que se desarrolla su producción .....	53
<b>Tabla 6-4:</b> Extensión aproximada de sembríos de guayusa .....	54
<b>Tabla 7-4:</b> Cantidad del personal que intervienen en el proceso productivo.....	55
<b>Tabla 8-4:</b> Inversión aproximada que se realizó respecto a la producción existente.....	56
<b>Tabla 9-4:</b> Limitaciones que han tenido frente a la producción de guayusa .....	57
<b>Tabla 10-4:</b> Período de tiempo cosecha de sus sembríos de guayusa .....	59
<b>Tabla 11- 4:</b> Cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa.....	60
<b>Tabla 12-4:</b> Porcentaje de la producción utilizada para su comercialización.....	61
<b>Tabla 13-4:</b> Frecuencia con la que comercializan sus hojas de guayusa.....	62
<b>Tabla 14-4:</b> Porcentaje mensual de las personas que adquieren su producción .....	63
<b>Tabla 15-4:</b> Precio promedio de venta de 1 saco de guayusa de 50kg .....	64
<b>Tabla 16-4:</b> Instituciones que han colaborado en el desarrollo de producción de las hojas de guayusa .....	65
<b>Tabla 17-4:</b> Oferta: Precio Justo y estandarizado por nuevos clientes .....	67
<b>Tabla 18-4:</b> Identificación del sexo de los encuestados .....	68
<b>Tabla 19-4:</b> Frecuencia con la que el consumidor consume infusiones aromáticas .....	69

<b>Tabla 20-4:</b> Lugar donde el consumidor comprar frecuentemente el té que consume .....	70
<b>Tabla 21-4:</b> Cantidad aproximada de cajas de té que el adquiriente consume .....	71
<b>Tabla 22-4:</b> Características que influyen en la compra de un té .....	72
<b>Tabla 23-4:</b> Preferencia de tipo de infusión aromática que le gusta al consumidor .....	73
<b>Tabla 24-4:</b> Porcentaje de personas que consumirían el Té de guayusa .....	75
<b>Tabla 25-4:</b> Razones por la que los consumidores consumirían té de guayusa.....	76
<b>Tabla 26-4:</b> Presentación del Té de guayusa que los consumidores prefieren .....	78
<b>Tabla 27-4:</b> Lugar donde los consumidores adquieren el Té de guayusa.....	79
<b>Tabla 28-4:</b> Valor que estaría dispuesto a pagar por el té de guayusa .....	80
<b>Tabla 29-4:</b> Motivo por el que el consumidor escogería té de guayusa .....	82
<b>Tabla 30-4:</b> Cantidad mensual de producción de guayusa.....	85
<b>Tabla 31-4:</b> Precio justo y estandarizado por la producción .....	85
<b>Tabla 32-4:</b> Estimador estadístico, nivel de aceptación del proyecto .....	86
<b>Tabla 33-4:</b> Prueba chi cuadrado.....	89
<b>Tabla 1-5:</b> Porcentaje de habitantes que consumirían té de guayusa .....	92
<b>Tabla 2-5:</b> Demanda de habitantes de la parroquia el Puyo que aceptan el producto .....	92
<b>Tabla 3-5:</b> Demanda proyectada de los habitantes de la parroquia Puyo.....	93
<b>Tabla 4-5:</b> Cantidad de cajas de té que se adquiere mensualmente .....	94
<b>Tabla 5-5:</b> Cantidad aproximada de cajas de té, que se adquiere en cada compra, escala mensual .....	94
<b>Tabla 6-5:</b> Demanda proyectada del producto.....	95
<b>Tabla 7-5:</b> Empresas que producen té dentro del país .....	96
<b>Tabla 8-5:</b> Cantidad mensual de su producción de guayusa .....	97
<b>Tabla 9-5:</b> Oferta del producto .....	98
<b>Tabla 10-5:</b> Oferta proyectada del producto.....	99
<b>Tabla 11-5:</b> Demanda insatisfecha .....	100
<b>Tabla 12-5:</b> Estrategias derivadas de la matriz FODA .....	105
<b>Tabla 13-5:</b> Información nutricional del producto.....	109
<b>Tabla 14-5:</b> Valor que estarían dispuestos a pagar los consumidores .....	112
<b>Tabla 15-5:</b> Precio por cada caja de guayusa de 36 gramos .....	113
<b>Tabla 16-5:</b> Desarrollo estratégico .....	114
<b>Tabla 17-5:</b> Plan de producción anual.....	115
<b>Tabla 18-5:</b> Distribución de planta.....	118
<b>Tabla 19-5:</b> Simbología del flujograma.....	126
<b>Tabla 20-5:</b> Manual de funciones del Gerente financiero.....	134
<b>Tabla 21-5:</b> Manual de funciones del contador .....	136

<b>Tabla 22-5:</b> Manual de funciones del operador .....	138
<b>Tabla 23-5:</b> Manual de funciones del obrero .....	140
<b>Tabla 24-5:</b> Manual de funciones del empacador .....	142
<b>Tabla 25-5:</b> Manual de funciones del distribuidor/chofer .....	143
<b>Tabla 26-5:</b> Manual de funciones del vendedor .....	145
<b>Tabla 27-5:</b> Terreno y obra civil.....	152
<b>Tabla 28-5:</b> Detalle de maquinaria .....	153
<b>Tabla 29-5:</b> Equipos de producción.....	154
<b>Tabla 30-5:</b> Equipo de oficina.....	154
<b>Tabla 31-5:</b> Muebles y enseres.....	155
<b>Tabla 32-5:</b> Equipo de computo .....	155
<b>Tabla 33-5:</b> Vehículo .....	155
<b>Tabla 34-5:</b> Inversión fija.....	156
<b>Tabla 35-5:</b> Inversión diferida.....	156
<b>Tabla 36-5:</b> Mercadería .....	157
<b>Tabla 37-5:</b> Materiales indirectos .....	157
<b>Tabla 38-5:</b> Servicios básicos producción .....	158
<b>Tabla 39-5:</b> Servicios básicos Administrativos .....	158
<b>Tabla 40-5:</b> Suministros de oficina .....	158
<b>Tabla 41-5:</b> Útiles de aseo.....	159
<b>Tabla 42-5:</b> Gasto publicidad .....	160
<b>Tabla 43-5:</b> Gasto Combustible.....	160
<b>Tabla 44-5:</b> Rol de pago MOD.....	161
<b>Tabla 45-5:</b> Rol de provisiones MOD .....	162
<b>Tabla 46-5:</b> Proyección de Rol de Pagos de MOD .....	163
<b>Tabla 47-5:</b> Rol de provisiones proyectado de MOD .....	163
<b>Tabla 48-5:</b> Rol de pago administrativo .....	164
<b>Tabla 49-5:</b> Rol de provisiones administrativo.....	165
<b>Tabla 50-5:</b> Rol de pago proyectada de sueldos de administración .....	165
<b>Tabla 51-5:</b> Rol de proyecciones proyectada de sueldos de administración .....	166
<b>Tabla 52-5:</b> Rol de pago ventas.....	166
<b>Tabla 53-5:</b> Rol de provisiones ventas .....	167
<b>Tabla 54-5:</b> Rol de pago proyectada de sueldos ventas .....	167
<b>Tabla 55-5:</b> Rol de provisiones proyectada de sueldos ventas.....	168
<b>Tabla 56-5:</b> Resumen Capital de Trabajo .....	169
<b>Tabla 57-5:</b> Inversión inicial .....	169



<b>Tabla 58-5:</b> Cálculo de depreciaciones y amortizaciones .....	171
<b>Tabla 59-5:</b> Inversión y financiamiento por rubro.....	173
<b>Tabla 60-5:</b> Amortización de la deuda .....	174
<b>Tabla 61-5:</b> Balance general inversión y financiamiento.....	174
<b>Tabla 62-5:</b> Promedio de inflación de los últimos 5 años.....	175
<b>Tabla 63-5:</b> Presupuesto de Costos .....	176
<b>Tabla 64-5:</b> Presupuesto de gastos .....	176
<b>Tabla 65-5:</b> Presupuesto de ingresos .....	178
<b>Tabla 66-5:</b> Estado de Resultados .....	178
<b>Tabla 67-5:</b> Flujo neto de efectivo .....	180
<b>Tabla 68-5:</b> Estructura de costos fijos y variables .....	182
<b>Tabla 69-5:</b> Descripción estructura de costos .....	183
<b>Tabla 70-5:</b> Tasa de descuento .....	185
<b>Tabla 71-5:</b> Cálculo del VAN .....	185
<b>Tabla 72-5:</b> Cálculo de la TIR.....	186
<b>Tabla 73-5:</b> Período de recuperación de la inversión.....	187
<b>Tabla 74-5:</b> Cálculo del PRI.....	187
<b>Tabla 75-5:</b> Relación beneficio costo .....	188
<b>Tabla 76-5:</b> Cálculo de la relación beneficio costo.....	188
<b>Tabla 77-5:</b> Balance general proyectado .....	189

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-2:</b> Características de un proyecto.....	11
<b>Ilustración 2-2:</b> Características complementarias de un proyecto .....	11
<b>Ilustración 3-2:</b> Tipos de Proyectos de factibilidad.....	13
<b>Ilustración 4-2:</b> Ciclo de un proyecto .....	14
<b>Ilustración 5-2:</b> Estructura del Proyecto .....	14
<b>Ilustración 6-2:</b> Características del estudio técnico.....	19
<b>Ilustración 7-2:</b> Elementos del estudio financiero.....	22
<b>Ilustración 8-2:</b> Fotografía de la planta de guayusa .....	27
<b>Ilustración 9-2:</b> Selección de canales de distribución .....	33
<b>Ilustración 1-3:</b> Gráfico de tendencia de la parroquia el Puyo desde el año 2010-2022.....	46
<b>Ilustración 1-4:</b> Género de los productores .....	51
<b>Ilustración 2-4:</b> Entorno en que se desarrolla la producción de guayusa .....	52
<b>Ilustración 3-4:</b> Relación que mantiene respecto a la propiedad en el que se desarrolla su producción.....	53
<b>Ilustración 4-4:</b> Extensión aproximada de sembríos de guayusa que tiene la producción .....	54
<b>Ilustración 5-4:</b> Cantidad del personal que intervienen en el proceso productivo .....	55
<b>Ilustración 6-4:</b> Inversión aproximada que se realizó respecto a la producción existente .....	56
<b>Ilustración 7-4:</b> Limitaciones que han tenido frente a la producción de guayusa.....	57
<b>Ilustración 8-4:</b> Periodo de tiempo de cosecha de los sembríos de guayusa .....	59
<b>Ilustración 9-4:</b> Cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa .....	60
<b>Ilustración 10-4:</b> Porcentaje de la producción utilizada para su comercialización .....	61
<b>Ilustración 11-4:</b> Frecuencia con la que comercializan sus hojas de guayusa .....	62
<b>Ilustración 12-4:</b> Porcentaje mensual de las personas que adquieren su producción.....	63
<b>Ilustración 13-4:</b> Precio promedio de venta de 1 saco de guayusa de 50kg .....	64
<b>Ilustración 14-4:</b> Instituciones que han colaborado en el desarrollo de producción de las hojas de guayusa .....	65
<b>Ilustración 15-4:</b> Oferta: Precio Justo y estandarizado por su producción .....	67
<b>Ilustración 16-4:</b> Género de los consumidores.....	68
<b>Ilustración 17-4:</b> Frecuencia con la que el consumidor consume infusiones aromáticas.....	69
<b>Ilustración 18-4:</b> Lugar donde el consumidor comprar frecuentemente el té .....	70
<b>Ilustración 19-4:</b> Cantidad aproximada de cajas de té que el adquiriente consume .....	71
<b>Ilustración 20-4:</b> Características que influyen en la compra de un té.....	72
<b>Ilustración 21-4:</b> Preferencia de tipo de infusión aromática que le gusta al consumidor.....	73

<b>Ilustración 22-4:</b> Porcentaje de personas que consumirían el Té de guayusa.....	75
<b>Ilustración 23-4:</b> Razones por la que los consumidores consumirían el Té de guayusa .....	76
<b>Ilustración 24-4:</b> Presentación del Té de guayusa que los consumidores prefieren.....	78
<b>Ilustración 25-4:</b> Lugar donde los consumidores adquieren el Té de guayusa .....	79
<b>Ilustración 26-4:</b> Demanda: Valor que estaría dispuesto a pagar por el té de guayusa.....	81
<b>Ilustración 27-4:</b> Motivo por el que el consumidor escogería el Té de guayusa .....	82
<b>Ilustración 1-5:</b> Proyección de la demanda de habitantes .....	93
<b>Ilustración 2-5:</b> Demanda proyectada .....	96
<b>Ilustración 3-5:</b> Oferta proyectada .....	99
<b>Ilustración 4-5:</b> Demanda insatisfecha.....	100
<b>Ilustración 5-5:</b> Canales de distribución .....	101
<b>Ilustración 6-5:</b> Estrategias de comercialización con respecto al cliente.....	103
<b>Ilustración 7-5:</b> Matriz FODA .....	104
<b>Ilustración 8-5:</b> Presentación del producto .....	107
<b>Ilustración 9-5:</b> Beneficios de la guayusa .....	109
<b>Ilustración 10-5:</b> Variación de precios.....	111
<b>Ilustración 11-5:</b> Macro localización .....	116
<b>Ilustración 12-5:</b> Micro localización.....	117
<b>Ilustración 13-5:</b> Plano de galpón de producción de Eco guayusa .....	118
<b>Ilustración 14-5:</b> Área A.....	119
<b>Ilustración 15-5:</b> Área B .....	119
<b>Ilustración 16-5:</b> Área C .....	120
<b>Ilustración 17-5:</b> Área D.....	120
<b>Ilustración 18-5:</b> Área E .....	121
<b>Ilustración 19-5:</b> Área F .....	121
<b>Ilustración 20-5:</b> Área G.....	122
<b>Ilustración 21-5:</b> Área H.....	122
<b>Ilustración 22-5:</b> Diseño de planta.....	123
<b>Ilustración 23-5:</b> Flujograma de procesos de producción .....	127
<b>Ilustración 24-5:</b> Flujograma de procesos de comercialización .....	128
<b>Ilustración 25-5:</b> Logotipo “Eco Guayusa” .....	129
<b>Ilustración 26-5:</b> Organigrama estructural .....	132
<b>Ilustración 27-5:</b> Organigrama funcional.....	133

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** FORMATO DE ENCUESTA DE LOS PRODUCTORES

**ANEXO B:** FORMATO DE ENCUESTA DE LOS CONSUMIDORES

**ANEXO C:** FORMATO DE ENTREVISTA

**ANEXO D:** TABLA SUELDOS MÍNIMOS 2023 DE LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y  
OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES

**ANEXO E:** EVIDENCIA DE LA ENCUESTA

## RESUMEN

La mayoría de los productores de la parroquia El Triunfo no cuentan con asociaciones o empresas dedicadas a adquirir su producción, por lo que distribuyen su materia prima a intermediarios los cuales les pagan precios por debajo de lo estimado, además la mayoría de los productores no cuenta con los recursos necesarios para poder producir y mucho menos comercializar el producto a una escala rentable, por lo tanto, el objetivo del presente trabajo de titulación fue realizar un proyecto de factibilidad para la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza, año 2022, con el fin determinar la factibilidad productiva, técnica, administrativa, legal y financiera que tendrá el proyecto. Se contó con una metodología de enfoque mixto ya que se seleccionaron datos necesarios mediante la realización de encuestas tanto a productores como a consumidores, además del desarrollo de una entrevista dirigida al coordinador de la asociación Wiñak, se utilizó el método inductivo - deductivo herramientas que permitieron tomar las mejores decisiones en la recopilación de la información. Una vez determinada las principales variables se procedió a estructurar la propuesta basada en un estudio financiero donde se determinó la factibilidad y rentabilidad del proyecto, se estableció un VAN positivo de \$ 178.847,11 y una TIR de 28,38% mayor a la tasa de descuento. Siendo así, se recomienda ejecutar el presente proyecto para la producción y comercialización de té de guayusa, la cual aportará confiabilidad y rentabilidad hacia los inversionistas, además que impulsará el dinamismo de la economía en la parroquia y generará fuentes de empleo.

**Palabras clave:** <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <GUAYUSA>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <TASA INTERNA DE RETORNO>, <RENTABILIDAD>.



24-05-2023

0918-DBRA-UPT-2023

## **ABSTRACT**

Most of the producers in the parish of El Triunfo do not have associations or companies dedicated to acquire their production, so they distribute their raw material to intermediaries who pay them prices below the estimated, also most of the producers do not have the necessary resources to produce and much less market the product on a profitable scale, Therefore, the objective of this degree work was to carry out a feasibility project for the production and commercialization of guayusa tea in the parish of El Triunfo, Pastaza canton, Pastaza province, year 2022, in order to determine the productive, technical, administrative, legal and financial feasibility of the project. A mixed approach methodology was used since the necessary data was selected through surveys to producers and consumers, as well as an interview with the coordinator of the Wiñak association, using the inductive- deductive method, tools that allowed making the best decisions in the collection of information. Once the main variables were determined, the proposal was structured based on a financial study where the feasibility and profitability of the project were determined, a positive NPV of \$ 178,847.11 was established and an IRR of 28.38% higher than the discount rate. Thus, it is recommended to implement this project for the production and marketing of guayusa tea, which will provide reliability and profitability for investors, and will also boost the dynamism of the economy in the parish and generate sources of employment.

**Keywords:** <PROJECT FEASIBILITY>, <PRODUCTION>, <COMMERCIALIZATION>, <GUAYUSA>, <FINANCIAL STUDY>, <INTERNAL RATE OF RETURN>, <INTERNAL RATE OF RETURN>, <PROFITABILITY >.



Lic. Viviana Vanessa Yáñez Valle MCS.

0201571411

## **INTRODUCCIÓN**

Actualmente el oriente ecuatoriano es una región rica en minerales y en diversas especies de fauna y flora, siendo una de las reservas naturales con gran biodiversidad a nivel mundial, en esta región se encuentra la guayusa que ha sido considerada una planta medicinal y energética desde tiempos ancestrales, debido a sus propiedades antioxidantes las cuales detienen el paulatino desgaste de los órganos y tejidos del cuerpo humano, propiedades por las que ha obtenido una alta acogida en todo el país y el resto del contexto internacional y se ha convertido en un producto con altos niveles de exportación en Estados Unidos y Europa.

El desarrollo del trabajo de titulación enfocado en la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia El Triunfo, se ha generado con el fin de ofrecer un producto medicinal que, gracias a sus funciones terapéuticas y a sus propiedades energizantes controlara el estrés y mejorara la salud quien lo consume, el presente trabajo de titulación se encuentra compuesto por seis capítulos.

### **CAPÍTULO I:**

El primer capítulo se enfoca en el problema de investigación acotando que se pretende producir el té de guayusa en la parroquia El Triunfo, beneficiando a los agricultores del sector los cuales entregaran las hojas de guayusa para su debido proceso y su futura comercialización, con esto se pretende ayudar a la economía del sector generando un empleo digno. La justificación teórica, metodológica y práctica hace mención a las soluciones, estrategias, técnicas y métodos para llevar a cabo este proyecto, por último, se describen tres objetivos específicos y un objetivo general siendo la base para dar solución al problema planteado.

### **CAPÍTULO II:**

El segundo capítulo hace mención al marco teórico el cual contiene temas y términos relacionados con el estudio, la información proporcionada será específica y basada en la investigación de varios autores de libros, revistas, tesis, artículos científicos, etc., dicha información es una guía a dar solución del planteamiento del problema.

### **CAPÍTULO III:**

El tercer capítulo es la metodología impartida dentro del trabajo de titulación por lo cual se utiliza diferentes métodos de investigación comenzando con un enfoque mixto, es decir, se utiliza tanto la investigación cualitativa como cuantitativa, el nivel de investigación para este proyecto de factibilidad es el método descriptivo, se emplea diferentes técnicas de investigación como es el caso de la encuesta la cual será aplicada a los agricultores de la parroquia El Triunfo; el cálculo de la población y muestra es esencial para el proyecto ya que dará paso a realizar encuestas y por medio de ella la tabulación de datos.

### **CAPÍTULO IV:**

El cuarto capítulo se destinó al análisis e interpretación de los hallazgos provenientes de los instrumentos de recolección de datos, de acuerdo con las premisas de un cuestionario y entrevista estructurada, dirigido al público objetivo y los principales productores de rubros orgánicos que hoy por hoy, se encuentran en el mercado.

### **CAPÍTULO V:**

El quinto capítulo referido a la propuesta pretendió demostrar la viabilidad del proyecto, con la esquematización del estudio técnico y financiero, señalando la rentabilidad de la producción comercialización de guayusa.

Por último, se detalla las conclusiones y recomendaciones acerca de los hallazgos de la recolección y procesamiento de los datos y, por último, se aplica las bibliografías recolectadas durante toda la investigación las cuáles están citas de acuerdo a las normas establecidas.



## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad global y posterior a la profundización de la causalidad de los hechos, la conciencia común se ha ido transformado, para dar cabida a la intención de convertir la preocupación mundial en la adquisición de mejores hábitos alimenticios, con la inclusión de alimentos orgánicos en la ingesta diaria. Estas razones se fundamentan posterior a la ocurrencia de la pandemia del Covid-19, la mismo que dejó secuelas importantes en la población, surge la necesidad de mudarse a productos orgánicos y con altos beneficios para la salud. Actualmente se puede observar el incremento de exportaciones de estos productos a países como Estados Unidos, Canadá, y Europa, además del uso de etiquetas ecológicas como orgánico, Comercio Justo, Rainforest Alliance, etc. el impulsar este tipo de producción como ventaja competitiva generaría producción más limpia, una oportuna gestión del talento humano y una posición competitiva favorable.

Por lo tanto, incentivar el crecimiento de productos alimenticios orgánicos no tradicionales tiene como objetivo incrementar la comercialización a través de la especialización de cultivos autóctonos, libres de contaminantes y su transformación gradual en conjunto con la ciencia y la tecnología, lo que permitirá diversificar la oferta de bienes y sus derivados, permitiendo la adquisición de licencias y patentes, y posicionándolas gradualmente en el mercado global (Cabanilla, 2018).

Para la (Cámara Marítima del Ecuador, 2022), la guayusa es el producto nacional rico en antioxidantes, que se comercializa en 25 países a nivel mundial, en el 2010 iniciaron las exportaciones a EEUU, y desde el 2015 a Alemania, Reino Unido, Italia, Japón. Las ciudades principales en producir guayusa son Napo y Pastaza, ubicando al Ecuador en el principal proveedor mundial de este producto, actualmente existen pocas empresas asociativas dedicadas a la comercialización de este producto como es Ami Runa, Univfood, Tryselwork, Jumadipro y Cetca, acompañados por el Ministerio de Producción, y Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, en conjunto con la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

Una de las producciones agrícolas más relevante del Ecuador es la guayusa, según la revista económica (Ekos, 2022) manifiesta que el 98% de la producción mundial de guayusa se encuentra en Ecuador por lo que la demanda creció abriendo paso a que Ecuador logre exportar las hojas de

guayusa hacia países como Japón, Italia, Alemania y Reino Unido. Actualmente el principal importador de Ecuador es Estado Unidos el cual receipta 80 toneladas por un valor de casi USD 600.000, él (Ministerio de producción, 2022) manifiesta que “las exportaciones de hoja guayusa llegaron a Estados Unidos en el año 2010 siendo su mayor proveedor Runatarpuna Exportadora S.A que contribuye al 40% de exportaciones de guayusa hacia el exterior”, lamentablemente son pocas las empresas asociativas dedicadas a comercializar de la guayusa, por ende la mayoría de productores no cuentan con asociaciones o empresas dedicadas a comprar la materia prima por lo que deben distribuir a intermediarios o vender su producción a mercados locales, además la mayoría de los productores no cuenta con los recursos necesarios para poder producir y mucho menos comercializar el producto.

De acuerdo con información del INEC la provincia de Pastaza es la más extensa del Ecuador, y posee las siguientes características.

*“Cuenta con una población de 83.933 habitantes y su población económicamente activa es de 33.266 personas, la tasa de desempleo registrada en la provincia de Pastaza es de 3,45% de acuerdo a la PEA sería 1.148 personas; la principal actividad económica que realiza la provincia de Pastaza es la agricultura, silvicultura y pesca con un porcentaje del 28.34% mientras la población dedicada al comercio al por mayor y menor es del 11.58%”. (INEC, 2010).*

Según, el (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pastaza, 2019) el mayor obstáculo al que se enfrentan las personas que, hacen vida de la agricultura es que “los suelos son demasiados frágiles desde el punto de vista de la capacidad de uso de la tierra considerando las potencialidades y limitaciones en la explotación agro-productiva, teniendo suelos que van desde la categoría IV a la VIII”, esto conlleva a que la población realice otro tipo de actividades que les genere una mayor remuneración en sus ingresos ya que algunos suelos no son aptos para el cultivo, por tal motivo los agricultores deben dividir sus terrenos y cultivar sus sembríos de acuerdo a la potencialidad del suelo lo cual genera pérdidas económicas.

La parroquia El Triunfo está situada en el cantón Pastaza, al centro-occidente de la región amazónica, según datos obtenidos en el (INEC, 2010) la parroquia El Triunfo cuenta con una población de 1.325 habitantes, es conocida por su turismo y por su producción ganadera y agrícola, según el (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pastaza, 2019) la parroquia El Triunfo actualmente cuentan con 8 asociaciones en las que resaltan la asociación de ganaderos El Triunfo y la asociación de productores de papa china los Olivos. La mayor parte de los pobladores se dedican a la ganadería y a procesar los productos derivados de la leche, por otra parte, los agricultores centran su producción en diferentes tipos de cultivos a pequeña escala, ya que

actualmente no cuentan con los recursos necesarios para poder producir o comercializar sus productos a escala rentable. Los pobladores de la parroquia han cultivado pequeños sembríos de guayusa por muchos años, pero al no tener la información adecuada sobre como comercializarla, solamente distribuyen sus hojas a los mercados cercanos o intermediarios.

La venta de guayusa creció en los últimos años debido a la alta demanda de consumidores que optan por productos naturales que beneficien su salud, existen pocas empresas que lograron satisfacer las necesidades de los consumidores y logrado posicionarse en el mercado tanto a nivel nacional como internacional como es el caso de Runatarpuna Exportadora S.A antes mencionada, actualmente existen varios agricultores que han querido producir y comercializar este producto a gran escala, el problema radica que al momento de querer comercializar el producto se necesitan cumplir con diferentes normativas, estatutos, estándares de calidad, etc., lo cual para los agricultores representa un factor económico significativo y por lo tanto prefieren comercializar sus productos en mercados locales.

## **1.2 Objetivos**

### ***1.2.1 General***

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia el Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza, año 2022.

### ***1.2.2 Específicos***

- Establecer un marco teórico basado en fuentes bibliográficas que direccionen el proyecto de producción y comercialización del té de guayusa.
- Determinar la factibilidad del proyecto mediante la aplicación de técnicas e instrumentos de investigación que faciliten la recopilación de información.
- Efectuar un estudio de mercado, técnico y financiero para conocer la factibilidad y rentabilidad que tendrá la producción y comercializan del té de guayusa.

## **1.3 Justificación**

### ***1.3.1 Justificación teórica***

La justificación teórica del presente proyecto buscará definiciones básicas donde se pueda obtener información necesaria de varios autores de libros, tesis, artículos de revistas científicas encontradas en la plataforma MyLOFT mediante la base de datos bibliográficos como Scopus, eLibro etc., para así poder establecer un marco teórico adecuado con información confiable y específica que guíen al proyecto de factibilidad para la producción y comercialización del té de guayusa a una adecuada estructuración y por medio de ella a un entendimiento absoluto sobre el tema investigado, la información recolectada dentro del marco teórico serán un gran apoyo dentro de esta investigación y permitirá ampliar los conocimientos necesarios para el desarrollo del proyecto de inversión.

El proyecto para la producción de guayusa en la parroquia El Triunfo cumplen con el objetivo uno del eje económico del ( Plan de Creación de Oportunidades, 2021) que menciona el “incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales”. Tiene como objetivo ayudar a los pequeños agricultores de manera incluyente a mejorar su producción y con ello su situación económica, lo que beneficiará a todos los agricultores de la parroquia El Triunfo.

Es fundamental realizar una investigación profunda para identificar las ventajas, impactos, causas y consecuencias que puede tener el proyecto. Esto se debe a que existe una gran demanda mundial por parte de los consumidores que buscan bebidas aromáticas que sean saludables para el organismo. Esta demanda impulsa la búsqueda de nuevas técnicas y estrategias para poder comercializar el producto, el cual será de alta calidad y muy beneficioso para el consumidor

### ***1.3.2 Justificación metodológica***

En la justificación metodológica a se utilizaron diferentes enfoques, como el enfoque mixto de investigación, que considera la investigación cualitativa orientada al proceso de investigación y la investigación cuantitativa orientada a los resultados obtenidos. El nivel de investigación descriptivo, por su parte, examinará los rasgos, circunstancias o datos de la población objeto de estudio.

Finalmente, las técnicas de investigación adecuados para este proyecto son la encuesta y la entrevista, también se optó por el tipo de investigación documental ya que se recopila la información necesaria a través de fuentes bibliográficas y por último un estudio de campo. El diseño de investigación es no experimental ya que se trabajará con información que es resultado de la investigación realizada.

### ***1.3.3 Justificación práctica***

Se pretende promover que la producción y comercialización del té de guayusa sea productivo y rentable, por lo tanto se pretende incentivar a los agricultores de la parroquia El Triunfo por medio de capacitaciones a cultivar la planta de guayusa para que sean ellos los principales proveedores de la materia prima recibiendo por ello un precio justo, además la guayusa al ofrecer cosechas permanentes permitirá mayores utilidades a los agricultores y por ende estabilidad laboral, logrando así reactivar la economía de la parroquia.

Con base a la comercialización de la guayusa se pretende indagar sobre la aceptación que tendrá en el consumidor final, por lo que se pretende crear un plan de comercialización donde las acciones operativas concretas es conectarse con distribuidores y reclutar un personal especializado en diseño, para así tener un envase innovador y llamativo se buscara contactarse y negociar con distintos proveedores de transporte para abaratar los costos de logística, etc. ( Blanco, Ganduglia, & Rodríguez, 2018).

Para la implementación de la producción y comercialización del té de guayusa es necesario realizar un presupuesto para conocer los costos de cada actividad que se pretende realizar y por medio del presupuesto encontrar un financiamiento adecuado para la inversión ya sea por recursos propios o por fuentes de financiamiento externo.

Para conocer la viabilidad del proyecto es necesario plantear un estudio de factibilidad financiera la cual demuestre mediante un análisis exhaustivo si el proyecto planteado puede generar rentabilidad, por lo que se utilizara índices de evaluación financiera como la tasa interna de retorno (TIR), valor actual neto (VAN) y el periodo de recuperación de la inversión (PRI), las cuales ayudaran a calcular la viabilidad del proyecto y comprobar si existe una recuperación de la inversión realizada.

#### **1.4 Pregunta de investigación**

¿Como la inexistencia de un proyecto de factibilidad repercute en la óptima producción y comercialización sostenible y asociativa, del té guayusa en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza?

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes Investigativos

Según (Bravo & Ortiz, 2022), en su trabajo titulado “Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa” el autor explica que el mercado de las infusiones aromáticas es del tipo oligopolio, en virtud de que, no se cuenta con un producción y comercialización establecida de este tipo de rubro en el país, por cuanto, las empresas productoras de infusiones apuestan más que todo, por una preferencia irrefutable entre los clientes, como es, el té de hojas de guanábana. Por su parte, el estudio de factibilidad que, se desarrolló con un enfoque mixto, indagó con una estructura articulada y establecida de lo que se refiere a la conformación jerárquica, layout de planta, operaciones y recursos humanos calificados, advirtiendo que, con la propuesta de estructura de costos operativos y financieros, la microempresa requiere una inversión de USD 59.115, lo que generará una VAN de 4.798,92 y TIR de 22,33%, por lo que el autor concluye que, este proyecto es factible.

Basado en (Barreto & Ojeda, 2013), en su investigación titulada “Proyecto de factibilidad para la Implementación de una empresa Productora de té de hoja de Noni y Menta en el cantón Loja”, presentando entre los hallazgos que, el estudio de mercado señaló que el 72,80% de los clientes se encuentran agrupados en la ciudad de Loja, mientras que, el 73,36% indicó estar dispuestos a consumir el producto de la propuesta de valor; por su parte, la demanda insatisfecha de la infusión con hojas de Noni, los autores lo identificaron a razón de 200 mil cajas de té al año. Ciertamente, los gastos de constitución ascienden a USD 105.778, cuya proporción será cubierta un 60% con capital propio y un 40% con financiamiento bancario, a una tasa de interés anual del 11%. El análisis de inversión demostró que, el VAN del proyecto asciende a un monto de USD22.690 mientras que, la tasa interna de retorno se posicionó con 18,33%, asumiendo valores ideales de ejecución.

## **2.2 Referencia teórica**

### **2.2.1 Proyecto**

Según (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018) “Un proyecto es el conjunto de antecedentes que permiten estimar las ventajas y desventajas implícitas en el deseo de suministrar un bien o un servicio, con el ánimo de determinar su contribución potencial al desarrollo de la comunidad al cual va dirigido”.

Para (Vargas, 2019) “Un proyecto es un emprendimiento no repetitivo, caracterizado por una secuencia clara y lógica de eventos, con inicio, medio y fin, que se destina a alcanzar un objetivo claro y definido, siendo conducido por personas dentro de los parámetros definidos de tiempo, costo, recursos involucrados y calidad”.

El proyecto es un instrumento básico de información para tomar decisiones al momento de invertir, su propósito es dar solución a problemas existentes mediante la asignación de determinados recursos, técnicas y herramientas, con el fin que sea de beneficio para la sociedad y de beneficio para el inversionista. La importancia de un proyecto radica en una excelente planificación técnica, económica y financiera la cual ayuda a solucionar un problema tomando en cuenta los recursos disponibles, por lo tanto, permite que el inversionista conozca si su idea es factible y si es posible su ejecución.

Para Terrazas nos dice:

*“Un proyecto está ligado a un pensamiento, una oportunidad y una inversión que debe desarrollarse en un contexto de riesgo y emprendimiento; esto quiere decir que la idea de proyecto es el desarrollo de una serie de actividades planificadas que tienden al mejor aprovechamiento de los recursos para lograr un objetivo”.* (Terrazas, 2019, pág. 32)

### **2.2.2 Tipos de Proyectos**

#### **2.2.2.1 Proyectos de inversión privada**

Para (Riofrío, Viñán, Ávalos, & Córdova, 2018) cuando se habla de proyecto de inversión privada, hace referencia a una tipología que, emprende su funcionamiento con base en el financiamiento bancario o con capital privado y pretende lograr beneficios económicos.



La inversión privada la efectúan personas o compañías que destinan sus propios recursos para realizar una inversión con el propósito de generar rentabilidad a futuro y recuperar lo invertido.

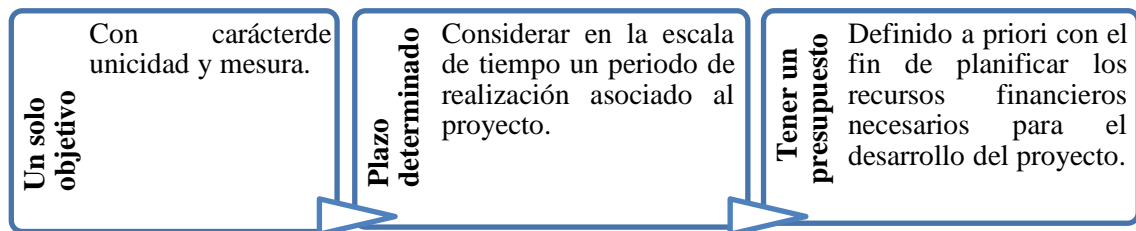
### 2.2.2.2 *Proyectos de inversión social*

Según (Riofrío, Viñán, Ávalos, & Córdova, 2018) el tipo de proyecto que se identifica como de inversión social, es ese que, se financia con partidas presupuestarias del Estado, con el fin de beneficiar a una población.

La inversión social la ejecutan empresas o instituciones gubernamentales con el propósito de realizar iniciativas sociales que generan un impacto positivo dentro de una comunidad específica.

### 2.2.3 *Características de un proyecto*

Desde un punto de técnico-económico un proyecto presenta tres características fundamentales:

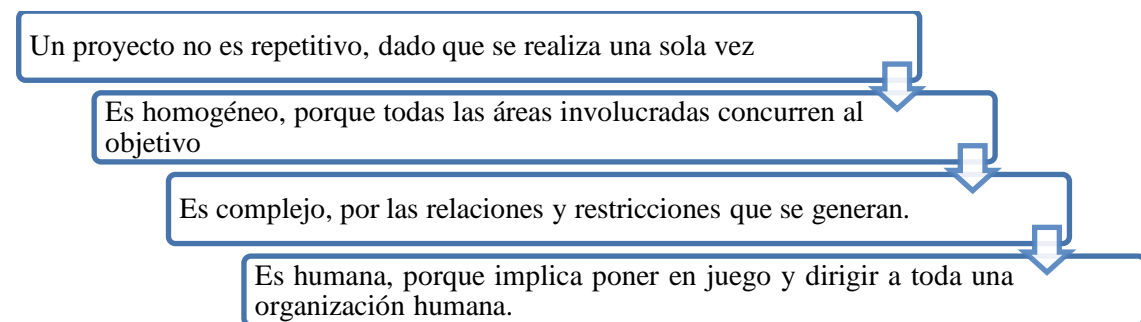


**Ilustración 1-2:** Características de un proyecto

**Fuente:** (Terrazas, 2019).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Mientras que las características complementarias que debe tener un proyecto técnico-económico son las siguientes:



**Ilustración 2-2:** Características complementarias de un proyecto

**Fuente:** (Terrazas, 2019).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

#### **2.2.4 Proyecto de factibilidad**

La valoración de la factibilidad de un proyecto se considera como el principal indicador de implantación de un proyecto; en este se plantean una serie de interrogantes acerca del desarrollo del mismo que, una vez resueltas, se puede distinguir, la viabilidad de los que se está observando. En la factibilidad se estudian y evalúan, la estructura de la empresa contemplada, como es, la conformación legal, financiera y organizacional. (Pacheco & Pérez, 2018).

Un proyecto de factibilidad es un análisis económico y financiero que se realizan sobre una inversión, el proyecto de factibilidad también es llamado proyecto de viabilidad permite valorar si el proyecto a realizar es favorable en materia económica.

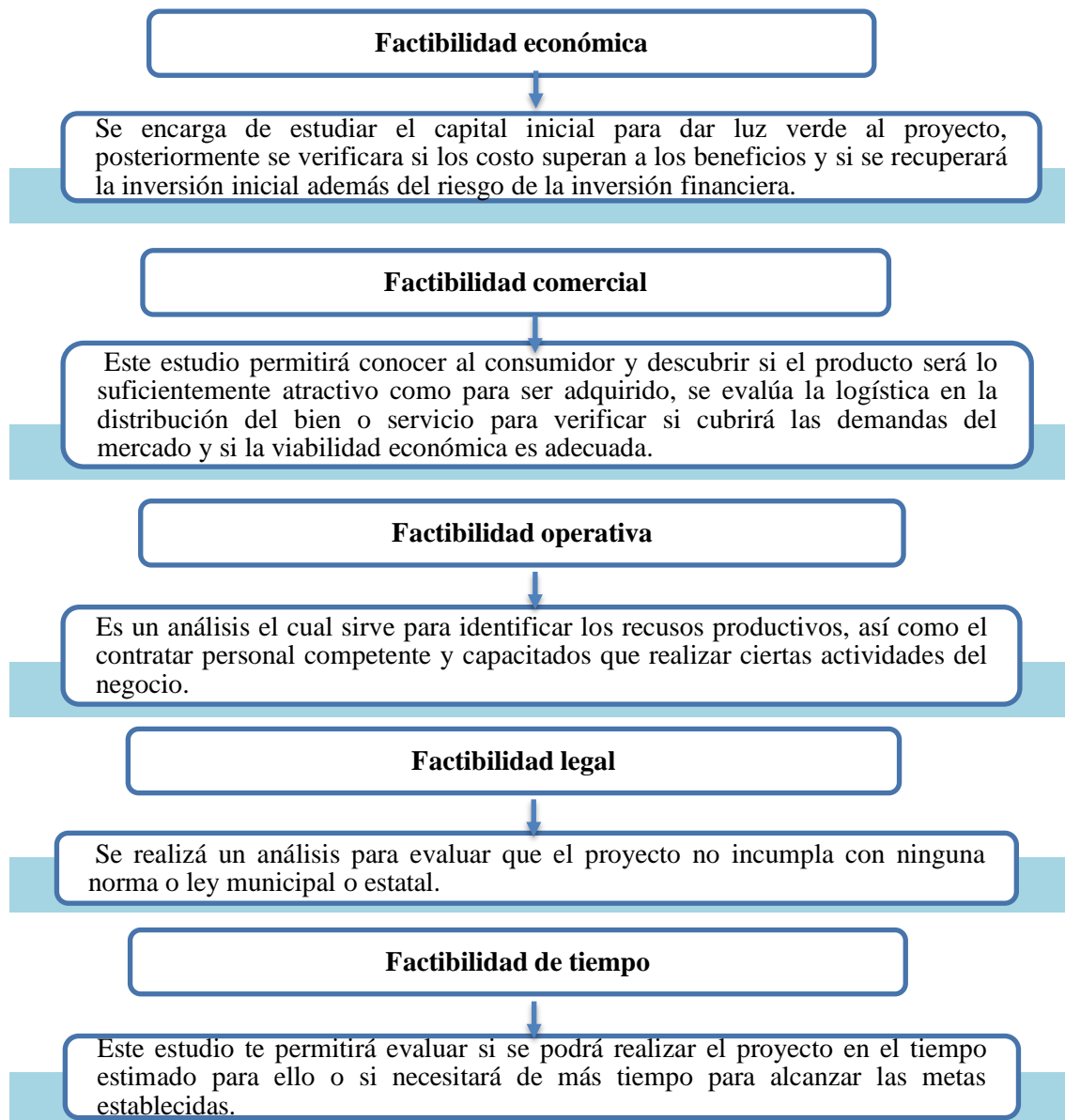
#### **2.2.5 Importancia del proyecto de factibilidad**

Un proyecto de factibilidad es importante de realizar, en virtud de que, facilita la puesta en práctica de herramientas gerenciales, para el logro de los escenarios propuestos en recursos y tiempo, exhortando la participación de un personal con sus capacidades y habilidades de trabajo en equipo. Es así que, el proyecto de factibilidad señala lo que debe enfocarse para el logro de los propósitos, implicando el emprendimiento de actividades relacionadas directamente con, la planificación, programación, ejecución, control, seguimiento, en aras de potenciar el rendimiento del mismo y la maximización de los recursos existentes (Terrazas, 2019, pág. 5).

Gracias al estudio de factibilidad, los encargados, directivos y gerentes de una organización, pueden evaluar en detalle, las condiciones de realización del proyecto, como en efecto son, el capital, materia prima, los costos, gastos, recursos humanos, ganancias proyectadas, pérdidas, período de recuperación, tasa de recuperación interna, explicando las posibilidades y condiciones de riesgos, para que, los responsables tomen las debidas decisiones.

#### **2.2.6 Tipos de proyectos de factibilidad**

Los tipos de proyectos pueden ser económicos, comerciales, operativos, técnicos, legales y de tiempo, a continuación, detallo cada uno de ellos:



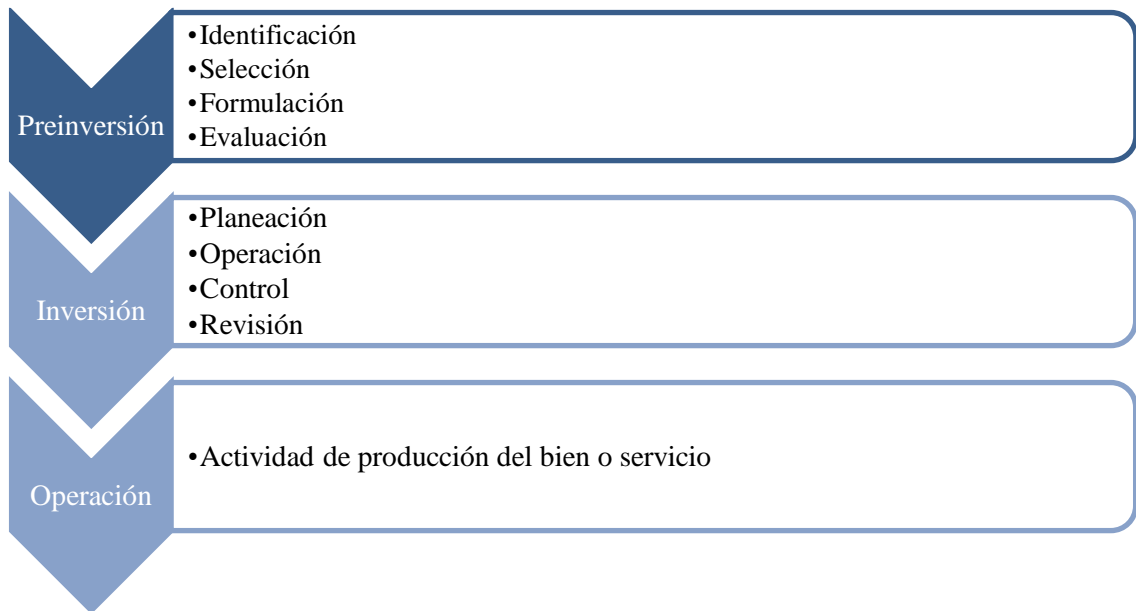
**Ilustración 3-2:** Tipos de Proyectos de factibilidad

**Fuente:** (Quiroa, 2022).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**2.2.7 Ciclo de un proyecto**

Un proyecto tiene tres etapas principales empezando por la preinversión que es el estudio para comprobar la factibilidad del proyecto, mientras la inversión es la etapa donde se ejecuta el proyecto y por último la operación etapa donde se evalúan las acciones del proyecto.



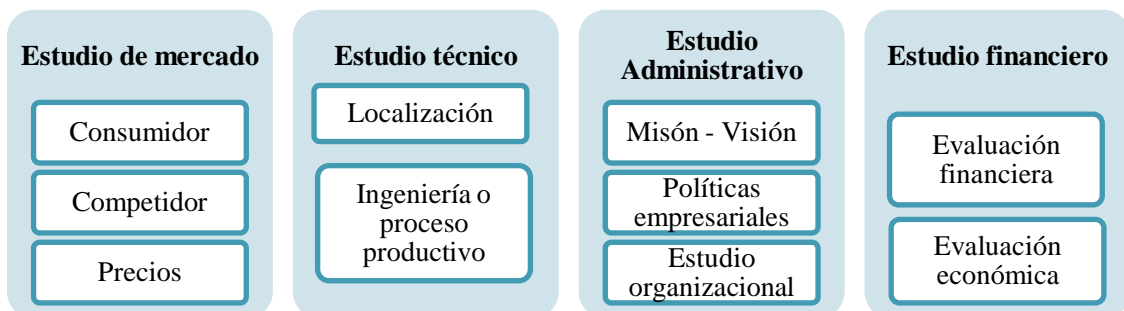
**Ilustración 4-2:** Ciclo de un proyecto

**Fuente:** (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**2.2.8 Estructura de un proyecto de factibilidad**

Los componentes de la estructura de un proyecto de factibilidad contienen tres etapas fundamentales:



**Ilustración 5-2:** Estructura del Proyecto

**Fuente:** (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**2.2.9 Estudio de mercado**

Según, (Riofrío, Viñán, Ávalos, & Córdova, 2018), “el estudio de mercado es el componente más crucial del proyecto. Un análisis de mercado sólido permitirá crear todos los demás estudios, incluidos los técnicos y financieros y los que evalúan el proyecto en términos reales, con mayor rapidez”. Además, ayuda a determinar si un proyecto es factible a través de un análisis de oferta y demanda.

Si la demanda potencial es mayor que la oferta, sugiere que el proyecto puede avanzar; de lo contrario, fracasará por falta de un mercado potencial para el bien o servicio. o por no cumplir con las especificaciones de las exigencias.

El estudio de mercado implica la determinación de unas condiciones de entrada o de puesta en marcha de un proyecto que, no solo se limita al establecimiento de una cuantificación o dimensionamiento de la oferta, sino de todo el contexto asociado, por lo que, con este tipo de análisis, se puede identificar la estructura de costos anticipada, así como la proyección en corto y mediano plazo, de lo que será el rendimiento de la propuesta, sirviendo como sustento, para encaminar una serie de decisiones, para garantizar la ocurrencia de los escenarios simulados. (Choquehuayta, 2021, pág. 25).

Efectivamente, el estudio de mercado debe mostrar un alto grado de confiabilidad, para que así, todas las proyecciones que se encuentren en él sean consideradas formalmente por los representantes e inversionistas; en tal sentido, es necesario emplear métodos estadísticos, como las frecuencias absolutas, relativas, conteos, probabilidades. Toda la información que se presente de este contexto servirá para planear sistemáticamente, todas las inversiones como, las compras de plantas y equipos operativos.

- Análisis de la demanda

La demanda se trata de la proyección de las unidades de producción o servicios que, podrán ser consumidos por el público objetivo, en virtud de satisfacer una necesidad colectiva. Por su parte, el análisis de demanda demuestra el precio de venta por cada unidad proyectada que el mercado o consumidor final, se encuentra dispuesto a pagar por él (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 20).

La demanda presenta una característica muy representativa, la cual es que, a partir de su comportamiento, se definirá los precios y la proyección de ganancias y pérdidas.

- Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se divide en dos conceptos:

- a) Demanda no atendida: Es aquella población que no reciben un bien o servicio, por lo cual la demanda es superior a la oferta.

b) Demanda atendida: Es aquella donde la demanda atendida no se encuentra satisfecha por un determinado bien o servicio.

El proyecto debe cubrir la demanda no atendida satisfaciendo así a los consumidores, por otro lado, se pretende mejorar la calidad, de la propuesta de valor que ya se encuentran dentro de un mercado.

- **Análisis de la oferta**

Constituye las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y, en condiciones de ofrecer al mercado en fusión de los diferentes niveles de precios en un período determinado de tiempo (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 25).

Se trata de la cantidad del producto o cuota de servicio que, los productores están dispuestos a suministrar al público final, considerando un esquema de precios al consumidor en determinadas condiciones de la demanda. Es por ello que, se entiende como una cuantía o dimensionamiento que, está supeditado a factores internos organizacionales, como a los externos de gran escala, siendo el caso preciso del Producto Interno Bruto, la inflación e Índices Globales de Precios al Consumidor.

- **Precios**

Dentro del estudio de mercado se analiza y estudia los precios de los bienes y servicios que se pretenden producir (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 25).

Los precios pueden ser fijados en función de los costos operativos, pueden ser establecidos por el gobierno o por los precios existentes dentro del mercado.

### ***2.2.10 Estudio técnico***

Según (Choquehuayta, 2021), “En la elaboración de un proyecto de factibilidad, el estudio técnico tiene como finalidad brindar información para cuantificar el monto de la inversión y el costo de las operaciones relevantes en este ámbito”.

Como mencionan (Riofrío, Viñán, Ávalos, & Córdova, 2018), “El estudio técnico es fundamental para un proyecto de inversión porque examina la mejor ubicación y el tamaño de las instalaciones, ilustrando todos los factores importantes para el desarrollo exitoso del proyecto”.

- Tamaño del proyecto

Es un indicador relativo al dimensionamiento de la capacidad instalada en el área operativa, para cumplir con los objetivos de la oferta; se expresa en volumen, área, peso, relación y las unidades imputables directamente al proceso productivo. Se identifican los principales aspectos:

- Demanda: Debe ser superior al tamaño de la planta
- Suministros e insumos: La cantidad de materia prima debe ser capaz de sustentar los procesos de producción
- Financiamiento: Debe contarse con un financiamiento propio o de terceros para cumplir con los compromisos de inversión Los recursos financieros son esenciales para poder cubrir las inversiones realizadas
- Tecnología y equipos: La tecnología es el factor que debe propiciar el rendimiento del proceso y calidad del producto
- Organización: Se debe buscar personal suficiente para poder empezar con el funcionamiento del proyecto.

- Localización

Para (Riofrío, Viñán, Ávalos, & Córdova, 2018) La localización permite el análisis de las variables para determinar la ubicación que ofrece la máxima utilidad o el menor costo unitario; es el lugar ideal para ubicar la unidad productiva y aumentar significativamente la rentabilidad del proyecto.

Dentro de la localización se debe tomar en cuenta lo siguiente.

- Macro localización: Consiste en decidir la región más ventajosa para poder ubicar una empresa o negocio; describe la zona geográfica donde se encontrará el proyecto. (Rubio, 2021)
- Micro localización: Es el estudio que tiene como propósito seleccionar la comunidad y lugar exacto para elaborar el proyecto, se elige el punto preciso dentro de la zona donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. (Rubio, 2021)

- Ingeniería o proceso productivo

La ingeniería del proyecto para (Riofrío, Viñán, Ávalos, & Córdova, 2018), “Tiene como objetivo, establecer las características del proceso de producción, la maquinaria necesaria, los lugares donde se puede adquirir y la distribución aproximada de la planta”. El proceso productivo se divide de la siguiente manera.

- Proceso de producción: Proceso técnico que conlleva a la transformación de materia prima para convertirlos en productos.
- Cuantificación de variables para la producción: La ingeniería en procesos detalla las variables necesarias para la producción las cuales son:
  - Mano de obra: Personal necesario para la producción.
  - Materia prima: Conocer la disponibilidad y costos de la materia prima necesaria para el proceso de producción.
  - Otros materiales: Se debe tomar en cuenta insumos como el agua, combustible, electricidad, etc.

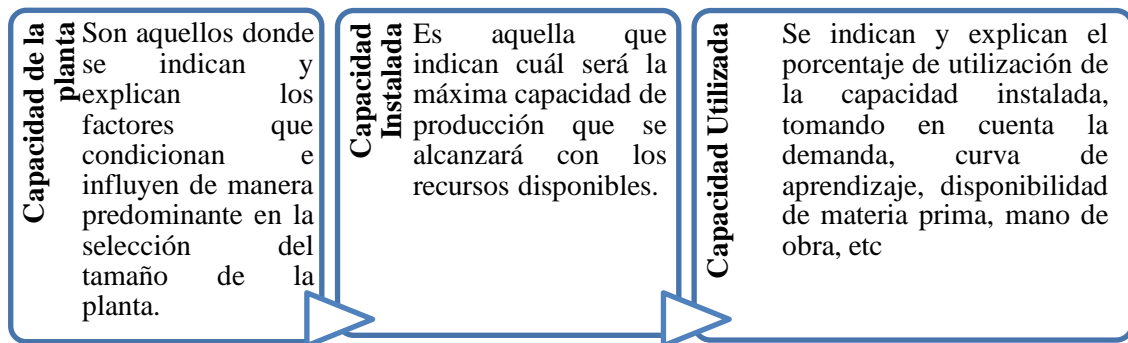
Los aspectos antes mencionados deberán efectuarse de una manera adecuada de principio a fin para lograr un proceso de producción eficiente. El principal aporte de este estudio será la de determinar las características de la función productiva que, estimule la optimización de los recursos y proyectar un tiempo de ciclo eficiente, orientado a un alto rendimiento organizacional.

Este estudio establece con base al dimensionamiento de oferta realizada, el tamaño de los equipos y las especificaciones técnicas de operación, con base a las exigencias normativas y estándares internacionales para el rubro comercial precisado; paralelamente, el dimensionamiento de los equipos necesario permite discernir el tamaño físico de operaciones, definiéndose de una vez, el Layout de producción.

Posteriormente, todo lo descrito con anterioridad, permite cuantificar los requerimientos complementarios de materia prima, mano de obra directa, costos operativos y pérdidas, enmarcados en el criterio de minimización de los costos a incurrir por mantenimiento de los equipos.



De acuerdo a lo planteado anteriormente se puede explicar el Estudio Técnico como:



### **Ilustración 6-2:** Características del estudio técnico

**Fuente:** (Choquehuayta, 2021).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

#### **2.2.11 Estudio administrativo**

De acuerdo con López menciona lo siguiente.

*“El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa”.* (López, 2018)

- **Misión**

La misión sirve como base para desarrollar las metas específicas que dirigirán el negocio. En consecuencia, es crucial que los empresarios, gerentes y emprendedores entiendan cuál es la misión (Garrido, 2021, pág. 56).

- **Visión**

“La visión propone la situación deseada, no debe ser una fantasía o una ilusión, sino enfoques realistas de cómo será la empresa, por lo que se deben tener en cuenta las condiciones económicas, tecnológicas y sociales, así como los recursos disponibles” (Garrido, 2021, pág. 57).

- Organigrama estructural

Los organigramas estructurales son la representación gráfica de la estructura orgánica de la empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría. (Thompson, 2020, pág. 1)

- Objetivos institucionales

Metas establecidas por los directivos administrativos de la empresa durante el comienzo, los objetivos pueden ser modificados a medida que la organización crece en el mercado y puedan medirse en términos de éxito.

- Políticas empresariales

Para Reinoso (Reinoso, 2022, pág. 28) las políticas son guiones a cumplirse dentro de una organización, se enfoca al personal administrativo y operacional y también incluyendo al cliente en caso de llegarse a incumplir algún parámetro se puede aplicar una política de excusa.

La política empresarial es un compromiso por parte de la organización donde se aplica el compromiso, la participación del personal y el cumplimiento de los objetivos institucionales, además de proporcionar una orientación sobre planes concretos que permitan lograr los objetivos deseados.

### ***2.2.12 Estudio financiero***

Para (Choquehuayta, 2021), el estudio financiero consiste en el levantamiento de toda la información del proyecto, en lo relativo al plano económico, empezando por la determinación del capital del trabajo, gastos de constitución, gastos operativos, gastos administrativos, costos fijos, variables, ingresos, gastos financieros y demás.

El esquema y contenido del estudio financiero se puede apreciar de la siguiente manera.

Necesidades Totales de Capital	<ul style="list-style-type: none"><li>• Son las necesidades de recursos monetarios necesarios para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto, comprende los activos fijos tangibles e intangibles y el capital de trabajo.</li></ul>
Requerimiento Total de Activos	<ul style="list-style-type: none"><li>• En este ítem se indica el destino que se dará a los recursos.</li></ul>
Activos Fijos Tangibles e Intangibles	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se desglosan detalladamente todos los activos tangibles e intangibles, que se van a usar en el proyecto.</li></ul>
Capital de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Son los recursos que se va destinar en el proyecto.</li></ul>
Modalidad y fuentes de Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se indica la modalidad de la inversión, el aporte propio del promotor y el crédito solicitado.</li><li>• Se señala en el proyecto si el financiamiento se presenta por endeudamiento con algún ente financiero y la situación actual del mismo.</li></ul>
Condiciones del Crédito	<ul style="list-style-type: none"><li>• Indica el monto del crédito, tasa de interés, periodo de amortización, período de pago de interés diferidos, período de gracia y cantidad de cuotas</li></ul>
Amortización de la deuda	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentar la tabla de amortización del crédito.</li></ul>
Depreciación y Amortización de la Inversión	<ul style="list-style-type: none"><li>• Explicar el método utilizado para la depreciación de los activos fijos tangibles y el método para la amortización de los activos fijos intangibles.</li></ul>
Otros Gastos de Fabricación	<ul style="list-style-type: none"><li>• Indicar y analizar los gastos a realizar por concepto de servicios y gastos conexos a la producción.</li></ul>

Flujo de Caja con Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un análisis descriptivo de los resultados del Flujo de Caja, durante la vida útil del proyecto.</li> </ul>
Ingresos Totales Anuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicar las fuentes de los ingresos y su proyección en el tiempo.</li> </ul>
Otros Gastos de Administración y Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar y explicar el uso de los gastos que se incurrirá por concepto de administración y ventas.</li> </ul>
Estructura de Costo con Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicar y realizar un análisis descriptivo del cuadro de estructura de costo.</li> </ul>
Estado de Ganancias y Perdidas con Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un análisis descriptivo de los resultados del Estado de Ganancias y Perdidas, durante la vida útil del proyecto.</li> </ul>
Indicadores financieros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir conceptualmente los indicadores financieros, además de efectuar el VAN, TIR, PRI, Beneficio/costo.</li> </ul>
Aspectos Legales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considerar la normativa legal nacional y local vigente relacionada con el proyecto.</li> </ul>
Aspectos Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicar la incidencia o afectación positiva o negativa del desarrollo del proyecto en el ambiente.</li> <li>• Contemplar las medidas necesarias a tomar en el desarrollo del proceso, para evitar accidente de tipo laboral y contaminación que vaya en perjuicio e integridad del personal que labora en la organización.</li> </ul>

**Ilustración 7-2:** Elementos del estudio financiero

**Fuente:** (Choquehuayta, 2021).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- **Indicadores financieros en proyecto de inversión**

Según (Briceño, 2021), “los indicadores financieros en un proyecto de inversión sirven para seleccionar la alternativa de inversión que genere valor para el negocio o ayudan a ordenar proyectos en función de sus rentabilidades”.

Los indicadores de rentabilidad más utilizados en proyectos de inversión son el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), índice beneficio/costo (B/C) y período de recuperación (PRI).

- **Valor actual neto (VAN)**

Pacheco y Pérez definen al Valor Actual Neto como:

*“La diferencia entre el valor presente de los flujos y el valor de la inversión se le denomina valor presente neto. Por valor presente neto de un proyecto se entiende el dividendo que podría anticiparse a los accionistas a cuenta del proyecto, sabiendo que éste habrá de recuperarse y además se pagará el costo de su financiamiento”.* (Pacheco & Pérez, 2018, pág. 118)

Se trata de la proyección de los flujos de caja al presente del inversionista, indicando una estimación de la rentabilidad para materializar el proyecto al día de hoy, el proyecto se acepta si el valor actual neto es mayor a cero.

**Fórmula:**

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t}$$

**Fuente:** (Jimenez, 2019)

**Donde:**

$I_0$ : inversión inicial

$n$ : número de periodos

$F_t$ : flujo de efectivo netos

$k$ : tasa de descuento

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

Según (Briceño, 2021) explica la tasa interna de retorno como la rentabilidad promedio anual que entrega el proyecto durante su vida.

La tasa interna de retorno muestra si la inversión generara beneficios o perdidas en modo de porcentaje, por lo cual se determina si la inversión a realizar es rentable. La tasa interna de retorno debe ser mayor al costo de oportunidad para que el proyecto sea viable.

**Fórmula:**

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{Fn}{(I + i)^n} = 0$$

**Fuente:** (Ramírez, 2022)

**Donde:**

Fn: flujo de caja en el periodo n

n: número de periodos

I: inversión inicial

- **Índice beneficio/costo**

Es uno de los indicadores de valoración del proyecto, planteando la razón entre el beneficio del mismo, entendido este como las ganancias que se percibirán con él y del costo, como todos los gastos que incurrirá para lograrlo; un inversionista espera que, este indicador sea mayor a uno.

Para que el proyecto sea factible el índice de beneficio/costo debe ser mayor a cero, caso contrario el proyecto se rechaza.

**Fórmula:**

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \text{Ingresos}}{\sum_{i=0}^n (\text{Inversión} + \text{Costos})}$$

**Fuente:** (Briceño, 2021)

**Donde:**

Si el I B/C > 0, el proyecto se acepta

Si el I B/C < 0, el proyecto se rechaza

- ***Periodo de recuperación de la inversión (PRI)***

Según (Briceño, 2021) se trata de la cantidad de años proyectados sobre el flujo de caja en el que, un inversionista recupera su capital.

El Periodo de recuperación de la inversión también conocido como Payback es el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de la inversión realizada, el proyecto se considera factible cuando el período de recuperación de la inversión es convenientemente corto o preferiblemente menor a cinco años; es un indicativo de la proyección que los inversionistas recuperarán el capital invertido.

**Fórmula:**

$$PRI = \frac{I_0}{F}$$

**Fuente:** (Mesquita, 2017)

**Donde:**

I<sub>0</sub>: Inversión inicial del proyecto

F: flujo de caja anual

### ***2.2.13 Guayusa***

La guayusa es considerada una planta medicinal y energética por años, debido a sus propiedades antioxidantes detiene y neutraliza el deterioro de los tejidos y órganos del cuerpo humano y gracias a su cafeína natural ayudar a controlar el estrés y a mejorar la salud las personas que lo consuman de una manera natural (Franco, 2018).

Según (Hogan, 2021) la guayusa (*Ilex guayusa*) es una planta nativa de la amazonia, etimológicamente significa hoja buena y agradable. La guayusa ha sido cultivada por los pueblos amazónicos durante más de 1500 años. Desde la antigüedad las primeras civilizaciones amazónicas desarrollaron y aprendieron saberes y prácticas tradicionales vinculadas con la biodiversidad buscaron plantas tradicionales para la cura de enfermedades como es el caso de la guayusa, en Ecuador el género *Ilex* está representado por la guayusa también conocido en diferentes culturas con distintos nombres como waysa en Kichwa, wais en Shuar y emotebiquime en Waorani.

Para poder entender la importancia que tiene la guayusa hacia los pueblos indígenas de la Amazonia Franco Wilfredo lo define de la siguiente manera:

*“La ceremonia de la guayusa es parte de un sistema de conocimiento de alto valor cultural que prevalece por generaciones, realizada en horas de la madrugada con la participación de toda la familia (padres, madres, hijos/as, abuelos/as, nueras, yernos, nietos/as, etc.), representa un espacio para poder reflexionar, planificar el trabajo diario, e interpretar los sueños, a fin de anticipar el significado entre el sueño y la realidad. La guayusa está vinculada con el trabajo fuerte para la gente Kichwa, pues proporciona energía y vigilancia, para conectarse con el cuerpo, mente y espíritu”. Actualmente muchas familias indígenas aún siguen la tradición de ingerir la guayusa diariamente ya que les trasmite energía” (Franco, 2018, pág. 6).*

Según datos recopilados por diversos historiadores, la guayusa se encontraba expandida a lo largo de la Amazonia, desde el este de Caquetá en Colombia pasando por Napo y Pastaza en Ecuador hasta Borja en Perú. La guayusa se remota desde el siglo XVII desde la llegada de los jesuitas misioneros que al explorar la región amazónica encontraron que los pueblos indígenas consumen una cierta bebida medicinal (Franco, 2018, pág. 7).

#### 2.2.13.1 *Composición y beneficios*

Según (Radice & Vidari, 2007), la guayusa, miembro de la familia Aquifoliácea, se conoce comúnmente en todo el Ecuador por su nombre en español, guayusa. Es un árbol de hoja perenne que es autóctono de la región amazónica y se cultiva en algunas zonas subtropicales de los Andes.

*“Los individuos de esta especie pueden crecer hasta 10 metros de altura en promedio, con un diámetro a la altura del pecho de 50 a 80 cm, copa irregular y follaje denso; las ramas son flexibles y extendidas; las hojas son de colores verde oliva, coriáceos y miden de 15 a 21 cm de largo por 5 a 7 cm de ancho; la flor tiene una corola de color blanco verdoso con pétalos y típicamente 4-6 cavidades, y el fruto es una baya globular, de casi 1 cm de ancho” (Radice & Vidari, 2007, pág. 4).*





**Ilustración 8-2:** Fotografía de la planta de guayusa

**Nota:** Planta de guayusa aproximadamente 5 m de altura.

**Fuente:** Díaz, Nayla, 2022.

Debido al clima tropical estable y la lluvia suficiente durante todo el año, las plantas de guayusa crecen rápido y la recolección de las hojas puede comenzar aproximadamente un año después de la siembra. El rendimiento por planta aumenta sustancialmente con la edad, estabilizándose con la madurez de la planta después de aproximadamente 5 años, además la guayusa se puede cosechar durante todo el año, lo cual es una ventaja importante en comparación con el café y el cacao que tiene temporadas específicas de cosecha. (Krause & Ness, 2017).

Las ramas de guayusa no se cortan en el proceso de cosecha; en cambio, las hojas se arrancan de la rama y se regeneran nuevamente después de la cosecha. Una vez cosechadas, las hojas verdes se pueden almacenar durante uno o dos días. Para evitar un mayor marchitamiento y una pérdida de calidad, las hojas deben transportarse a la planta de procesamiento, donde se secan y procesan en un ambiente sanitario (Krause & Ness, 2017).

### 2.2.13.2 Taxonomía de la guayusa

**Tabla 1-2:** Datos Taxonómicos

<b>Clase:</b>	<b>Esquisetopsida</b>
<b>Subclase:</b>	<i>Magnollidae</i>
<b>Suborden:</b>	<i>Asteranae</i>
<b>Orden:</b>	<i>Aquifoliales Senft</i>
<b>Familia:</b>	<i>Aquifoliacea Bercht</i>
<b>Género:</b>	<i>Ilex</i>
<b>Especie:</b>	<i>Guayusa</i>
<b>Nombre científico:</b>	<i>Ilex guayusa Loes</i>
<b>Nombre común:</b>	<i>Guayusa (español)</i> <i>Waysa (kichwa)</i> <i>Waisi (shuar)</i>

**Fuente:** (Alvarado, 2016).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 2.2.13.3 Propiedades de la guayusa

La guayusa contiene dos grandes compuestos químicos importantes, el antioxidante y metilxantinas.

**Tabla 2-2:** Propiedades de la planta de guayusa

<b>Antioxidantes</b>	<b>Metilxantinas</b>
Sustancias que protegen las células frente al proceso de oxidación	Estimulan el sistema nervioso central
Retardan el envejecimiento celular	Incrementan la actividad motora y disminuyen la fatiga y sueño.

**Fuente:** (Franco, 2018).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 2.2.13.4 Cultivo de la planta de guayusa

Para seleccionar la ubicación del cultivo el suelo debe ser plano y ligeramente ondulado, pueden ser suelos francos arcillosos, franco arenoso limosos o aluviales, los cuales son ricos en nutrientes, se debe evitar suelos pedregosos, una vez establecido la ubicación del cultivo las plantas pueden ser trasplantadas cuando tienen suficiente sistema radicular, para realizar el trasplante se recomienda que la planta de vivero tenga de 5 a 6 meses de edad, la distancia existente entre las plantas sembradas que se aplica en las filas y en las hieleras dependerá de la densidad de la

siembra y dependerá de la técnica de cosecha que se vaya a emplear puede ser cosecha al deshoje o poda de cosecha. (Alvarado, 2016, págs. 19-20).

Según (Alvarado, 2016) “un sistema agroforestal productivo, sostenible y rentable puede tener una densidad de 1.650 plantas/ ha hasta 5.000 plantas/ha”.

**Tabla 3-2:** Densidad en la siembra de la planta de guayusa

Densidad (m x m)	Nº de plantas	Observación
<b>2m x 1m</b>	5.000 plantas/ha	Se considera una plantación intensiva con 20 a 30 spp forestales asociadas, se requiere mayores recursos y un manejo constante del cultivo.
<b>2m x 2m</b>	2.500 plantas/ha	Se recomienda cuando se asocia con algún cultivo perenne de baja densidad, con spp forestales o frutales que no generen mucha sombra, ya que la guayusa necesita mucha luz a partir del segundo año.
<b>2m x 3m</b>	1.650 plantas/ha	Es recomendable cuando se quiere diversificar el cultivo con gran cantidad de spp forestales o frutales.

**Fuente:** (Alvarado, 2016).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

*“Previo a la siembra, se marca el terreno, lo que implica clavar en el suelo palos o estacas puntiagudas de 1 punto 20m a 1 punto 50m de largo de acuerdo con la densidad y la ubicación de la siembra prevista; para asegurarse de que el suelo esté lo suficientemente suelto para soportar el desarrollo normal de la distancia de la raíz, se recomienda que el hoyo para el cultivo sea cuatro veces más grande que el volumen de las raíces de la planta; por lo tanto, el tamaño del agujero siempre debe ser mayor que el tamaño de la planta en la cubierta.; antes de trasplantar la planta al hoyo, es importante comprender que la planta debe contar con una sombra alta que la proteja del sol; además, debido a que esto provoca estrés hídrico e impide la aclimatación de la planta, lo cual es perjudicial para su desarrollo, se recomienda realizar el trasplante durante las épocas de lluvia”* (Alvarado, 2016, págs. 22-24).

#### 2.2.13.5 *Cosecha*

Para (Alvarado, 2016, págs. 43-45) en la cosecha es propicio conocer la maduración fisiológica del cultivo, para con ello programar la temporada de cosecha, en aras de garantizar la calidad del cultivo y que por supuesto, permita extender el grado de calidad a los productos que se procesarán con dicha materia prima; en efecto, la maduración debe estar sobre el 90% y las hojas estar libre de hongos, insectos, líquenes y musgos. Previo de la venta las hojas deben ser colocadas en sacos limpios y secos que no contenga una cantidad mayor a 50 libras para evitar el aumento de la temperatura y la presión de las hojas.

#### 2.2.14 *Producción*

Para los autores (Zamora, Guzmán, Cordero, & Sánchez, 2019) es un procedimiento donde las materias primas se transforman en bienes o servicios terminados. Esto solo puede lograrse con la participación de mano de obra especializada que, emplea los recursos técnicos, como bien son, maquinarias, infraestructura, así como de la tecnología necesaria.

La producción se encarga de transformar los insumos necesarios para convertirlos en productos generando un valor agregado y satisfaciendo las necesidades de los clientes. La producción depende de varios procesos para elaborar un producto como son las materias primas y el capital humano que conlleven a un resultado óptimo en la producción.

##### 2.2.14.1 *Producción agrícola orgánica*

La producción agrícola orgánica, se trata de una forma técnica, la cual tiene como propósito garantizar la sostenibilidad del entorno, el equilibrio natural y de la salud pública; para lograr éstos fines, la agricultura orgánica reduce en forma significativa la necesidad de emplear recursos no renovables, enfatizando el uso de productos netamente agrícolas para la fertilización de los suelos, evitando la aplicación de pesticidas y herbicidas sintéticos, así como de los agroquímicos (FAO, 2022).

El enfoque que posee la agricultura orgánica es el de producir productos saludables ocupando fertilizantes 100% naturales, por lo cual el producto tiene un alto valor nutricional y es apto para el consumo humano. Actualmente las personas optan por comprar productos 100% orgánicos que sean sanos y libres de componentes dañinos, el producir un producto orgánico no solo favorece a las personas que lo consumen sino también al medio ambiente y a los agricultores ya que la producción tiene un plus agregado y por lo tanto sus ingresos aumentan.

#### 2.2.14.2 Principales requisitos para una producción agrícola orgánica

Por requisitos para tener una producción agrícola orgánica se encuentran.

*“Para la mayoría de los cultivos, los animales, la piscicultura, la apicultura, las operaciones forestales y la recolección de productos silvestres, existen estándares particulares que se deben cumplir para obtener la certificación orgánica; el período de transición de la finca (generalmente de dos a tres años) durante el cual se deben utilizar métodos de producción orgánicos antes de que se incluya la certificación en las reglas para la producción orgánica; la selección de semillas y materiales vegetales, el método de mejoramiento de plantas, la preservación de la fertilidad del suelo y el reciclaje de materiales orgánicos, la técnica de labranza, la conservación del agua y el manejo de plagas, enfermedades y malezas son algunos de los requisitos; para el control de plagas y enfermedades también se han establecido lineamientos para el uso de fertilizantes e insumos orgánicos”. (FAO, 2022).*

#### 2.2.14.3 Obtención de certificación orgánica

La obtención de la certificación orgánica se procede como sigue.

*“Para obtener la certificación orgánica a veces resulta costoso para el productor, ya que mientras pasan los 2-3 años el producto se vende a su precio convencional, pero el productor tiene que cumplir con los principios de la producción orgánica, lo cual puede aumentar sus costos de producción y disminuir su productividad, al menos al principio; para bajar el costo de la certificación, los productores pueden agruparse y crear un sistema de control interno, siempre y cuando cumplan con ciertos requisitos. Al hacer esto, es importante que los productores tengan en cuenta que deben confiar y trabajar juntos, ya que dependerán mucho unos de otros”. (FAO, 2022).*

La mayoría de las organizaciones certificadoras privadas desarrollan los estándares de agricultura orgánica. Varias naciones, incluidas Japón, Europa y Estados Unidos, tienen leyes internas de etiquetado orgánico que los productores deben seguir si desean exportar sus productos a estos mercados. La elección de la agencia certificadora es crucial. El comprador en la nación importadora debe reconocer formalmente y tener fe en la agencia que el productor ha seleccionado. El costo de las organizaciones certificadoras nacionales suele ser menor que el de las organizaciones internacionales, pero es posible que no sean tan conocidas en algunos mercados extranjeros.

### **2.2.15 Comercialización**

La comercialización es un conjunto de procesos y acciones las cuales permiten introducir eficientemente los productos en los canales de distribución adecuados, la comercialización busca que el producto llegue hasta los consumidores para que se conozca y consuma.

#### **2.2.15.1 Canales de distribución**

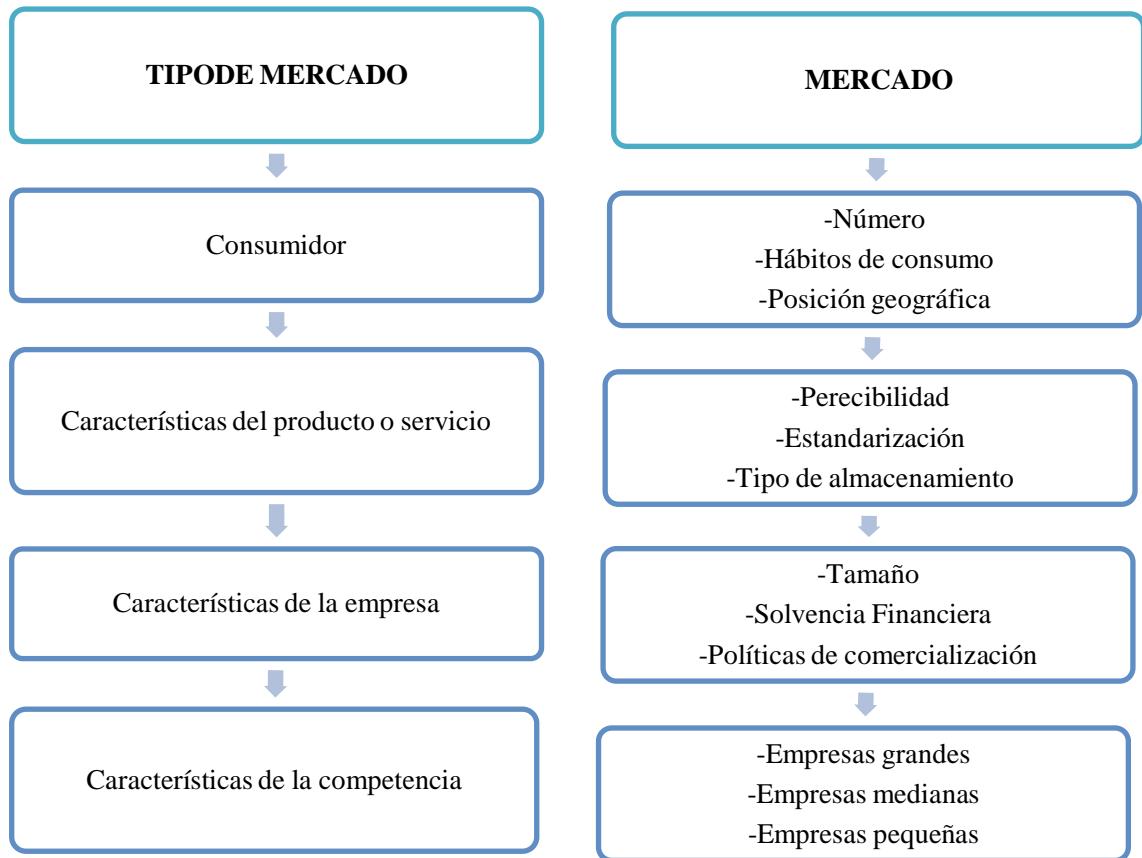
Para (Viñán Villagrán, Puente Riofrío, Ávalos Reyes, & Córdova Prócel, 2018), ubicar el producto en el lugar y momento adecuado es una tarea complicada que enfrentan las empresas dada su repercusión directa en las ventas producidas y en la generación de costos adicionales. Cuando se elige una forma de distribución la empresa la mantiene durante un periodo de tiempo.

Existen dos alternativas para que el bien o servicio llegue al cliente, por lo cual la empresa debe decidir que alternativa escoger:

- Ventas directas: Son vendedores propios de la empresa los que entregan los productos, por lo tanto, la empresa tiene un control sobre la red de distribución.
- Venta mediante intermediarios: Son empresas que adquieren los productos y lo revenden a precios más altos de lo que compraron.

#### **2.2.15.2 Selección de canales de distribución**

La empresa al seleccionar un canal de distribución debe tener en cuenta aspectos importantes como las características de la empresa, el producto o servicio y la competencia, así como también debe estudiar e identificar a los consumidores potenciales.



**Ilustración 9-2:** Selección de canales de distribución

**Fuente:** Viñan, (2018).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Los canales de distribución del té de hierbas participan diferentes actores como los recolectores, productores comerciales, intermediarios y/o acopiadores, empresas procesadoras - fraccionadoras, laboratorios, exportadoras, distribuidoras, grandes compradores y minoristas

De acuerdo a las observaciones personales en centros de ventas y consumo, los canales de distribución pueden dividirse en dos sectores, informal y formal. En el mercado informal los canales de distribución constan de 3 niveles:

- En el nivel 1 se encuentran los minoristas que se encargan de comercializar la producción a los consumidores finales en los mercados locales, así como las ferias, los vendedores ambulantes y los herbolarios.
- En el nivel 2 están los intermediarios y/o acopiadores, que en muchos casos son recolectores/productores de la zona, quienes se encargan de proveer a los minoristas y, a veces, en forma directa a los herbolarios

- En el nivel 3 se encuentran los recolectores. En algunas ocasiones (generalmente en ferias) son los propios recolectores quienes venden sus productos. En estos casos, logran obtener mejores precios de venta y, en otros, proveen directamente a los minoristas. Este mercado, por sus características, carece de todo tipo de registro en cuanto a volúmenes, mientras que los precios son relativamente homogéneos dentro de cada centro de mercadeo. (USAID, 2010).

#### 2.2.15.3 *Elementos que intervienen en la comercialización de la guayusa*

En el mercado formal, la cadena de comercialización consta de 5 niveles, en esta cadena también participan, normalmente, algunos de los actores del mercado informal:

- En el nivel 1 están los minoristas del mercado local, que se encargan de comercializar la producción a los consumidores finales a través de las despensas, autoservicios y vendedores ambulantes.
- En el nivel 2 se encuentran los mayoristas, que son las firmas distribuidoras, las cadenas de supermercados. Las distribuidoras proveen a los minoristas.
- En el nivel 3 están las yerbateras, procesadoras, laboratorios, envasadoras de té, que realizan los trabajos de limpieza, zarandeo y selección, para luego utilizar las hierbas para mezclar, fraccionar y empaquetar y proveer a las distribuidoras, supermercados y centros naturistas. En el nivel 3 también incluye procesadores y exportadores que normalmente son responsables de elegir, tamizar, limpiar y envasar las hierbas deshidratadas para enviarlas a clientes extranjeros.
- Los comités de productores, cooperativas, asociaciones y organizaciones que recolectan productos a nivel de finca se ubican en el nivel 4 de la cadena comercial. Además, exportadores y fraccionadores que se especializan en el envío y venta a procesadores.
- En el nivel 5 están los pequeños productores, que se dedican a la producción de hierbas aromáticas y medicinales (USAID, 2010).

#### 2.2.16 *Fundamentación legal*

##### 2.2.16.1 *Constitución de la Republica del Ecuador*

La Constitución de la República del Ecuador es el cuerpo legal del país mismo que establece dentro de sus artículos los diferentes lineamientos que se debe seguir al realizar diversas actividades.



Según el Art. 33 de la Constitución de la república del Ecuador menciona que:

*“El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado”* (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 19).

De acuerdo al artículo 304 de la Constitución Política de la República del Ecuador, la política comercial tendrá como objetivo cumplir con lo siguiente:

*“a) Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico planteado en el Plan de Ley Nacional; b) regular, promover y ejecutar las acciones necesarias para apoyar la inserción estratégica del país en la economía mundial, fortalecer el sistema productivo y aumentar la producción nacional; c) contribuir a garantizar la soberanía alimentaria y energética y disminuir la desigualdad interna; d) promover el crecimiento de las economías de escala y el comercio justo y e) abstenerse de prácticas monopólicas y oligopólicas que perjudiquen los mercados, especialmente en el sector privado”* (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 142).

#### 2.2.16.2 Código de Trabajo

Las Normas del Código de Trabajo regulan las acciones que debe tener el trabajador y el empleador que incluye en las diversas condiciones de trabajo. El Código de Trabajo a través de sus normas regula las diversas condiciones laborales brindando seguridad y protección judicial y administrativa.

El (Código del Trabajo, 2012) en su Art. 81 estipulación de sueldos y salarios, determina lo siguiente “los sueldos y salarios se estipularán libremente, pero en ningún caso podrán ser inferiores a los mínimos legales, de conformidad con los prescrito en el artículo 117 de este código. El monto del salario básico será determinado por el Consejo Nacional de Salarios CONADES, o por el Ministerio de Relaciones Laborales en caso de no existir acuerdo en el referido consejo”.

El Art. 97 del referente a la participación de trabajadores en utilidades de la empresa determina que el empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas (Código del Trabajo, 2012, pág. 33).

Este porcentaje se distribuirá de la siguiente manera:

- El diez por ciento (10%) se dividirá para los trabajadores de la empresa, sin consideración a las remuneraciones recibidas por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto y será entregado directamente al trabajador.
- El cinco por ciento (5%) restante será entregado directamente a los trabajadores de la empresa, en proporción a sus cargas familiares, entendiéndose por éstas al cónyuge o conviviente en unión de hecho, los hijos menores de dieciocho años y los hijos minusválidos de cualquier edad. (Código del Trabajo, 2020, pág. 33)

La remuneración unificada en su artículo 117 menciona que:

*“Se entenderá por tal la suma de las remuneraciones sectoriales aplicables a partir del 1 de enero del 2000 para los distintos sectores o actividades de trabajo, así como a las remuneraciones superiores a las sectoriales que perciban los trabajadores, más los componentes salariales incorporados a partir de la fecha de vigencia de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador”* (Código del Trabajo, 2012, pág. 37).

#### 2.2.16.3 Normativa Técnica Sanitaria Productos de Uso Humano para Exportación

Según la Normativa Técnica Sanitaria sobre Prácticas Correctivas de Higiene en su Art 1: determina lo siguiente:

*“La presente normativa técnica sanitaria establece los requisitos para la obtención del registro sanitario de los alimentos procesados, el permiso de funcionamiento, así como las prácticas correctas de higiene en los procesos de producción, elaboración, envasado, almacenamiento, distribución, transporte y comercialización de alimentos nacionales para consumo humano a fin de proteger la salud de la población, garantizando la higiene de los alimentos”*. (ARCSA, 2015).

El proyecto dentro de la Normativa Técnica Sanitaria deberá cumplir con los requisitos que establece esta normativa incluyendo las condiciones higiénico sanitarias dentro de su proceso de producción y comercialización del té de guayusa, al igual que la obtención de la notificación sanitaria que avale el producto y garantice su consumo.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque de investigación

##### 3.1.1 *Mixto*

Para el autor (Ortega, 2018) “el proceso de investigación mixto implica un proceso sistemático, empírico y crítico, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos”.

La presente investigación, es orientada a un enfoque de investigación mixto, el proceso cuantitativo se basa en la recopilación de la información y es orientado al estudio de variables, con base numérica, el análisis estadístico se relaciona con la demanda del producto de una manera fácil y concreta, mientras que el enfoque cualitativo se refiere a la identificación, evaluación y descripción de los elementos para llegar a las conclusiones y recomendaciones de la investigación, se pretende emplear diferentes técnicas de investigación como es el caso de encuestas las cuales serán empleadas a los pobladores de la parroquia “El Triunfo”, y por otra parte poder conocer mediante la oferta y demanda si es factible la comercialización del té de guayusa.

#### 3.2 Nivel de Investigación

##### 3.2.1 *Descriptivo*

Para (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020) “la investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que se estudia, la investigación descriptiva debe ser verídica y sistemática.”

La investigación se realiza mediante el método descriptivo el cual es parte fundamental de este proyecto ya que permitirá establecer y describir las diferentes características y factores que tendrán los consumidores dentro de un mercado objetivo, también permite describir las características propias de la población a investigar para así, identificar características esenciales para la investigación.

### **3.3 Métodos de Investigación**

#### **3.3.1 *Deductivo***

Para el autor (Jiménez, 2017), “el método deductivo pasa de un conocimiento general a un conocimiento particular, por lo cual consiste en encontrar principios desconocidos a partir de los conocidos o descubrir consecuencias desconocidas de hechos conocidos.”

El método de investigación a utilizar es el deductivo, es un método que mediante la teoría y la observación permite llegar a una conclusión específica sobre el proyecto y así poder determinar si es factibles la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia El Triunfo.

#### **3.3.2 *Inductivo***

El método inductivo para (Jiménez, 2017), “es una forma de razonamiento en la que pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales.”

El método inductivo de la investigación se basa en la evidencia por la cual se pretende obtener una conclusión sobre la factibilidad del proyecto mediante la observación del entorno y el análisis de los aspectos particulares del sector a investigar.

### **3.4 Diseño de la Investigación**

#### **3.4.1 *No experimental***

Para (Anavitarte, 2015), “el diseño de la investigación no experimental es un diseño metodológico en el cual el investigador no debe alterar las condiciones en las que se manifiesta el objeto de estudio”.

El diseño de la investigación se la define como no experimental ya que el estudio no es alterado ni manipulado, esta investigación se basará en si en la interpretación para llegar a la conclusión deseada.

### **3.5 Tipo de estudio**

#### **3.5.1 Transversal**

El diseño transversal para (Ayala, 2020), “Es un tipo de investigación observacional la cual analiza y estudia los datos de variables recogidas dentro de un periodo de tiempo sobre una muestra de población ya predefinido.”

La investigación es transversal porque, el recogimiento de los datos se efectuó en un momento único, identificado en la continuidad del año 2022.

### **3.6 Tipos de Investigación**

#### **3.6.1 Investigación de campo**

La investigación de campo tiene como finalidad, recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema seleccionado, por tanto, equivalen a instrumentos que permiten controlar los fenómenos, el método se aplica al momento de acudir a los hechos con el propósito de levantar información a los productores de la parroquia “El Triunfo”, con el fin de obtener datos reales y confiables. (Mendoza & Hernández, 2018)

El tipo de investigación es de campo, porque los datos necesarios para analizar y levantar conclusiones sobre el objeto de estudio se obtuvieron en el entorno original en donde éste tiene lugar, empleando para ello, las técnicas e instrumentos necesarios para hacerlo posible. En efecto, los datos se recogieron a partir de la consulta realizada, gracias a la encuesta sobre los pobladores de la parroquia El Triunfo.

#### **3.6.2 Investigación Bibliográfica-documental**

Las premisas que distinguen a este tipo de investigación se consideraron en la conformación del apartado de la revisión teórica, para posteriormente contrastar con los hallazgos obtenidos y sustentar las conclusiones elaboradas. (Muñoz, 2015)

La investigación bibliográfica o documental, es un proceso sistemático y secuencial mediante el cual se colecciona, selecciona, clasifica, evalúa, y analiza el contenido de material teórico,

conceptual, fonográficos y digitales, sobre una disciplina de estudios y cerca de un tema específico.

### **3.7 Técnicas de Investigación**

#### **3.7.1 Encuesta**

Para (Cabezas Mejía, Andrade Naranjo, & Torres , 2018, pág. 81), la encuesta es “una técnica propia del diseño de investigación de campo. Generalmente la encuesta se utiliza para indagar, averiguar opiniones, mediante preguntas estructuradas en base a un proceso metódico como es la operacionalización de las variables.”

Dentro de proyecto se efectúa dos encuestas tanto para la producción como la comercialización del té de guayusa, los datos obtenidos serán significativos para poder conocer el comportamiento de la oferta y demanda y así poder tener un resultado que indique si la producción y comercialización es factible.

#### **3.7.2 Entrevista**

La entrevista según (Cabezas Mejía, Andrade Naranjo, & Torres , 2018, pág. 118) “Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador “investigador” y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación”.

Por medio de la entrevista se recopila información necesaria para la investigación mediante las respuestas verbales de los productores de guayusa, lo cual, brindan información detallada sobre sus intermediarios, el precio de sus productos, entre otros factores relevantes.

### **3.8 Instrumentos de Investigación**

#### **3.8.1 Cuestionario**

Según Meneses determina que:

*“Un cuestionario es un instrumento estandarizado que se emplea para recoger datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas; en pocas palabras, se podría decir que es la herramienta que*

*permite plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, empleando el tratamiento cuantitativo y agregado de las respuestas para describir a la población a la que pertenecen*". (Meneses, 2016, pág. 45).

El cuestionario es esencial ya que se pretende realizar preguntas acordes al proyecto, por lo tanto, se recogerá muestras de los agricultores de guayusa de la parroquia El Triunfo, así como también de la Población Económicamente Activa de la parroquia Puyo, con el propósito de obtener información relevante y precisa, la información recogida será un punto de partida esencial para realizar las encuestas pertinentes.

Los tipos de preguntas para la encuesta son de tipo cerradas, ya que tiene categorías exhaustivas y mutuamente excluyente, sin embargo, el encuestado podrá seleccionar más de una opción si así lo requiere. Las opciones de respuesta de las preguntas manejan una escala de Likert las cuales comprenden varias frases que expresan una opción, un grado de acuerdo y desacuerdo sobre el tema desarrollado en el presente proyecto.

### **3.8.2 Guía de la entrevista**

Para (Tapia, 2021) "La guía para entrevista funciona como una lista de comprobación que ayuda a preparar un plan de acción para conducir las entrevistas".

La guía de la entrevista es un documento de gran ayuda en la elaboración del proyecto, por medio de ella se realiza preguntas abiertas a los directores o coordinadores de empresas dedicadas a la producción de guayusa.

## **3.9 Población y planificación, selección y cálculo de muestra**

### **3.9.1 Población**

De acuerdo con León:

*"La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar; por esa razón, entre la población y la muestra existe un carácter inductivo, de lo particular a lo general, esperando que la parte observada, en este caso la muestra, sea representativa de la realidad, entendiéndose aquí a la población; para de esa forma garantizar las conclusiones extraídas en el estudio"*. (León, 2017, pág. 32)

La población de estudio son dos unidades de observación distribuidas de la siguiente manera: la población de la parroquia El Triunfo, considerada como los proveedores de la materia prima, y la población de la parroquia Puyo considerada como los futuros consumidores.

### 3.9.2 *Muestra*

Para (Mendoza & Hernández, 2018), “una muestra es un subgrupo de la población o universo que interesa sobre la cual se recolectan datos, y es representativa de manera probabilística, a razón de una población amplia, de futuros clientes potenciales, es necesario afectar una muestra inferencial por ser una población finita”.

#### 3.9.2.1 *Tamaño de la Muestra*

Para el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula:

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

**Dónde:**

n= muestra

N= Población

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

z= Nivel de confianza

e= Error de muestro



### 3.9.2.2 Productores

**Tabla 1- 3:** Población de estudio de la PEA en base al Plan de Ordenamiento Territorial del Gad Municipal Parroquial de la parroquia “El Triunfo”

<b>POBLACIÓN SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD</b>	<b>AÑO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
	<b>2010</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería y pesca	352	67,05%
Explotación de minas y canteras	1	0,19%
Industrias manufactureras	32	6,10%
Construcción	28	5,33%
Comercio al por mayor y menor	13	2,48%
Transporte y almacenamiento	3	0,57%
Actividades de alojamiento y servicio de comida	9	1,71%
Información y comunicación	1	0,19%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2	0,38%
Administración pública y defensa	14	2,67%
Enseñanza	9	1,71%
Actividades de atención de la salud humana	3	0,57%
Otras actividades de servicios	1	0,19%
Actividades de los hogares como empleadores	8	1,52%
No declarado	37	7,05%
Trabajador nuevo	12	2,29%
<b>TOTAL</b>	<b>525</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Gad Parroquial Rural de la parroquia El Triunfo, 2022).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

En la parroquia El Triunfo la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca es la actividad económica que tiene mayores índices de la Población Económicamente Activa y es el sector donde se enfoca el proyecto, algunos agricultores de la parroquia poseen sembríos de guayusa ya sea a baja o a gran escala, por lo cual se emplea una muestra a los productores de la parroquia.

Se realiza una proyección basada en los datos obtenido de (Gad Parroquial Rural de la parroquia El Triunfo, 2022). El cálculo para la proyección del año 2021 y 2022 se realiza por medio de la fórmula de regresión lineal en series de tiempo.

**Tabla 2-3:** Estudio de la población según la rama de actividad de agricultura, ganadería y pesca de la parroquia El Triunfo

AÑO	%	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2010	3,00%	352
2011	2,98%	373
2012	2,92%	384
2013	2,92%	395
2014	2,89%	407
2015	2,85%	419
2016	2,80%	430
2017	2,76%	442
2018	2,72%	454
2019	2,67%	466
2020	2,62%	478
2021	2,60%	491
<b>2022</b>	<b>2,57%</b>	<b>504</b>

**Fuente:** (Gad Parroquial Rural de la parroquia El Triunfo, 2022).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

La tabla anterior demuestra que desde el año 2010 al 2022 se obtuvo un total de 504 productores, el cual representa el cálculo de la muestra.

**Fórmula:**

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

**Donde:**

**Tabla 3-3:** Cálculo de la muestra de los productores de la parroquia El Triunfo

<b>n</b>	Tamaño de la muestra
<b>Z</b>	1.96 (Nivel de confiabilidad 95%)
<b>p</b>	0.5 (Probabilidad de ocurrencia)
<b>q</b>	0.5 (Probabilidad de no ocurrencia)
<b>N</b>	504 (Población)
<b>e</b>	0.05 (Error de muestreo 5%)

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Efectuando el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 504}{(0.05)^2(504 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{484,041}{2,217}$$
$$n = 218,243$$
$$n = 218$$

La muestra es igual a 218 productores, distribuidos en los centros poblados dedicados a la actividad agrícola.

### 3.9.2.3 Consumidores

De acuerdo a las proyecciones oficiales del Instituto Nacional de Estadística de Ecuador (INEC), la población total del cantón Pastaza para el año 2020 es de 84.377 habitantes, la mayor parte de la población se localiza en la parroquia urbana Puyo, obteniendo un total de 49.877 habitantes, por lo tanto, es el objeto de estudio.

**Tabla 4-3:** Población de estudio de los consumidores de la parroquia Puyo en base al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pastaza

Parroquia	Año 2010	Año 2012	Año 2014	Año 2016	Año 2018	Año 2020	Año 2022
Puyo	37.765	40.057	42.418	44.848	47.338	49.877	52.200

Fuente: (Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del cantón Pastaza , 2020).

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

El cálculo de la proyección para la parroquia urbana Puyo para el año 2022 se realiza por medio de la fórmula de regresión lineal en series de tiempo obteniendo un total de 52.200 habitantes para el año 2022.

**Formula regresión lineal:**

$$y = a + bx$$

**Donde:**

**Tabla 5-3:** Cálculo de la proyección de la parroquia Puyo para el año 2022

<b>a</b>	35.233,866
<b>b</b>	2.423,800
<b>r<sup>2</sup></b>	0,999644 (rango óptimo es de 0.9a 1)
<b>x</b>	7 (Tiempo)

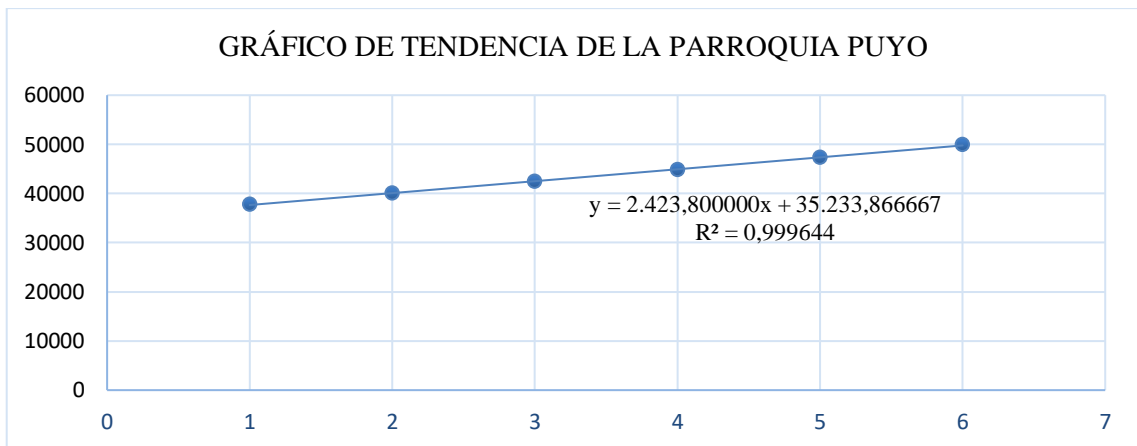
**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

$$y = a + bx$$

$$Y = 35.233,86667 + 2.423,80000(7)$$

$$Y = 52.200 \text{ habitantes}$$



**Ilustración 1-3:** Gráfico de tendencia de la parroquia el Puyo desde el año 2010-2022

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Para el cálculo de la muestra se toma de referencia a la Población Económicamente Activa (PEA) de la parroquia Puyo, de los 52.200 habitantes el 39.88% representa la Población Económicamente Activa según (Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del cantón Pastaza , 2020), dando como resultado 20.818 habitantes a ser considerados potenciales consumidores del té de guayusa.

**Fórmula:**

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

**Donde:**

**Tabla 6-3:** Cálculo de la muestra de los consumidores de la parroquia Puyo

<b>n</b>	Tamaño de la muestra
<b>Z</b>	1.96 (Nivel de confiabilidad 95%)
<b>p</b>	0.5 (Probabilidad de ocurrencia)
<b>q</b>	0.5 (Probabilidad de no ocurrencia)
<b>N</b>	20.818 (Población)
<b>e</b>	0.05 (Error de muestreo 5%)

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Efectuando el cálculo de la muestra:

$$\begin{aligned}n &= \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 20.818}{(0.05)^2(20.818 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} \\n &= \frac{19993,607}{53,002} \\n &= 377.217 \\n &= 377\end{aligned}$$

Se obtuvo como resultado una muestra de 377 personas que son los posibles consumidores del té de guayusa, la parroquia Puyo al contar con la mayor población del cantón Pastaza, el producto se puede comercializar de manera efectiva.

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO DE ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

En base a los resultados obtenidos en la investigación de campo realizada a los productores potenciales de la parroquia El Triunfo y a los futuros consumidores de la parroquia Puyo, se determina la viabilidad que obtendrá la producción y comercialización del té de guayusa si se llega a implementar dentro de un mercado objetivo, así como determinar las necesidades y requerimientos que tienen los agricultores respecto a la producción de guayusa y las necesidades y exigencias de los consumidores respecto al producto a ofertar.

A continuación, se presenta la guía de la entrevista y las encuestas aplicadas a los productores y consumidores, para ello se realizó la tabulación de datos con sus respectivas gráficas para su mayor comprensión, se aplicó la técnica de la observación con la cual se obtuvieron los siguientes resultados que se describen en este capítulo.

##### 4.1.1 Entrevista

La entrevista fue aplicada al Sr. Marco Grefa Coordinador General de la asociación Wiñak, empresa dedicada a la producción de cacao y actualmente a la producción de guayusa.

##### Tabla 1-4: Tabla resumen de entrevista

<b>Fecha:</b> 7/12/2022	<b>Lugar:</b> Archidona- Napo
<b>Hora de inicio:</b> 2:30pm	<b>Hora de finalización:</b> 2:50 pm
<b>Nombre de la entrevistadora:</b>	Nayla Díaz
<b>Datos Generales</b>	
<b>Nombres y Apellidos del entrevistado:</b>	Marco Grefa
<b>Género:</b>	Femenino ( )    Masculino ( x )
<b>Ocupación actual:</b>	Coordinador de la asociación Wiñak

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 2-4:** Guía de entrevista

N° GUÍA DE PREGUNTAS	RESPUESTAS
1 ¿Cuál es su experiencia en tiempo respecto a la producción y comercialización de la guayusa?	Desde el año 2018 se está produciendo la guayusa, es una experiencia nueva ya que el principal producto de Wiñak es el cacao, pero actualmente se están desarrollando negocios internacionales para la exportación de las hojas de guayusa.
2 ¿Cuántas plantas de guayusa aproximadamente siembra por hectárea?	Aproximadamente de 600 a 900 plantas por hectárea.
3 Una vez sembrada la planta de guayusa, ¿Qué tiempo tarda en alcanzar un estado de producción periódico?	La guayusa alcanza su producción dentro de 1 año.
4 ¿Emplea agroquímicos en la producción de guayusa?, de ser así mencione los que utiliza frecuentemente.	No se utiliza agroquímicos en la producción de la guayusa.
5 ¿Con que frecuencia realiza la venta de su producción y eventualmente donde la comercializa?	Actualmente la producción de guayusa la comercializan hacia Estados Unidos
6 ¿Quién establece los precios cuando usted comercializa su producto?	La asociación Wiñak establece los precios para la comercialización del producto
7 ¿Cuán rentable considera usted la comercialización de este producto?	Es rentable, pero Wiñak es una organización sin fines de lucro y el propósito es ayudar a los productores de guayusa
8 En su mayoría, ¿Cuáles son las personas o asociaciones que compran altas cantidad de hojas de guayusa?	Wiñak es una de las pocas empresas que recepta las hojas de guayusa para su comercialización al exterior
9 ¿Usted considera que el precio actual de la guayusa compensa el tiempo e inversión realizada para su producción?	La guayusa actualmente se vende a un buen precio que es de beneficio para todos los agricultores que pertenecen a Wiñak
10 ¿Usted ha recibido apoyo por parte de entidades gubernamentales para mejorar sus técnicas productivas?	No, ninguna entidad gubernamental apoyado la iniciativa de Wiñak
11 Según su criterio a que ciudades del Ecuador comercializan frecuentemente las hojas guayusa.	Actualmente no se comercializa gran escala en mercado nacional, la comercialización solo es internacional.

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

#### 4.1.2 Encuesta

##### 4.1.2.1 Encuesta a los productores de la parroquia El Triunfo

Se ha establecido un formato tipo encuesta conformado por 14 preguntas realizadas a 218 productores de la parroquia El Triunfo, del cantón Pastaza, Provincia de Pastaza, conformada a la cabecera por los datos generales y su contenido de la siguiente manera:

##### 4.1.2.2 Objetivo de la encuesta

Verificar si es factible la producción de guayusa considerando a los productores de la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza como futuros proveedores de la misma.

##### 4.1.2.3 Datos generales

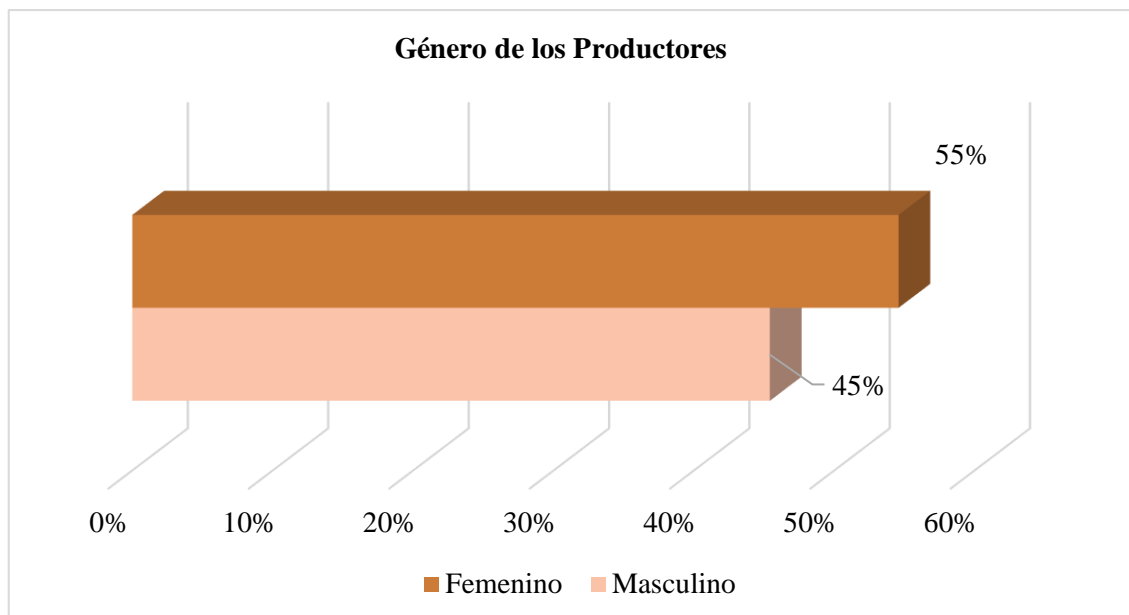
**Tabla 3-4:** Identificación del sexo de los encuestados

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Masculino	99	45%
Femenino	119	55%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.





**Ilustración 1-4:** Género de los productores

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### **Análisis e Interpretación**

Del 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, el 55% representa el género femenino, mientras que el 45% al género masculino, en base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que la mayoría de personas encuestados son mujeres.

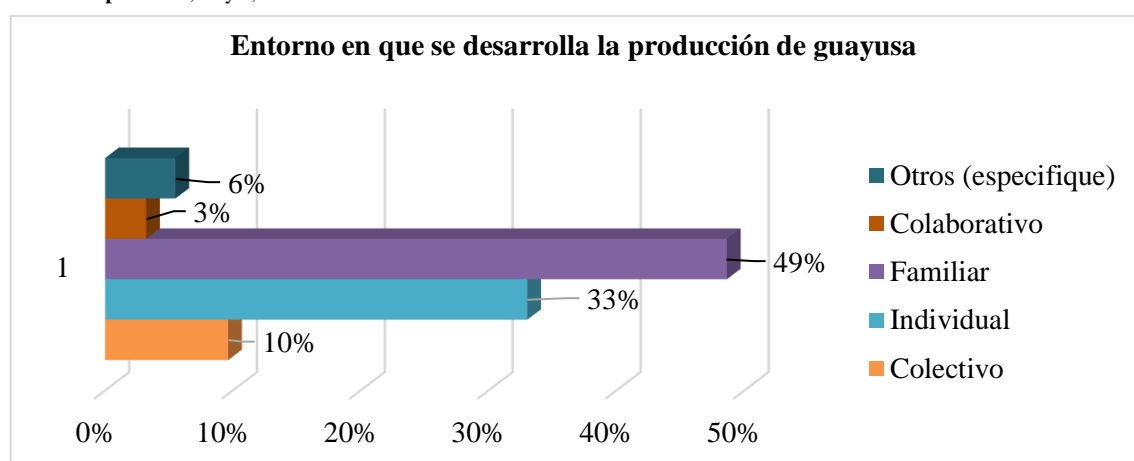
### Pregunta N° 1: ¿En qué entorno se desarrolla su producción de guayusa?

**Tabla 4-4:** Entorno que se desarrolla su producción de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Colectivo (Asociación)	21	10%
Individual	72	33%
Familiar	106	49%
Colaborativo	7	3%
Otros (especifique)	12	6%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 2-4:** Entorno en que se desarrolla la producción de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

En base al 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, el desarrollo de la producción de guayusa se realiza en entorno familiar en un 49%, en el entorno individual un 33%, en el caso del entorno colectivo un 10%, sin embargo, el 6% manifestó que su entorno era otro que no está en las opciones de la pregunta, y en el caso del entorno colaborativo un 3%.

Respecto a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que el entorno donde se desarrolla la producción de guayusa es en entorno familiar, los productores trabajan con sus familiares para aumentar la producción y disminuir costos de mano de obra.

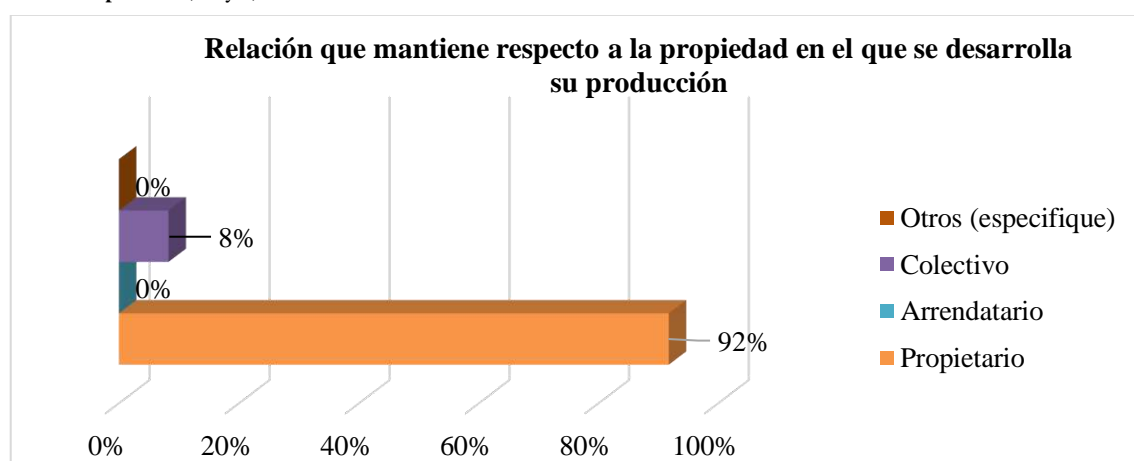
**Pregunta N° 2: ¿Cuál es la relación que mantiene respecto a la propiedad en el que se desarrolla su producción?**

**Tabla 5-4:** Relación que mantiene respecto a la propiedad en el que se desarrolla su producción

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Propietario	200	92%
Arrendatario	0	0%
Colectivo	18	8%
Otros (especifique)	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 3-4:** Relación que mantiene respecto a la propiedad en el que se desarrolla su producción

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

Respecto al 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, se obtuvo como resultados que la relación que mantienen los productores respecto a la propiedad en el que se desarrolla su producción el 92% son propietarios de sus terrenos, mientras que el 8% se desarrolla dentro de la propiedad colectiva.

En los datos recolectados anteriormente se pueden evidenciar que la producción se desarrolla mayoritariamente en terrenos propios de los productores, lo que evidencia que los productores pueden producir la planta de guayusa sin ningún inconveniente, ya que al contar con terrenos propios facilita la movilidad y flexibilidad en los procesos de siembra y cosecha.

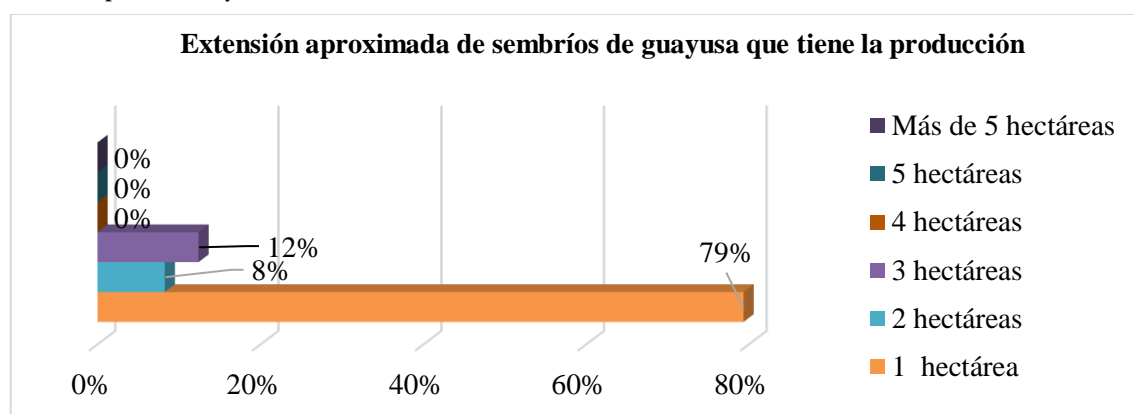
**Pregunta N° 3: ¿Cuál es la extensión aproximada de sembríos de guayusa que tiene su producción?**

**Tabla 6-4:** Extensión aproximada de sembríos de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 hectárea	173	79%
2 hectáreas	18	8%
3 hectáreas	27	12%
4 hectáreas	0	0%
5 hectáreas	0	0%
Más de 5 hectáreas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 4-4:** Extensión aproximada de sembríos de guayusa que tiene la producción

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Análisis e interpretación**

De un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, se obtuvo como resultados que el 79% de los productores tienen una extensión aproximada de sembríos de guayusa de tan solo una hectárea, mientras que el 12% tiene tres hectáreas y finalmente un mínimo de 8% tiene una extensión de más de dos hectáreas.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los productores tienen una extensión aproximada de sembríos de guayusa de tan solo una hectárea, esto se debe a que actualmente la mayoría de los productores no cuenta con la inversión necesaria para realizar su producción a gran escala, por lo que optan por producir entre 1 a 2 hectáreas máximo.

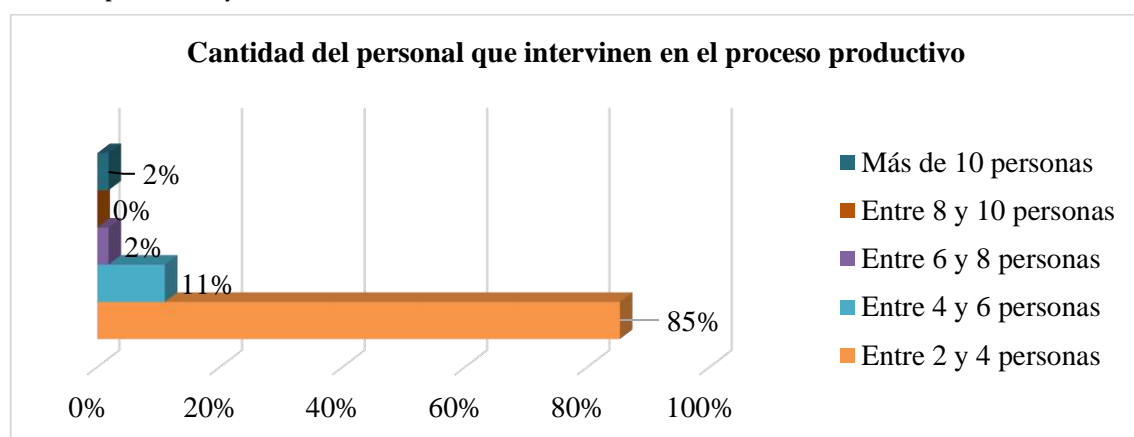
#### Pregunta N° 4: ¿Cuál es la cantidad del personal que intervienen en el proceso productivo?

**Tabla 7-4:** Cantidad del personal que intervienen en el proceso productivo

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Entre 2 y 4 personas	186	85%
Entre 4 y 6 personas	24	11%
Entre 6 y 8 personas	4	2%
Entre 8 y 10 personas	0	0%
Más de 10 personas	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 5-4:** Cantidad del personal que intervienen en el proceso productivo

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

#### Análisis e interpretación

De acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, se obtuvo que la cantidad del personal que intervienen en el proceso productivo la mayoría es de entre 2 y 4 personas representando un 85% mientras el 11% representa que intervienen en el proceso entre 4 y 6 personas y finalmente el 2% representa que intervienen entre 6 y más de 10 personas.

En base a los resultados se puede demostrar que la cantidad de personas que intervienen en el proceso productivo en su mayoría tienen personal entre 2 y 4 personas, se entiende que la mayoría de productores tienen sembríos de guayusa de, máximo 1 hectárea por lo cual el personal que interviene dentro de la producción es escaso, además el personal que interviene en el proceso productivo es la familia del productor con el fin de economizar gastos.

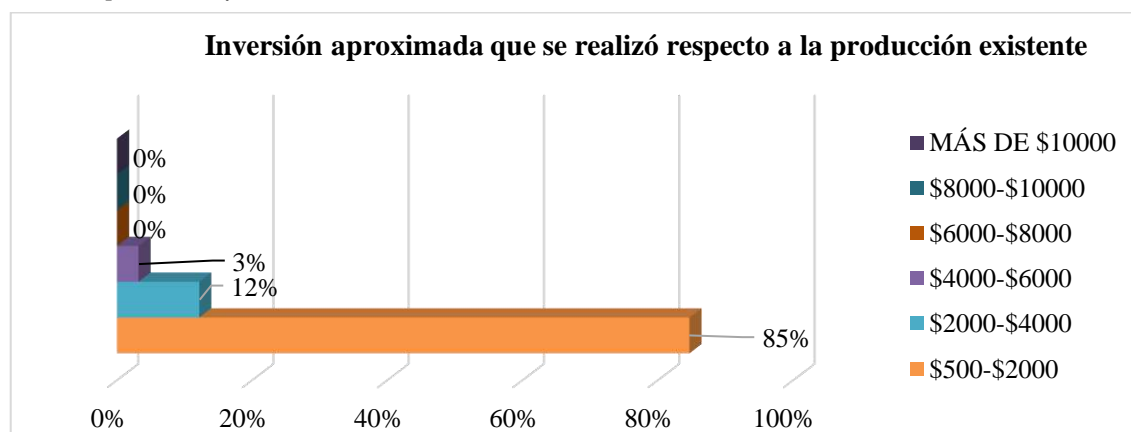
**Pregunta N° 5: ¿Cuál fue la inversión aproximada que se realizó respecto a la producción existente?**

**Tabla 8-4:** Inversión aproximada que se realizó respecto a la producción existente

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$500-\$2.000	185	85%
\$2.000-\$4.000	26	12%
\$4.000-\$6.000	7	3%
\$6.000-\$8.000	0	0%
\$8.000-\$10.000	0	0%
Más de \$10.000	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 6-4:** Inversión aproximada que se realizó respecto a la producción existente

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, se obtuvo que la inversión aproximada que se realizó respecto a la producción existente es de \$500-\$2000, representando así un 85%, mientras que el 12% invierte de \$2000-\$4000 y tan solo el 3% invierte de \$4000-\$6000.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede determinar que en la mayoría de los productores invierten aproximadamente entre \$500-\$2000, según las preguntas anteriores la mayoría de los productores cuentan con una hectárea para su producción por lo tanto su inversión oscila entre los \$500,00 y \$2.000,00 dólares.

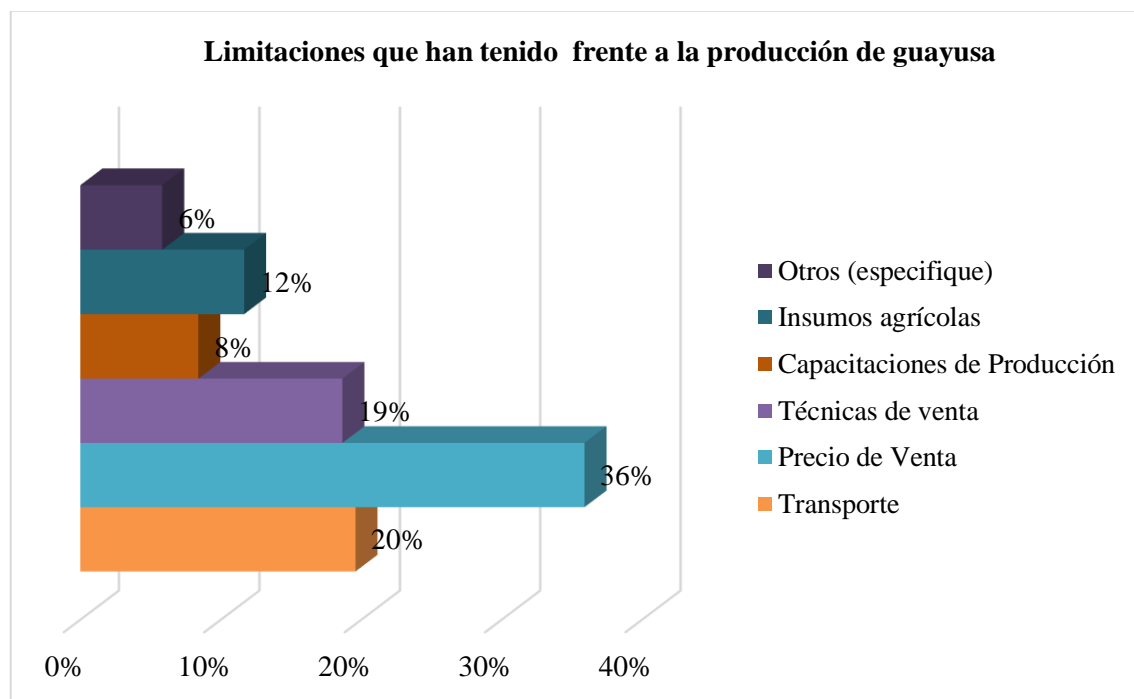
**Pregunta N° 6: En orden de preferencia califique ¿cuáles son las limitaciones que ha tenido usted frente a la producción de guayusa?**

**Tabla 9-4:** Limitaciones que han tenido frente a la producción de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Transporte	84	20%
Precio de Venta	154	36%
Técnicas de venta	80	19%
Capacitaciones de Producción	36	8%
Insumos agrícolas	50	12%
Otros (especifique)	25	6%
<b>TOTAL</b>	<b>429</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 7-4:** Limitaciones que han tenido frente a la producción de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

## **Análisis e interpretación**

De acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, se obtuvo que el 36% de los productores tienen limitaciones en el precio de venta, el 20% limitaciones respecto al transporte, el 19% limitaciones en las técnicas de venta, el 12% en los insumos agrícolas, el 8% en las capacitaciones de producción y finalmente el 6% respondió que tiene limitaciones con otros especificando así que tienen inconvenientes con la falta de pago respecto a su producción y la falta de apoyo por parte del gobierno.

De acuerdo a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que mayoritariamente existe limitación en el precio de venta, los precios varían lo que da inestabilidad a los productores y en algunos casos les genera pérdidas en su producción, los intermediarios no les pagan un precio justo por su producción y en la mayoría de casos no les compran los sacos de guayusa acordados ni al precio establecido lo que perjudica a los productores, otra limitación importante es el transporte la mayoría de las fincas se encuentran distantes de las ciudades lo cual afecta a la comercialización del producto.



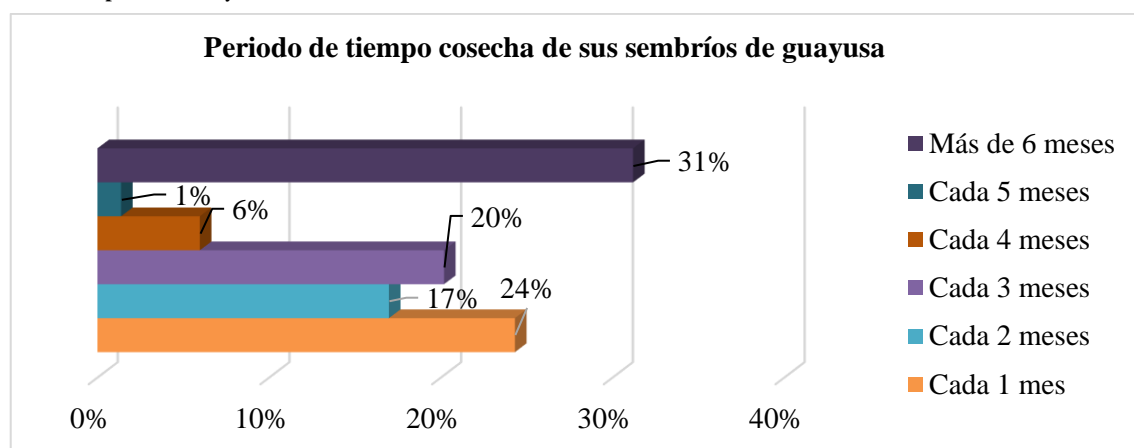
### Pregunta N° 7: ¿Cada qué periodo de tiempo cosecha sus sembríos de guayusa?

**Tabla 10-4:** Período de tiempo cosecha de sus sembríos de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cada 1 mes	53	24%
Cada 2 meses	37	17%
Cada 3 meses	44	20%
Cada 4 meses	13	6%
Cada 5 meses	3	1%
Más de 6 meses	68	31%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 8-4:** Periodo de tiempo de cosecha de los sembríos de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

De acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, se obtuvo que en el periodo de tiempo de la cosecha de la guayusa el 31% se demora más de 6 meses, el 24% cosecha cada un mes, el 20% cosecha cada tres meses, el 17% menciona que cosecha cada dos meses, el 6% cada 4 meses y tan solo el 1% cada 5 meses.

En su mayoría el periodo de tiempo de cosecha de la guayusa se demora más de 6 meses, estos resultados se deben a que los productores no cuentan con los recursos ni la mano de obra necesarios para producir la guayusa a gran escala, por lo tanto, dependiendo de su extensión de terrenos y la mano de obra que tenga el productor, las cosechas pueden ser mensuales, trimestrales o semestrales.

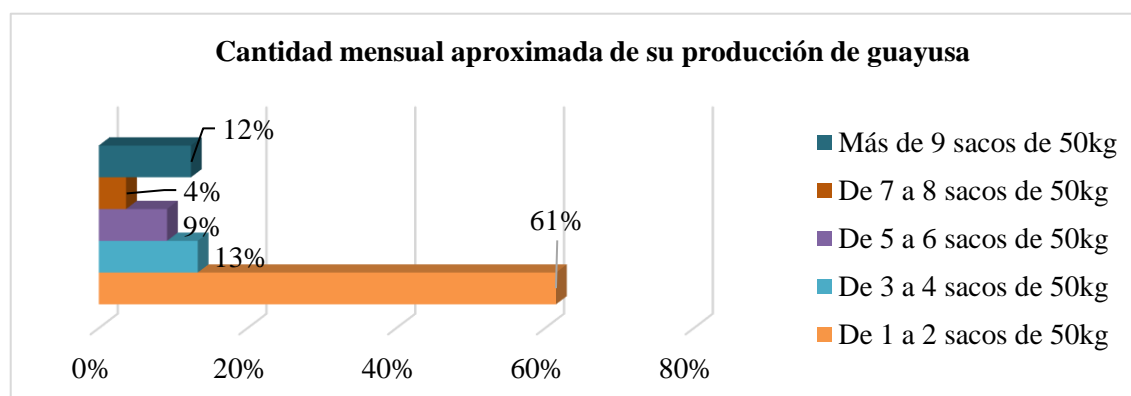
**Pregunta N° 8: Según su extensión de sembríos, ¿Cuál es la cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa?**

**Tabla 11- 4:** Cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
De 1 a 5 sacos de 50kg	134	61%
De 6 a 10 sacos de 50kg	29	13%
De 11 a 15 sacos de 50kg	20	9%
De 16 a 20 sacos de 50kg	8	4%
Más de 20 sacos de 50kg	27	12%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 9-4:** Cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, se puede analizar que el 61% de los productores cosechan de 1 a 5 sacos de guayusa de 50kg, el 13% de 6 a 10 sacos de 50kg, el 12% cosechan más de 20 sacos mensualmente, el 9% cosechan de 11 a 15 sacos y tan solo el 4% cosecha de 16 a 20 sacos de 50kg.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los productores de guayusa cosechan entre 1 a 5 sacos de 50kg, la cosecha varía de acuerdo a su nivel de producción y extensión de sembríos.

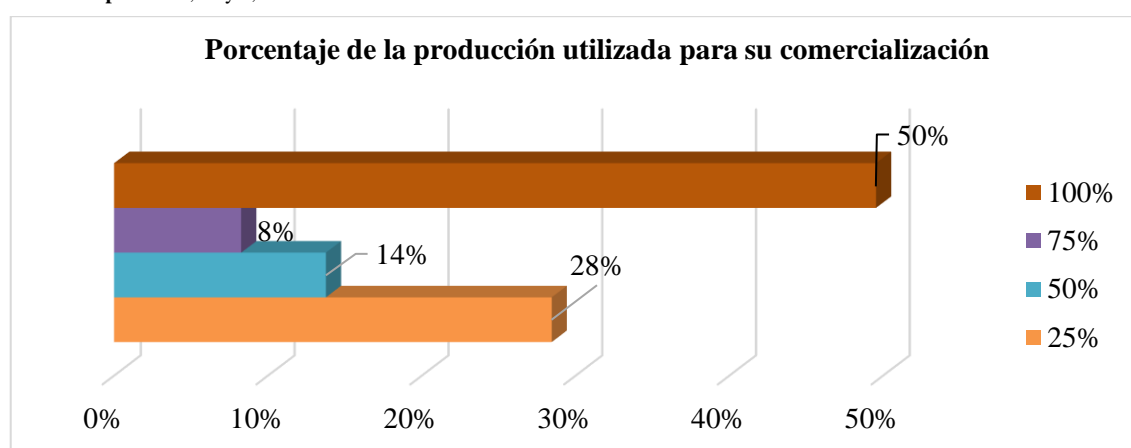
**Pregunta N° 9: Según el producido mensual de sus sembríos. ¿qué porcentaje de la producción utilizada para su comercialización?**

**Tabla 12-4:** Porcentaje de la producción utilizada para su comercialización

Opciones	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
25%	62	28%
50%	30	14%
75%	18	8%
100%	108	50%
<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 10-4:** Porcentaje de la producción utilizada para su comercialización

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, el 50% de productores utiliza un 100% de sus cosechas mensuales para la comercialización, el 28% usa el 25% de sus cosechas, el 14% usa un 50% de sus cosechas, mientras que el 8% usa sus cosechas en un 75% para la comercialización.

Respecto los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los productores cosechan mensualmente el 100% de su producción, esto se debe a que la mayoría de los productores vende su producción a empresa ya constituidas que se encargan de enviar las hojas de guayusa hacia el exterior por lo tanto las empresas compran los sacos de guayusa a los diferentes productores del sector.

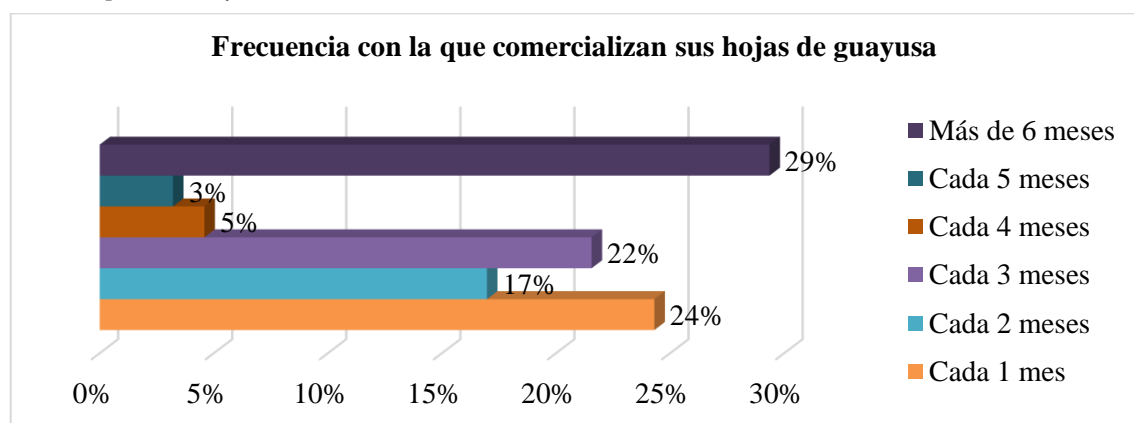
### Pregunta N° 10: ¿Con qué frecuencia comercializa sus hojas de guayusa?

**Tabla 13-4:** Frecuencia con la que comercializan sus hojas de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cada 1 mes	53	24%
Cada 2 meses	37	17%
Cada 3 meses	47	22%
Cada 4 meses	10	5%
Cada 5 meses	7	3%
Más de 6 meses	64	29%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 11-4:** Frecuencia con la que comercializan sus hojas de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

En base a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, el 29% de los productores con frecuencia comercializan sus hojas de guayusa cada seis meses, el 24% comercializa su producción cada mes, el 22% comercializa cada tres meses, el 17% comercializa cada dos meses, el 5% cada mes y solo el 3% cada cinco meses.

En los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que la frecuencia con la que comercializan las hojas de guayusa es cada 6 meses, la comercialización tiene relación con la producción de guayusa ya que en la pregunta n°7 se evidencia que su periodo de cosecha es de 6 meses mantenido relación con los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los productores de sectores agro productivos de la parroquia El Triunfo.

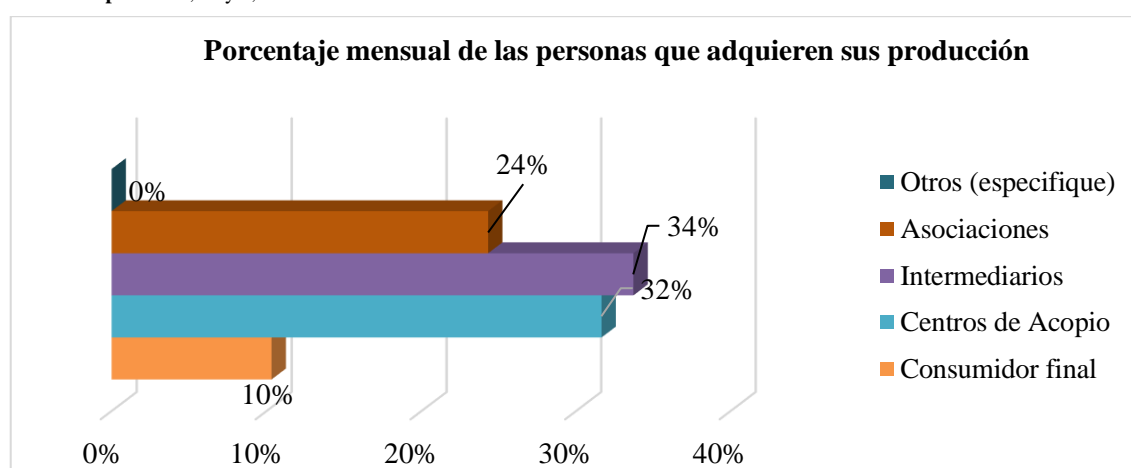
**Pregunta N° 11: En base a su comercialización, genere un porcentaje mensual de las personas que adquieren su producción.**

**Tabla 14-4:** Porcentaje mensual de las personas que adquieren su producción

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Consumidor final	23	9%
Centros de Acopio	69	33%
Intermediarios	74	30%
Asociaciones	52	28%
Otros (especifique)	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 12-4:** Porcentaje mensual de las personas que adquieren su producción

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, el 34% de los productores venden su producción a intermediarios, el 32% vende su producción a centros de acopio, el 24% vende asociaciones y tan solo el 10% vende a consumidores finales dentro de los mercados potenciales del cantón Pastaza.

De acuerdo a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que los productores venden su producción a intermediarios los cuales se encargan de vender a centros de acopio o asociaciones, en la mayoría de los casos los intermediarios les pagan precios por debajo de lo estimado, por lo que la producción de guayusa en algunos casos no les resulta rentable.

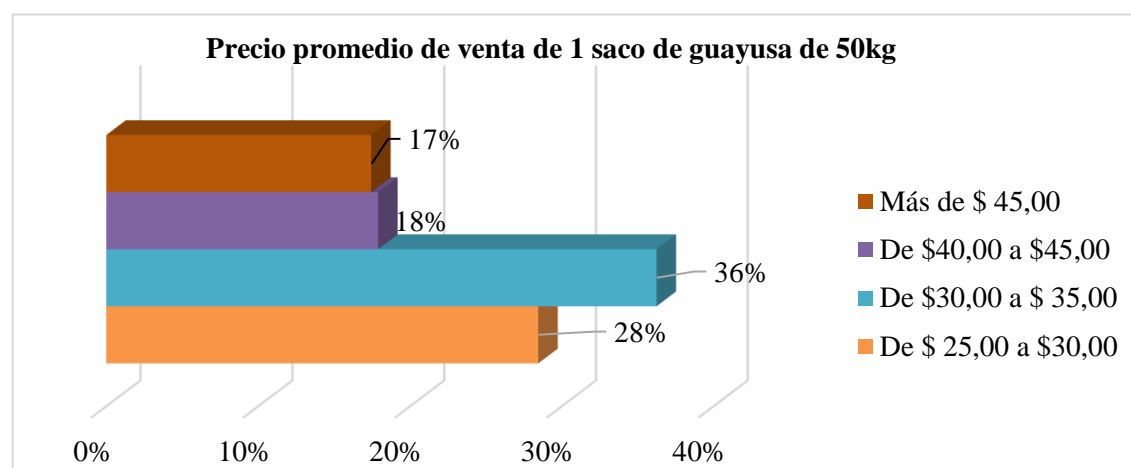
## Pregunta N° 12: ¿Cuál es el precio promedio de venta de 1 saco de guayusa de 50kg?

**Tabla 15-4:** Precio promedio de venta de 1 saco de guayusa de 50kg

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De \$ 25,00 a \$30,00	62	28%
De \$30,00 a \$ 35,00	79	36%
De \$40,00 a \$45,00	39	18%
Más de \$ 45,00	38	17%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 13-4:** Precio promedio de venta de 1 saco de guayusa de 50kg

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

Los datos arrojados de acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, el precio de venta de 1 saco de guayusa de 50kg para el 36% de los productores es de \$30,00 a \$35,00; el 28% vende a un precio de \$25,00 a \$35,00; el 18% comercializa a un precio de más de \$40,00 a \$45,00 y el 17% vende su producción a más de \$45,00.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que el precio promedio de venta que realizan los productores de 1 saco de guayusa de 50 kg es de \$30,00 a \$35,00, se debe recalcar que el precio varía entre los \$25,00 y \$35,00 dólares.

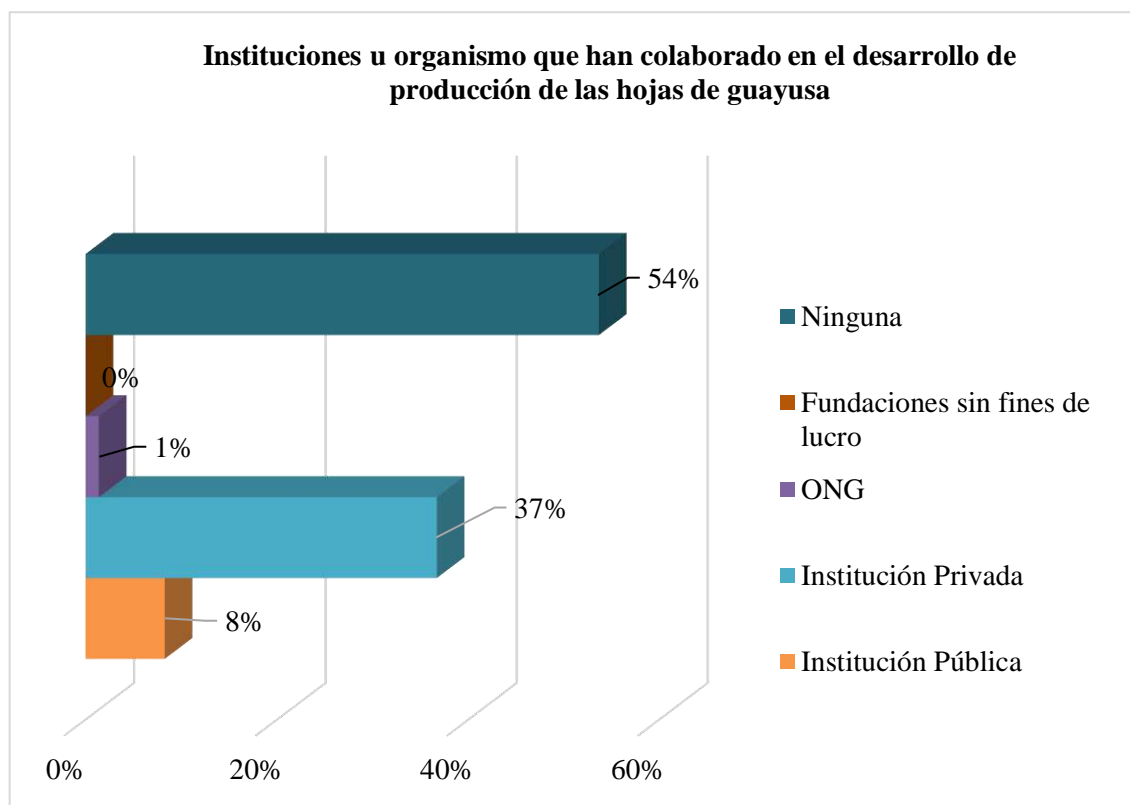
**Pregunta N° 13: ¿Del sector productivo, qué instituciones u organismo le han colaborado en el desarrollo de producción de las hojas de guayusa?**

**Tabla 16-4:** Instituciones que han colaborado en el desarrollo de producción de las hojas de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Institución Pública	18	8%
Institución Privada	80	37%
ONG	3	1%
Fundaciones sin fines de lucro	0	0%
Ninguna	117	54%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 14-4:** Instituciones que han colaborado en el desarrollo de producción de las hojas de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

## **Análisis e interpretación**

En base a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, el 54% de los productores menciona que ninguna institución u organismo han colaborado en el desarrollo de producción de las hojas de guayusa, mientras que el 37% menciona que les han colaborado instituciones privadas, el 8% mencionan que han recibido ayuda de las instituciones públicas y tan solo el 1% indica que les han ayudado fundaciones sin fines de lucro.

De acuerdo a los resultados descritos anteriormente se puede determinar que los productores no cuentan con la ayuda en el desarrollo de la producción de guayusa, tan solo son las instituciones privadas encargadas de comprar la materia prima para su futura transformación, se debe mencionar que tampoco cuentan con la ayuda de instituciones públicas lo que dificulta llevar a cabo la producción ya que la mayoría de los productores necesitan ayuda externa para poder producir a una escala rentable.



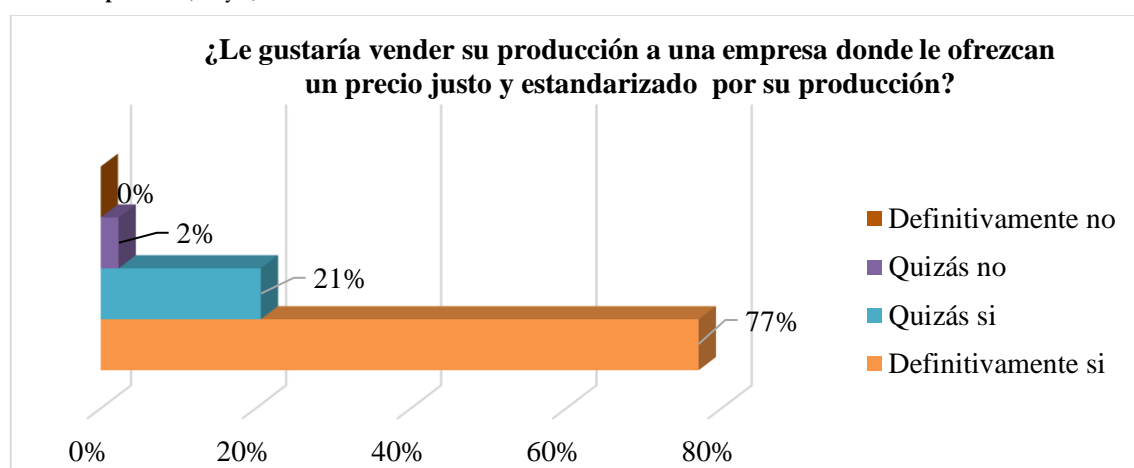
**Pregunta N° 14: ¿Le gustaría vender su producción a una empresa donde le ofrezcan un precio justo y estandarizado por su producción?**

**Tabla 17-4:** Oferta: Precio Justo y estandarizado por nuevos clientes

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Definitivamente si	168	77%
Quizás si	45	21%
Quizás no	5	2%
Definitivamente no	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 15-4:** Oferta: Precio Justo y estandarizado por su producción

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a un 100% de encuestados que representan 218 personas tomadas como muestra para el estudio, el 77% de los productores si están seguros de querer vender su producto a nuevos clientes, mientras que el 21% esta inseguro y no sabe si querer vender su producto, pero escuchando buenas ofertas si accederían, además el 2% de los productores no está seguro de querer vender su producto a nuevos clientes.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los productores de guayusa si están seguros de vender su producto a una empresa que les ofrezca un precio justo por su producción, por lo que el proyecto para la producción de guayusa es factible recibiendo una aceptación por parte de los productores del 77%, según los resultados de la encuesta realizada a los productores de la parroquia El Triunfo.

#### 4.1.2.4 Encuesta a los consumidores de la parroquia Puyo

Se tomo de referencia la parroquia Puyo al ser el sector con más habitantes del cantón Pastaza, se ha establecido un formato tipo encuesta formada por 11 preguntas realizadas a 377 consumidores, conformada a la cabecera por los datos generales y su contenido de la siguiente manera:

#### 4.1.2.5 Objetivo de la encuesta

Determinar el grado de aceptación que tendrá la comercialización del té de guayusa en la parroquia Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza, año 2022.

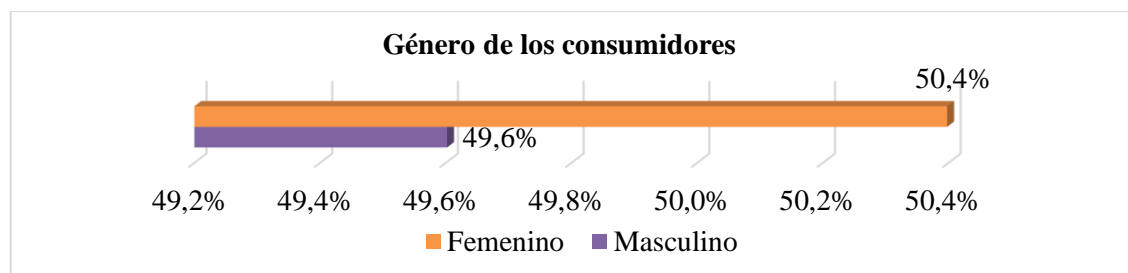
#### 4.1.2.6 Datos generales

**Tabla 18-4:** Identificación del sexo de los encuestados

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	187	49.6%
Femenino	190	50.4%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 16-4:** Género de los consumidores

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

Se observa que la mayoría de las encuestas aplicadas a los diferentes consumidores es de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación son del sexo femenino, quienes representan el 50.4%, mientras que el 49.6% representa al género masculino.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los consumidores encuestados son de género femenino.

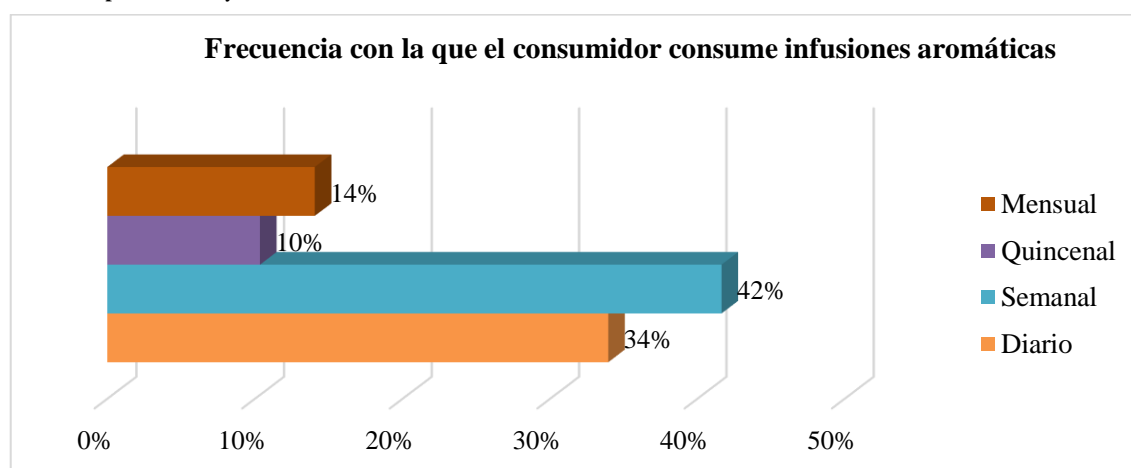
### Pregunta N° 1: ¿Con qué frecuencia consume usted té (infusiones aromáticas)?

**Tabla 19-4:** Frecuencia con la que el consumidor consume infusiones aromáticas

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Diario	128	34%
Semanal	157	42%
Quincenal	39	10%
Mensual	53	14%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 17-4:** Frecuencia con la que el consumidor consume infusiones aromáticas

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

Se determina que la mayoría de las encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación el 42% de los consumidores consumen infusiones aromáticas semanal, mientras que el 34% consumo diario, el 14% consumo mensual y finalmente el 10% consume quincenalmente.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los consumidores encuestados de la parroquia Puyo consumen infusiones aromáticas semanalmente.

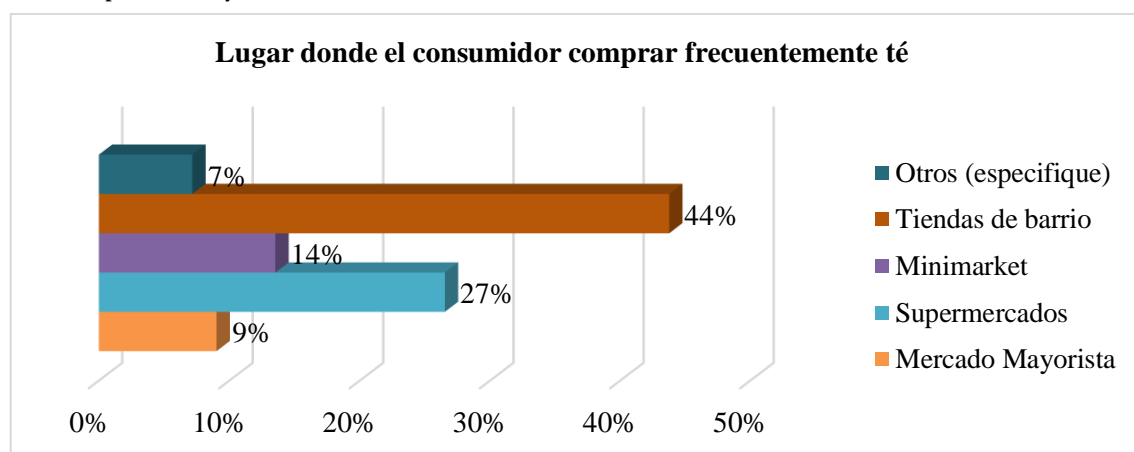
## Pregunta N° 2: ¿En qué lugares compra frecuentemente el té que consume?

**Tabla 20-4:** Lugar donde el consumidor comprar frecuentemente el té que consume

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mercado Mayorista	34	9%
Supermercados	100	27%
Minimarket	51	14%
Tiendas de barrio	165	44%
Otros (especifique)	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 18-4:** Lugar donde el consumidor comprar frecuentemente el té

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

Los datos recolectados de los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación arrojaron que los consumidores compran con frecuencia té en tiendas del barrio mostrando así un 44%, mientras que el 27% de consumidores prefieren comprar en supermercados, el 14% realizan sus compras en minimarket, mientras que el 9% compra en el mercado mayorista y el 7% lo procesan ellos mismos.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede determinar que en su mayoría los consumidores encuestados de la parroquia Puyo compran mayormente té en supermercados y tiendas de barrio, por lo que el producto se puede vender tanto en supermercados potenciales del Puyo, como en tiendas del barrio.

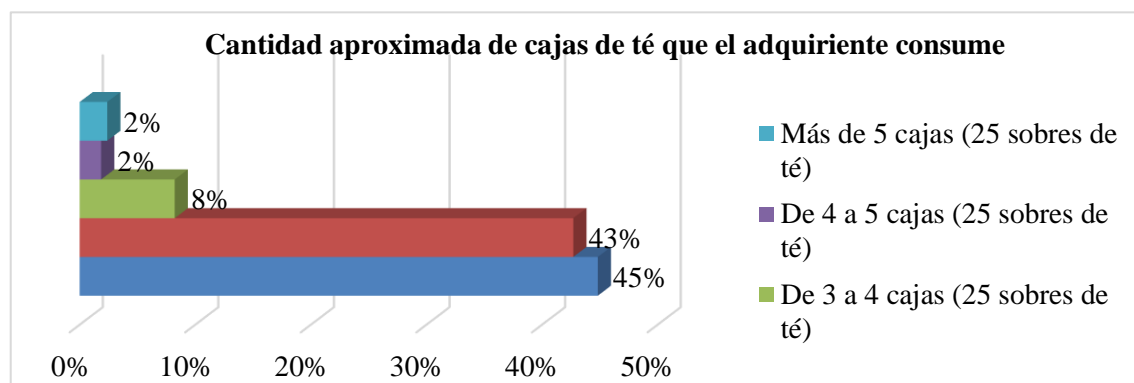
**Pregunta N° 3: ¿Cuál es la cantidad aproximada de cajas de té, que usted adquiere en cada compra? Escala Mensual**

**Tabla 21-4:** Cantidad aproximada de cajas de té que el adquiriente consume

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
De 1 a 2 caja (25 sobres de té)	161	43%
De 2 a 3 cajas (25 sobres de té)	169	45%
De 3 a 4cajas (25 sobres de té)	31	8%
De 4 a 5 cajas (25 sobres de té)	7	2%
Más de 5 cajas (25 sobres de té)	9	2%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 19-4:** Cantidad aproximada de cajas de té que el adquiriente consume

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Análisis e interpretación**

Se observa que la mayoría de las encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación, el 43% de los consumidores mensualmente compran de 1 a 2 caja (25 sobres de té), el 45% compra de 2 a 3 cajas (25 sobres de té), mientras que el 8% compra de 3 a 4 cajas (25 sobres de té) y finalmente el 2% compra más de cinco a más de cinco cajas (25 sobres de té) al mes.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los consumidores encuestados mensualmente compran de 2 a 3 cajas (25 sobres de té) lo que evidencia que 169 habitantes consumen frecuentemente té.

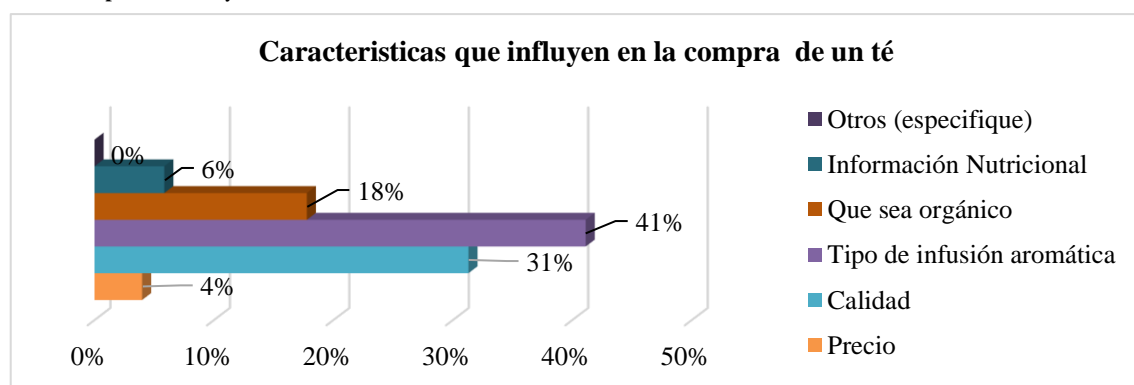
**Pregunta N° 4: ¿Al momento de adquirir un té, ¿cuál de las siguientes características influyen en su compra?**

**Tabla 22-4:** Características que influyen en la compra de un té

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Precio	15	4%
Calidad	118	31%
Tipo de infusión aromática	155	41%
Que sea orgánico	67	18%
Información Nutricional	22	6%
Otros (especifique)	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 20-4:** Características que influyen en la compra de un té

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

Respecto a las encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de la investigación, los consumidores al momento de comprar un té se fijan en el tipo de infusión aromática representando así un 41%, aunque el 31% también menciona que se fija en la calidad del producto, el 18% prefiere que el producto sea orgánico, el 6% revisa la información nutricional y por último el 4% de los consumidores se fija en el precio del producto.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los consumidores encuestados se fijan en el tipo de infusión aromática y en la calidad del producto, datos importantes que debe tomar en cuenta en la presentación del producto a ofertar.

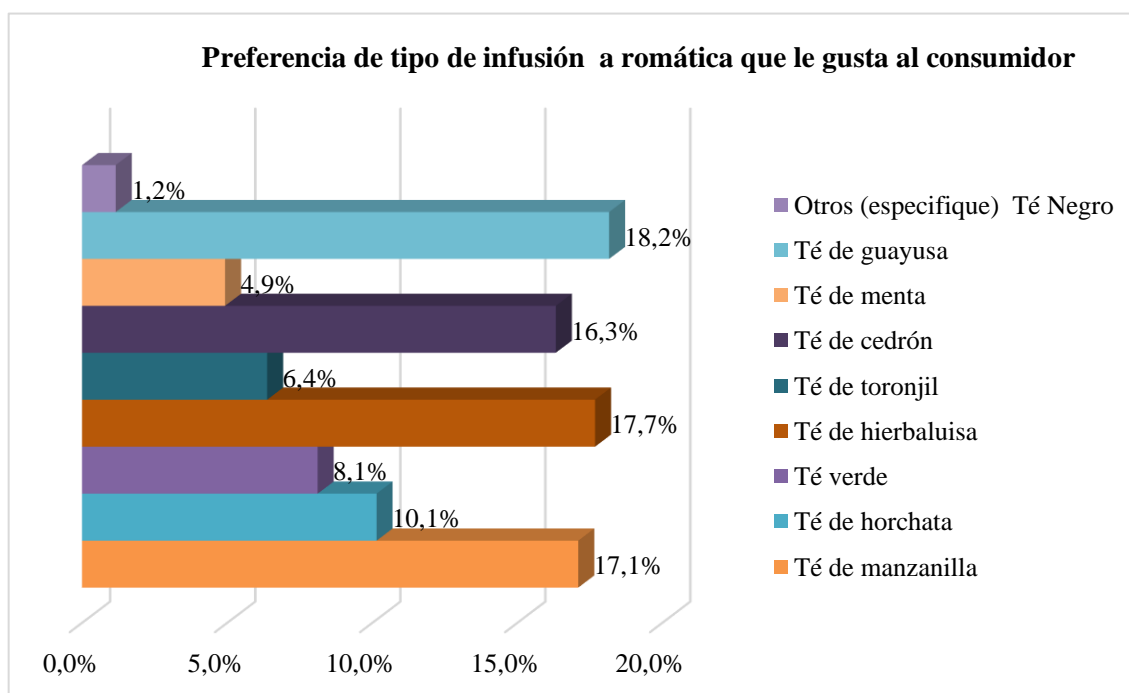
**Pregunta N° 5: Señale en orden de preferencia el tipo de infusión aromática que le gustaría consumir**

**Tabla 23-4:** Preferencia de tipo de infusión aromática que le gusta al consumidor

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Té de manzanilla	177	17%
Té de horchata	105	10%
Té verde	84	8%
Té de hierbaluisa	183	18%
Té de toronjil	66	6%
Té de cedrón	169	16%
Té de menta	51	5%
Té de guayusa	188	18%
Otros (especifique)	12	1%
<b>TOTAL</b>	<b>1035</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 21-4:** Preferencia de tipo de infusión aromática que le gusta al consumidor

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

## **Análisis e interpretación**

Se observa que la mayoría de encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación, el 18,2% de los compradores prefieren consumir té de guayusa, el 17,7% prefiere té de hierbaluisa y de manzanilla con el 17,1%, el 16,3% prefiere té de cedrón , mientras que el 10,1% prefiere té de horchata, el 8,1% consume té verde, el 6,4% y el 4,9% prefieren té de toronjil y té de menta, mientras que tan solo el 1% prefieren té de otros productos como el té negro, de frutos rojos, frutos secos y de Jamaica.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que consumidores encuestados de la parroquia Puyo prefieren té de guayusa y el té de manzanilla como sus principales infusiones aromáticas.



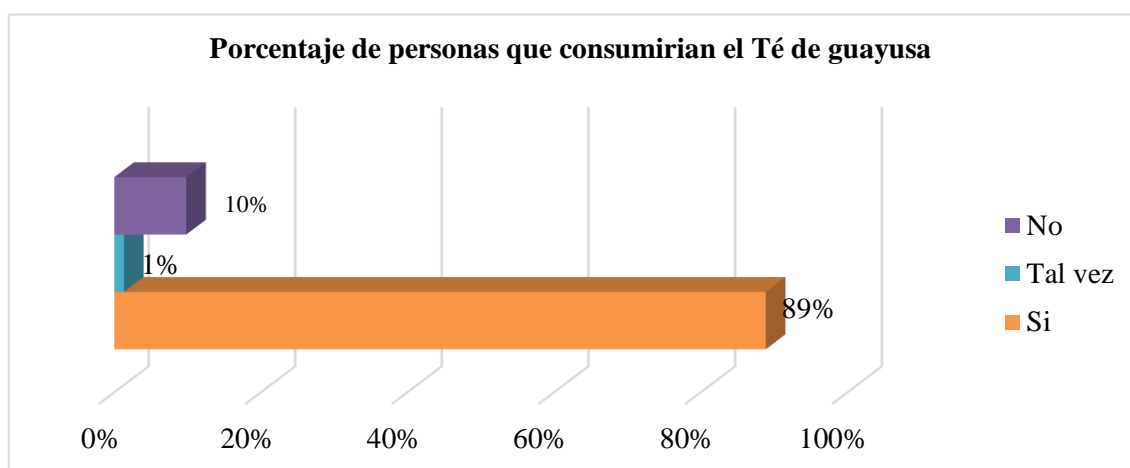
## Pregunta N° 6: ¿Le gustaría consumir un té de infusión aromática a base de guayusa?

**Tabla 24-4:** Porcentaje de personas que consumirían el Té de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	335	89%
Tal vez	5	1%
No	37	10%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 22-4:** Porcentaje de personas que consumirían el Té de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

Respecto a las encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación, el 89% le gustaría consumir un té a base de guayusa, mientras que el 10% no están seguros de querer consumir un té de infusión aromática a base de guayusa, y por último el 1% de los consumidores tal vez les gustaría consumir té de guayusa.

De acuerdo a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los consumidores encuestados manifiestan que están seguro de consumir té de guayusa, lo que evidencia la factibilidad del proyecto y la facilidad para comercializar un té a base de guayusa en la parroquia Puyo.

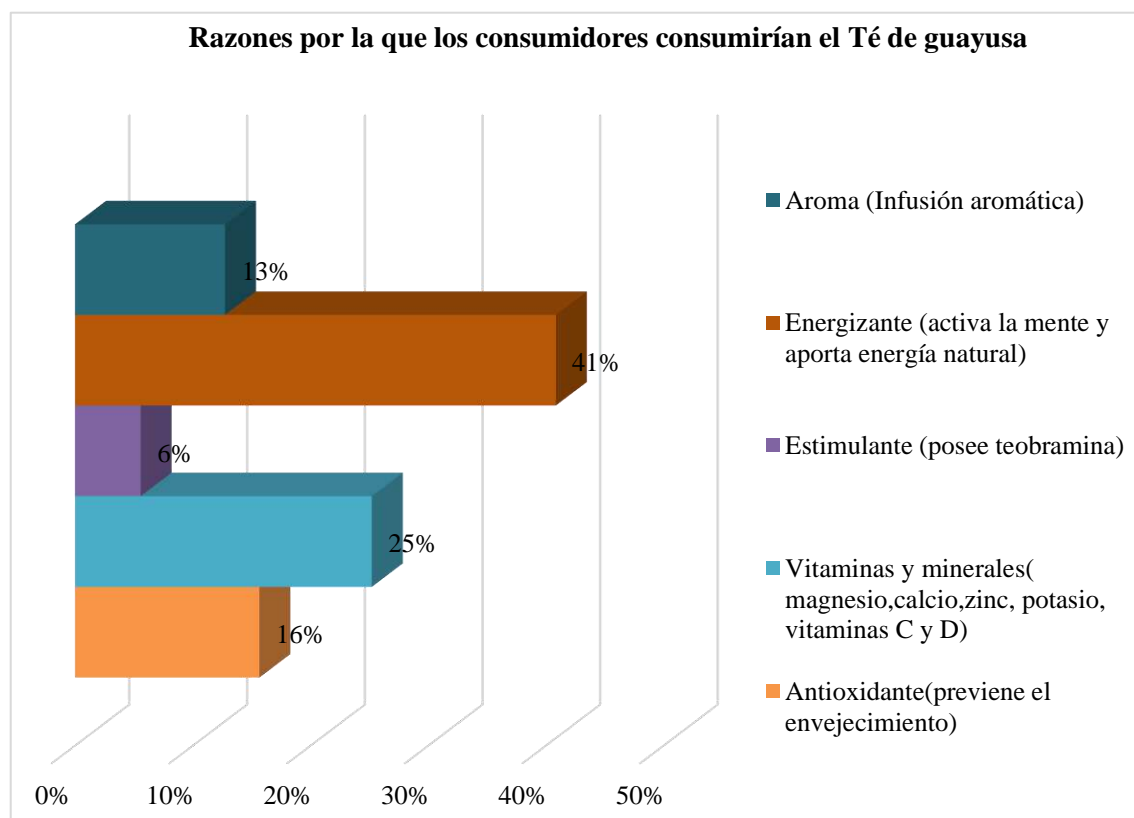
**Pregunta N° 7: ¿Cuáles son las razones por la que usted consumiría té de guayusa?**

**Tabla 25-4:** Razones por la que los consumidores consumirían té de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Antioxidante (previene el envejecimiento)	59	16%
Vitaminas y minerales (magnesio, calcio, zinc, potasio, vitaminas C y D)	95	25%
Estimulante (posee teobromina)	21	6%
Energizante (activa la mente y aporta energía natural)	154	41%
Aroma (Infusión aromática)	48	13%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 23-4:** Razones por la que los consumidores consumirían el Té de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

## **Análisis e interpretación**

Los datos recolectados a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación determina que el 41% de los compradores consumirían té de guayusa por ser energizante (activa la mente y aporta energía natural), el 25% eligió que lo adquiriera porque sus vitaminas y minerales (magnesio, calcio, zinc, potasio, vitaminas C y D), el 16% lo comprara por su antioxidante (previene el envejecimiento), el 13% considera que les gusta el Aroma (Infusión aromática) y tan solo el 6% lo elige por ser estimulante (posee teobromina).

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los consumidores encuestados manifiestan que consumirían el té de guayusa por ser un energizante natural y por sus vitaminas y minerales, la guayusa es una planta medicinal que ayuda a controlar el estrés de las personas que lo consumen además de activar la mente y aportar con energía natural.

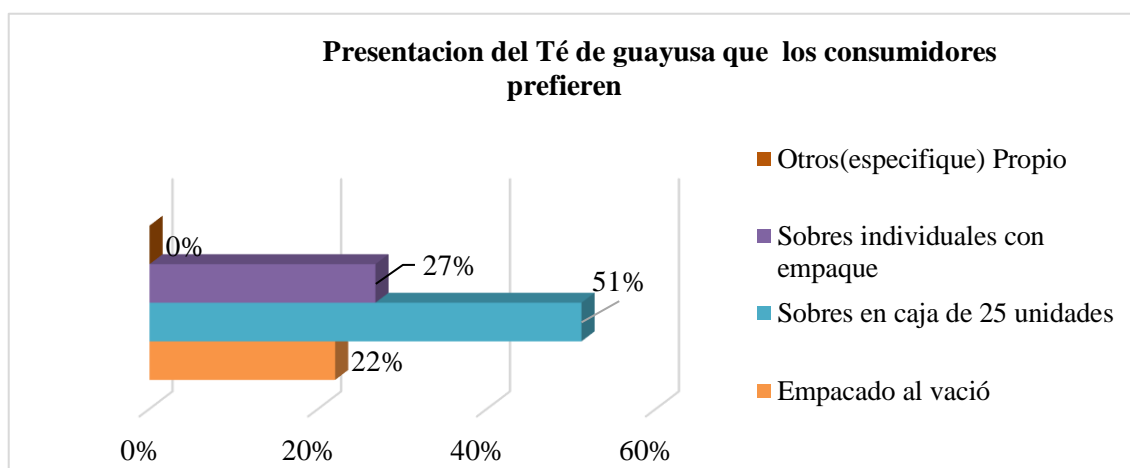
## Pregunta N° 8: ¿Cómo preferiría usted la presentación de un té de guayusa?

**Tabla 26-4:** Presentación del Té de guayusa que los consumidores prefieren

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Empacado al vacío	83	22%
Sobres en caja de 25 unidades	193	51%
Sobres individuales con empaque	101	27%
Otros(especifique) Propio	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 24-4:** Presentación del Té de guayusa que los consumidores prefieren

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### Análisis e interpretación

Se determina que la mayoría de encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación, el 51% de los consumidores del té de guayusa prefieren sobres en caja de 25 unidades, el 27% opta por sobres individuales con empaque (doypack), y finalmente el 22% refieren el empacado al vacío.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los 140 consumidores encuestados prefieren comprar té de guayusa en sobres en caja de 25 unidades y 105 personas prefieren en sobres individuales con empaque, por lo que la información recolectada se toma de referencia para la presentación de nuestro producto.

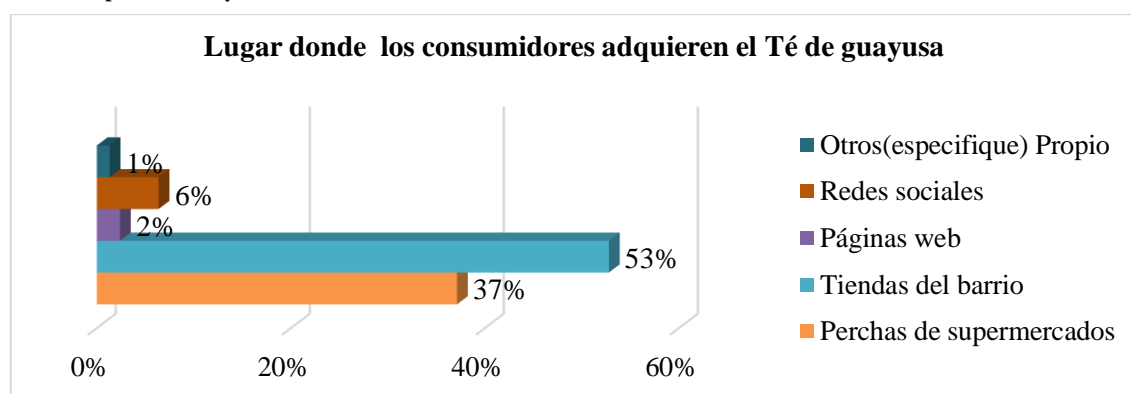
**Pregunta N° 9: Frecuentemente, ¿en qué lugares le gustaría realizar la compra del Té de Guayusa?**

**Tabla 27-4:** Lugar donde los consumidores adquieren el Té de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Perchas de supermercados	140	37%
Tiendas del barrio	199	53%
Páginas web	9	2%
Redes sociales	24	6%
Otros(especifique) Propio	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 25-4:** Lugar donde los consumidores adquieren el Té de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Análisis e interpretación**

Se observa que la mayoría de encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación, 53% de los consumidores le gustaría comprar el té de guayusa en tiendas del barrio, el 37% compraría en el supermercado, el 6% lo quieren adquirir por redes sociales, el 2% por páginas web y tan solo el 1% lo adquiere por sus cosechas pequeñas.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría los consumidores encuestados les gustaría adquirir el té de guayusa en perchas de supermercados y en tiendas del barrio, las respuestas obtenidas tienen relación la pregunta n°2 donde se evidencia los lugares que compra frecuentemente el té que consume mantenido relación con los resultados obtenidos en esta pregunta.

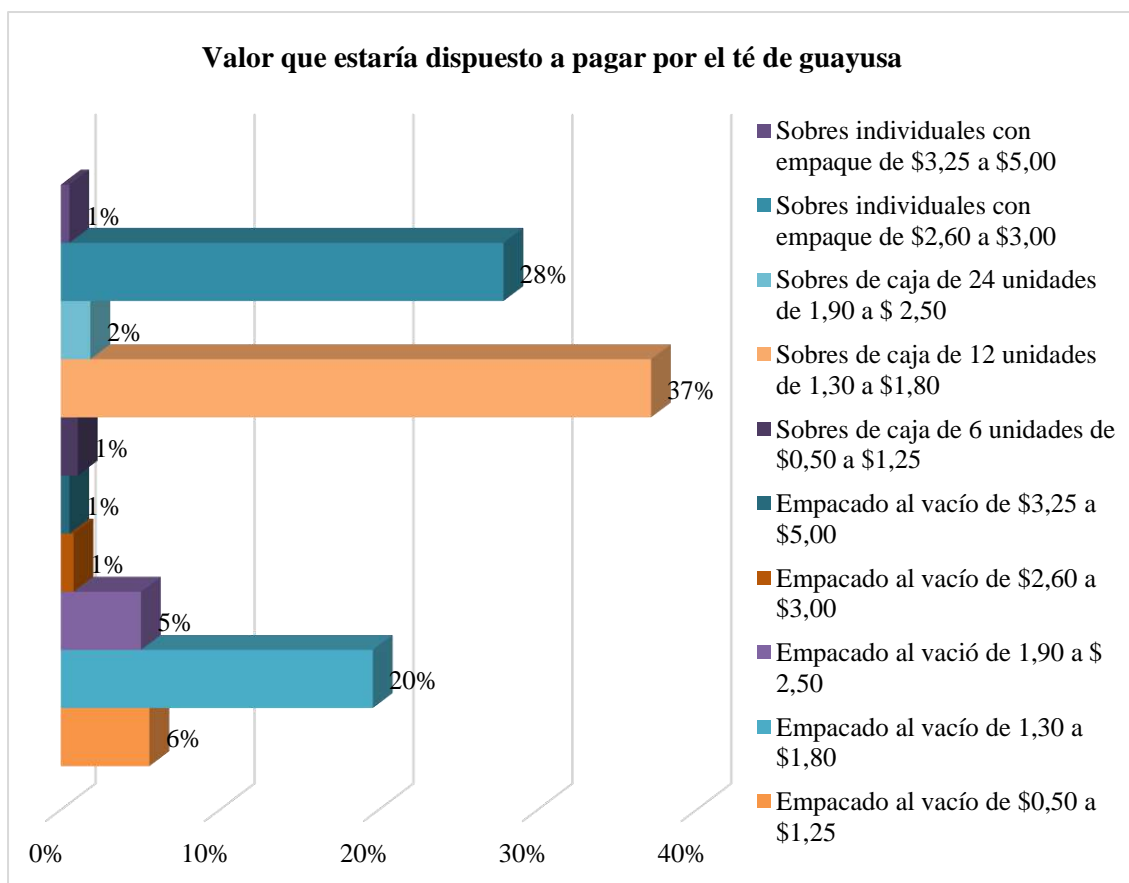
**Pregunta N° 10: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un té de guayusa debidamente empacado? Tomar en consideración la respuesta elegida en la pregunta N° 8.**

**Tabla 28-4:** Valor que estaría dispuesto a pagar por el té de guayusa

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia</b>
	<b>Absoluta</b>	<b>Relativa</b>
Empacado al vacío (50g) de \$0,50 a \$1,25	21	6%
Empacado al vacío (100g) de 1,30 a \$1,80	74	20%
Empacado al vacío (150g) de 1,90 a \$ 2,50	19	5%
Empacado al vacío (250g) de \$2,60 a \$3,00	3	1%
Empacado al vacío (350g) de \$3,25 a \$5,00	2	1%
Sobres de caja de 6 unidades (20g) de \$0,50 a \$1,25	4	1%
Sobres de caja de 12 unidades (36g) de 1,30 a \$1,80	140	37%
Sobres de caja de 24 unidades (72g) de 1,90 a \$ 2,50	7	2%
Sobres individuales (doypack) de 3 unidades- 375g de \$2,60 a \$3,00	105	28%
Sobres individuales (doypack) 4 unidades de 500g de \$3,25 a \$5,00	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 26-4:** Demanda: Valor que estaría dispuesto a pagar por el té de guayusa

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### **Análisis e interpretación**

Se determina que la mayoría de encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación, el 37% de los consumidores estarían dispuestos a pagar por sobres de caja de 12 unidades de 36g por un valor de \$1.30 a \$1.80, el 28% estaría dispuesto a pagar por sobres individuales (doy pack) con empaque de 3 unidades y el empaque de 375gr por un valor de \$2.60 a \$3.00, el 20% de 100gr por el valor de \$1.30 a \$1.80, por último se observa que el 6% de los consumidores optan por empacado al vacío de 50 gr por el valor de \$0.50 a \$1.25.

En base a los resultados descritos anteriormente se puede evidenciar que en su mayoría 140 consumidores encuestados de la parroquia Puyo estarían dispuestos a pagar el sobre en caja de 12 unidades de 36g por el valor de \$1.30 a \$1.80 y 105 consumidores estarían dispuestos a comprar sobres individuales (doy pack) de 3 unidades de 375g de \$2,60 a \$3,00; estudiando las respuestas obtenidas por los futuros consumidores, se analizara el posible empaquetado del producto a ofertar.

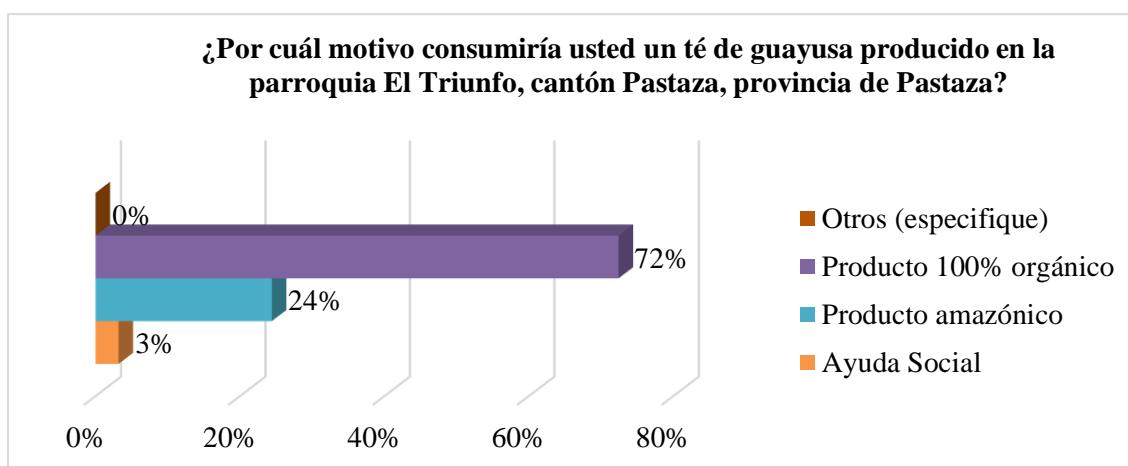
**Pregunta N° 11: ¿Por cuál motivo consumiría usted un té de guayusa producido en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza?**

**Tabla 29-4:** Motivo por el que el consumidor escogería té de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Ayuda Social	12	3%
Producto amazónico	92	24%
Producto 100% orgánico	273	72%
Otros (especifique)	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 27-4:** Motivo por el que el consumidor escogería el Té de guayusa

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Análisis e interpretación**

Se observa que la mayoría de encuestas aplicadas a los diferentes consumidores de un total de 377 personas tomadas como muestra para el estudio de nuestra investigación, un 72% escogerían el té de guayusa porque es un producto 100% orgánico, mientras que el 24% lo escogería porque es un producto amazónico y finalmente el 3% lo escogería para ayuda social es decir por ayuda hacia los productores. En base a los resultados obtenidos 273 habitantes de la parroquia Puyo consumirían el té de guayusa por ser un producto 100 % orgánico.



## 4.2 Discusión y argumentación de la información obtenida

Se concluye que la mayoría de los productores de guayusa cuentan con terrenos propios para el desarrollo de su producción, los mismos que realizan la producción de guayusa en 1 hectárea y con un mínimo 2 a 4 trabajadores, solo una pequeña parte de productores realiza su producción en 3 hectáreas y con un máximo de 6 a 10 trabajadores, por lo que se estima que son pocos los productores que poseen gran extensión de terrenos para la producción guayusa a gran escala y de forma rentable.

Respecto a la limitación que tienen los productores frente a la producción de guayusa, es el precio de venta, el mismo que varía significativamente llegando a manejar un costo \$45 dólares 1 saco de hojas de guayusa de 50 kg, y algunas veces el mismo saco lo venden a un valor inferior de \$25 dólares, otra limitación es el transporte, debido a que la mayoría de los productores cuentan con fincas lejanas del centro de acopio, lo que perjudica el envío de los sacos de guayusa al mercado objetivo.

Se evidencia que gran parte de productores no cuentan con ninguna colaboración por parte de instituciones u organismos del estado, sin embargo cuentan ayuda de otras instituciones privadas y *ONG*, las cuales han venido brindando ayuda en el desarrollo de la producción a los agricultores del sector, por lo cual, la propuesta de comprar la cantidad cultivada de guayusa a los productores del sector a un precio justo y estandarizado da como resultado que el 77%, están dispuestos a vender su producción, considerando a los productores de la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza como futuros proveedores del presente proyecto.

Referente a la aplicación de la encuesta a los consumidores de la parroquia Puyo, se evidencia que los consumidores frecuentemente compran té (infusiones aromáticas) mensualmente, entre el orden de preferencia de infusiones aromáticas el té de guayusa y el té de manzanilla, son los productos más demandados por los consumidores, las características relevantes que influyen en los consumidores al momento de adquirir un té es el tipo de infusión aromática, la calidad del producto así como la información nutricional.

Respecto a la información de los consumidores se determina que gran parte de los individuos encuestados les gustaría consumir un té de infusión aromática a base de guayusa por su poder energizante natural, por las vitaminas y minerales que posee, de acuerdo a los resultado obtenidos se comprueba que los consumidores de la parroquia Puyo compraría un té a base de guayusa producido en la parroquia El Triunfo al ser un producto 100% orgánico, limpio y apropiadamente

empacado, el cual se comercialice a un precio justo y económico, la información obtenida demuestra el grado de aceptación que tendrá la comercialización del té de guayusa en la parroquia Puyo, lo cual hace factible la comercialización de este producto.

### **4.3 Comprobación de hipótesis o idea a defender**

A continuación, se presente una tabla realizada en la plataforma de software SPSS la cual menciona el nivel de aceptación y rechazo que tendrá el proyecto para la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia El Triunfo, de acuerdo con la idea a defender se seleccionó preguntas importantes de las encuestas realizadas a los productores y consumidores para determinar la factibilidad y así demostrar que en efecto en la practica el mismos es factible, tanto desde el punto de vista de los productores como de los consumidores.

#### ***4.3.1 Planteamiento de la idea a defender***

¿Cómo la inexistencia de un proyecto de factibilidad repercute en la óptima producción y comercialización sostenible y asociativa, del té guayusa en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza?

#### ***4.3.2 Formulación de la idea a defender***

##### ***4.3.2.1 Idea a defender nula***

Como la inexistencia de un proyecto de factibilidad **NO** repercute en la óptima producción y comercialización sostenible y asociativa, del té guayusa en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

##### ***4.3.2.2 Idea a defender alternativa***

Como la inexistencia de un proyecto de factibilidad **SI** repercute en la óptima producción y comercialización sostenible y asociativa, del té guayusa en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

## Preguntas para la comprobación de la idea a defender

En base a la información de las encuestas realizadas se establece dos preguntas acordes al planteamiento de la idea a defender.

**Pregunta N° 8:** Según su extensión de sembríos, ¿Cuál es la cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa?

**Tabla 30-4:** Cantidad mensual de producción de guayusa

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
De 1 a 5 sacos de 50kg	134	61%
De 6 a 10 sacos de 50kg	29	13%
De 11 a 15 sacos de 50kg	20	9%
De 16 a 20 sacos de 50kg	8	4%
Más de 20 sacos de 50kg	27	12%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Pregunta N° 14:** ¿Le gustaría vender su producción a una empresa donde le ofrezcan un precio justo y estandarizado por su producción?

**Tabla 31-4:** Precio justo y estandarizado por la producción

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Definitivamente si	168	77%
Quizás si	45	21%
Quizás no	5	2%
Definitivamente no	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### 4.3.3 Estimador estadístico

Para comprobar la idea a defender se utilizará la prueba de Chi-cuadrado que fue realizada en la plataforma de software SPSS para verificar si existe relación entre las variables.

**Tabla 32-4:** Estimador estadístico, nivel de aceptación del proyecto

<b>TABLA CRUZADA LE GUSTARÍA VENDER SU PRODUCCIÓN A UNA EMPRESA QUE LE OFREZCA UN PRECIO JUSTO Y ESTANDARIZADO POR SU PRODUCCIÓN SEGÚN SU EXTENSIÓN DE SEMBRÍOS CUAL ES LA CANTIDAD MENSUAL APROXIMADA DE SU PRODUCCIÓN DE GUAYUSA</b>								
			SEGÚN SU EXTENSIÓN DE SEMBRÍOS CUAL ES LA CANTIDAD MENSUAL APROXIMADA DE SU PRODUCCIÓN DE GUAYUSA					Total
			DE 1 A 5 SACOS	DE 6 A 10 SACOS	DE 11 A 15 SACOS	DE 16 A 20 SACOS	MAS DE 20 SACOS	
Le gustaría vender su producción a una empresa que le ofrezca un precio justo y estandarizado por su producción	<b>Definitivamente si</b>	Recuento	134	29	5	0	0	168
		Recuento esperado	103,3	22,3	15,4	6,2	20,8	168,0
		% dentro de le gustaría vender su producción a una empresa que le ofrezca un precio justo y estandarizado por su producción	79,8%	17,3%	3,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de según su extensión de sembríos cual es la cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa	100,0%	100,0%	25,0%	0,0%	0,0%	77,1%
		<b>% del total</b>	<b>61,5%</b>	<b>13,3%</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>77,1%</b>
	<b>Quizá si</b>	Recuento	0	0	15	8	22	45
		Recuento esperado	27,7	6,0	4,1	1,7	5,6	45,0
		% dentro de le gustaría vender su	0,0%	0,0%	33,3%	17,8%	48,9%	100,0%

		producción a una empresa que le ofrezca un precio justo y estandarizado o por su producción						
		% dentro de según su extensión de sembríos cual es la cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa	0,0%	0,0%	75,0%	100,0%	81,5%	20,6%
		<b>% del total</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>6,9%</b>	<b>3,7%</b>	<b>10,1%</b>	<b>20,6%</b>
	<b>Quizás no</b>	Recuento	0	0	0	0	5	5
		Recuento esperado	3,1	,7	,5	,2	,6	5,0
		% dentro de le gustaría vender su producción a una empresa que le ofrezca un precio justo y estandarizado o por su producción	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		% dentro de según su extensión de sembríos cual es la cantidad mensual aproximada de su	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	18,5%	2,3%

		producción de guayusa						
		<b>% Del total</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,3%</b>
<b>TOTAL</b>		Recuento	134	29	20	8	27	218
		Recuento esperado	134,0	29,0	20,0	8,0	27,0	218,0
		% dentro de le gustaría vender su producción a una empresa que le ofrezca un precio justo y estandarizado por su producción	61,5%	13,3%	9,2%	3,7%	12,4%	100,0%
		% dentro de según su extensión de sembríos cual es la cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		<b>% del total</b>	<b>61,5%</b>	<b>13,3%</b>	<b>9,2%</b>	<b>3,7%</b>	<b>12,4%</b>	<b>100,0%</b>
								<b>%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 33-4:** Prueba chi cuadrado

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>df</b>	<b>Significación asintótica (bilateral)</b>
Chi-cuadrado de Pearson	215,601	8	,000
Razón de verosimilitud	218,926	8	,000
Asociación lineal por lineal	171,072	1	,000
N de casos válidos	218		

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### **Interpretación**

Se concluye de acuerdo con el análisis de las presentes directrices que existe en el proyecto como  $\chi^2 = 215,601$ ,  $gl = 8$ ,  $p = 0.000$ , la significancia al ser menor que 0.05 se rechaza la idea a defender nula y se acepta la idea a defender alternativa la cual menciona “como la inexistencia de un proyecto de factibilidad **SI** repercute en la óptima producción y comercialización sostenible y asociativa, del té guayusa en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza”, por lo tanto da paso a realizar el proyecto de factibilidad para la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia El Triunfo, el proyecto se enfocara en la óptima producción y comercialización del té de guayusa para sea sostenible, rentable y asociativa.

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

#### 5.1 Título

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TÉ DE GUAYUSA EN LA PARROQUIA EL TRIUNFO, CANTÓN PASTAZA, PROVINCIA DE PASTAZA, AÑO 2022”.

#### 5.2 Introducción

El consumo de hierbas aromáticas es una tradición que se remonta desde el antiguo oriente, identificándose como mercados potencialmente activos China y Vietnam; en tal sentido, el Periódico de Vietnam, indica lo siguiente:

*“Las exportaciones de té en el cuarto trimestre del año 2022, ascendieron a 54.000 toneladas, aportando 79 millones de dólares, un 53,6% más de volumen y un 33% en valor en comparación con el mismo período del año pasado, se observa que el té verde fue el principal rubro de exportación alcanzando las 55.200 toneladas valoradas en 104 millones de dólares un 12,2% más en volumen que el año 2021, el principal exportador en el mundo es Vietnam, con más de 170 variedades de té, con áreas de producción local que avanzan hacia la agricultura orgánica para un crecimiento sostenible y llegar a satisfacer las cambiantes demandas del mercado”.* (Periódico Digital del Partido Comunista de Vietnam, 2023, pág. 35)

En el Ecuador la producción de infusiones aromáticas, se han venido realizando desde el año 1962, en inicio esta se centró en el té negro, por la influencia de las empresas inglesas como demandante, posterior a esto se empezó a desarrollar la producción de té de manzanilla, menta, toronjil y anís, en la región sierra ecuatoriana se conocen alrededor de 500 plantas medicinales de las cuales 228, son las más vendidas y de ellas 125 las más comercializadas, en su mayoría carecen de información científica o técnica la cual impide que la producción sea eficiente. (Garzón, 2016).

El presente proyecto de factibilidad sirve como indicador para determinar los costos y el margen de producción que obtendrá el té de guayusa, como también las necesidades de los consumidores, teniendo como fin conocer las características del producto, los canales de distribución, condiciones de venta, plazo, entre otras variables, este estudio se enfocará en identificar, la



aceptación del té de guayusa en la parroquia Puyo, utilizando estrategias encaminadas a la satisfacción del cliente y la rentabilidad, mientras que la producción se la efectuara en la parroquia “El Triunfo” con el fin de ayudar a los productores a mejorar su producción y por ende sus ingresos económicos.

A fin de estandarizar el precio y la producción del té de guayusa, el propósito del proyecto es producir y comercializar el té de guayusa, con el fin de abastecer la demanda insatisfecha en la parroquia Puyo, mientras tanto para la parroquia El Triunfo, la producción de guayusa servirá como generadora de empleo para los pobladores, y por ende sus familias, siendo los más beneficiados con este proyecto, ya que se velará por otorgar el precio adecuado a la producción.

### **5.3 Objetivos**

#### **5.3.1 Objetivo general**

- Elaboración de un estudio de mercado, técnico y financiero para conocer la factibilidad y rentabilidad que tendrá la producción del té de guayusa, en la parroquia El Triunfo, y su posterior comercialización en la parroquia Puyo.

#### **5.3.2 Objetivo específico**

- Realizar un estudio de mercado para conocer las preferencias y gustos del consumidor, su oferta y demanda insatisfecha en la parroquia Puyo.
- Determinar el mix del marketing del producto para determinar precios, consumidores y la planificación estratégica de la organización
- Conocer el costo de la infraestructura y materia prima para determinar el capital que se requerirá en el proyecto.

### **5.4 Estudio de mercado**

A través del estudio de mercado se permite determinar la oferta y demanda existente, se realizará un análisis y proyección con la finalidad de obtener la demanda insatisfecha que permitirá conocer la factibilidad del proyecto.

Por lo tanto, se estudia, a la población económicamente activa de la parroquia Puyo, para conocer a los futuros clientes potenciales donde se identifica la cantidad de frecuencia de consumo y la

oferta existente dentro del mercado, siendo necesario efectuar el siguiente análisis a fin de identificar la demanda insatisfecha a cubrir por la organización a crear.

#### 5.4.1 Análisis de la demanda

En base a los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población económica activa de la parroquia Puyo los cuales se centraron en adquirir el producto, tiene como finalidad verificar la demanda que se obtendrá en el mercado a través del siguiente proceso:

#### 5.4.2 Demanda de los habitantes de la parroquia Puyo

Para el cálculo de la demanda se empleó el criterio de la Población Económicamente Activa PEA de la parroquia Puyo, la cual se ubicó en un valor de 20.818ha, en cuya muestra se aplicó el argumento de la pregunta 6, en donde se cuestionaba acerca de la proporción de personas que, estarían dispuestas a consumir infusión aromática a base de guayusa, obteniéndose que, el 89% sí estaría dispuesto.

**Pregunta N° 6:** ¿Le gustaría consumir un té de infusión aromática a base de guayusa?

**Tabla 1-5:** Porcentaje de habitantes que consumirían té de guayusa

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Si	335	89%
Tal vez	5	1%
No	37	10%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 2-5:** Demanda de habitantes de la parroquia el Puyo que aceptan el producto

AÑO	PEA	% ACEPTACIÓN	DEMANDA
DEL PRODUCTO			
2022	20.818,00	89%	18.528,02

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

La tabla anterior muestra que los futuros demandantes del producto son 18.528,02 habitantes, por lo que se procede a realizar la proyección de la demanda utilizando la tasa de crecimiento de la parroquia Puyo que es del 2.73%.

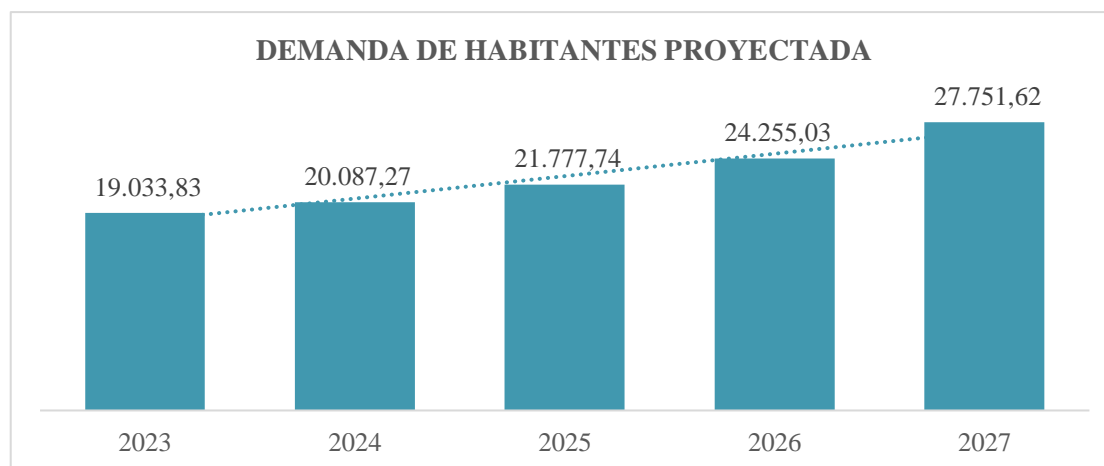
**Tabla 3-5:** Demanda proyectada de los habitantes de la parroquia Puyo

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2022	18.528,02
2023	19.033,83
2024	20.087,27
2025	21.777,74
2026	24.255,03
2027	27.751,62

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Se observa que la demanda proyectada de los habitantes de la parroquia Puyo para el año 2027 crece en 27.751,62 que son los futuros demandaste del producto.



**Ilustración 1-5:** Proyección de la demanda de habitantes

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 5.4.3 Demanda del producto

Para analizar la demanda del producto inicialmente se toma en consideración la pregunta N°3 de la encuesta a los consumidores, donde se aborda la frecuencia de compra mensual de cajas de té que consumen los habitantes de la parroquia Puyo.

**Pregunta N° 3:** ¿Cuál es la cantidad aproximada de cajas de té, que usted adquiere en cada compra? Escala Mensual

**Tabla 4-5:** Cantidad de cajas de té que se adquiere mensualmente

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De 1 a 2 caja (25 sobres de té)	161	43%
De 2 a 3 cajas (25 sobres de té)	169	45%
De 3 a 4cajas (25 sobres de té)	31	8%
De 4 a 5 cajas (25 sobres de té)	7	2%
Más de 5 cajas (25 sobres de té)	9	2%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Tomando en consideración las alternativas de frecuencia se procede a realizar los cálculos correspondientes para determinar cuántas cajas de té están dispuestos a comprar anualmente y así determinar la demanda del producto, se procede a multiplicar la frecuencia absoluta por la cantidad promedio para determinar la demanda mensual y posteriormente la demanda anual.

**Tabla 5-5:** Cantidad aproximada de cajas de té, que se adquiere en cada compra, escala mensual

Cantidad	Frecuencia Absoluta	%	Cantidad promedio	Demanda Mensual	Demanda Anual
De 1 a 2 caja (25 sobres de té)	7.912,50	43%	1	7.912,50	94.949,96
De 2 a 3 cajas (25 sobres de té)	8.305,66	45%	2	16.611,33	199.335,94
De 3 a 4 cajas (25 sobres de té)	1.523,52	8%	3	4.570,57	54.846,87
De 4 a 5 cajas (25 sobres de té)	344,02	2%	4	1.376,09	16.513,04
Más de 5 cajas (25 sobres de té)	442,31	2%	5	2.211,57	26.538,81
<b>TOTAL</b>	<b>18.528,02</b>	<b>100%</b>		<b>32.682,05</b>	<b>392.184,61</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Una vez dispuesto los resultados se comprueba que los demandantes compraran anualmente 392.184,61 cajas de té.

### 5.4.3.1 Proyección de la demanda del producto

Para realizar la proyección de la demanda total requerida en el año base, se procede a determinar la demanda a futuro aplicando la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia Puyo, para determinar la proyección. Estos fueron los resultados.

La tasa de crecimiento poblacional es del 2.73% y la cantidad de unidades de té demandado anualmente es de 392.184,61 cajas, se calcula la demanda actual en un período de 5 años usando la expresión de valor futuro.

$$Vf = Va(1 + i)^n$$

Fuente: (Stevens, 2022)

**Dónde:**

**Vf:** Valor futuro

**Va:** Valor actual (año 2022)

**i:** Tasa de crecimiento

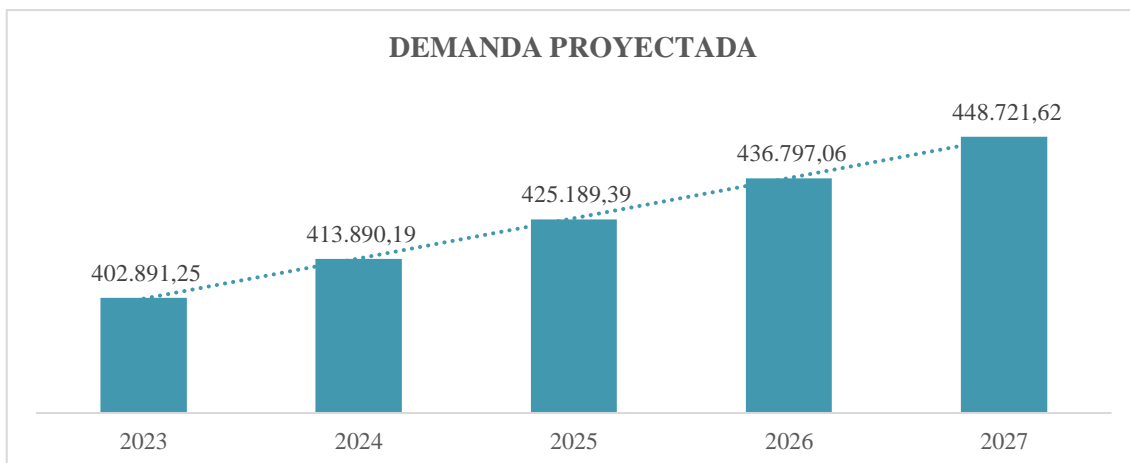
**n:** Año a estimarse

**Tabla 6-5:** Demanda proyectada del producto

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2022	392.184,61
2023	402.891,25
2024	413.890,19
2025	425.189,39
2026	436.797,06
2027	448.721,62

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 2-5:** Demanda proyectada

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

La ilustración 2-5 muestra el crecimiento que tendrá la demanda del producto, para el año 2027 los demandantes consumirán anualmente 448.721,62 cajas de té.

#### 5.4.4 *Análisis de la oferta*

En el caso de la oferta, se indagó mediante investigación de campo a diferentes productores, para identificar la actual competencia y que acciones tomar para ser competitivos en el mercado.

Para poder ingresar al mercado objetivo se debe competir y enfrentar diversos obstáculos como canales de distribución, precio de los productos, diferenciación del producto entre otros aspectos, para poder competir dentro del mercado se debe producir y comercializar el producto a gran escala, además de tener una excelente estrategia de marketing para poder competir con empresas que se encuentran constituidas dentro del mercado.

**Tabla 7-5:** Empresas que producen té dentro del país

MARCAS	PRODUCTOS
<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>Compañía Ecuatoriana del Té C.A, CETCA.</b>            Compañía pionera en producir diferentes tipos de té y hierbas aromáticas para el mercado ecuatoriano.         </li> </ul>	

- **Guamatí**

Marca ecuatoriana dedicada a comercializar guayusa y flor de Jamaica



- **Ile**

Empresa ecuatoriana dedicada a fabricar productos alimentarios, sus productos incluyen té de hierbas aromáticas, pastas, condimentos, etc.



- **Té Runa guayusa**

Fundación ecuatoriana dedica a producir guayusa tradicional.



**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Para determinar el comportamiento de la oferta se toma en consideración la pregunta N°8 de la encuesta realizada a los productores de la parroquia El Triunfo donde se especifica la cantidad mensual aproximada de la producción de guayusa que los productores producen.

**Pregunta N° 8:** Según su extensión de sembríos, ¿Cuál es la cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa?

**Tabla 8-5:** Cantidad mensual de su producción de guayusa

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De 1 a 5 sacos de 50kg	134	61%
De 6 a 10 sacos de 50kg	29	13%
De 11 a 15 sacos de 50kg	20	9%
De 16 a 20 sacos de 50kg	8	4%
Más de 20 sacos de 50kg	27	12%
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Una vez dispuesto los resultados se precede a realizar los cálculos correspondientes, los productores de la parroquia El Triunfo venden su producción de guayusa a mercados locales o lo distribuyen a empresas procesadoras de té o a intermediarios, por tal motivo la tabla 8-5 muestra el valor de sacos de guayusa que los productores producen y comercializan mensualmente. Para poder determinar cuántas cajas de té se puede comercializar con los sacos de hoja de guayusa de 50 kg se procede a calcular el peso neto promedio por el saco de 50 kg para posterior realizar una regla de tres y convertir el peso neto promedio de kilogramos a gramos, específicamente a 32 g que es el peso neto de una caja de té.

**Tabla 9-5:** Oferta del producto

Sacos de 50 kg	Peso Neto Promedio	Caja de 32 g	Frecuencia Absoluta	%	Oferta mensual	Oferta anual
De 1 a 5 sacos de 50kg	250	7422	134	61%	4.562,17	54.744,84
De 6 a 10 sacos de 50kg	500	14844	29	13%	1.974,63	23.695,53
De 11 a 15 sacos de 50kg	750	22266	20	9%	2.042,72	24.512,61
De 16 a 20 sacos de 50kg	1000	29688	8	4%	1.089,45	13.073,39
Más de 20 sacos de 50kg	1250	37109	27	12%	4.596,12	55.153,38
<b>TOTAL</b>					<b>14.264,98</b>	<b>171.179,76</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Una vez realizada el cálculo de la oferta se determina que los ofertantes anualmente pueden comercializar 171.179,76 cajas de té.

#### 5.4.4.1 Proyección de la oferta del producto

Para determinar la proyección de la oferta en los próximos 5 años, se consideró como base a los productores de la parroquia El Triunfo quienes producen y a la vez comercializan sus productos ya sean procesados o simplemente comercializan la materia prima. Será considerada la cantidad anual de la oferta del año 2022 para el siguiente cálculo, como también la tasa poblacional de crecimiento de la parroquia El Triunfo que es del 2.57% para determinar la proyección.

$$Vf = Va(1 + i)^n$$

**Fuente:** (Stevens, 2022)



**Dónde:**

**Vf:** Valor futuro

**Va:** Valor actual (año 2022)

**i:** Tasa de crecimiento

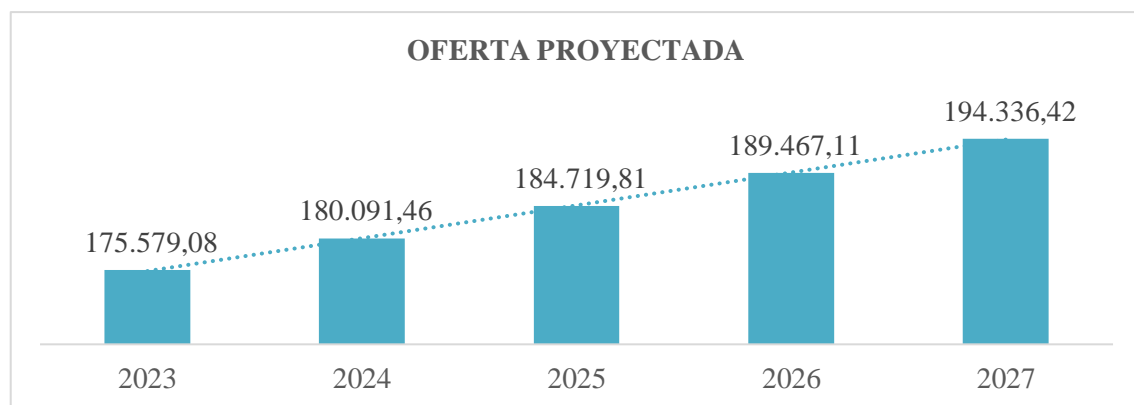
**n:** Año a estimarse

**Tabla 10-5:** Oferta proyectada del producto

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2022	171.179,76
2023	175.579,08
2024	180.091,46
2025	184.719,81
2026	189.467,11
2027	194.336,42

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 3-5:** Oferta proyectada

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Se observa por medio de la oferta proyectada que la tendencia de crecimiento de cajas de té para el año 2027 será de 194.336 cajas de té.

#### 5.4.5 Determinación de la demanda insatisfecha

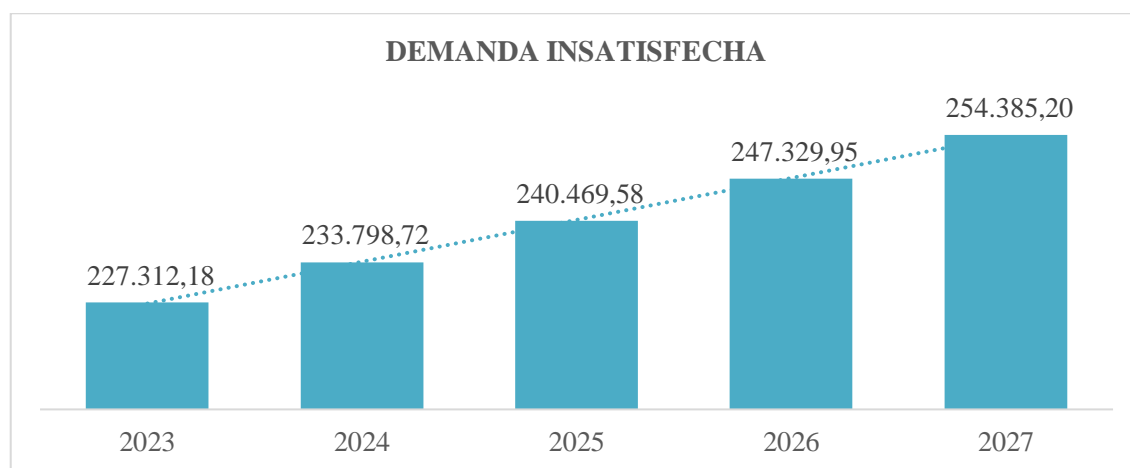
A través de los datos reflejados para los cinco años futuros, para el cálculo se procede una operación simple el cual resulta de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta existente, resultando en los siguientes valores.

**Tabla 11-5:** Demanda insatisfecha

<b>AÑOS PROYECTADOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2023	402.891,25	175.579,08	227.312,18
2024	413.890,19	180.091,46	233.798,72
2025	425.189,39	184.719,81	240.469,58
2026	436.797,06	189.467,11	247.329,95
2027	448.721,62	194.336,42	254.385,20

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.



**Ilustración 4-5:** Demanda insatisfecha

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Se observa la existencia de un mercado grande para la comercialización del té de guayusa en la parroquia Puyo, para el año 2027 la demanda es de 448.721,62 habitantes dispuesto a comprar cajas de té y la oferta para el mismo año es de 194.336,42 lo que da paso a continuar con el presente proyecto permitiendo que se pueda cumplir las metas establecidas dentro del mercado objetivo.

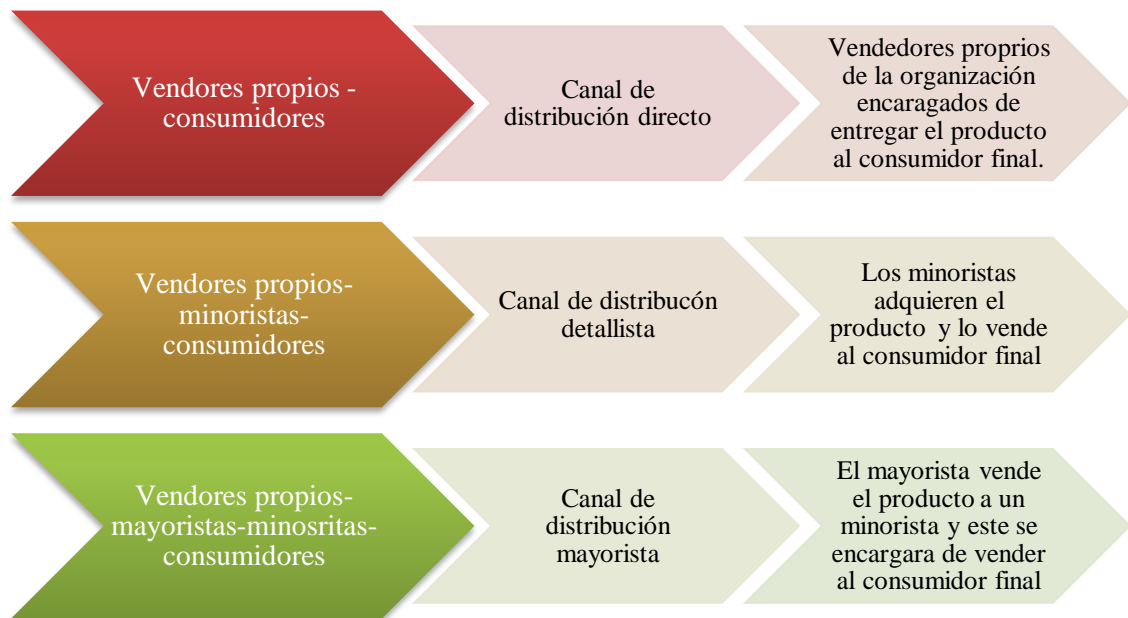
## 5.5 Plan de comercialización

Para (González, 2018) el plan de comercialización “Es un documento escrito en el cual se desarrollan los planes o proyectos comerciales a realizar en una empresa durante un periodo de tiempo determinado”

### 5.5.1 Canales de distribución

Un canal de distribución se utiliza para que los productos lleguen a algunos comerciantes de manera directa o indirecta requiriendo intermediarios mayoristas o minoristas que participen como agente mercantil.

Los canales de distribución apropiados son los siguientes.



#### **Ilustración 5-5:** Canales de distribución

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

De acuerdo a lo analizado anteriormente Eco Guayusa contará con los tres tipos de comercialización el canal de distribución directo, el canal de distribución detallista y el canal de distribución mayorista, los diferentes tipos de canales de distribución dependerá de la capacidad de producción de la organización, además mejoraran el nivel de distribución llegando a una mayor cobertura en el mercado

### 5.5.2 Plan de marketing

Un buen plan de marketing aumentara radicalmente la venta de los productos, dando publicidad y realce al producto, ayudando que tengan mayor aceptación en los clientes.

#### *5.5.2.1 Marketing online*

Redes sociales: Por medio de las redes sociales como Facebook e Instagram los consumidores podrán conocer a detalle el producto, los descuentos y promociones que tendrá, además de los beneficios que tiene el té de guayusa para la salud de las personas, las redes sociales facilitan que personas de otras provincias puedan conocer y adquirir el producto.

#### *5.5.2.2 Marketing offline*

Hojas Volantes: El propósito de realizar volantes es de repartirlos por toda la ciudad del Puyo y en sus alrededores, específicamente en mercados, supermercados hoteles, restaurantes, etc., por medio de los volantes dar a conocer la existencia de un nuevo producto orgánico en presentación de té hecho a base de guayusa.

#### *5.5.2.3 Marketing ferial*

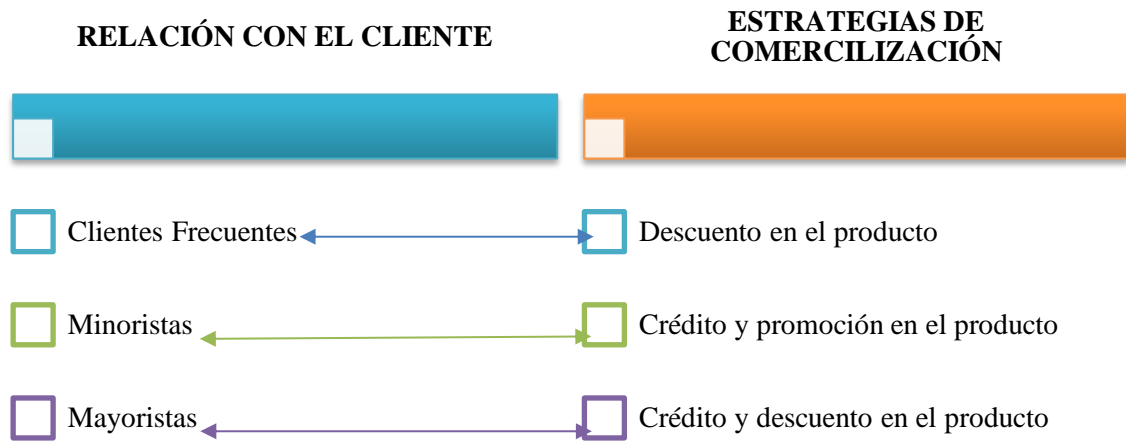
Promoción del producto de forma presencial en ferias o convenciones: Se caracteriza por tener contacto directo con los clientes ya que permite a los usuarios tocar y degustar el producto, además es una estrategia que combina publicidad, estrategia comercial y venta directa.

### ***5.5.3 Estrategias de comercialización***

Las estrategias de comercialización consisten en acciones constituidas y completamente planeadas donde se focalizan alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado. (Arechavaleta, 2015).

### 5.5.3.1 Estrategias de comercialización con respecto al cliente

Las estrategias a utilizarse en base a la captación de clientes son las siguientes:



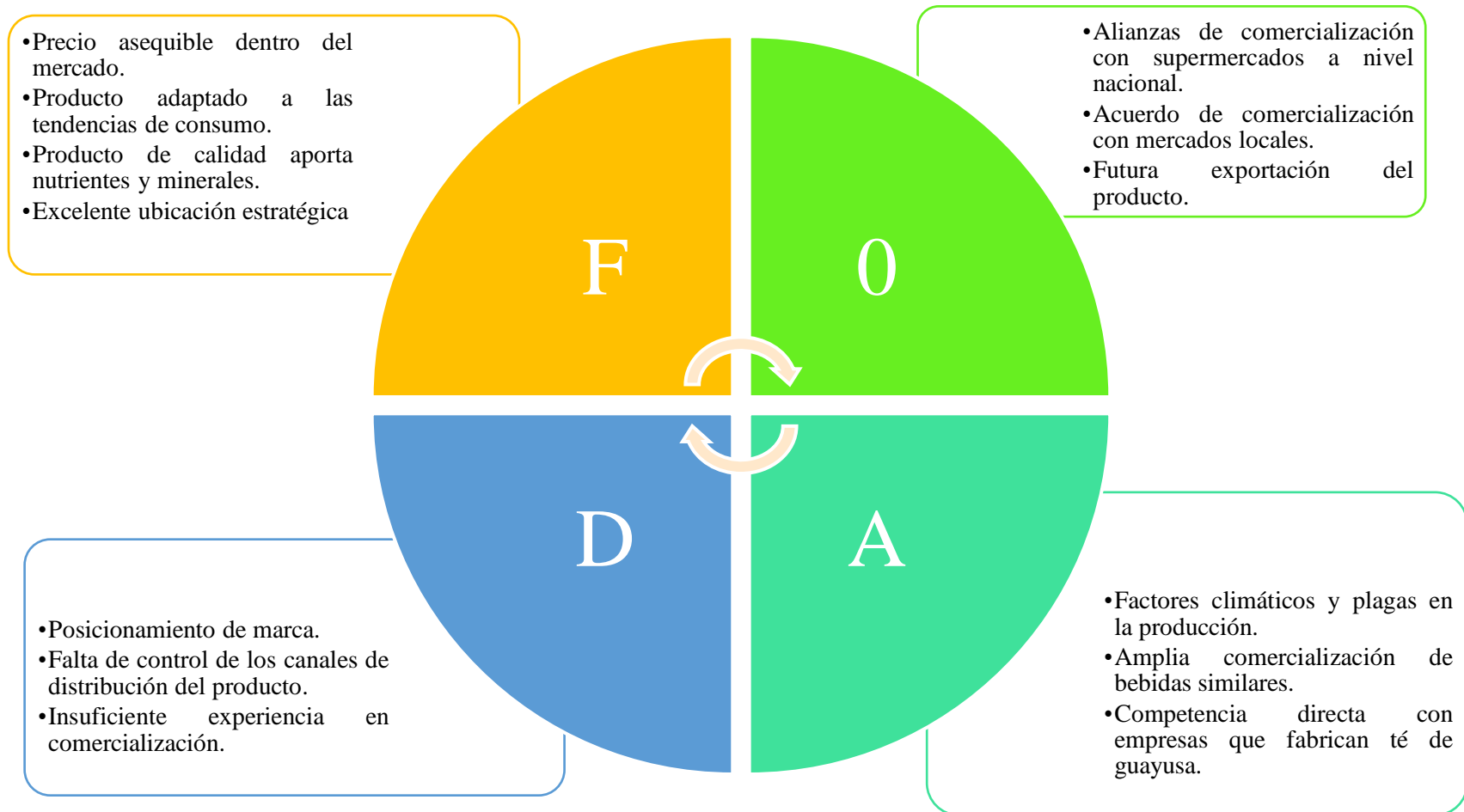
#### **Ilustración 6-5:** Estrategias de comercialización con respecto al cliente

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 5.5.3.2 Estrategia de comercialización con respecto a la matriz FODA

Por medio de la matriz FODA planteamos ideas y estrategias que permiten identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tendrá la producción y comercialización del té de guayusa, para así identificar los factores críticos y dar soluciones estratégicas.



**Ilustración 7-5:** Matriz FODA

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 5.5.3.3 Estrategias derivadas de la matriz FODA

Para desarrollar las estrategias en Eco Guayusa se emplea una matriz FODA tomando en consideración las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la misma donde:

- Fortaleza y oportunidades (FO): Emplear estrategias que maximicen las fortalezas, así como también el aprovechamiento de las oportunidades.
- Debilidades y oportunidades (DO): Generar estrategias que mermen el impacto de las debilidades y maximicen el aprovechamiento de las oportunidades.
- Fortalezas y amenazadas (FA): Emplear estrategias que maximicen la utilización de estrategias y minimice el impacto de las amenazas.
- Debilidades y amenazas (DA): Generar estrategias que minimicen las debilidades, así como también el impacto de las amenazas.

**Tabla 12-5:** Estrategias derivadas de la matriz FODA

	OPORTUNIDADES	AMENZAS
FORTALEZAS	<p><b>Estrategias FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar dentro del mercado un nuevo producto de calidad que cumpla las exigencias del consumidor, con una presentación llamativa y que sus componentes sean esenciales para mejorar la salud de quienes lo consumen.</li> <li>• El ingresar a nuevos mercados nacionales y locales, llegar acuerdos comerciales con diferentes cadenas de supermercados, con la finalidad de incrementar las ventas.</li> </ul>	<p><b>Estrategias FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la productividad en los procesos productivos realizando una estrategia de mejora, control en las ordenes de fabricación, optimizar procesos, reducir desperdicio, etc., ser amable con el medio ambiente y cumplir con estándares de calidad</li> <li>• Indagar las necesidades del cliente, mejorar la calidad del producto y personalizarla, tener un precio más competitivo, tener un excelente plan de marketing, prestar un excelente servicio a los clientes, innovación en el producto, buscar alianzas estratégicas.</li> </ul>

<b>DEBILIDADES</b>	<b>Estrategias DO</b>	<b>Estrategias DA</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar alianzas estratégicas para acceder a un nuevo mercado, además de obtener operaciones más rápidas, transferencia de tecnología, tener nuevos canales de distribución y contacto directo con nuevos clientes.</li> <li>• Analizar un plan de exportación para ingresar el producto en mercados internacionales empezando con analizar el mercado donde se pretende exportar, esto incluye aspectos internaciones (precio de exportación, logística internacional, contactos en el extranjero, etc.) aspectos de producción (calidad, localización, tecnología, mano de obra, etc.) aspectos legales, proyecciones financieras (exponer los recursos que se cuenta para llevar a cabo el proyecto de exportación, información financiera histórica, flujo de efectivo, estados financieros, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un canal de distribución adecuado que evalúe las formas de posicionar los productos en el mercado y por ende hacer crecer la demanda en torno a ellos, se debe elegir un canal adecuado el cual debe aportar valor a los clientes, además de evaluar los costos en función del presupuesto disponible.</li> <li>• El posicionar la marca ejercerá control sobre los procesos de preventa, venta y postventa, utilizar herramientas específicas como marketing online, marketing offline, presentaciones, charlas, marketing ferial etc. ayudará en el posicionamiento del producto dentro del mercado objetivo.</li> <li>• Gestionar charlas técnicas a los agricultores acerca de la prevención de plagas, crear un plan de fertilización con productos orgánicos para lograr que las hojas de guayusa sean de calidad y que al realizarlo tenga un impacto ambiental mínimo.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.



## 5.6 Marketing Mix

Eco Guayusa, ha creado una nueva presentación y forma degustar de una bebida energizante totalmente orgánica en bolsitas para realizar infusiones, dirigido a un mercado inclusivo en todo ámbito social, económico, o a un target muy bien seleccionado.



**Ilustración 8-5:** Presentación del producto

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Su precio es un complemento muy acorde a su presentación y contenido, en su nueva presentación por cajas de 12 sobres de 3g, con un contenido total de 36g de contenido puro de guayusa listo para prepararlo como té.

En cuanto a su comarcalización el té a base de guayusa se podrá encontrar prácticamente, en todos los cantones de la provincia de Pastaza especialmente en la parroquia Puyo, distribuido en supermercados, minimarket, tiendas del barrio, hoteles y ferias de emprendimiento ubicadas en el lugar antes mencionado.

Esta nueva presentación de una bebida energizante en bolsitas de té atraerá la atención de los compradores, posicionándose en la mente del consumidor. Té Eco Guayusa vende salud, energía, y es muy amigable con el medio ambiente.

Por medio del marketing mix se analizará el comportamiento de cuatro puntos fundamentales para la comercialización del té a base de guayusa los cuales son: producto, precio, punto de venta y promoción, por medio de estos cuatro puntos Eco Guayusa pretende alcanzar sus metas con referencia a la venta de su producto.

### **5.6.1 Producto**

La guayusa es considerada una planta medicinal y energética por años, debido a sus propiedades antioxidantes detiene y neutraliza el deterioro de los tejidos y órganos del cuerpo humano y gracias a su cafeína natural ayuda a controlar el estrés y a mejorar la salud de las personas que lo consuman de una manera natural.

La hoja de guayusa es un producto que goza de consumo entre la población indígena ecuatoriana, ya que se cree en la tradición de que esta infusión regenera las fuerzas e imprime vitalidad a quien lo consume, en tal sentido, su consumo en la sociedad moderna ha sido muy extendida, al punto de considerarse como un importante sustituto del café. Complementariamente, la hoja de guayusa contiene importantes proporciones de cafeína, por lo que se convierte en una materia prima ideal para la elaboración de té, estas infusiones están destinadas, a un público que no ingiere café por motivos de degustación.

#### *5.6.1.1 Beneficios y vitaminas del té de guayusa*

- Rica en vitaminas y minerales esenciales magnesio calcio, zinc, potasio y vitaminas C y D.
- Los antioxidantes evitan el envejecimiento prematuro puede ayudar en la salud cardiovascular, a regular el peso y la hipertensión además tienen beneficios en la circulación sanguínea.
- La teobromina mejora la concentración y el estado de ánimo.
- Los ácidos clorogénicos ayudan a la pérdida de peso de manera natural y efectiva.
- La metilxantina incrementa la actividad motora, mejora el rendimiento intelectual y disminuye la fatiga y el sueño.
- Posee L´teanina, un aminoácido que ayuda a reducir la ansiedad y promueve la relajación y la disminución del estrés sin sedar.
- Es naturalmente suave y posee un gusto ligeramente dulce.

- Además, es excelente para la buena digestión y calma la acidez estomacal (COPAIDE, 2020).



**Ilustración 9-5:** Beneficios de la guayusa

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

5.6.1.2 *Ficha del producto del té de guayusa.*

**Tabla 13-5:** Información nutricional del producto

<b>Información Nutricional/ Nutrition facts</b>	
Porción 1 bolsita/ Serving size 1 tea bag (3 g)	
Para 18,75 oz / Makes 18,75 fl. oz	
Porciones 12 / Servings Per Container 12	
Cantidad por porción / Amount Per Serving	
calorías / Calories 0	
	%Diario Requerido*/
	%Daily Value*
Grasa Total/Total Fat Og	0%

Sodio/Sodium Omg	0%
Carbohidratos Totales/ Total Carbohydrate	0%
Azúcar / Sugar Og	
Proteínas/ Protein OG	
*Valores Diarios Requeridos en base a una dieta de 2000 calorías	
*Percent Daily Value are based on a 2000 calories diet	
Vida útil	Período de consumo: 1 Año
Características generales	Bolsa de te: hojas color verde
Empaque	La presentación es en una caja de 9cm de largo por 8cm de ancho.

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 5.6.2 Precio

Para determinar el precio del producto a comercializar existen varias fuentes para el cálculo, como el costo de producción, la competencia, oferta, demanda, etc. en el caso del proyecto se tomó en consideración 3 aspectos:

- Variación del precio del té de guayusa en las diferentes empresas del país.

Las empresas ecuatorianas buscan comercializar sus productos derivados de la guayusa a varios sectores del país, por lo cual la competencia entre empresas comienza desde el precio de los productos, a continuación, se presenta la variación de precios de las empresas dedicadas a la comercialización de la guayusa y sus derivados.



#### WAYKANA

- WAYKANA es una empresa dedicada a la comercialización de guayusa y sus derivados, actualmente trabaja con más de 100 productores indígenas.
- La presentación del té de guayusa natural en caja de té tiene un valor de \$3,50



#### GUAMATÍ

- Gumatí es una empresa ecuatoriana dedicada a la comercialización de guayusa
- Su presentación es empaque de hojas de guayusa con un agregado de hierba luisa, su valor de venta es de \$4.99.



#### WIÑAK

- Wiñak es una organización sin fines de lucro que busca beneficiar a los productores del sector.
- Wiñak ofrece diferentes variedades entre ellas el té de guayusa en paquete al vacío el cual lo ofertan a un valor de \$2.50.

### **Ilustración 10-5:** Variación de precios

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Entre las empresas mencionadas anteriormente se observa que tanto la presentación del producto como los precios varían, los precios están anclados a factores como la calidad del producto, su presentación y el prestigio de las marcas, dentro del mercado ecuatoriano, se observa que los precios de las empresas analizadas oscilan desde \$2.50 a \$4.99, lo cual puede generar una ventaja a nuestro futuro producto.

- La perspectiva del cliente final, corroborando en la pregunta N°10, efectuada a la PEA de la parroquia Puyo, fue la siguiente:

**Tabla 14-5:** Valor que estarían dispuestos a pagar los consumidores

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Empacado al vacío de \$0,50 a \$1,25	21	6%
Empacado al vacío de 1,30 a \$1,80	74	20%
Empacado al vacío de 1,90 a \$ 2,50	19	5%
Empacado al vacío de \$2,60 a \$3,00	3	1%
Empacado al vacío de \$3,25 a \$5,00	2	1%
Sobres de caja de 6 unidades de \$0,50 a \$1,25	4	1%
<b>Sobres de caja de 12 unidades de 1,30 a \$1,80</b>	<b>140</b>	<b>37%</b>
Sobres de caja de 24 unidades de 1,90 a \$ 2,50	7	2%
Sobres individuales con empaque de \$2,60 a \$3,00	105	28%
Sobres individuales con empaque de \$3,25 a \$5,00	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Los resultados del sondeo indican que, la intención de compra se posiciona entre \$1,30 a\$1,80, por cuanto el precio de venta final estará supeditado en el costo de producción, un análisis tanto de mano de obra, como CIF (costos indirectos de fabricación), etc.

- Cálculo del precio del té de guayusa

Se procede a calcular el precio que tendrá la caja de 12 unidades de 36g para poder estimar el precio del producto.

**Tabla 15-5:** Precio por cada caja de guayusa de 36 gramos

DETALLE	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
<b>Materia prima directa</b>		
1 saco de 50 kg a 35\$ por kilo \$1,43	\$1,43	\$0,05
<b>Materia prima indirecta</b>		
Caja para té por 19250 unidades	\$0,16	\$0,16
Rollo de papel envoltura \$5,81/250 m2*(36) /12 bolsas	\$0,84	\$0,07
Filtro de malla \$5,35/250 m2*(36) /12 bolsas	\$0,77	\$0,06
<b>Mano de obra</b>		
Mano de obra directa /19250 bolsitas a producir	\$2.419,89	\$0,13
Mano de obra indirecta (personal administrativo y de ventas) anual /19250 bolsitas a producir	\$3.871,24	\$0,20
Servicios Básicos	\$3.288,00	\$0,31
Lubricantes de grasa	\$1.128,00	\$0,11
Combustible	\$2.400,00	\$0,12
Publicidad	\$647,88	\$0,06
<b>COSTO TOTAL POR CAJA DE 12 BOLSITAS DE TÉ</b>		<b>\$1,28</b>
Utilidad	16%	\$0,25
<b>PRECIO FINAL</b>		<b>\$1,53</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

El costo total por cada caja de 12 bolsitas de té de 36g tendrá un costo de \$1,28, el margen de utilidad manejado es del 16% considerando la utilidad que se desea percibir, por tanto, el precio de venta al público es de \$1,53 dólares, el valor obtenido se tomó en consideración a las respuestas de los consumidores sobre el precio que estarían dispuesto a pagar el cual oscila entre \$1,30 y \$1,80 dólares.

### 5.6.3 Punto de venta

Eco Guayusa contara con un área de ventas en el mismo lugar donde se produce el producto, esto debido que se encuentra en un área estratégica tanto para los productores como los consumidores, la empresa contara con dos vendedores quienes ofertaran el producto mediante llamadas telefónicas, redes sociales o visitas personales y un chofer el cuales están encargados de distribuir

el producto realizando envíos al lugar establecido por el cliente, si el envío es a nivel provincial se considerará un costo adicional del envío realizado.

#### 5.6.4 Promoción

Eco Guayusa promocionará su producto a través de redes sociales realizando una campaña masiva la cual brindará información sobre los beneficios que tiene la plata de guayusa, la cual atraerá la atención de clientes interesados en el producto de una manera rápida y efectiva.

Otra herramienta de promoción es a través de volantes, se debe recalcar que cierta parte de la población no cuenta con redes sociales los que impide que un cierto porcentaje de los consumidores no conozcan el producto, por medio de los volantes se dará a conocer la imagen de la empresa y el producto que se pretende ofertar.

#### 5.6.5 Desarrollo estratégico

El desarrollo estratégico es un procedimiento de cómo se efectúan cada una de las estrategias planteadas en el Marketing Mix.

**Tabla 16-5:** Desarrollo estratégico

MARKETING MIX	ESTRATEGIA	RECURSOS
<b>Producto</b>	Ofertar un producto orgánico y de calidad de acuerdo a las exigencias del consumidor	Humano, técnicos, económico y materiales
<b>Precio</b>	Implementar un precio accesible tomando en cuenta los costos que conlleva la producción y las exigencias y posibilidades del consumidor.	Humanos, económico
<b>Punto de venta</b>	Elaborar un plan de distribución del producto rápido y eficiente que facilite una óptima entrega del producto	Humano, materiales y económico.
<b>Promoción</b>	Efectuar diferentes tipos de promociones tanto publicidad online como offline y marketing ferial.	Humano, materiales y económicos.

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.



## 5.7 Estudio técnico

### 5.7.1 *Tamaño del proyecto*

Hace referencia al dimensionamiento de la capacidad instalada de las máquinas que servirán para procesar la materia prima necesaria en la conversión del producto final; en tal sentido, este tamaño, indicará el layout requerido para que todo se articule y cumplir con las metas de producción.

### 5.7.2 *Capacidad instalada*

Se establece el nivel máximo de producción que puede generar un determinado tipo de maquinaria, para así determinara la cantidad de unidades producidas anualmente.

Para el proceso de producción primero se receipta 17 sacos de 50 kg de materia prima, se comienza con el proceso de deshidratación de la hoja que es el primer equipo que se utiliza en el proceso de producción, del cual aproximadamente el 5% del peso bruto se pierde debido a la deshidratación, es decir se empleará tan solo 807.5 kg para e proceso de elaboración de té de guayusa.

Las hojas de guayusa pasan al molino pulverizador que tiene una capacidad de 200 kg/h, el cual trabajara de manera continua. Realizado el proceso las hojas pulverizadas pasan al tamizador que cuenta con bandejas vibratorias de dos tamaños diferentes, además con un motor 2hp que facilita el manejo del tamizador. La banda inclinada transportadora con una capacidad de 1 tonelada por hora, transportara el producto tamizado hacia la máquina de embalaje, la máquina de embalaje multifunción se encarga de envasar el producto en la malla de filtro, además de colocar el papel de filtro en las bolsas de té y por último sellar lo sobres, se inicia con 25 bolsitas de té por minuto, el número de unidades producidas depende de las horas trabajadas por la máquina.

**Tabla 17-5:** Plan de producción anual

<b>Unidades producidas (bolsitas de té por día)</b>	<b>Cajas (12bolsitas de té de 3g c/u) por día</b>	<b>Cajas (12bolsitas de té de 3g c/u) por mes</b>	<b>Cajas (12bolsitas de té de 3g c/u) por año</b>
10500 unidades	875 cajas	19.250 cajas	231.000 cajas

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

De acuerdo a la encuesta realizada a los consumidores el 89% les gustaría consumir té de guayusa, y el 37% de los consumidores les gustaría la presentación de té en sobres en caja de 12 unidades de 36g es decir cada bolista de té contendrá 3g c/u, anualmente la producción será de 231.000 cajas 36 g con 12 bolsitas de té cada caja.

### 5.7.3 Localización del proyecto

La infraestructura del proyecto se ubica en un sitio estratégico, con cercanías con menos de 10km a los centros de suministro de materia prima, así como del acceso a los servicios básicos y de las principales arterias viales

#### 5.7.3.1 Macro localización



#### **Ilustración 11-5:** Macro localización

**Fuente:** Google Maps, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Se encuentra ubicada en la región Amazónica específicamente en la provincia de Pastaza, la planta procesadora se encuentra instalada en este sector por la alta producción de guayusa que existe.

#### 5.7.3.2 Micro localización

La empresa Eco Guayusa estará ubicada en el cantón Pastaza, específicamente en la parroquia El Triunfo, Av. mirador el Villano, la ubicación se eligió por ser un punto estratégico entre la

recepción de la materia prima y la comercialización del producto, además la propiedad se encuentra cerca del pueblo lo que facilita la movilización de los trabajadores.



**Ilustración 12-5:** Micro localización

**Fuente:** Google Maps, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

#### **5.7.4** *Ingeniera del proyecto*

Dentro de esta etapa se establecen los recursos necesarios para iniciar las actividades que requiere la empresa como la construcción del galpón, maquinaria y equipos necesarios para la producción del té de guayusa.

##### **5.7.4.1** *Distribución y diseño de planta*

Se establece la distribución física de las áreas de producción, comercialización, administración de Eco Guayusa para un mejor desarrollo de sus actividades.

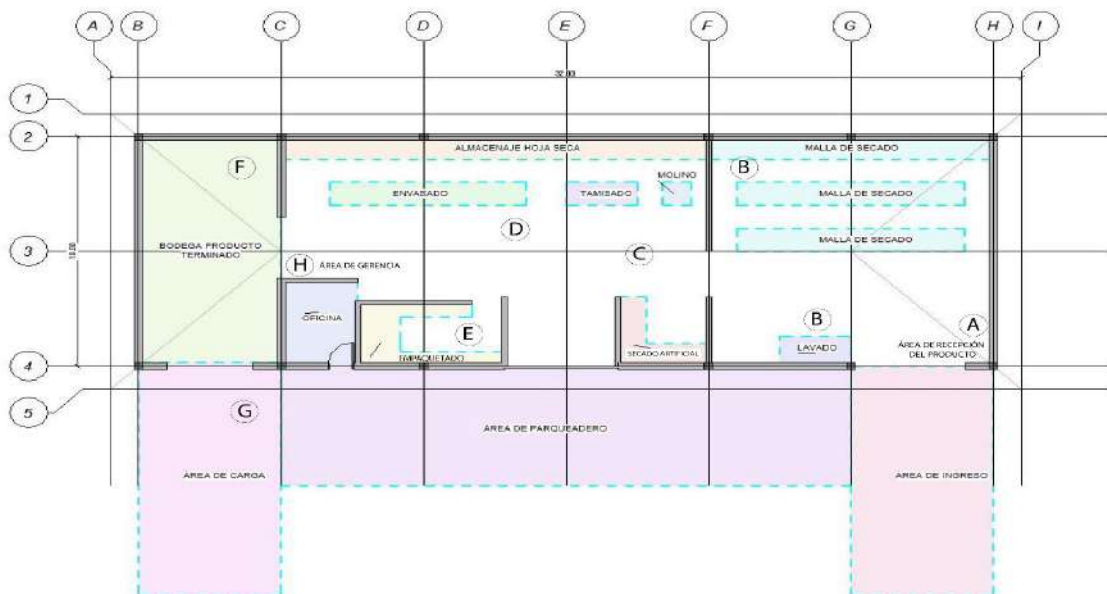
**Tabla 18-5:** Distribución de planta

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
300 m <sup>2</sup>	Estructura metálica para galpón industrial	\$95 m <sup>2</sup>	\$28.500,00
31 m <sup>2</sup>	Cuatro puertas metálicas	\$84 m <sup>2</sup>	\$2.604,00
384 m <sup>2</sup>	Cubierta di panel 0.40	\$12 m <sup>2</sup>	\$4.608,00
209 m <sup>2</sup>	Paredes bloque 12 cm elucido y pintado	\$60 m <sup>2</sup>	\$12.540,00
14 m <sup>2</sup>	Ventanas con malla	\$71 m <sup>2</sup>	\$994,00
46 m <sup>3</sup>	Cimientos HS, nivelación	\$110 m <sup>3</sup>	\$5.068,00
30 p	Sistema eléctrico, tomas, cables	\$24 p	\$720,00
9 p	Agua potable, lavabo, inodoro, etc.	\$36 p	\$324,00
4 p	Salida agua servidas	\$35.30 p	\$141.20
<b>TOTAL</b>			<b>\$55.500,00</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

Eco guayusa cuenta con un terreno de 63.700 m<sup>2</sup>, en la cual se construirá un galpón a base de estructura metálica de 95m<sup>2</sup>, la construcción constara con todos los espacios y ambientes necesarios para la producción del producto, las áreas serán:



**Ilustración 13-5:** Plano de galpón de producción de Eco guayusa

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Área A:** Recepción de materia prima



**Ilustración 14-5:** Área A

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Área B:** Lavado y secado natural y artificial.



**Ilustración 15-5:** Área B

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Área C: Transformación del producto**



**Ilustración 16-5:** Área C

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Área D: Proceso de envasado**



**Ilustración 17-5:** Área D

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Área E:** Proceso de empaquetado



**Ilustración 18-5:** Área E

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Área F.** Bodega producto terminado



**Ilustración 19-5:** Área F

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Área G:** Área de carga y descarga



**Ilustración 20-5:** Área G

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Área H:** Oficinas administrativas



**Ilustración 21-5:** Área H

Fuente: AutoCAD, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.



- **Diseño de planta**



**Ilustración 22-5:** Diseño de planta

**Fuente:** AutoCAD, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### **5.7.5 Proceso de producción**

El proceso de la producción consta de 12 pasos importantes, los cuales siguen una secuencia de operación que conlleva a obtener un producto final.

- 1. Cosecha:** El proceso de cosecha lo realizan los productores de guayusa que mantiene alianzas con Eco guayusa, el proceso lo ejecutan en sus respectivas fincas previo a la entrega del producto.
- 2. Compra de materia prima:** Se procede a realizar la compra de sacos de hojas de guayusa a los productores del sector.
- 3. Recepción del producto:** Se receipta la materia prima y se verifica que el producto ingresado sea el correcto, una vez realizada la recepción se procede a pesar los sacos de hoja de guayusa en una balanza, posteriormente se llevar un registro de cuantos kilogramos de hoja de guayusa aporta cada productor.

- 4. Selección:** Se procede con una revisión minuciosa de las hojas para poder desechar las que contengan impurezas, con la finalidad que las hojas de guayusa se encuentren sanas para el siguiente proceso.
- 5. Lavado:** Se lo realiza de forma manual, las hojas ingresan a un tanque de agua limpia sostenidas por medio de un cedazo industrial por lo cual las impurezas se despojan de las hojas.
- 6. Secado natural:** Una vez realizado el lavado, las hojas pasan a unas mallas metálicas para su pronta aireación y posteriormente con la ayuda del sol permite un secado adecuado, el secado al natural durara 3 días, es necesario mover las hojas frecuentemente para un mejor resultado.
- 7. Secado artificial o deshidratación:** Las hojas se introducen en bandejas de 67cm x 67cm dentro de la maquina deshidratadora a una temperatura de 45°C por un mínimo de tres horas, el objetivo del secado artificial es lograr que las hojas se sequen de forma uniforme, luego se procede a retirar de la deshidratadora para su pronto enfriamiento.
- 8. Pulverizado:** Las hojas secas se coloca dentro de la maquina pulverizadora con el fin que las hojas lleguen a convertirse en polvo para realizar el proceso de envasado.
- 9. Tamizador:** Una vez pulverizada la hoja de guayusa pasa por la maquina tamizadora para separar las hojas pulverizadas en diferentes tamaños para su posterior envasado
- 10. Envasado automático en bolsitas:** Una vez realizado el proceso de tamizado se procede a introducir el polvo dentro de la máquina de embalaje multifunción para introducir el té de 3 g en el filtro de malla el cual viene incluido el hilo de algodón, posteriormente se procede con la envoltura y el sellado de las bolsas.
- 11. Empaquetado:** Se procede a colocar en cajas 12 bolsas de té de 3g cada una, las cajas son debidamente selladas.
- 12. Almacenado:** Las cajas selladas pasan a ser almacenadas en bodegas para su posterior envío.

#### **5.7.6 *Proceso de comercialización***

Una vez establecido los canales de distribución y el plan de marketing que se utilizara para ofertar el producto se proceden a efectuar la venta de las cajas de té de guayusa, el proceso de

comercialización al igual que el de producción cuenta con diferentes pasos los cuales conllevan un manejo y una distribución adecuada del producto dentro del proceso de mercadeo.






- 1. Orden de compra:** Los clientes realizan sus pedidos a través de llamadas telefónicas, redes sociales o visitas personales, cada vendedor está capacitado para vender el producto y dar a conocer los precios y los beneficios a los que podrán acceder los clientes con la compra.
- 2. Stock o inventarios de existencias:** Tener almacenado en bodegas el producto permite la posibilidad de poder ofrecer de forma inmediata y sin ningún inconveniente el pedido encomendado por los clientes, de la misma forma el mantener un stock óptimo impide la escasez del producto
- 3. Confirmar la compra del producto:** Una vez revisado la existencia del producto en bodegas se procede a confirmar si el cliente está dispuesto a comprar lo acordado, en caso de no contar con el stock necesario para la entrega total del producto se interactúa con el cliente para realizar una posterior entrega.
- 4. Facturar la compra:** Confirmada la compra se procede a facturar el número de cajas de té que el cliente necesite.
- 5. Confirmar el pago por la compra:** En el mismo tiempo que se efectúa la factura se verifica que el cliente cancele la totalidad del pedido o si se llegó a un acuerdo de plazos de pago verificar la cantidad acordada.
- 6. Entrega del producto:** Se procede a la entregar del producto acordado con el cliente.

#### *5.7.6.1 Flujoograma del proceso de producción*

Un flujoograma es una figura o gráfico la cual representa una serie o secuencia de procesos o actividades por medio de símbolos.

La simbología del flujoograma para realizar los procesos de producción y comercialización de la organización son las siguientes:

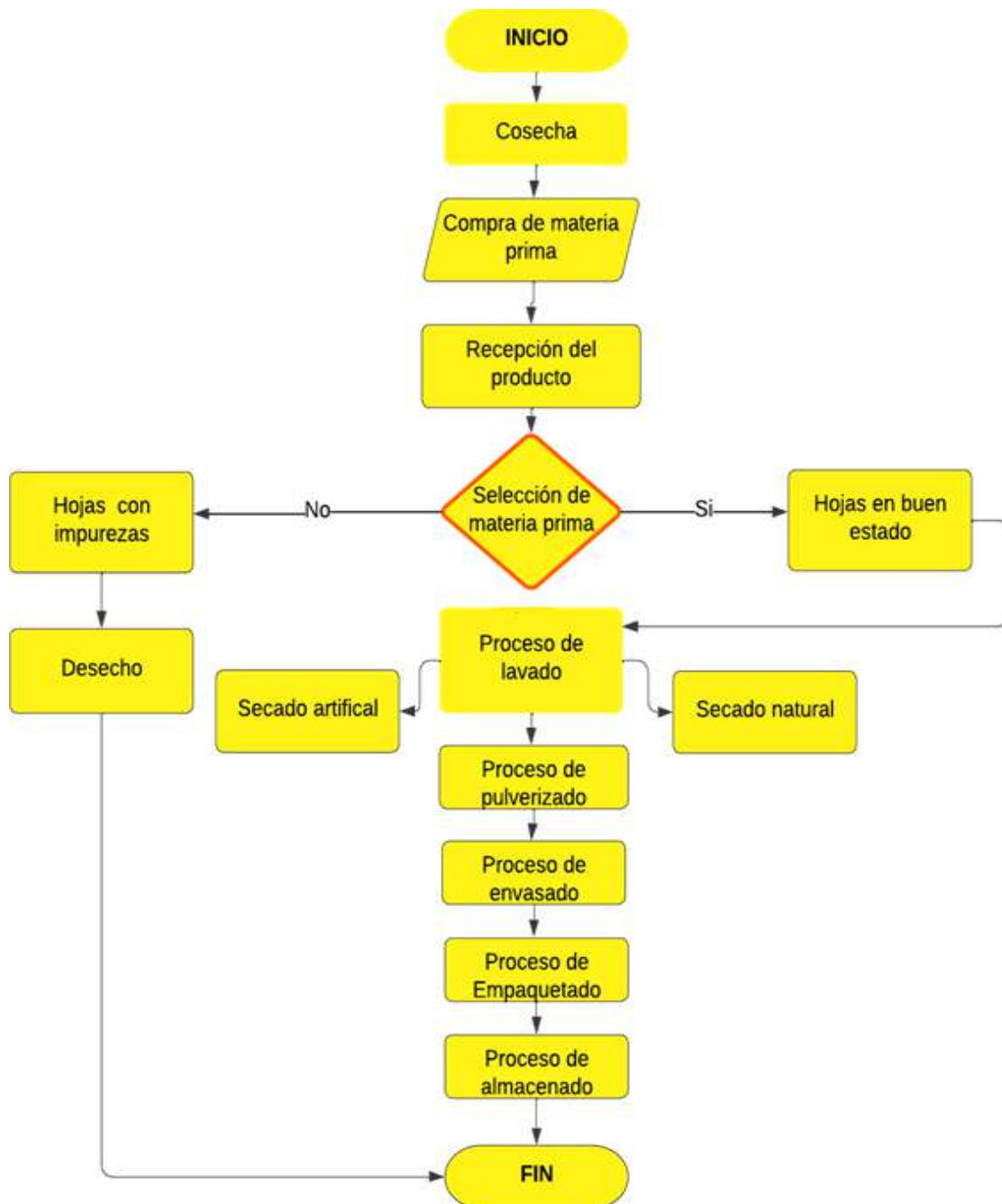
**Tabla 19-5:** Simbología del flujograma

	<b>Inicio/final:</b> Simboliza el inicio y final del proceso
	<b>Operación:</b> Son las principales fases de un proceso, son las actividades a través de la cual se transforma la materia prima en productos terminados.
	<b>Entrada y salida:</b> Representa una entrada o salida que se desarrolle dentro del proceso o la actividad.
	<b>Línea de flujo:</b> Es el orden en que se lleva a cabo los procesos o actividades.
	<b>Decisión:</b> Permite analizar una situación con base a los criterios si o no.

**Fuente:** (Añez, 2023).

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

5.7.6.2 Representación del flujograma en el proceso de producción

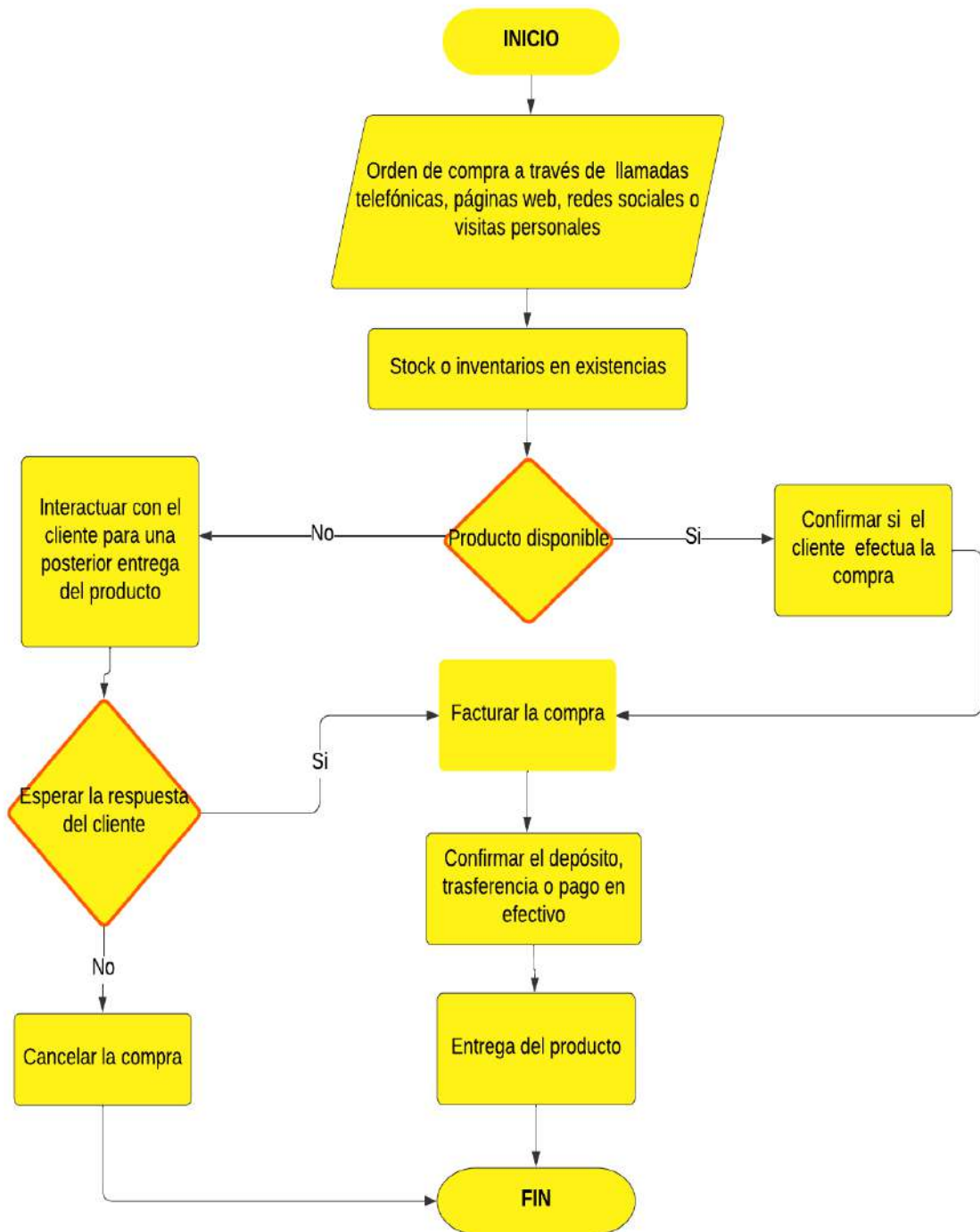


**Ilustración 23-5:** Flujograma de procesos de producción

Fuente: Lucid chart Software de diagramas, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### 5.7.6.3 Representación del flujograma en el proceso de comercialización



**Ilustración 24-5:** Flujograma de procesos de comercialización

**Fuente:** Lucid chart Software de diagramas, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

## 5.8 Estudio administrativo

### 5.8.1 Nombre de la empresa

“Eco Guayusa” es una planta procesadora dedicada a la producción y comercialización de té de guayusa, se denomina de esta manera ya que toma el nombre de la planta de guayusa que es el producto estrella.

### 5.8.2 Logotipo



**Ilustración 25-5:** Logotipo “Eco Guayusa”

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Los colores fueron seleccionados para el diseño del logotipo por representar lo siguiente:

- **Verde:** El color verde se asocia con la naturaleza, por medio de este color se intenta mostrar que es una empresa ecológica y amigable con el medio ambiente, al mismo tiempo demostrar que es una empresa seria que busca innovación.
- **Blanco:** El color blanco demuestra que el producto será limpio, simple y autentico, además muestra que la empresa será transparente en todas sus actividades.
- **Gris:** El color gris es un tono neutro que representa misterio, imparcialidad y eficiencia dentro de la empresa.
- **Negro:** El color negro representa profesionalismo, seriedad y elegancia, la empresa debe demostrar poder, autoridad y competitividad.

### **5.8.3 Slogan**

“La bebida que recarga tu cuerpo”

### **5.8.4 Misión**

Logra un modelo de negocio que fomente el gusto por el consumo del té orgánico de guayusa, a nivel nacional y local, con la finalidad de desarrollar una cultura de sostenibilidad ambiental, bajo un esquema ecológico, garantizando la calidad en el producto.

### **5.8.5 Visión**

Ser una empresa competitiva que logre transmitir e impulsar la cultura de sostenibilidad ambiental a través del té de guayusa, posicionándonos como una empresa que impulsa el trabajo asociativo y los productos innovadores y orgánicos, con el fin de ser referencia tanto en las diversas provincias amazónicas como en el país.

### **5.8.6 Objetivos institucionales**

- Convertirse en una de las marcas líderes en el mercado nacional y local.
- Establecer e impulsar la cultura de sostenibilidad dentro del consumo local y nacional.
- Superar a la competencia en comercialización.
- Imponer una tendencia de consumo de té orgánico de Guayusa de manera novedosa, rentable y respetuosa para el medio ambiente.
- Conseguir fidelización y estimular las ventas
- Incrementar el margen anual de ingresos de manera responsable y proactiva.
- Ofrecer alternativas de consumo saludable y respetuoso de bebidas bajo una tendencia de mercado verde.

### **5.8.7 Políticas empresariales**

#### **5.8.7.1 Políticas generales**

- Respeto, cordialidad y puntualidad con cada uno de los integrantes de la empresa.
- Ofrecer un servicio de calidad
- Respetar los horarios de ingreso y salida del personal



- Se creará un buen ambiente de trabajo en todas las áreas de la organización para un mejor rendimiento.
- Respetar el organigrama estructural y funcional de la empresa.
- Utilizar herramientas de trabajo proporcionadas por la empresa.
- Mantener el lugar de trabajo limpio.
- Responsabilidad en las actividades asignadas.
- Entregar el producto en buen estado, un producto de calidad.

#### 5.8.7.2 *Políticas administrativas*

- Los trabajadores contratados deberán llenar diferentes solicitudes sobre el cargo requerido.
- Realizar contratos de trabajo donde se detalle el lugar de trabajo, sueldo y las funciones encomendadas.
- Los sueldos del personal serán establecidos de acuerdo a sus funciones y a los salarios mínimos sectoriales.
- El personal recibirá los beneficios otorgados por la ley
- Capacitación del personal.

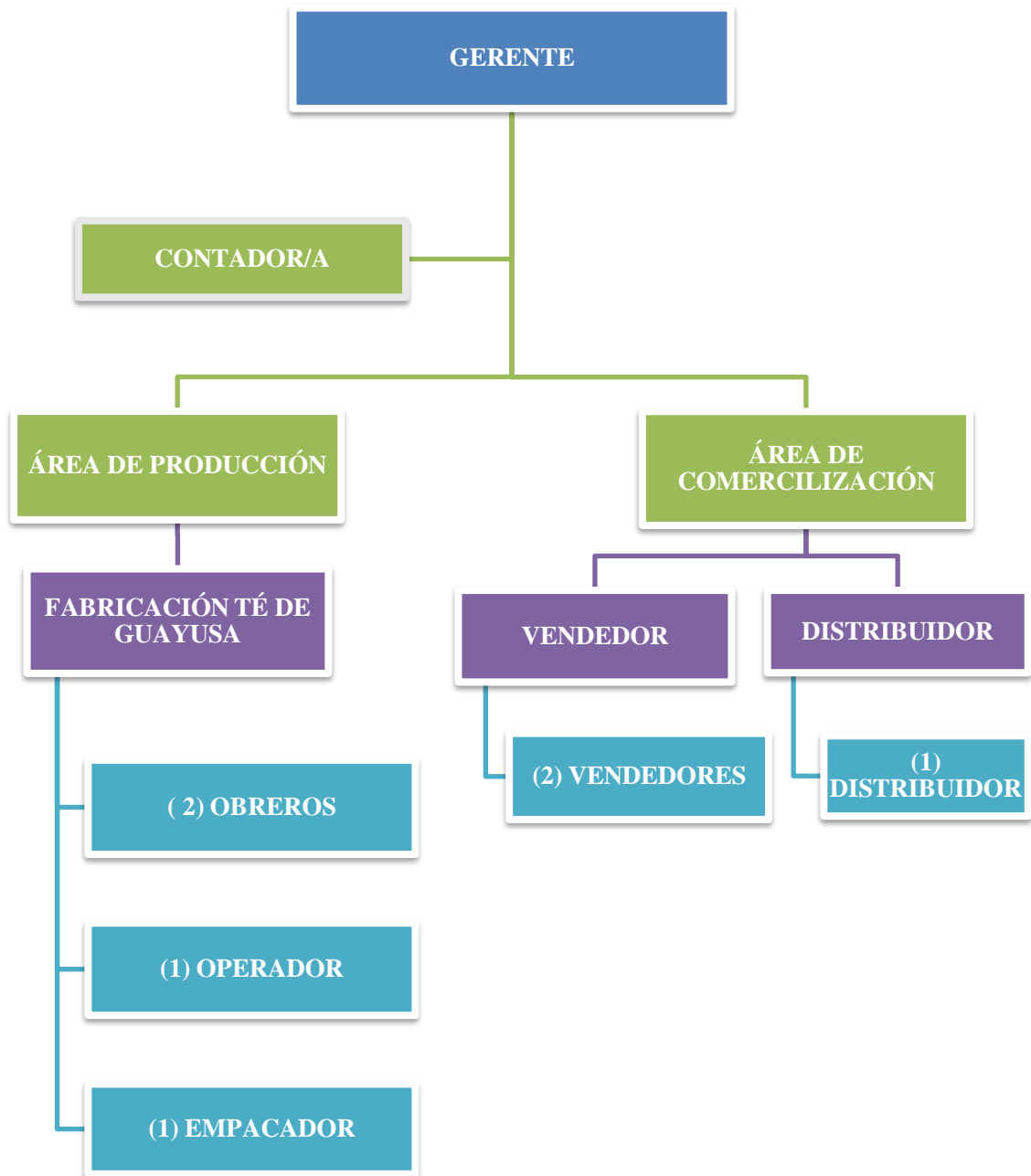
#### 5.8.7.3 *Políticas de pago*

- Al momento de adquirir la mercadería se procede a pagar al proveedor de manera inmediata.
- Se aceptan pagos al contado y a crédito.
- Se aceptan pagos a través de transferencias bancarias.

#### 5.8.8 *Estudio organizacional*

El estudio organizacional determina los aspectos organizacionales y las herramientas operativas que se debe considerar dentro de la nueva empresa como organigrama estructural, organigrama funcional las cuales se estructuran en fusión a las áreas departamentales de la organización, como también manual de funciones de cada uno de los trabajadores que comprende la empresa y los aspectos legales de la organización

5.8.8.1 Organigrama estructural

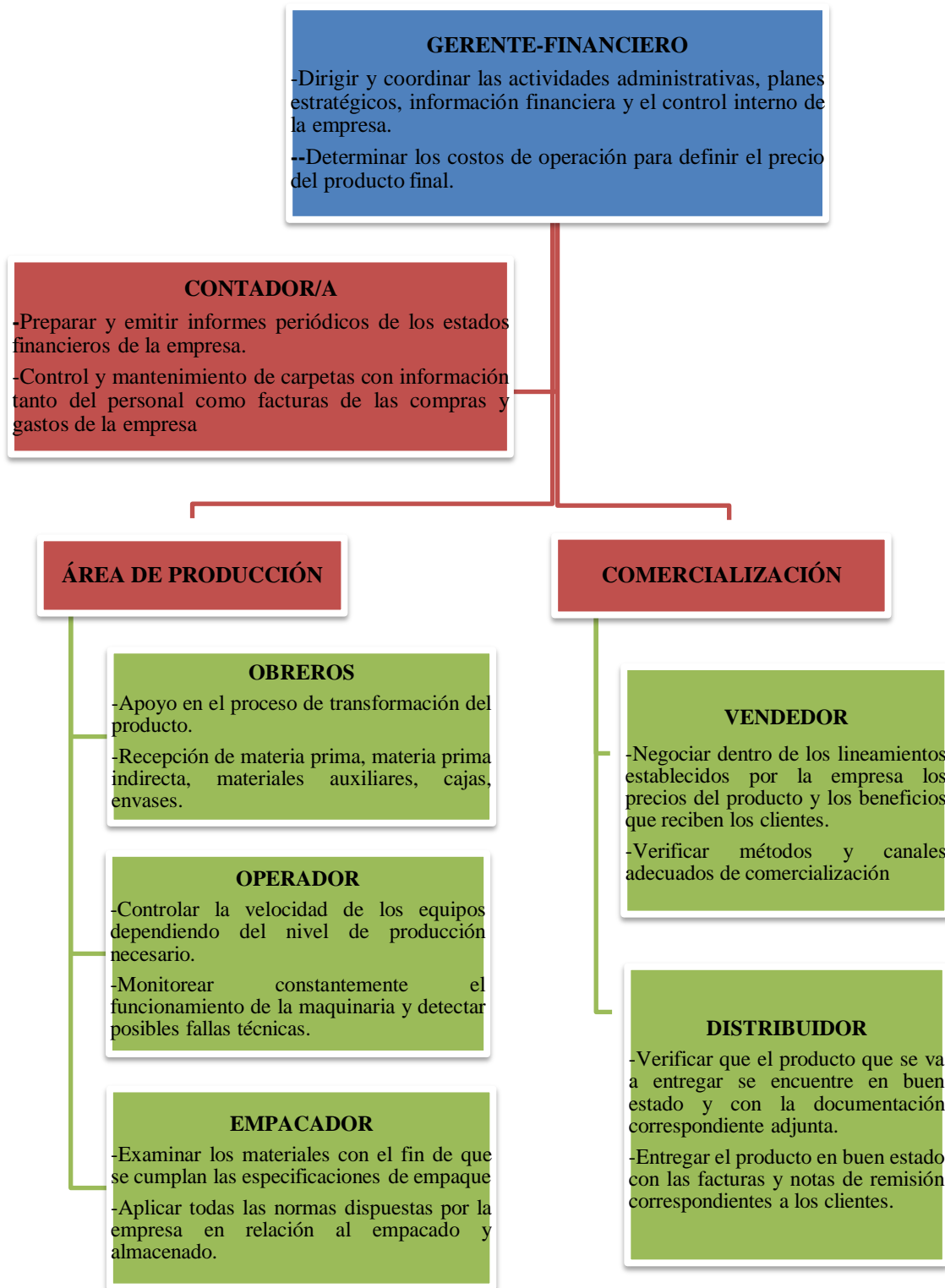


**Ilustración 26-5:** Organigrama estructural

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

5.8.8.2 Organigrama funcional



**Ilustración 27-5:** Organigrama funcional


**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 5.8.8.3 Manual de funciones

El manual de funciones detalla los cargos y las funciones que deberá desempeñar los trabajadores dentro de “ECO GUAYUSA”, se pretende que sus colaboradores tengan conocimiento de las tareas que deben realizar como también el mejoramiento de sus capacidades, conocimiento y habilidades que cada uno posea.

**Tabla 20-5:** Manual de funciones del Gerente financiero


 <b>MANUAL DE FUNCIONES DE ECOGUAYUSA</b>	
<b>CÓDIGO</b>	001
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Gerente-Financiero
<b>LUGAR HABITUAL DE TRABAJO:</b>	Oficina
<b>CARGOS SUBORDINADOS DIRECTOS</b>	Inspector de control de calidad, operarios, obreros, vendedores y distribuidores
<b>NÚMERO DE PERSONAL QUE DESEMPEÑA EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	Dirigir y coordinar las actividades administrativas, realizar planes estratégicos, actualizar la información financiera y el control interno de la empresa para identificar debilidades y fortalezas.
FUNCIONES	TAREAS
Elaboración de Planes Estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer un acuerdo de control del stock presente en la empresa.</li> <li>- Coordinar las actividades de prioridades de la empresa</li> <li>- Establecer una visión y misión.</li> <li>- Aplicación de políticas internas.</li> </ul>
Analizar la información financiera administrativa y supervisar los servicios administrativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotejar a fin de cada mes la información de bancos ventas e inversiones.</li> <li>- Supervisar las ventas e inversiones.</li> <li>- Autorizar cheques y contratos con proveedores.</li> <li>- Control del pago de los inversores.</li> <li>- Permitir órdenes de compra.</li> </ul>
Supervisar y analizar la información financiera de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar informes sobre el comportamiento contable de la empresa.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora el rendimiento de los recursos.</li> <li>- Determinar los costos de operación para definir el precio del producto final.</li> <li>- Controlar el flujo de efectivos.</li> </ul>	
Supervisar pagos de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluar el desempeño laboral de los trabajadores.</li> <li>- Supervisar sueldos y liquidaciones.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>		
<b>Conocimientos generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ing. en administración de empresas o Ing. financiero</li> <li>- Conocimiento administrativo y financiero empresarial</li> </ul>	
<b>Capacidades operativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidad de decidir las actividades, estructuras y procesos que conforma el sistema de control interno de la empresa.</li> </ul>	
<b>Habilidades o capacidades interpersonales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable.</li> <li>- Organizado</li> <li>- Liderazgo</li> </ul>	
<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>Firma</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 21-5:** Manual de funciones del contador


 <b>MANUAL DE FUNCIONES DE ECOGUAYUSA</b>	
<b>CÓDIGO</b>	002
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Contador
<b>LUGAR HABITUAL DE TRABAJO:</b>	Oficina
<b>CARGOS SUPERIOR DIRECTO:</b>	Gerente general
<b>CARGOS SUBORDINADOS DIRECTOS:</b>	No tiene
<b>NÚMERO DE PERSONAL QUE DESEMPEÑA EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Se encarga de dirigir, coordinar y preparar la información financiera y contable de la empresa, así como la responsabilidad del adecuado funcionamiento del área contable.
FUNCIONES	TAREAS
Declaración del impuesto	- Realiza la declaración de impuestos, así como toda la información, reportes o documentos que requiera el SRI.
Control de cuentas contables	- Contabilizar las transacciones en el sistema contable. - Análisis de estados de flujos de efectivo, estados de resultados. - Conciliación bancaria mensual - Preparar y emitir informes periódicos de los estados financieros de la empresa. -
Facturación	- Realiza facturas y retenciones electrónicas correspondientes. - Revisar facturas emitidas. -
Contrataciones y liquidación de remuneraciones	- Llevar un registro de asistencia de los trabajadores. - Informar el monto a pagar por concepto de sueldos. - Generar contratos del nuevo personal que ingresa a la empresa. -

<b>REQUISITOS</b>		
Conocimientos generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ing. Contabilidad y auditoría</li> <li>- Utilizar adecuadamente sistemas contables.</li> <li>- Manejar adecuadamente herramientas informáticas como Word y Excel.</li> <li>- Conocimiento en procedimientos administrativo y contable</li> </ul>	
Capacidades operativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizar y revisan cuentas y facturas</li> <li>- Llevar archivos y respaldos de información</li> <li>- Controlar el registro de información</li> </ul>	
Habilidades o capacidades interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable</li> <li>- Empatía</li> <li>- Amabilidad</li> </ul>	
<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>Firma</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 22-5:** Manual de funciones del operador

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE ECOGUAYUSA</b>	
	
<b>CÓDIGO</b>	003
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Operador
<b>LUGAR HABITUAL DE TRABAJO:</b>	Planta operativa
<b>CARGOS SUPERIOR DIRECTO:</b>	Inspector de calidad
<b>CARGOS SUBORDINADOS DIRECTOS:</b>	Obreros
<b>NÚMERO DE PERSONAL QUE DESEMPEÑA EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Manejo y mantenimiento de maquinaria destinada al proceso productivo, supervisa el equipamiento de la planta, cumple operaciones de proceso industrial.
<b>FUNCIONES</b>	<b>TAREAS</b>
Operar y organizar la maquinaria para lograr una eficiente producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llevar al día los registros de control de la distribución de la guayusa desde su recepción hasta su proceso de fabricación.</li> <li>- Controlar la velocidad de los equipos dependiendo del nivel de producción necesario.</li> <li>- Encargado de controlar que la maquina deshidratadora, el molino pulverizador y maquina en embalaje multifunción funcionen correctamente.</li> <li>-</li> <li>- Colaborar en el proceso de producción.</li> </ul>
Supervisar las labores de mantenimiento y reparación de la maquinaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitorear constantemente el funcionamiento de la maquinaria y detectar posibles fallas técnicas.</li> <li>- Mantener actualizado el registro del mantenimiento de maquinaria y registro de los activos fijos de la empresa.</li> <li>- Supervisar y controlar las reparaciones de máquinas en ml estado.</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>	
Conocimientos generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ing. Industrial en proceso de automatización</li> <li>- Conocimiento en mecánica</li> <li>- Conocimiento en electricidad</li> <li>- Operación y mantenimiento de maquinarias y equipos</li> </ul>




Capacidades operativas		- Manejo de herramientas
		- Solucionar fallas inesperadas
		- Operar adecuadamente maquinaria y equipo
Habilidades o capacidades interpersonales		- Responsable
		- Cuidadoso
		- Programar y ordenar sus tareas específicas
<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>Firma</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 23-5:** Manual de funciones del obrero


 <b>MANUAL DE FUNCIONES DE ECOGUAYUSA</b>	
<b>CÓDIGO</b>	004
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Obrero
<b>LUGAR HABITUAL DE TRABAJO:</b>	Planta operativa
<b>CARGOS SUPERIOR DIRECTO:</b>	Inspector de calidad / Operador
<b>CARGOS SUBORDINADOS DIRECTOS:</b>	Ninguno
<b>NÚMERO DE PERSONAL QUE DESEMPEÑA EL CARGO</b>	2
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Apoyo en el proceso de producción, verificar y registrar las acciones que resultan del proceso de producción.
FUNCIONES	TAREAS
Apoyo en el proceso de transformación del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección y clasificación de hojas de guayusa</li> <li>- Almacenar la materia prima de manera adecuada</li> <li>- Lavado y secado de las hojas de guayusa</li> <li>- Proporcionar la materia prima a las máquinas de producción</li> <li>- Recolectar el producto que surge del molino pulverizador.</li> <li>- Tamizar el producto para separar las hojas en tamaños.</li> <li>- Apoyo al operador en la transformación del producto a bolsas de té.</li> </ul>
Verificar y registrar las actividades que se realizan en el proceso de producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción de materia prima, materia prima indirecta, materiales auxiliares, cajas, envases.</li> <li>- Verificar si la materia prima cumpla con las especificaciones necesarias por parte de la empresa.</li> <li>- Registrar los lotes de la materia prima, productos terminados según las especificaciones que establece la empresa.</li> <li>- Mantener en orden las áreas de trabajo respecto a seguridad, higiene con la finalidad de evitar contaminación en el área de trabajo</li> </ul>
REQUISITOS	
Conocimientos generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachiller Técnico</li> <li>- Conocimiento en mecánica</li> </ul>

	-	Conocimiento en electricidad	
Capacidades operativas	-	Manejo adecuado de herramientas y maquinaria	
	-	Manipular y transportar materiales	
Habilidades o capacidades interpersonales	-	Responsable	
	-	Cuidadoso	
	-	Eficiente	
<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>		<b>Firma</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.


**Tabla 24-5:** Manual de funciones del empacador

 <b>MANUAL DE FUNCIONES DE ECOGUAYUSA</b>			
<b>CÓDIGO</b>	005		
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Empacador		
<b>LUGAR HABITUAL DE TRABAJO:</b>	Planta operativa		
<b>CARGOS SUPERIOR DIRECTO:</b>	Inspector de calidad		
<b>CARGOS SUBORDINADOS DIRECTOS:</b>	Ninguno		
<b>NÚMERO DE PERSONAL QUE DESEMPEÑA EL CARGO</b>	1		
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Responsable de verificar si el producto se encuentra en buen estado, capacidad de ejecutar satisfactoriamente sus tareas de empaçado.		
FUNCIONES	TAREAS		
Empacado del producto terminado en cajas de té	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llenar las bolsas de té con 3g del producto, cada una</li> <li>- Envasar 12 bolsas de te dentro de la caja de presentación</li> <li>- Etiquetar cada caja de té</li> <li>- Sellar y almacenar en bodega para su próxima distribución</li> </ul>		
Ser responsable del manejo adecuado de empaçado y almacenado del producto terminado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Examinar los materiales con el fin de que se cumplan las especificaciones de empaque.</li> <li>- Llevar al día los registros de los inventarios</li> <li>- Aplicar todas las normas dispuestas por la empresa en relación al empaçado y almacenado.</li> <li>- Mantener limpio y ordenado el área de bodega.</li> </ul>		
REQUISITOS			
Conocimientos generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachiller técnico</li> <li>- Conocimiento en envasar y empaçar diversos productos</li> </ul>		
Capacidades operativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empaçar el producto a mano</li> <li>- Utilizar y colocar adecuadamente etiquetas en cada caja.</li> </ul>		
Habilidades o capacidades interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable</li> <li>- Eficiente</li> <li>- Programar y ordenar sus tareas específicas</li> </ul>		
<b>Nombres y Apellidos</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Cargo</b></td> <td style="width: 50%;"><b>Firma</b></td> </tr> </table>	<b>Cargo</b>	<b>Firma</b>
<b>Cargo</b>	<b>Firma</b>		

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 25-5:** Manual de funciones del distribuidor/chofer


 <b>MANUAL DE FUNCIONES DE ECOGUAYUSA</b>	
<b>CÓDIGO</b>	006
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Distribuidor / chofer
<b>LUGAR HABITUAL DE TRABAJO:</b>	Planta operativa
<b>CARGOS SUPERIOR DIRECTO:</b>	Vendedor
<b>CARGOS SUBORDINADOS DIRECTOS:</b>	Ninguno
<b>NÚMERO DE PERSONAL QUE DESEMPEÑA EL CARGO</b>	1
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Efectuar la entrega del producto en excelente estado y en las condiciones establecidas por el cliente.
FUNCIONES	TAREAS
Coordinar la entrega de los productos a los clientes potenciales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordinar con el vendedor las entregas que se van a realizar por día</li> <li>- Cumplir con la entrega de productos asignados en el día.</li> <li>- Entregar el producto en buen estado con las facturas y notas de remisión correspondientes a los clientes.</li> </ul>
Verificar y organizar la entrega del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizar los productos de acuerdo a las órdenes e indicaciones de entrega.</li> <li>- Verificar que el producto que se va a entregar se encuentre en buen estado y con la documentación correspondiente adjunta.</li> <li>- Asegurar que el camión tenga una buena ventilación para la conservación del producto al momento de la entrega.</li> </ul>
REQUISITOS	
Conocimientos generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachiller en ciencias o técnica</li> <li>- Experiencia en ventas</li> </ul>
Capacidades operativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licencia profesional de conducción</li> <li>- Habilidad en atención al cliente</li> </ul>

Habilidades o capacidades interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eficiente</li> <li>- Puntual</li> <li>- Responsable</li> <li>- Programar y ordenar sus tareas específicas</li> </ul>	
<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>Firma</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 26-5:** Manual de funciones del vendedor

 <b>MANUAL DE FUNCIONES DE ECOGUAYUSA</b> <b>ECO GUAYUSA</b> <small>La bebida que recarga tu cuerpo</small>	
<b>CÓDIGO</b>	007
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Vendedor
<b>LUGAR HABITUAL DE TRABAJO:</b>	Oficina/ visitas de campo
<b>CARGOS SUPERIOR DIRECTO:</b>	Gerente
<b>CARGOS SUBORDINADOS DIRECTOS:</b>	Ninguno
<b>NÚMERO DE PERSONAL QUE DESEMPEÑA EL CARGO</b>	2
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Comunicación con los clientes potenciales, coordinar las actividades relacionadas con la comercialización del producto, dar a conocer el producto, precios y los beneficios.
FUNCIONES	TAREAS
Buscar oportunidades de negocios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contactar con posibles clientes para ofrecer y presentar el producto a ofertar.</li> <li>- Negociar dentro de los lineamientos establecidos por la empresa sobre los precios del producto y los beneficios que reciben los clientes.</li> <li>- Realizar contratos con los clientes sobre el producto acordado.</li> <li>- Verificar que se cumplan las condiciones acordadas por ambas partes.</li> </ul>
Organizar y planificar sus actividades referentes a la comercialización del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer las características del producto para poder ofertar a los futuros clientes.</li> <li>- Verificar métodos y canales adecuados de comercialización</li> <li>- Efectuar con control adecuado de cartera de clientes</li> <li>- Coordinar los pedidos entre el cliente y la producción, tomando en consideración de la capacidad de producción</li> <li>- Responsable de la mercadería asignada.</li> </ul>
REQUISITOS	
Conocimientos generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachiller en ciencias o técnico</li> <li>- Experiencia en atención al cliente</li> </ul>

	-	Experiencia en ventas
Capacidades operativas	-	Excelente comunicación con el cliente
	-	Habilidad en atención al cliente
Habilidades o capacidades interpersonales	-	Responsable
	-	Observador
	-	Comunicación
	-	Eficiente
<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>Firma</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

## 5.9 Estudio legal

Eco guayusa está bajo el marco legal de algunas instituciones las cuales se encargan de controlar y verificar que las actividades que realice sean las adecuadas, así como también vigilar que se cumplan todas las normas estipuladas por las distintas instituciones. Por lo tanto, para el marco legal de Eco Guayusa se considera a las siguientes entidades:

- Ministerio de Trabajo

El ministerio de trabajo ayuda a fomentar el vínculo entre oferta y demanda laboral, “se encarga de proteger los derechos de los trabajadores, apoyar la justicia social del sistema del trabajo y dar trabajos dignos con la misma igualdad de oportunidades”. El ministerio del trabajo es un ente importante que controla el empleo y también la gestión del talento humano, su propósito es incrementar el trabajo digno y disminuir el número de trabajadores que han sufrido accidentes o enfermedades ocupacionales, lo cual se realiza por medio de las legislaciones actuales.

- Código de trabajo

Por medio de este código se regulan las relaciones entre empleador y el trabajador, Eco Guayusa debe basarse en el código del trabajo para así poder conocer cuáles son los derechos y obligaciones que competen ambas partes, cabe mencionar que todas estas leyes son amparadas por la legislación laboral del Ecuador.



El código de trabajo en su Art. 3 norma la relaciones entre empleadores y trabajadores, lo cual indica lo siguiente:

*“Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación: El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente”* (Código del Trabajo, 2020).

- Servicio de Rentas Internas (SRI)

*“El servicio de rentas internas es una institución la cual ha manejado de manera adecuada las obligaciones tributarias, el SRI tiene la responsabilidad de recaudar los tributos establecidos por la ley del régimen tributario; el objetivo del Servicio de Rentas Internas es gestionar la política tributaria y el cumplimiento adecuado de las obligaciones tributarias, también trata de fortalecer una cultura tributaria que sea transparente hacia la sociedad”*. (SRI, 2021)

- Registro único de contribuyentes

*“El RUC es un instrumento que registra a los contribuyentes que cuenten con fines impositivos con el propósito de proporcionar esta información a la administración tributaria, las personas que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el registro único de contribuyentes, además de emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI deberán declarar los impuestos de acuerdo a la actividad económica que se ejecuten”* (SRI, 2021).

Requisitos para obtener el RUC:

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Indicar la actividad económica a realizar
- “Documento que respalde el establecimiento del domicilio del contribuyente como planilla de servicios básicos, predio urbano o rural, factura de telefonía fija o móvil, certificado del registro de la propiedad” (SRI, 2021).

“Eco Guayusa” está constituida como persona natural y se encuentra bajo el régimen simplificado para emprendedores, está obligada a llevar contabilidad y ser agente de retención, realizando como actividad económica la fabricación de té infusiones aromáticas a base de guayusa.

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

El IESS es una institución de gran importancia la cual se basa en principios de solidaridad, equidad y eficiencia, la principal actividad del IEES es brindar la atención adecuada a los afiliados en base a salud, conceder las pensiones adecuadas por vejez, invalidez, etc., además administra de manera eficiente los fondos y otorga beneficios, su función es satisfacer las necesidades de la población.

- Ley de Seguridad Social

*“El Art. 73 de la ley de Seguridad Social manifiesta que el empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconversión, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor, y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días; el empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la enfermedad, la separación del trabajador, u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho” (Ley de seguridad Social, 2020).*

Según la ley de Seguridad Social nos expresa que:

*“El empleador y el afiliado voluntario están obligados, sin necesidad de reconversión previa, a pagar las aportaciones del Seguro General Obligatorio dentro del plazo de quince (15) días posteriores al mes que correspondan los aportes. En caso de incumplimiento, serán sujetos de mora sin perjuicio de la responsabilidad patronal a que hubiere lugar, con sujeción a esta Ley” (Ley de seguridad Social, 2020, pág. 30).*

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Pastaza (GADMC-PASTAZA)

El GADMC-PASTAZA “es un ente coordinador y planificador el cual realiza diversas actividades con los gobiernos locales, instituciones públicas y privadas, etc., el objetivo es realizar actividades que impulsen el desarrollo económico, social y ambiental de la provincia de Pastaza”.

- Medio Ambiente

El (GADMC-PASTAZA, 2023) “A través de la dirección de gestión ambiental y riesgos determina que las personas naturales ecuatorianas o extranjeras, así como también personas jurídicas públicas y privadas del cantón Pastaza deben obtener el certificado ambiental anualmente”.

Requisitos para obtener certificado ambiental:

- Copia de cédula y RUC
- Designación del representante legal
- Certificado de intersección
- Estudio de impacto Ambiental
- Uso conforme del suelo
- Plan de contingencia

- *Patentes*

*“El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Pastaza otorga las patentes las cuales son un requisito obligatorio que deben cumplir las personas que ejercen actividades económicas, las patentes se otorgan a las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimientos en el cantón Pastaza que realizan permanentemente actividades económicas, comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales”.* (GADMC-PASTAZA, 2023)

Requisitos para obtener la Patente

- Copia de RUC
  - Copia de cédula de identidad
  - Formulario de patente municipal
- Permiso de Bomberos

El cuerpo de bomberos del GADMC-PASTAZA otorga los permisos correspondientes de funcionamiento que deben tener los propietarios respecto a sus negocios, el permiso emitido por el cuerpo de bomberos garantiza la seguridad del negocio.

Requisitos de funcionamiento:

- Adquirir formulario de solicitud y entregarlo en ventanilla con la información correspondiente
- Esperar la visita del inspector al negocio
- Realizada la inspección y siendo autorizada se debe acercarse a recaudación con:
  - Copia del Ruc
  - Copia de cédula y papeleta de votación
  - Copia del Informe de la inspección del cuerpo de bomberos
  - Copia de la patente municipal actualizada
  - Copia del pago de la tasa de bomberos del año en curso
  - Dirección del correo electrónico
- Emisión de permisos de funcionamiento a través de la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Según la emisión de permiso de funcionamiento del (ARCSA, 2022), “el permiso de funcionamiento es un documento otorgado por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) a los establecimientos sujetos a control y vigencia sanitaria que cumplan con todos los requisitos para su funcionamiento”.

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA y registrarse
- De acuerdo a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2014), se podrá obtener el permiso de funcionamiento en base a las siguientes instrucciones:
  - Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos
  - Certificado de buenas prácticas de manufactura actualizados
  - Título de técnico responsable del establecimiento
  - “Categorización otorgada por el MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad)”.
  - “Métodos y procesos que se van a emplear para materias primas, método de fabricación, envasado y materia del envase, sistema de almacenamiento de producto terminado”.
  - “Indicar el número de empleados por sexo y ubicación: administración, técnico, operario”.
  - “Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo del proceso”.
  - “Plano de la empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas”.
  - “Información referente al edificio”.
  - “Detalle de los productos a fabricarse”. (ARCSA, 2014)

- Llenar el formulario y adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento
- “Emitida la orden de pago se podrá imprimir y después de 24 horas generado la orden de pago proceder a cancelar el valor en la cuenta del ARCSA del banco de Pacífico”.
- “Validado el pago se podría imprimir el permiso de funcionamiento y la factura correspondiente”. (ARCSA, 2022)

#### *5.9.1.1 Análisis en base al aspecto legal*

En cuanto al aspecto legal, la razón social de la empresa será Eco Guayusa, la empresa será constituida mediante escritura privada, de acuerdo con el código de trabajo en su Art. 3 determina que el empleador debe ofrecer a sus empleados una remuneración fija y todos los beneficios que conlleve acorde a lo establecido por la ley, el salario básico unificado para el año 2023 es de \$450,00 dólares, y se considerara el salario mínimo sectorial, además de la remuneración el empleador deberá realizar el respectivo contrato con el empleado donde se determine las horas laborales de 8 horas diarias conforme a lo establecido por la ley. De acuerdo al IESS “el empleador está en la obligación de afiliar a sus trabajadores al Seguro General obligatorio en el transcurso de los 15 días previo a su contrato de entrada”.

En cuanto a su constitución la empresa debe registrarse en el registro único de contribuyentes con el propósito de poder realizar una actividad económica además de emitir y entregar comprobantes de venta autorizados bajo la supervisión del SRI, igualmente debe registrarse a diferentes ordenanzas las cuales habilitan el funcionamiento de la organización en este caso Eco Guayusa bajo la ordenanza municipal del GADMC-PASTAZA deberá, otro requisito esencial es el permiso de bomberos lo cual otorga el permiso de funcionamiento con el propósito de dar seguridad al negocio.

Por último, el permiso del ARCSA es el más primordial, es un documento otorgado donde especifica si se cumple los controles sanitarios adecuados en sus productos, al realizar un té a base de guayusa este debe estar sujeto bajo el control y vigencia sanitaria.

### **5.10 Estudio Económico-Financiero**

El estudio económico financiero permite conocer la situación financiera del proyecto por medio de diferentes indicadores que determinan la viabilidad de la investigación, además de efectuar una lista de inversiones que se deben tener presente para poner en marcha el proyecto.

El estudio económico y financiero permitirá evaluar los costos y gastos de la organización, así como determinar el retorno que tendrá la inversión utilizando herramientas esenciales como el VAN (valor actual neto), TIR (tasa interna de retorno), periodo de retorno de recuperación y el punto de equilibrio que tendrá los costos y gastos de la organización.

### 5.10.1 *Inversión inicial*

La organización para su correcto funcionamiento necesita de activos fijos y sus respectivos gastos para equipar la empresa y por ende comenzar con su respectivo funcionamiento.

### 5.10.2 *Activos fijos*

#### 5.10.2.1 *Terreno y obra civil*

Se cuenta con un terreno de 63.700 m<sup>2</sup> del cual se pretende ocupar 300 m<sup>2</sup> para la construcción de la infraestructura.

**Tabla 27-5:** Terreno y obra civil

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Terreno	1	\$63.700,00	\$63.700,00
Edificio	1	\$55.500,00	\$55.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$119.200,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Como activo fijo se considera al terreno y el edificio por ser los principales elementos de funcionamiento y donde se constituirá la misma dando así un resultado de \$119.200,00 dólares.

### 5.10.3 *Maquinaria y Equipos*

- Maquinaria

Para establecer un buen funcionamiento de producción, la empresa necesita de alta tecnología para competir en el mercado y poder comercializar sus productos de forma rentable, el contar con maquinarias y equipos de maquinarias adecuados y acorde al proceso de producción ayuda a mejorar y agilizar el proceso productivo.

La cotización de la maquinaria fue obtenida mediante la empresa (INDUMEI), dedicada a la fabricación, montaje y mantenimiento de maquinaria industrial, alimenticia y de la construcción, como también la cotización por medio de (Alibaba Group) un consorcio privado chino que posee una página web de sus productos ofertantes.

**Tabla 28-5:** Detalle de maquinaria

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
<b>Deshidratador industrial</b> Marca: YONGKANG Modelo: ST-24 Capacidad: 100kg	1	\$2.700	\$2.700
<b>Molino pulverizador en acero inoxidable.</b> Modelo: MAZ-1 Tipo: con muelas en varias posiciones Capacidad: 200 kg/h	1	\$7.466,00	\$7.466,00
<b>Tamizador</b> Modelo: Tipo bandejas vibratorias Motor eléctrico: 2hp	1	\$2.873,00	\$2.873,00
<b>Banda inclina transportadora de guayusa</b> Modelo: BT-3 Capacidad: 1 toneladas por hora Dimensiones: Largo 3m, Ancho 40cm	1	\$2.803,00	\$2.803,00
<b>Máquina de embalaje multifunción</b> Capacidad de producción: 110 sobres /min Función: Relleno, etiquetado, sellado, pegado, etc. Tipo de empaçado: bolsas Tamaño de bolsa de té:	1	\$30.450,69	\$30.450,69
<b>TOTAL</b>			<b>\$46.292,69</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

De acuerdo a la tabla 28-5 la maquinaria necesaria para producir el té de guayusa asciende a un total de \$46.292,69

- Equipos de producción

Los quipos de producción son necesarios para poder llevar a cabo los diferentes procesos productivos necesarios para la elaboración del producto, el costo de los equipos de producción de acuerdo a la tabla 29-5 es de \$2.850,00.

**Tabla 29-5:** Equipos de producción

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Mesas de acero inoxidable	3	\$250,00	\$750,00
Mallas de secado artesanal más estructura 35m <sup>2</sup> x 30 m <sup>2</sup>	2	\$1.050,00	\$2.100,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2.850,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Por lo tanto, se determina que el valor total necesario para adquirir maquinaria y quipos de producción es de \$49.142,69

#### 5.10.4 Equipo de oficina

**Tabla 30-5:** Equipo de oficina

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Calculadora	1	\$20,00	\$20,00
Caja Registradora	1	\$ 65,00	\$50,00
Teléfono móvil Redmi	2	\$ 120,00	\$240,00
Ram 64GB			
<b>TOTAL</b>			<b>\$337,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

Para la adquisición del equipo de oficina se necesita \$337,00 dólares.

##### 5.10.4.1 Muebles y enseres

Son necesarios para el desempeño eficiente de las funciones del área administrativa de la empresa, el valor total de muebles y enseres de acuerdo a la tabla 31-5 es de \$1.762.96.



**Tabla 31-5:** Muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Escritorios de oficina	2	\$155,00	\$310,00
Sillas de oficina	2	\$90,00	\$180,00
Sillas de espera	4	\$53.99	\$215.96
Archivador	2	\$179,00	\$358.00
Muebles de recepción	1	\$699,00	\$699,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.762,96</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

#### 5.10.4.2 Equipo de computo

Los equipos de cómputo permiten almacenar y procesar toda la información obtenida por parte de la empresa, además de ser una ayuda en los procesos contables de la organización, el valor para adquirir un equipo de cómputo será de \$1.952,00.

**Tabla 32-5:** Equipo de computo

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Computadora de escritorio	2	\$850,00	\$1.700,00
Impresora	1	\$252,00	\$252,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.952,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

#### 5.10.4.3 Vehículo

Eco Guayusa contará con un camión a diésel, el cual va a ser utilizado para la distribución del producto tanto a nivel local como nacional, el valor total del vehículo asciende a \$12.500,00.

**Tabla 33-5:** Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Camión Daihatsu Delta, año 2013	1	\$12.500,00	\$12.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$12.500,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.5 Inversión fija consolidada

La tabla 34-5 muestra los activos fijos que la empresa necesita para su funcionamiento el valor total de activos fijos asciende a \$184.894,65.

**Tabla 34-5:** Inversión fija

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Terrenos	\$63.700,00
Edificios (Construcción)	\$55.500,00
Maquinaria y Equipo	\$49.142,69
Muebles y Enceres	\$1.762,96
Equipo de Oficina	\$337,00
Equipo de Computo	\$1.952,00
Vehículo	\$12.500,00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$184.894,65</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.6 Inversión Diferida

La inversión diferida son todos los bienes y servicios que son necesarios para el funcionamiento del negocio y no influyen directamente en el proceso productivo de la empresa, son conocidos como bienes y servicios intangibles.

**Tabla 35-5:** Inversión diferida

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Gasto de Constitución	\$2.550,00
Gastos de Organización	\$500,00
Gastos de Instalación	\$2.100,00
Gastos de Investigación	\$750,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.900,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.7 Capital de Trabajo

- Presupuesto de mercadería

La mercadería es el producto que la empresa compra a los productores de guayusa para poder realizar el proceso de transformación a té, anualmente se comprará 17 sacos de hojas de guayusa de 50kg a \$35,00 c/u.

**Tabla 36-5:** Mercadería

Cantidad/sacos	Detalle	Valor unitario/saco	Valor total mensual	Valor total anual
17 sacos mensual	Sacos de 50 kg de hoja de guayusa verde	\$35,00	\$595,00	\$7.140,00

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

El valor de mercadería es de \$7.100,00 anuales y mensualmente la empresa deben adquirir \$595,00 sacos de guayusa.

- Materiales indirectos de fabricación

Los materiales indirectos son utilizados como suministros dentro del proceso productivo y de gran importancia para la fabricación del producto.

**Tabla 37-5:** Materiales indirectos

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL MENSUAL	P. TOTAL ANUAL
Caja para té peso neto 36g	19250 cajas	\$0,16 ctv.	\$3.080,00	\$36.960,00
Papel de envoltura para bolsas de té	15 rollos	\$124,40	\$1.865,95	\$22.391,39
Filtro de malla para bolsa de té incluido hilo de algodón	15 rollos	\$111,98	\$1.679,73	\$20.156,71
<b>TOTAL</b>			<b>\$6.625,67</b>	<b>\$79.508,10</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación son los recursos que se consume al momento de efectuar el proceso productivo por lo cual se debe medir la cantidad estimada que se consumen cada uno de ellos.

**Tabla 38-5:** Servicios básicos producción

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. TOTAL MENSUAL</b>	<b>P. TOTAL ANUAL</b>
Energía Eléctrica Industrial con demanda	800kW	\$184,00	\$2.208,00
Agua potable	115 m <sup>3</sup>	\$90,00	\$1.080,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.288,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 39-5:** Servicios básicos Administrativos

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. TOTAL MENSUAL</b>	<b>P. TOTAL ANUAL</b>
Energía Eléctrica Residencial	220 kW	\$40,00	\$480,00
Agua potable	33 m <sup>3</sup>	\$16,00	\$192,00
Telefonía fija e internet	1	\$27.71	\$332.52
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.004,52</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- Suministros de oficina

Los suministros son todos los materiales necesarios para realizar las diferentes actividades administrativas, el valor de total de suministros de oficina es de \$1.956,72.

**Tabla 40-5:** Suministros de oficina

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>P. TOTAL MENSUAL</b>	<b>P. TOTAL ANUAL</b>
Grapadora Bester Stapler 002	2	unidad	\$3,40	\$6,80	\$81,60
grapapas	4	caja	\$1,50	\$ 6,00	\$72,00

Perforadora KW 9880	2	unidad	\$2,13	\$4,26	\$51,12
Folder colgante	10	unidad	\$0,65	\$6,50	\$78,00
Archivadores	10	unidad	\$2,42	\$24,20	\$290,40
Esferos Bic 12 unidades	3	caja	\$ 4,50	\$13,50	\$162,00
Resma Papel Bond Xerox Original A4 75gr 500h	10	unidad	\$ 4,18	\$ 41,80	\$501,60
Tinta 664 Epson 544 Y 504 Kit 4 Colores	4	unidad	\$15,00	\$60,00	\$720,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$33,78</b>	<b>\$ 163,06</b>	<b>\$1.956,72</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- Útiles de aseo

Los útiles de aseo se utilizada para realizar la limpieza en las diferentes áreas de la planta, su valor anualmente será de \$659,64.

**Tabla 41-5:** Útiles de aseo

DETALLE	CANTIDAD	P UNITARIO	P. TOTAL MENSUAL	P. TOTAL ANUAL
Caja De Guantes De Nitrilo X 100unidades	1	\$ 19,58	\$ 19,58	\$ 234,96
Jabón Líquido De Manos Klie Galón	1	\$3,55	\$3,55	\$42,60
Papel Higiénico Jumbo Industrial Bouquet 2hoja 180m	4	\$1,66	\$6,64	\$79,68
Escoba	2	\$2,85	\$5,70	\$ 68,40
Trapeador	2	\$4,50	\$9,00	\$108,00
Fundas Basura Industrial 39x55 Negro Desechos Comunes	3	\$3,50	\$10,50	\$126,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$54,97</b>	<b>\$659,64</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- Gasto Publicidad

Se requiere gastar en estrategias de publicidad utilizando elementos publicitarios como redes sociales y hojas volantes con el fin de llegar a los futuros consumidores, el gasto publicidad anualmente es de \$647.88.

**Tabla 42-5:** Gasto publicidad

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	P. MENSUAL	P. ANUAL
Redes Sociales	1	\$25,00	\$25,00	\$300,00
Hojas volantes	1000 paquetes	\$28,99 (cada paquete)	\$28,99	\$347,88
<b>TOTAL</b>				<b>\$647,88</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- Gasto combustible

Se considera como un costo adicional al combustible (diésel), ya que es esencial para el proceso de distribución del producto a distintos lugares. El valor de combustibles anualmente es de \$2.400,00.

**Tabla 43-5:** Gasto Combustible

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	P. MENSUAL	P. ANUAL
Diésel	1	\$1.75	\$200,00	\$2.400,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$2.400,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- **Rol de pagos y rol de provisiones Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa es aquella que se encuentra implicada de forma directa con la transformación del producto, se cuenta con 4 trabajadores los cuales se encuentran implicados en la fabricación del producto.

Se contará con un operador de máquinas, un empacador y dos obreros encargados de realizar todo lo relacionado al proceso de producción, verificación y registro de las acciones que resultan del proceso de producción, además a partir del primer año los colaboradores tienen derecho a recibir los fondos de reserva y vacaciones.

**Tabla 44-5:** Rol de pago MOD

N°	NÓMINA	INGRESOS			TOTAL	DESCUENTOS	TOTAL	LÍQUIDO
		SBU	H. EXTRAS	OTROS	INGRESOS	APORTE IESS	DESCUENTO	A PAGAR
1	Operador	\$467,62			\$467,62	\$44,19	\$44,19	\$423,43
2	Obrero	\$463,13			\$463,13	\$43,77	\$43,77	\$ 419,36
3	Obrero	\$463,13			\$463,13	\$43,77	\$ 43,77	\$419,36
4	Empacador	\$458,64			\$ 458,64	\$43,34	\$43,34	\$ 415,30
<b>SUBTOTAL MENSUAL</b>		<b>\$1.852,52</b>			<b>\$1.850,00</b>	<b>\$175,06</b>	<b>\$175,06</b>	<b>\$1.677,46</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$22.230,24</b>			<b>\$22.230,24</b>	<b>\$2.100,76</b>	<b>\$ 2.100,76</b>	<b>\$20.129,48</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 45-5:** Rol de provisiones MOD

NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Operador	\$467,62	\$52,14	\$38,97	\$37,50	\$19,48	\$38,95	\$187,04
2	Obrero	\$463,13	\$51,64	\$ 38,59	\$37,50	\$19,30	\$38,58	\$185,61
3	Obrero	\$463,13	\$51,64	\$ 38,59	\$37,50	\$19,30	\$38,58	\$185,61
4	Empacador	\$458,64	\$51,14	\$38,22	\$37,50	\$19,11	\$ 38,20	\$184,17
<b>SUBTOTAL MENSUAL</b>			<b>\$206,56</b>	<b>\$154,38</b>	<b>\$150,00</b>	<b>\$77,19</b>	<b>\$154,31</b>	<b>\$742,44</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>								<b>\$8.909,23</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

Para realizar la proyección pertinente de los sueldos tanto de la mano de obra directa, sueldos administrativos y de ventas se toma como base el sueldo básico unificado del 2023 que oscila en los \$450.00 dólares y la tasa de incremento del 5.8% establecida por el gobierno.



**Tabla 46-5:** Proyección de Rol de Pagos de MOD

NÓMINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operador	\$5.081,16	\$ 5.375,87	\$5.687,67	\$6.017,55	\$6.366,57
Obrero	\$5.032,37	\$ 5.324,25	\$5.633,05	\$5.959,77	\$6.305,44
Obrero	\$5.032,37	\$ 5.324,25	\$5.633,05	\$5.959,77	\$6.305,44
Empacador	\$4.983,58	\$ 5.272,63	\$ 5.578,44	\$5.901,99	\$6.244,31
<b>TOTAL</b>	<b>\$20.129,48</b>	<b>\$21.296,99</b>	<b>\$22.532,22</b>	<b>\$23.839,09</b>	<b>\$25.221,75</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 47-5:** Rol de provisiones proyectado de MOD

NÓMINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operador	\$2.244,54	\$2.374,72	\$2.512,46	\$2.658,18	\$2.812,35
Obrero	\$2.227,31	\$2.356,49	\$2.493,17	\$2.637,77	\$2.790,76
Obrero	\$2.227,31	\$2.356,49	\$2.493,17	\$2.637,77	\$2.790,76
Empacador	\$2.210,08	\$2.338,26	\$2.473,88	\$2.617,37	\$2.769,17
<b>TOTAL</b>	<b>\$8.909,23</b>	<b>\$9.425,97</b>	<b>\$9.972,67</b>	<b>\$10.551,09</b>	<b>\$ 11.163,05</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- Sueldos Administrativos

Para un adecuado desempeño en la organización, Eco Guayusa necesita personal altamente calificado en funciones administrativas financieras y contables, por medio de la gestión y la organización direccionar al negocio a cumplir los objetivos planteados del área administrativa; al igual que la mano de obra los trabajadores tienen el derecho de percibir los fondos de reserva a partir del año de trabajo.

**Tabla 48-5:** Rol de pago administrativo

N°	NÓMINA	SBU	INGRESOS		TOTAL	DESCUENTOS	TOTAL	LÍQUIDO A
			H. EXTRAS	OTROS	INGRESOS	APORTE IESS	DESCUENTO	PAGAR
1	Gerente	\$950,00			\$950,00	\$89,78	\$89,78	\$860,23
2	Contador	\$465,87			\$465,87	\$44,02	\$44,02	\$421,85
<b>SUBTOTAL MENSUAL</b>		<b>\$1.415,87</b>		-	<b>\$1.415,87</b>	<b>\$133,80</b>	<b>\$133,80</b>	<b>\$1.282,07</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$16.990,44</b>			<b>\$16.990,44</b>	<b>\$1.605,60</b>	<b>\$1.605,60</b>	<b>\$15.384,84</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 49-5:** Rol de provisiones administrativo

NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Gerente	\$950,00	\$105,93	\$79,17	\$37,50	\$39,58	\$79,14	\$341,31
2	Contador	\$465,87	\$51,94	\$38,82	\$37,50	\$19,41	\$38,81	\$186,49
<b>SUBTOTAL MENSUAL</b>			<b>\$157,87</b>	<b>\$117,99</b>	<b>\$75,00</b>	<b>\$58,99</b>	<b>\$117,94</b>	<b>\$527,80</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>								<b>\$6.333,54</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

Proyección de los sueldos administrativos:

**Tabla 50-5:** Rol de pago proyectada de sueldos de administración

NÓMINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	\$10.322,70	\$10.921,42	\$11.554,86	\$12.225,04	\$12.934,09
Contador	\$5.062,14	\$5.355,75	\$5.666,38	\$5.995,03	\$6.342,74
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$15.384,84</b>	<b>\$16.277,16</b>	<b>\$17.221,24</b>	<b>\$18.220,07</b>	<b>\$19.276,84</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 51-5:** Rol de proyecciones proyectada de sueldos de administración

NÓMINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	\$4.095,72	\$4.333,27	\$4.584,60	\$4.850,51	\$5.131,84
Contador	\$2.237,82	\$2.367,62	\$2.504,94	\$2.650,22	\$2.803,94
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$6.333,54</b>	<b>\$6.700,89</b>	<b>\$7.089,54</b>	<b>\$7.500,73</b>	<b>\$7.934,78</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- **Sueldo de ventas**

Es necesario contar con dos vendedores calificados que se encarguen de vender el producto, mantener una buena comunicación con los clientes potenciales y dar a conocer el producto, precios y beneficios, además de un distribuidor que se encargue de transportar la mercadería al lugar que se solicite.

**Tabla 52-5:** Rol de pago ventas

N°	NÓMINA	INGRESOS			TOTAL	DESCUENTOS	TOTAL	LÍQUIDO A
		SBU	H. EXTRAS	OTROS	INGRESOS	APORTE IESS	DESCUENTO	PAGAR
1	Vendedor	\$461,11			\$461,11	\$43,57	\$43,57	\$417,54
2	Vendedor	\$461,11			\$461,11	\$43,57	\$43,57	\$417,54
3	Distribuidor	\$668,31			\$668,31	\$63,16	\$63,16	\$605,15
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$1.590,53</b>			<b>\$1.590,53</b>	<b>\$150,31</b>	<b>\$150,31</b>	<b>\$1.440,22</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>\$19.086,36</b>			<b>\$19.086,36</b>	<b>\$1.803,66</b>	<b>\$1.803,66</b>	<b>\$17.282,70</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 53-5:** Rol de provisiones ventas

NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Vendedor	\$461,11	\$51,41	\$38,43	\$37,50	\$19,21	\$38,41	\$184,96
2	Vendedor	\$461,11	\$51,41	\$38,43	\$37,50	\$19,21	\$38,1	\$184,96
3	Distribuidor	\$668,31	\$74,52	\$55,69	\$37,50	\$27,85	\$55,67	\$251,23
<b>SUBTOTAL MENSUAL</b>			<b>\$177,34</b>	<b>\$132,54</b>	<b>\$112,50</b>	<b>\$66,27</b>	<b>\$132,49</b>	<b>\$621,15</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>								<b>\$7.453,82</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

Proyección sueldo ventas:

**Tabla 54-5:** Rol de pago proyectada de sueldos ventas

NÓMINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	\$5.010,42	\$5.301,03	\$5.608,49	\$5.933,78	\$6.277,94
Vendedor	\$5.010,42	\$5.301,03	\$5.608,49	\$5.933,78	\$6.277,94
Distribuidor	\$7.261,86	\$7.683,04	\$8.128,66	\$8.600,12	\$9.098,93
<b>TOTAL</b>	<b>\$17.282,70</b>	<b>\$18.285,10</b>	<b>\$ 19.345,63</b>	<b>\$20.467,68</b>	<b>\$21.654,80</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 55-5:** Rol de provisiones proyectada de sueldos ventas

<b>NÓMINA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Vendedor	\$2.219,56	\$2.348,29	\$2.484,49	\$2.628,59	\$2.781,05
Vendedor	\$2.219,56	\$2.348,29	\$2.484,49	\$2.628,59	\$2.781,05
Distribuidor	\$3.014,71	\$3.189,56	\$3.374,55	\$3.570,28	\$3.777,35
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.453,82</b>	<b>\$7.886,14</b>	<b>\$8.343,54</b>	<b>\$8.827,46</b>	<b>\$9.339,45</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- **Resumen Capital de Trabajo**

**Tabla 56-5:** Resumen Capital de Trabajo

<b>CONCEPTO</b>	<b>V/MES</b>	<b>V/ANUAL</b>
Mano de obra	\$ 2.419,89	\$29.038,71
Materia prima	\$595,00	\$7.140,00
Costos indirectos de fabricación	\$7.043,67	\$84.524,10
Gasto administrativo	\$2.111,61	\$25.339,27
Gasto ventas	\$2.315,37	\$27.784,40
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$14.485,54</b>	<b>\$ 173.826,48</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

El capital de trabajo anual asciende a \$ 173.826,48 dólares.

### **5.10.8 Inversión inicial**

Para conocer la inversión inicial se considera los activos fijos, activo diferido y capital de trabajo llegando a dar un total de \$364.621,13 dólares.

**Tabla 57-5:** Inversión inicial

<b>INVERSIÓN DEL PROYECTO</b>	
<b>RUBROS DE INVERSION</b>	<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Terrenos	\$63.700,00
Edificio	\$55.500,00
Equipo de Oficina	\$337,00
Maquinaria	\$49.142,69
Muebles y Enceres	\$1.762,96
Vehículo	\$12.500,00
Equipo de Cómputo	\$1.952,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$184.894,65</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
Gasto de Constitución	\$2.550,00
Gastos de Organización	\$500,00
Gastos de Instalación	\$2.100,00
Gastos de Investigación	\$750,00

<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$5.900,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Inversión Inicial	\$173.826,48
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$173.826,48</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$364.621,13</b>

---

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.



### 5.10.9 Amortización y depreciación

Se procede a depreciar los activos fijos y amortizar los activos diferidos de la organización.

**Tabla 58-5:** Cálculo de depreciaciones y amortizaciones

RUBROS DE INVERSION	VIDA UTIL	VALOR ADQUISICIÓN	AÑOS					TOTAL	VALOR DE SALVAMENT O
			1	2	3	4	5		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>									
Edificio	20	\$55.500,00	\$2.775,00	\$2.775,00	\$2.775,00	\$2.775,00	\$2.775,00	\$13.875,00	\$41.625,00
Equipo de Oficina	10	\$337,00	\$33,70	\$33,70	\$33,70	\$33,70	\$33,70	\$168,50	\$168,50
Maquinaria	10	\$49.142,69	\$4.914,27	\$4.914,27	\$4.914,27	\$4.914,27	\$4.914,27	\$24.571,35	\$24.571,35
Mobiliario	10	\$1.762,96	\$176,30	\$176,30	\$176,30	\$176,30	\$176,30	\$881,48	\$881,48
Vehículo	5	\$12.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$0,00
Equipo de Cómputo	3	\$1.952,00	\$650,67	\$650,67	\$650,67	\$650,67	\$650,67	\$1.301,33	\$650,67
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>			<b>\$11.049,93</b>	<b>\$11.049,93</b>	<b>\$11.049,93</b>	<b>\$11.049,93</b>	<b>\$11.049,93</b>		<b>\$67.896,99</b>

**ACTIVO****DIFERIDO**

Gasto de							
Constitución	\$2.550,00	\$510,00	\$510,00	\$510,00	\$510,00	\$510,00	\$510,00
Gastos de							
Organización	\$500,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Gastos de Instalación	\$2.100,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00
Gastos de							
Investigación	\$750,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00
<b>TOTAL</b>							
<b>AMORTIZACION</b>		<b>\$1.180,00</b>	<b>\$1.180,00</b>	<b>\$1.180,00</b>	<b>\$1.180,00</b>	<b>\$1.180,00</b>	<b>\$1.180,00</b>
<b>ES</b>							

---

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.10 Inversión y financiamiento por Rubro

Por medio de la inversión se identifica si el origen del financiamiento va hacer propio o por terceros, para financiar el proyecto de cuerdo a la tabla 59-5 se requiere de una inversión de \$364.621,13, se cuenta con un capital propio de \$265.497,03 lo que representa un 72,81% de la inversión, lo restante se solicitara un crédito al Banco del Pacífico por el valor de \$99.124,10 dólares lo que representa el 27,19% de la inversión.

**Tabla 59-5:** Inversión y financiamiento por rubro

RUBROS DE INVERSION	INVERSIONES (USOS)	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		CAPITAL SOCIAL	BANCO PACÍFICO
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
Terrenos	\$ 63.700,00	\$63.700,00	
Edificio	\$55.500,00	\$ 55.500,00	
Equipo de Oficina	\$337,00	\$337,00	
Maquinaria	\$ 49.142,69	\$49.142,69	
Mobiliario	\$1.762,96	\$ 1.762,96	
Vehículo	\$12.500,00		\$12.500,00
Equipo de Cómputo	\$ 1.952,00	\$ 1.952,00	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 184.894,65</b>		
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			
Gasto de Constitución	\$ 2.550,00	\$2.550,00	
Gastos de Organización	\$500,00	\$500,00	
Gastos de Instalación	\$2.100,00		\$2.100,00
Gastos de Investigación	\$ 750,00	\$ 750,00	
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$5.900,00</b>		
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Inversión Inicial	\$173.826,48	\$89.302,38	\$84.524,10
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$173.826,48</b>		
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$364.621,13</b>		
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$364.621,13</b>	<b>\$265.497,03</b>	<b>\$99.124,10</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.11 Amortización de la deuda

El préstamo bancario se realizará por medio del Banco del Pacífico el cual ofrece un crédito productivo a una tasa de interés del 10,78% anual por el periodo de 5 años tomando en cuenta la vida útil del proyecto, mediante la tabla de amortización se establecen las cuotas que se deberá pagar a la institución por el monto de \$99.124,10 dólares.

**Tabla 60-5:** Amortización de la deuda

<b>Monto del préstamo</b>	<b>\$99.124,10</b>			
Tasa anual	10,78%			
Tasa mensual	0,898%			
Tiempo	5 años			
Período	60 meses			
N° PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
0				\$99.124,10
1	\$15.986,19	\$10.685,58	\$26.671,77	\$83.137,91
2	\$17.709,50	\$8.962,27	\$26.671,77	\$65.428,40
3	\$19.618,59	\$7.053,18	\$26.671,77	\$45.809,81
4	\$21.733,47	\$4.938,30	\$26.671,77	\$24.076,34
5	\$24.076,34	\$2.595,43	\$26.671,77	\$(0,00)

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.12 Balance general inversión y financiamiento

El balance general de Eco Guayusa refleja la situación financiera general de la organización como la información relevante de sus activos, pasivos y patrimonio.

**Tabla 61-5:** Balance general inversión y financiamiento

RUBROS DE INVERSIÓN	VALOR \$	%
<b>Activo Corriente</b>		
Caja	\$166.686,48	<b>46%</b>
Inventario Mercadería	\$7.140,00	<b>2%</b>
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$173.826,48</b>	<b>48%</b>
<b>Activos Fijos</b>		
Terrenos	\$ 63.700,00	<b>17%</b>
Edificio	\$ 55.500,00	<b>15%</b>
Maquinaria y equipo	\$49.142,69	<b>13%</b>

Muebles y enseres	\$1.762,96	0%
Vehículos	\$ 12.500,00	3%
Equipo de cómputo	\$1.952,00	1%
Equipo de oficina	\$ 337,00	0%
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$184.894,65</b>	<b>51%</b>
<b>Activos Diferidos</b>		
Gastos de Constitución	\$ 2.550,00	1%
Gastos de Organización	\$ 500,00	0%
Gastos de Instalación	\$ 2.100,00	1%
Gastos de Investigación	\$750,00	0,2%
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>\$5.900,00</b>	<b>2%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$364.621,13</b>	<b>100%</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>Pasivo Corriente</b>		
<b>Pasivo no Corriente</b>		
Préstamos largo plazo	\$99.124,10	
<b>Total Pasivo no Corriente</b>	<b>\$99.124,10</b>	<b>27,19%</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$265.497,03</b>	<b>72,81%</b>
Capital Social	\$265.497,03	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO (FINANCIAMIENTO)</b>	<b>\$364.621,13</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.13 Proyección de ingresos y egresos

Para la proyección del presupuesto de costos y gastos se utiliza el promedio de la inflación de los últimos 5 años.

**Tabla 62-5:** Promedio de inflación de los últimos 5 años

DETALLE	% INFLACIÓN
2018	-0,22%
2019	0,27%
2020	-0,34%
2021	0,13%
2022	3,21%
<b>TOTAL</b>	<b>3,05%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>0,61%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.14 Presupuesto de costos y gastos

Se proyecta los costos y gastos que se realiza durante el ejercicio económico para determinar la rentabilidad del proyecto. Para la elaboración del presupuesto de costos se toma en consideración la inflación proyectada que es del 0,61%.

**Tabla 63-5:** Presupuesto de Costos

<b>COSTOS ANUALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Costo directo</b>	<b>\$36.178,71</b>	<b>\$37.906,51</b>	<b>\$39.732,26</b>	<b>\$41.661,63</b>	<b>\$43.700,62</b>
Materia prima directa	\$7.140,00	\$7.183,55	\$7.227,37	\$7.271,46	\$7.315,82
Mano de obra directa	\$20.129,48	\$21.296,99	\$22.532,22	\$23.839,09	\$25.221,75
Prestaciones sociales	\$8.909,23	\$9.425,97	\$9.972,67	\$10.551,09	\$11.163,05
<b>Costo indirecto</b>	<b>\$84.524,10</b>	<b>\$85.039,70</b>	<b>\$85.558,44</b>	<b>\$86.080,35</b>	<b>\$86.605,44</b>
Materiales indirectos de fabricación	\$79.508,10	\$79.993,10	\$80.481,06	\$80.971,99	\$81.465,92
Servicios básicos de producción	\$3.288,00	\$3.308,06	\$3.328,24	\$3.348,54	\$3.368,96
Repuestos de la maquinaria	\$ 600,00	\$ 603,66	\$607,34	\$611,05	\$614,77
Lubricantes de grasa	\$1.128,00	\$1.134,88	\$1.141,80	\$1.148,77	\$1.155,78
<b>TOTAL COSTO PRODUCCIÓN</b>	<b>\$120.702,81</b>	<b>\$122.946,21</b>	<b>\$125.290,70</b>	<b>\$127.741,98</b>	<b>\$130.306,06</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 64-5:** Presupuesto de gastos

<b>GASTOS ANUALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Gasto Administrativo</b>	<b>\$37.569,20</b>	<b>\$38.850,95</b>	<b>\$40.205,90</b>	<b>\$41.638,28</b>	<b>\$43.152,58</b>
Sueldos administrativos	\$15.384,84	\$16.277,16	\$17.221,24	\$18.220,07	\$19.276,84
Prestaciones sociales	\$6.333,54	\$6.700,89	\$7.089,54	\$7.500,73	\$7.935,78
Útiles de aseo	\$659,64	\$663,66	\$667,71	\$671,79	\$675,88
Suministros de oficina	\$1.956,72	\$1.968,66	\$1.980,66	\$1.992,75	\$2.004,90
Servicios Básicos Administrativos	\$1.004,52	\$1.010,65	\$1.016,81	\$1.023,02	\$1.029,26

Depreciación	\$11.049,93	\$11.049,93	\$11.049,93	\$11.049,93	\$11.049,93
Amortización	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00
<b>Gasto de Ventas</b>	<b>\$27.784,40</b>	<b>\$29.237,71</b>	<b>\$30.774,34</b>	<b>\$32.399,14</b>	<b>\$34.117,19</b>
Sueldos ventas	\$17.282,70	\$18.285,10	\$19.345,63	\$20.467,68	\$21.654,80
Prestaciones sociales	\$7.453,82	\$7.886,14	\$8.343,54	\$8.827,46	\$9.339,45
Publicidad	\$647,88	\$651,83	\$655,81	\$659,81	\$663,83
Combustible	\$2.400,00	\$2.414,64	\$2.429,37	\$2.444,19	\$2.459,10
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$10.685,58</b>	<b>\$8.962,27</b>	<b>\$7.053,18</b>	<b>\$4.938,30</b>	<b>\$2.595,43</b>
Intereses	\$10.685,58	\$8.962,27	\$7.053,18	\$4.938,30	\$2.595,43
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$76.039,17</b>	<b>\$77.050,92</b>	<b>\$78.033,43</b>	<b>\$78.975,72</b>	<b>\$79.865,20</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

#### **5.10.15 Determinación de ingresos**

Los ingresos son los recursos económicos que Eco Guayusa recibirá por la comercialización del té de guayusa, para establecer el precio de venta se toma en consideración los costos unitarios y las unidades producidas, obteniendo como resultado un precio de \$1,28 del cual se incrementó un margen de utilidad del 16% dando un precio unitario de \$1,53 dólares el cual se encuentra en el rango de precios que los consumidores estarían dispuestos adquirir, de acuerdo a las respuestas obtenidas por medio de las encuestas realizadas

Los ingresos a generar serán por concepto de comercialización de cajas de té de guayusa de 36g de 12 fundas en cada caja, los ingresos totales se determinan a través de la demanda insatisfecha proyectada anteriormente multiplicado por el precio de venta al público, la proyección se realiza con la inflación de 0,61%. Los valores a recaudar durante los 5 años del proyecto son los siguientes:

**Tabla 65-5:** Presupuesto de ingresos

<b>DETALLE</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Costo Unitario	\$1,28	\$1,29	\$1,30	\$1,31	\$1,31
Precio de Venta Unitario	\$1,53	\$1,54	\$1,54	\$1,55	\$1,56
Demanda insatisfecha	\$227.312,18	\$233.798,72	\$240.469,58	\$247.329,95	\$254.385,20
Costo Total	\$ 290.959,58	\$301.087,87	\$311.567,68	\$322.411,20	\$333.631,01
<b>TOTAL</b>	<b>\$346.884,05</b>	<b>\$358.959,06</b>	<b>\$371.453,17</b>	<b>\$384.380,89</b>	<b>\$397.757,22</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

### 5.10.16 Estado de resultados

Mediante la proyección del estado de resultados se puede analizar el comportamiento económico de la organización en los diferentes períodos, determinando así los ingresos y gastos futuros que generará, conocer su rentabilidad en años posteriores y su viabilidad por lo que el realizar un proyecto para la producción y comercialización de té de guayusa será beneficioso.

**Tabla 66-5:** Estado de Resultados

<b>RUBROS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ventas</b>	\$346.884,05	\$358.959,06	\$371.453,17	\$384.380,89	\$397.757,22
(-) (Costo de Ventas)	\$120.181,24	\$122.946,21	\$125.290,70	\$127.741,98	\$130.306,06
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$226.181,24</b>	<b>\$236.012,85</b>	<b>\$246.162,47</b>	<b>\$256.638,91</b>	<b>\$267.451,17</b>
<b>Gastos Operativos:</b>					
(-) Gastos Administrativos	\$37.569,20	\$38.850,95	\$40.205,90	\$41.638,28	\$43.152,58
(-) Gasto de Ventas	\$27.784,40	\$29.237,71	\$30.774,34	\$32.399,14	\$34.117,19
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>\$160.827,64</b>	<b>\$ 167.924,19</b>	<b>\$175.182,22</b>	<b>\$182.601,49</b>	<b>\$190.181,40</b>
(-) Gastos Financieros	\$10.685,58	\$8.962,27	\$7.053,18	\$4.938,30	\$2.595,43
<b>(=) UAI</b>	<b>\$150.142,07</b>	<b>\$158.961,93</b>	<b>\$168.129,04</b>	<b>\$177.663,19</b>	<b>\$187.585,97</b>
(-)15% Utilidad Trabajadores	\$ 22.521,31	\$23.844,29	\$25.219,36	\$26.649,48	\$28.137,89



<b>(=) Utilidad antes del impuesto a la renta</b>	<b>\$127.620,76</b>	<b>\$135.117,64</b>	<b>\$142.909,69</b>	<b>\$151.013,71</b>	<b>\$159.448,07</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$31.905,19	\$33.779,41	\$35.727,42	\$37.753,43	\$39.862,02
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$95.715,57</b>	<b>\$101.338,23</b>	<b>\$107.182,26</b>	<b>\$113.260,28</b>	<b>\$119.586,05</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- Análisis del estado de pérdidas y ganancias de Eco guayusa

El estado de resultados está proyectado para 5 años y detalla los ingresos y gastos que tendrá la organización dando como resultado una utilidad neta en el caso del año 2023 la empresa contará con una utilidad bruta de \$226.181,24 y una utilidad neta de \$95.715,57, posteriormente para el año 2027 la empresa llegará a tener una utilidad neta de \$119.586,05 dólares, un valor significativo y rentable comparado con el año 2023, además los resultados proyectados demuestran un crecimiento en ventas llegando al año 5 con un valor de \$397.757,22 dólares lo que significa rentabilidad para la organización.

El estado de resultados permite tener una visión clara de lo que ocurrirá dentro de los próximos 5 años a continuación detallo cada una de las cuentas y sus respectivos análisis: las ventas establecidas comienzan con un valor de \$346.884,05 y van creciendo de acuerdo al nivel de productividad, el costo de ventas es el costo que le cuesta a la organización producir el producto que vende, de acuerdo con la inflación tienden a subir llegando al año 5 con un valor de costo de ventas es de \$130.306,06, por otra parte, los gastos operativos se subdividen en tres, gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros y son aquellos desembolsos que se realizan para llevar a cabo las actividades diarias.

La participación de trabajadores y el impuesto a la renta se encuentran contemplados dentro del estado de resultados ya que representa una salida de dinero que la organización debe realizar de acuerdo a las leyes establecidas, por último, el estado de resultado arroja una utilidad neta para el año 5 de \$119.586,05.

### 5.10.17 Flujo de efectivo

El flujo de efectivo representa la salida y entrada de dinero, permite cubrir las necesidades de efectivo y determinar su situación económica, además determina si Eco Guayusa está en la capacidad de cubrir sus deudas.

**Tabla 67-5:** Flujo neto de efectivo

<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>\$95.715,57</b>	<b>\$101.338,23</b>	<b>\$107.182,26</b>	<b>\$113.260,28</b>	<b>\$119.586,05</b>
(+) DEPRECIACIONES		\$11.049,93	\$11.049,93	\$11.049,93	\$11.049,93	\$11.049,93
(+) AMORTIZACIONES		\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00
(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS						\$67.896,99
<b>TOTAL FLUJO OPERACIONAL</b>		<b>\$107.945,50</b>	<b>\$113.568,16</b>	<b>\$119.412,20</b>	<b>\$125.490,22</b>	<b>\$199.712,98</b>
INVERSIÓN INICIAL	-\$364.621,13					
CRÉDITOS	\$99.124,10					
(-) AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE LA DEUDA		\$15.986,19	\$17.709,50	\$19.618,59	\$21.733,47	\$24.076,34
<b>FLUJOS NETOS DE CAJA</b>	<b>-\$265.497,03</b>	<b>\$91.959,31</b>	<b>\$95.858,66</b>	<b>\$99.793,61</b>	<b>\$103.756,74</b>	<b>\$175.636,64</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- Análisis del estado del flujo de efectivo

El flujo de caja proyectado determina las necesidades futuras que tendrá el efectivo en posteriores años, este análisis detalla los valores de dinero que la organización espera recibir y pagar cada año, el flujo de caja proyectado es el único estado financiero que puede generar al emprendedor seguridad y tranquilidad ya que revela la verdadera situación de la organización.

El flujo de caja proyectado para Eco Guayusa determina que existe un efectivo favorable, pero es hasta los 3 años 3 meses que se debe reinvertir su inversión realizada al principio del proyecto, luego del tiempo establecido se puede comenzar a invertir y utilizar el dinero disponible en nueva maquinaria o equipos de trabajo para aumentar la productividad en los procesos de producción y aumentar las ventas con lo cual se generara mayor rentabilidad.

El flujo neto de efectivo inicia con la inversión inicial de \$364.621,13 dólares menos el valor de crédito \$99.124,10, su flujo de caja inicial es de \$265.497,03, para el año 2023 se tendrá un flujo de efectivo \$91.959,31 y para el año 2027 un flujo neto de efectivo de \$175.636,64 los valores mencionados es la cantidad de dinero que se espera que ingrese y salga dentro del período de 5 años.

## **5.11 Evaluación financiera**

### ***5.11.1 Punto de equilibrio***

El punto de equilibrio determina el momento exacto donde los costos fijos y los costos variables se igualan a los ingresos totales que generará el proyecto, es decir que se vende lo mismo que se gasta alcanzado así un punto de equilibrio.

Los costos fijos son aquellos que se mantienen constantes durante el proceso de producción, por otra parte, los costos variables son aquellos costos que varían dentro del proceso de producción, para determinar el punto de equilibrio se procede a clasificar los costos fijos y variables que son el resultado de los costos de producción, para identificar la función de ventas y la función de la capacidad instalada de la organización.

**Tabla 68-5:** Estructura de costos fijos y variables

DESCRIPCIÓN	COSTOS	COSTOS
AÑO 1	FIJOS	VARIABLES
Materia prima		\$7.140,00
Mano de obra directa		\$29.038,71
<b>Costos indirectos de fabricación</b>		<b>\$84.524,10</b>
Materiales indirectos de fabricación		\$79.508,10
Servicios básicos de producción		\$3.288,00
Partes y repuestos de la maquinaria		\$600,00
Lubricantes de grasa		\$1.128,00
<b>Total costos de producción</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$120.702,81</b>
<b>Gastos administrativos</b>		
Sueldos administrativos	\$21.718,39	
Útiles de aseo	\$659,64	
Suministros de oficina	\$1.956,72	
Servicios básicos administrativos		\$1.004,52
Depreciación	\$11.049,93	
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$ 35.384,68</b>	<b>\$ 1.004,52</b>
<b>Gasto de ventas</b>		
Sueldo ventas	\$24.736,52	
Publicidad	\$647,88	
Combustible		\$2.400,00
<b>Total gasto ventas</b>	<b>\$25.384,40</b>	<b>\$2.400,00</b>
Gastos financieros		
Interés del crédito	\$10.685,58	
<b>Total gastos financieros</b>	<b>\$10.685,58</b>	
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$71.454,65</b>	<b>\$124.107,33</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

Por medio de la siguiente tabla se procede a calcular el punto de equilibrio de Eco Guayusa.

**Tabla 69-5:** Descripción estructura de costos

DESCRIPCIÓN	VALORES
Costo fijo	\$71.454,65
Costo variable	\$124.107,33
Costo variable unitario	\$0,54
Total de ventas	\$346.884,05
Unidades para venta	\$231.000,00
Precio de venta	\$1,53

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- **En función de la capacidad instalada**

De acuerdo a la siguiente fórmula

$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{costos variables totales}} \times 100$$

Se determina el siguiente resultado:

$$\frac{71.454,65}{346.884,05 - 124.107,33} \times 100$$

$$\frac{71.454,65}{222.776,72} \times 100$$

Capacidad instalada: **32,07%**.

- **En función de las ventas**

De acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \text{Costos variables totales/ventas totales}}$$

Se efectúa el siguiente resultado

$$\frac{71.454,65}{1 - 124.107,33/346.884,05}$$

En función de ventas: **\$111.261,53**

- **En función de unidades**

De acuerdo a la siguiente fórmula:

$$PE = \left( \frac{CF}{PVq - CVq} \right)$$

Se establece el siguiente valor:

$$PE = \left( \frac{71.454,65}{1.53 - 0.54} \right)$$

Punto de equilibrio en función de unidades: **72.267 cajas de té de guayusa de 36g**

- **Análisis del punto de equilibrio**

El punto de equilibrio para el año 1 se produce cuando se trabaja a una capacidad de 32,07% y tiene un valor en ventas de \$111.261,53 dólares, se debe vender 72.267 cajas de té de guayusa de 36g para no generar pérdidas, en este punto la organización no gana ni pierde.

### **5.11.2 Valor Actual Neto**

“El VAN determina el valor presente de una determinada suma actualizada de todos los flujos netos de cada período que se origina por una inversión”. Consiste en una estimación de la rentabilidad del proyecto. Tiene la siguiente fórmula.

**Fórmula:**

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

**Dónde:**

VAN: Valor actual neto

FN: Flujo neto

i: Tasa de descuento

n: número de años del proyecto

Io: Inversión Inicial

Para determinar el Valor Actual Neto se debe calcular la tasa de descuento respecto al capital propio y al crédito establecido por la institución financiera.

**Tabla 70-5:** Tasa de descuento

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>TASA DE INTERÉS</b>	<b>PROMEDIO PONDERADO DE FINANCIACIÓN</b>
Capital propio	\$265.497,03	72,81%	6,75%	4,92%
Banco del Pacífico	\$99.124,10	27,19%	10,78%	2,93%
<b>TOTAL</b>	<b>\$364.621,13</b>	<b>100,00%</b>		<b>7,85%</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 71-5:** Cálculo del VAN

<b>AÑOS</b>	<b>FNE</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>FNE ACTUALIZADOS</b>	<b>FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS</b>
0	-\$ 265.497,03	1,000000	-\$ 265.497,03	-\$265.497,03
1	\$91.959,31	0,927252	\$85.269,43	-\$180.227,60
2	\$95.858,66	0,859796	\$82.418,87	-\$97.808,73
3	\$99.793,61	0,797247	\$79.560,17	-\$18.248,55
4	\$103.756,74	0,739249	\$76.702,05	\$58.453,50
5	\$175.636,64	0,685470	\$120.393,61	<b>\$178.847,11</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- Análisis del VAN**

El Valor Actual Neto calculado es mayor a 0 por lo que demuestra la viabilidad del proyecto para la producción y comercialización del té de guayusa, el resultado da un VAN positivo es de \$ 178.847,11 dólares.

### 5.11.3 Tasa Interna de Retorno

La TIR refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante la vida útil de 5 años. Se considera aceptable una inversión si la tasa interna de retorno es mayor o igual a la tasa de rendimiento esperada por el inversionista. Para ello se aplica la misma fórmula del VAN a fin de despejar e identificar el interés que dispondrá el proyecto.

**Tabla 72-5:** Cálculo de la TIR

INVERSIÓN	FNE1	FNE2	FNF3	FNF4	FNF5
-\$265.497,03	\$91.959,31	\$95.858,66	\$99.793,61	\$103.756,74	\$175.636,64
<b>TIR=</b>	<b>28,38%</b>				

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

- Análisis de la TIR

La tasa interna de retorno es del 28,38%, mayor a la tasa de descuento por lo que se puede concluir que el proyecto es factible

### 5.11.4 Periodo de recuperación de la inversión

Es un instrumento que da a conocer el tiempo exacto de recuperación, del total de la inversión. Para conocer este dato es preciso tomar los flujos netos de los años proyectados en conjunto con la inversión inicial, para posteriormente sumar o acumular dichos valores hasta el tiempo del proyecto.

Para mayor exactitud es necesario tomar en consideración la siguiente fórmula:

$$PRI = \left( \frac{Io}{F} \right)$$

**Dónde:**

**Io:** Inversión inicial

**F:** flujo de caja anual



**Tabla 73-5:** Período de recuperación de la inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 265.497,03	1,000000	-\$ 265.497,03	-\$265.497,03
1	\$91.959,31	0,927252	\$85.269,43	-\$180.227,60
2	\$95.858,66	0,859796	\$82.418,87	-\$97.808,73
3	\$99.793,61	0,797247	\$79.560,17	-\$18.248,55
4	\$103.756,74	0,739249	\$76.702,05	\$58.453,50
5	\$175.636,64	0,685470	\$120.393,61	<b>\$178.847,11</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 74-5:** Cálculo del PRI

DETALLE	PERIODO RECUPERACIÓN
PRI=	$3 \wedge \{  -18.248,55/76.702,05  * 12 \}$
PRI=	3^0,024
PRI=	<b>3 años, 3 meses</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- Análisis del PRI

El período de recuperación de la inversión que le tomará al Eco Guayusa será de 3 años, 3 meses inferior a la vida útil del proyecto demostrando que el proyecto es rentable.

### 5.11.5 Relación beneficio costo

“Es una técnica donde se determina la conveniencia del proyecto, el cual refleja cuanto se recupera por cada dólar que se invierte. Si este es superior a 1, es aceptable el proyecto”.

**Fórmula:**

$$B/C = \frac{VAN}{VAP}$$

**Tabla 75-5:** Relación beneficio costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	\$ 0,00	-\$ 265.497,03
1	0,927252	\$91.959,31	\$85.269,43	\$ 0,00
2	0,859796	\$95.858,66	\$82.418,87	\$ 0,00
3	0,797247	\$99.793,61	\$ 9.560,17	\$ 0,00
4	0,739249	\$103.756,74	\$76.702,05	\$ 0,00
5	0,685470	\$175.636,64	\$120.393,61	\$ 0,00
			\$444.344,14	

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

**Tabla 76-5:** Cálculo de la relación beneficio costo

DETALLE	VALOR TOTAL
RBC=	\$ 444.344,14
RBC=	\$265.497,03
<b>RBC=</b>	<b>\$1,67</b>

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Díaz, Nayla, 2022.

- Análisis de la relación beneficio costo

La relación beneficio costo del proyecto es de \$0,67, es decir que por cada dólar que Eco Guayusa invierta en ventas se obtiene este beneficio, por tal motivo se acepta el proyecto ya que genera rentabilidad.

### 5.11.6 Balance general proyectado

El balance general proyectado de Eco Guayusa refleja la situación financiera general de la organización, como la información relevante de sus activos, pasivos y patrimonio, por medio de este estado financiero se puede determinar que el proyecto para realizar la producción y comercialización del té de guayusa es factible, ya que el balance general demuestra que durante el periodo de 5 años la empresa es saludable y generara rentabilidad.

**Tabla 77-5:** Balance general proyectado

<b>DETALLE</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Corriente</b>	<b>\$173.826,48</b>	<b>\$99.142,86</b>	<b>\$103.086,03</b>	<b>\$107.065,07</b>	<b>\$111.072,56</b>	<b>\$182.997,08</b>
Caja	\$166.686,48	\$91.959,31	\$95.858,66	\$99.793,61	\$103.756,74	\$175.636,64
Inventarios Mercadería	\$7.140,00	\$7.183,55	\$7.227,37	\$7.271,46	\$7.315,82	\$7.360,44
<b>Activo Fijo</b>	<b>\$184.894,65</b>	<b>\$173.844,72</b>	<b>\$162.794,79</b>	<b>\$151.744,86</b>	<b>\$140.694,92</b>	<b>\$129.644,99</b>
Terrenos	\$63.700,00	\$63.700,00	\$63.700,00	\$63.700,00	\$63.700,00	\$63.700,00
Edificio	\$55.500,00	\$55.500,00	\$55.500,00	\$55.500,00	\$55.500,00	\$55.500,00
Equipo de Oficina	\$337,00	\$337,00	\$337,00	\$337,00	\$337,00	\$337,00
Maquinaria	\$49.142,69	\$49.142,69	\$49.142,69	\$49.142,69	\$49.142,69	\$49.142,69
Mobiliario	\$1.762,96	\$1.762,96	\$1.762,96	\$1.762,96	\$1.762,96	\$1.762,96
Vehículos	\$12.500,00	\$12.500,00	\$12.500,00	\$12.500,00	\$12.500,00	\$12.500,00
Equipo de Cómputo	\$1.952,00	\$1.952,00	\$1.952,00	\$1.952,00	\$1.952,00	\$1.952,00
(-) Depreciaciones	\$ -	\$11.049,93	\$22.099,86	\$33.149,80	\$44.199,73	\$55.249,66
<b>Activo Diferido</b>	<b>\$5.900,00</b>	<b>\$4.720,00</b>	<b>\$3.540,00</b>	<b>\$2.360,00</b>	<b>\$1.180,00</b>	<b>\$ -</b>
Gastos Diferidos	\$5.900,00	\$5.900,00	\$5.900,00	\$5.900,00	\$5.900,00	\$5.900,00
(-) Amortizaciones	\$ -	\$1.180,00	\$2.360,00	\$3.540,00	\$4.720,00	\$5.900,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$364.621,13</b>	<b>\$277.707,58</b>	<b>\$269.420,82</b>	<b>\$261.169,92</b>	<b>\$252.947,48</b>	<b>\$312.642,07</b>
<b>Pasivo</b>	<b>\$99.124,10</b>	<b>\$83.137,91</b>	<b>\$65.428,40</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Corriente		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>No Corriente</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

Crédito L/P	\$99.124,10	\$99.124,10	\$83.137,91	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización del crédito		\$15.986,19	\$17.709,50	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Patrimonio</b>	<b>\$265.497,03</b>	<b>\$290.285,24</b>	<b>\$401.046,21</b>	<b>\$499.977,58</b>	<b>\$605.015,43</b>	<b>\$784.296,07</b>
Capital Social	\$265.497,03	\$194.569,67	\$203.992,41	\$261.169,92	\$252.947,48	\$312.642,07
Resultado del Ejercicio	\$ -	\$95.715,57	\$101.338,23	\$107.182,26	\$113.260,28	\$119.586,05
Resultados Acumulados	\$ -	\$ -	\$95.715,57	\$131.625,39	\$238.807,66	\$352.067,94
<b>TOTAL PASIVOS +PATRIMONIO</b>	<b>\$364.621,13</b>	<b>\$277.707,58</b>	<b>\$269.420,82</b>	<b>\$261.169,92</b>	<b>\$252.947,48</b>	<b>\$312.642,07</b>

---

**Fuente:** Investigación de campo, 2022.

**Realizado por:** Díaz, Nayla, 2022.

**Nota:** En el año 3 debido a la gran cantidad de estados resultados acumulados se decide cancelar el crédito en su totalidad.

- Análisis del balance general proyectado

El balance general proyecto es de gran ayuda para la toma de decisiones con respecto a inversiones, estrategias de ventas, planeación de pagos, verificación de préstamos, adquisiciones etc., por último, se determina que los recursos se han administrado correctamente por lo que las futuras operaciones se van a manejar de forma eficiente dentro de la organización.

De acuerdo a los valores efectuados en el balance proyectado se determina que el total activos tendrá un crecimiento significativo llegando al año 5 con un valor de \$312.642,07 es decir es el dinero que la organización posee para hacer frente a sus pasivos. El total de activos fijos es un bien que tiene la organización y están destinados a ser un soporte, los activos fijos se deprecian es decir reduce el valor por lo cual para el año 1 el valor de activos fijos es de \$184.894,65 y para el año 5 el valor desciende a \$129.644,99 dólares.

En base a los pasivos son las obligaciones que debe cubrir como préstamos bancarios, el crédito que será otorgado por el Banco del Pacífico para Eco Guayusa es de \$99.124,10 dólares llegando a cancelar el valor total del prestamos en el año 3 por un valor de \$65.428,40, por otra parte el capital social es de \$265.497,03 un valor monetario que se aporta al momento de crear la organización, por último el valor del total pasivos más patrimonio del año 1 es \$364.621,13, el valor efectuado representa la situación financiera de la organización dando resultados positivos ya que para el año 5 el valor asciende a \$312.642,07, cuadrando así el balance general.

## **5.12 Impacto social y ambiental**

### **5.12.1 Impacto social**

El proyecto realizará sus actividades para la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza, donde se pretende generar un impacto social positivo a los habitantes del sector.

- Generar nuevas fuentes de empleo para los habitantes de la parroquia tanto en el área de producción como la administrativa, se pretende llegar acuerdos con productores de la zona para que ellos distribuyan la materia prima a la organización, se pretende contratar personal del sector para que realice las diferentes actividades relacionadas con la transformación y la comercialización del producto.

- Apoyo a la economía de los productores locales a través de la compra de hojas de guayusa las cuales serán adquiridas por un precio justo y estandarizado, ofreciendo al productor tranquilidad y estabilidad.
- La implementación de la empresa Eco Guayusa en la parroquia El Triunfo permitirá un mayor comercio en la parroquia reactivando la economía del sector, además impulsará a la creación de nuevos emprendimientos en la parroquia El Triunfo.
- El propósito de crear un té a base de guayusa es que será 100% orgánico, un producto amazónico que entrará al mercado con el fin que los consumidores potenciales que estén acostumbrados a consumir diferentes tipos de infusiones aromáticas adquieran productos nacionales de referencia amazónicos, con el fin es incentivar al consumidor a adquirir productos nutricionales y medicinales que beneficien su salud y la de sus familias.

### ***5.12.2 Impacto ambiental***

Se identifica los principales impactos ambientales que tendrá la creación de una empresa para la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia El Triunfo, por lo que se implementará acciones correctivas que minimicen los riesgos ambientales

Lo que se busca por medio del estudio ambiental es controlar y mitigar los impactos negativos ambientales que pueden surgir debido a las diferentes actividades que se realiza al momento de producir el té de guayusa, además se de cumplir con la normativa vigente establecida por el estado en relación al impacto ambiental que puedan generar la organización

A continuación, detallo los aspectos ambientes importantes que inciden en la fabricación del producto.

- Consumo de energía eléctrica, Eco Guayusa buscara soluciones para no consumir mucha electricidad, se implementarán paneles solares los mismo que bridaran energía eléctrica natural, a pesar de querer reducir el consumo de energía eléctrica algunas maquinarias necesitan alto voltaje por lo que las instalaciones se realizarán bajo las normas de seguridad y por profesionales en el área.

- Reciclaje, se procederá a clasificar los desechos orgánicos e inorgánicos, identificando aquellos que se deben desechar como también aquellos que se puede reciclar como es el papel, plásticos, entre otros.
- Se busca cumplir con la normativa de funcionamiento impartida por el cuerpo de bomberos de GADMC-PASTZA
- Se implementará la señalización correspondiente en toda el área de trabajo para evitar cualquier tipo de accidente laboral.
- Eco guayusa pretende ser una empresa carbono neutral, al emitir gases de efecto invernadero, trata de reducir sus emisiones comenzando con la maquinaria la cual debe contar con filtraciones y extracciones de emisiones, también realizara proyectos fuera de la empresa como la conservación y restauración de los bosques.

Contralar el impacto ambiental mejorará la competitividad de la empresa y por tanto su imagen corporativa crecerá, además el producto al ser elaborado bajo estándares ambientales y normas de calidad su oferta es mucho más amplia ya que el producto se encuentra libre de contaminantes y es del agrado de los consumidores.

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES

Al concluir exitosamente con el desarrollo del marco teórico se pudo obtener información para perfeccionar el proceso de producción y comercialización del té de guayusa, además de definir las principales directrices para ejecutar el estudio planteado, este documento sirve para futuras investigaciones ya que será una guía técnica relacionado con la producción y comercialización del té de guayusa.

Mediante la aplicación de diferentes técnicas e instrumentos investigativos se llevó a cabo un estudio de mercado en el lugar a ejecutarse el proyecto, generando un resultado positivo para la comercialización y producción de esta planta ornamental y medicinal en la zona. Gracias a este estudio se determinó la factibilidad del proyecto generando una aceptación por parte de los consumidores en un 89% y por parte de los productores el 77% de aceptación. Por medio del análisis del Chi-cuadro, se comprobó que la inexistencia de un proyecto de factibilidad si repercute en la óptima producción y comercialización sostenible y asociativa, del té guayusa en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza, dando como resultado la factibilidad de implementar el proyecto en la zona de estudio.

Se determino la factibilidad y rentabilidad que tendrá la comercialización del té de guayusa mediante el estudio de mercado, técnico y financiero se determinó que existe una demanda insatisfecha del producto en el primer año de 227.312,18 habitantes que están dispuestos adquirir el té de guayusa en presentación de caja, de igual forma al calcular la evaluación financiera se obtuvo un VAN positivo de \$178.847,11 dólares y un TIR de 28,38%, los resultados determinan que la producción y comercialización del té de guayusa en la parroquia el Triunfo es factible dando así la apertura y confianza de invertir en este proyecto.



## **6.1 RECOMENDACIONES**

Se recomienda utilizar el documento como una guía técnica en futuras investigaciones relacionadas con proyectos de producción y comercialización

Realizar continuamente estudios de mercado a fin de crear estrategias adecuadas de comercialización de tal manera conocer los gustos, preferencias y necesidades de los consumidores y que los resultados obtenidos permitan la determinación de toma de decisiones eficientes que aporten al sector y a la empresa.

Se recomienda revisar la evaluación financiera por parte de los inversionistas para que consideren los flujos netos a obtener y la oportunidad sobre otro tipo de inversión, además de un seguimiento de los procesos y actividades que se desarrollan en la empresa, las cuales deben estar orientadas a la filosofía empresarial e incluso cumplir con las entidades gubernamentales a la cual se rige la organización.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acosta de la Luz, L. (2005). Cultivo de plantas medicinales, su producción agroecológica. *SciELO*, 10, 3-4. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/pla/v10n3-4/pla013-405.pdf>
- Alibaba Group. (2022). *Máquina de envasado automático de bolsas de té de alta velocidad*. Recuperado de: <https://spanish.alibaba.com/p-detail/high-62020629681.html?spm=a2700.8699010.29.22.1e1032f8p2GwwO>
- Alvarado, E. (2016). *Guía técnica del cultivo de guayusa*. Recuperado de: <https://docplayer.es/89866125-Guia-tecnica-del-cultivo-de-guayusa.html>
- Anavitarte, E. (2015). *El Diseño de Investigación No Experimental*. Recuperado de: <https://academia-lab.com/2015/01/15/el-diseno-de-investigacion-no-experimental/#Colof%C3%B3n>
- Añez, J. (2023). *Economía 360*. Recuperado de: <https://www.economia360.org/diagrama-de-flujo/>
- ARCSA. (2014). *Guía de requisitos que se requieren para la obtención del permiso de funcionamiento*. Recuperado de: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Guia-Requisitos-que-se-requieren-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento.pdf>
- ARCSA. (2015). *Normativa técnica sanitaria productos de uso*. Recuperado de: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/NORMATIVA-TECNICA-SANITARIA.pdf>
- ARCSA. (2022). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. Recuperado de: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/#:~:text=El%20Permiso%20de%20Funcionamiento%20es,establecimientos%20de%20servicios%20de%20salud>
- Arechavaleta, E. (2015). Estrategias de comercialización. *Tendencias de Innovación en la Ingeniería de Alimentos*, 169-195.
- Ayala, M. (2020). *Diseño transversal: características, ventaja, tipos, ejemplos*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/disenio-transversal/>
- Barreto & Ojeda, L. (2013). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora de Té de Hoja de Noni y menta en el Cantón Loja*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja). Recuperado de: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12954/1/Johanna%20Vanessa%20Barreto%20Poma%20Ligia%20Elena%20Ojeda%20Benavides.pdf>

- Blanco, M., Ganduglia, F., & Rodríguez, D. (2018). *El mercado y la comercialización*. Recuperado de: <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>
- Bravo, I., & Ortiz, J. E. (2022). *Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de té de hojas de guanábana (Annona muricata) y su comercialización en la ciudad de Santo Domingo*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato). Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34952/1/CAL%20002.pdf>
- Briceño, P. (2021). *Evaluación de proyectos de inversión*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/172630>
- Cabanilla, M. C. (2018). Empresas No tradicionales de productos alimenticios orgánicos y su gestión estratégica. *Scielo*, 1-4. Recuperado de: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Cámara Marítima del Ecuador. (23 de Agosto de 2022). Seis empresas integran consorcio para la promoción externa de la guayusa. *CAMAE*, 1. Recuperado de: <http://www.camae.org/amazonia/seis-empresas-integran-consorcio-para-la-promocion-externa-de-la-guayusa/>
- Choquehuayta, S. (2021). *Componentes del estudio de factibilidad de un proyecto*. Lima : Universidad César Vallejo .
- Código del Trabajo. (2012). *Comisión de legislación y codificación*. Recuperado de: <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Código del Trabajo. (2020). *Derecho Ecuador*. Recuperado de: [https://derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file\\_1604679569\\_1604679577.pdf](https://derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf)
- Constitución de la República del Ecuador. (2008, 13 de julio). *Decreto Legislativo*. Recuperado de: [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Echeverría, E. R. (2022). *Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de alimentos liofilizados*. Quito : PUCESA.
- Ekos. (2022). Ecuador tiene el 98% de la producción mundial de guayusa. *EKOS*, 1-4. Recuperado de: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/ecuador-tiene-el-98-de-la-produccion-mundial-de-guayusa>

- FAO. (2022). *Agiricultura Orgánica*. Recuperado de:  
<https://www.fao.org/3/ad818s/ad818s03.htm>
- Franco, W. (2018). Guayusa, reto y oportunidad. *Research Gate*, 1-25. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/profile/Wilfredo-Franco/publication/333560733\\_GUAYUSA\\_RETO\\_Y\\_OPORTUNIDAD/links/5cf3f6e392851c4dd023fb1f/GUAYUSA-RETO-Y-OPORTUNIDAD.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Wilfredo-Franco/publication/333560733_GUAYUSA_RETO_Y_OPORTUNIDAD/links/5cf3f6e392851c4dd023fb1f/GUAYUSA-RETO-Y-OPORTUNIDAD.pdf)
- Franco, W. (2018). *Guayusa, reto y oportunidad*. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/profile/Wilfredo-Franco/publication/333560733\\_GUAYUSA\\_RETO\\_Y\\_OPORTUNIDAD/links/5cf3f6e392851c4dd023fb1f/GUAYUSA-RETO-Y-OPORTUNIDAD.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Wilfredo-Franco/publication/333560733_GUAYUSA_RETO_Y_OPORTUNIDAD/links/5cf3f6e392851c4dd023fb1f/GUAYUSA-RETO-Y-OPORTUNIDAD.pdf)
- Gad Parroquial Rural de la parroquia El Triunfo. (15 de Noviembre de 2022). *Plan de Ordenamiento Territorial 2019-2022*. Recuperado de:  
<https://www.triunfopastaza.gob.ec/wp-content/uploads/2022/07/pdyot-final.pdf>
- GADMC-PASTAZA. (2023). *Trámite para certificado ambiental*. Recuperado de:  
<https://www.gob.ec/gadmc-pastaza/tramites/certificado-ambiental-control-medidas-tecnicas-ambientales>
- Garrido, W. B. (2021). *Diseño de una empresa productora de Té de guayusa en la ciudad de Tena*. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/57726>
- Garzón, L. (2016). Conocimiento tradicional sobre las plantas medicinales de yarumo (*cecropia sciadophilla*) y uña de gato en el resguardo indígena de Macedonia, Amazonas . *Scielo*, 43(1). Recuperado de:  
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:L76tJDLOjYAJ:www.scielo.org.co/pdf/luaz/n43/n43a17.pdf&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec&client=avast-a-1>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón El Triunfo. (2020, 20 de Junio). *Plan de Ordenamiento Territorial del cantón El Triunfo 2020-2023*. Recuperado de:  
<https://puyo.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/departamentos/planificacion/pdot/pdot-pastaza-2020-2030.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Pastaza. (2020, 25 de Junio). *Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Pastaza 2020-2023*. Recuperado de:  
<https://puyo.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/departamentos/planificacion/pdot/pdot-pastaza-2020-2030.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Pastaza. (2019). *Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Provincia De Pastaza*. Recuperado de:  
[https://pastaza.gob.ec/planificacion/pdot\\_pastaza\\_2019.pdf](https://pastaza.gob.ec/planificacion/pdot_pastaza_2019.pdf)

- González, A. (2018). *Emprende pyme*. Recuperado de: <https://emprendepyme.net/plan-de-comercializacion.html>
- Guevara, G. (2020). *Revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>
- Hogan, V. (2021). *La Planta Sagrada del Pueblo Kichwa Amazónico: la Guayusa*. Recuperado de: <https://www.humansforabundance.com/post/la-planta-sagrada-del-pueblo-kichwa-amazonico-la-guayusa>
- INDUMEI. (2022). *Venta de maquinaria*. Recuperado de: <https://www.indumei.com/what-we-do>
- INEC. (2010). *Fasículo Provincial Pastaza*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pastaza.pdf>
- INEC. (2010). *Población, superficie (km<sup>2</sup>), densidad poblacional a nivel parroquial*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Jezl Auditores. (2023). *Tabla sueldos mínimos 2023*. Recuperado de: <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/12/1.-Salarios-Minimos-Sectoriales-2023.xlsx>
- Jiménez, A. R. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>
- Jimenez, M. (2019). *Qué es el Valor Actual Neto*. Recuperado de: <https://cursos.com/blog/van/>
- Krause, T., & Ness, B. (2017). Energizing agroforestry: Ilex guayusa as an additional commodity to diversify amazonian agroforestry systems. *International Journal of Biodiversity Science, Ecosystem, 13:1, 191-203*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/21513732.2017.1303646>
- Larrea Arias, O., & Rodríguez Larrea, C. (2015). *Análisis de la demanda en la parroquia urbana la puntilla para la producción y comercialización de un Té orgánico a base de guayusa, año 2015*. (Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16295/1/TEISIS%20TE%20DE%20GUAYUSA%20ING%20ORLANDO%20LARREA%20ECON%20CESAR%20RODRIGUEZ.pdf>
- León, J. (2017). *¿Población o muestra?* Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662017000400014](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014)
- Ley de seguridad Social. (2020). *Ley de Seguridad Social, Normas Generales*. Recuperado de: [https://www.iess.gob.ec/documents/10162/2903501/I.2+Base\\_Legal+Ley+de+Seguridad+Social+2001-55.pdf](https://www.iess.gob.ec/documents/10162/2903501/I.2+Base_Legal+Ley+de+Seguridad+Social+2001-55.pdf)
- López, M. (2018). *Estudio administrativo*. Recuperado de: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

- Mendoza & Hernández. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cualitativa-cualitativa-mixta*. México : Mc Graw -Hill.
- Meneses, J. (2016). *El cuestionario*. Recuperado de: <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Mesquita, R. (2017). *¿Qué es Payback y cómo calcular el de tu empresa?*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/payback/>
- Ministerio de producción, C. (2022). *La guayusa ecuatoriana contará con un consorcio de promoción de exportaciones*. Recuperado de: <https://www.produccion.gob.ec/la-guayusa-ecuatoriana-contara-con-un-consorcio-de-promocion-de-exportaciones/>
- Muñoz, C. (2015). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México : Pearson .
- Ortega, A. (2018). *Enfoque de Investigación*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)
- Pacheco, E., & Pérez, J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/116948>
- Periódico Digital del Partido Comunista de Vietnam. (10 de Enero de 2023). Las exportaciones de té registran un crecimiento de dos dígitos en 2022. *Periódico Digital del Partido Comunista de Vietnam*. Recuperado de: <https://es.dangcongsan.vn/vietnam-la-aspiracion-de-ser-un-pais-prospero/las-exportaciones-de-te-registran-un-crecimiento-de-dos-digitos-en-2022-11233.html>
- Plan de Creación de Oportunidades. (2021). *Eje Económico y Generación de Empleo*. Recuperado de: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025-de-ecuador>
- Quiroa, M. (2022). *Que son los estudios de factibilidad*. Recuperado de: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-los-estudios-de-factibilidad#la-importancia-de-realizar-un-estudio-de-factibilidad>
- Radice , M., & Vidari, G. (12 de Noviembre de 2007). *Caracterización fitoquímica de la especie Ilex guayusa Loes y elaboración de un prototipo de fitofármaco de interés comercial*. Recuperado de: <https://lagranja.ups.edu.ec/index.php/granja/article/view/6.2007.01>
- Ramírez, P. (2022). *Van y TIR: Concepto, diferencias y cómo calcularlos*. Recuperado de: <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>
- Reinoso Mosquera, E. A. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de papas en la parroquia San Andrés, cantón Guano, Provincia de Chimborazo*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/16327/1/22T0784.pdf>

- Riofrío, P., Viñán, J., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). *Proyecto de Inversión: un enfoque práctico*. Recuperado de: <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf>
- Rubio, A. N. (2021). *Conoce los pormenores de la macro y micro localización de un proyecto*. Recuperado de: <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion>
- SRI. (2021). *RUC, Personas Naturales*. Recuperado de: <https://www.sri.gob.ec/ruc-personas-naturales#:~:text=Es%20un%20instrumento%20que%20tiene,informaci%C3%B3n%20a%20la%20Administraci%C3%B3n%20Tributaria>
- Stevens, R. (2022). *¿Qué es el Valor presente y Valor futuro?* Recuperado de: <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3632678-que-valor-presente-futuro-formulas-ejemplos>
- Tapia, A. (2021). *¿Qué es una guía de entrevista en una investigación?* Recuperado de: <https://aleph.org.mx/que-es-una-guia-de-entrevista-en-una-investigacion>
- Terrazas, R. (2019). Modelo conceptual para la gestión de proyectos. *Redalyc*, 1-25. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160009.pdf>
- Thompson, I. (2020). *Organigramas estructurales*. Recuperado de: [https://epsu.edu.ec/media/attachments/2020/04/21/b2\\_lectura\\_3.pdf](https://epsu.edu.ec/media/attachments/2020/04/21/b2_lectura_3.pdf)
- USAID. (2010). *Plantas Medicinales y Aromáticas: Una Alternativa de producción comercial. USAID del Pueblo de los Estados Unidos de América*, 1-60. Recuperado de: [https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/plantas\\_medicinales.pdf](https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/plantas_medicinales.pdf)
- Vargas, R. (2019). *Analytical Hierarchy Process, Earned Value and other Project Management Themes*. Recuperado de: [https://rvdownloads.s3.amazonaws.com/uploads/downloads/books/ricardo\\_vargas\\_articles\\_compendium-third-edition.pdf](https://rvdownloads.s3.amazonaws.com/uploads/downloads/books/ricardo_vargas_articles_compendium-third-edition.pdf)
- Zamora, D., Guzmán, V., Cordero, M., & Sánchez, E. (2019). *Sistemas de producción. Análisis de las actividades primarias de la cadena de valor*. Recuperado de: [https://books.google.com.ec/books?id=qj64DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=QUE%20ES%20LA%20PRODUCCI%C3%93N+EN+UNA+EMPRESA&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=QUE%20ES%20LA%20PRODUCCI%C3%93N+EN+UNA+EMPRESA&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=qj64DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=QUE%20ES%20LA%20PRODUCCI%C3%93N+EN+UNA+EMPRESA&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=QUE%20ES%20LA%20PRODUCCI%C3%93N+EN+UNA+EMPRESA&f=false)



## ANEXOS

### ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA DE LOS PRODUCTORES



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE  
CHIMBORAZO  
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS**



### ENCUESTA PRODUCTORES

**DIRIGIDO:** A los productores de la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

**OBJETIVO:** Verificar si es factible la producción de guayusa considerando a los productores de la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza como futuros proveedores de la misma.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una x la respuesta que considere oportuna de acuerdo a su criterio.

Saludos cordiales, le invitamos a contestar con la mayor seriedad el siguiente cuestionario a fin de obtener información valiosa y confiable que será de uso oficial y de máxima confidencialidad

#### DATOS INFORMATIVOS:

**EDAD:** \_\_\_\_\_

**GENERO:**

**Masculino**

**Femenino**

**Otro**

**1. ¿En qué entorno se desarrolla su producción de guayusa?**

Opción	Alternativa
Colectivo (Asociación)	
Individual	
Familiar	
Colaborativo	
Otros (especifique).....	



2. ¿Cuál es la relación que mantiene respecto a la propiedad en el que se desarrolla su producción?

Opción	Alternativa
Propietario	
Arrendatario	
Colectivo	
Otros (especifique).....	

3. ¿Cuál es la extensión aproximada de sembríos de guayusa que tiene su producción?

Opción	Alternativa
1 hectárea	
2 hectáreas	
3 hectáreas	
4 hectáreas	
5 hectáreas	
Más de 5 hectáreas	

4. ¿Cuál es la cantidad del personal que intervienen en el proceso productivo?

Opción	Alternativa
Entre 2 y 4 personas	
Entre 4 y 6 personas	
Entre 6 y 8 personas	
Entre 8 y 10 personas	
Más de 10 personas	

5. ¿Cuál fue la inversión aproximada que se realizó respecto a la producción existente?

Opción	Alternativa
\$500-\$2.000	
\$2.000-\$4.000	
\$4.000-\$6.000	
\$6.000-\$8.000	
\$8.000-\$10.000	
Más de \$10.000	

6. En orden de preferencia califique ¿cuáles son las limitaciones que ha tenido usted frente a la producción de guayusa?

Opción	Alternativa
Transporte	
Precio de venta	
Técnicas de venta	
Capacitaciones de Producción	
Insumos agrícolas	
Otros (especifique).....	

7. ¿Cada qué periodo de tiempo cosecha sus sembríos de guayusa?

Opción	Alternativa
Cada 1 mes	
Cada 2 meses	
Cada 3 meses	
Cada 4 meses	
Cada 5 meses	
Más de 6 meses	

**8. Según su extensión de sembríos, ¿cuál es la cantidad mensual aproximada de su producción de guayusa?**

<b>Opción</b>	<b>Alternativa</b>
De 1 a 5 sacos de 50kg	
De 6 a 10 sacos de 50kg	
De 11 a 15 sacos de 50kg	
De 16 a 20 sacos de 50kg	
Más de 20 sacos de 50kg	

**9. Según el producido mensual de sus sembríos. ¿qué porcentaje de la producción utiliza para su comercialización?**

<b>Opción</b>	<b>Alternativa</b>
25%	
50%	
75%	
100%	

**10. ¿Con qué frecuencia comercializa sus hojas de guayusa?**

<b>Opción</b>	<b>Alternativa</b>
Cada 1 mes	
Cada 2 meses	
Cada 3 meses	
Cada 4 meses	
Cada 5 meses	
Más de 6 meses	

**11. En base a su comercialización, genere un porcentaje mensual de las personas que adquieren su producción.**

Opción	Alternativa
Consumidor Final	
Centros de Acopio	
Intermediarios	
Asociaciones	
Otros (especifique).....	

**12. ¿Cuál es el precio promedio de venta de 1 saco de guayusa de 50kg?**

Opción	Alternativa
De \$25,00 a \$30,00	
De \$30,00 a \$35,00	
De \$40,00 a \$45,00	
Más de \$ 45,00	

**13. Del sector productivo, ¿qué instituciones u organismo le han colaborado en el desarrollo de su producción de las hojas de guayusa?**

Opción	Alternativa
Institución Publica	
Institución Privada	
ONG	
Fundaciones sin fines de lucro	
Ninguna	

**14. ¿Le gustaría vender su producción a una empresa donde le ofrezcan un precio justo y estandarizado por su producción?**

Opción	Alternativa
Definitivamente si	
Quizás si	
Quizás no	
Definitivamente no	

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

**ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA DE LOS CONSUMIDORES**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE  
CHIMBORAZO  
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS**



**ENCUESTA AL CONSUMIDOR.**

**Dirigido:** A los consumidores de la parroquia Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

**Objetivo:** Determinar el grado de aceptación que tendrá la comercialización del té de guayusa en la parroquia Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza, año 2022.

**Instrucciones:** Marque con una x la respuesta que considere oportuna de acuerdo a su criterio.

Saludos cordiales, le invitamos a contestar con la mayor seriedad el siguiente cuestionario a fin de obtener información valiosa y confiable que será de uso oficial y de máxima confidencialidad.

**Datos Informativos:**

**Edad:** \_\_\_\_\_

**GENERO**

**Masculino**  **Femenino**  **Otro**

**1. ¿Con que frecuencia consume usted té (infusiones aromáticas)?**

Opción	Alternativa
Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	

**2. ¿En qué lugares compra frecuentemente el té que consume?**

Opción	Alternativa
Mercado Mayorista	
Supermercados	
Minimarket	
Tiendas del Barrio	
Otros (especifique).....	

3. ¿Cuál es la cantidad aproximada de cajas de té, que usted adquiere en cada compra?

Escala mensual.

Opción	Alternativa
De 1 a 2 caja (25 sobres de té)	
De 2 a 3 cajas (25 sobres de té)	
De 3 a 4 cajas (25 sobres de té)	
De 4 a 5 cajas (25 sobres de té)	
Más de 5 cajas (25 sobres de té)	

4. ¿Al momento de adquirir un té, cuál de las siguientes características influyen en su compra?

Opción	Alternativa
Precio	
Calidad	
Tipo de infusión aromática	
Que sea orgánico	
Información Nutricional	
Otros (especifique).....	

5. Señale en orden de preferencia el tipo de infusión aromática que le gustaría consumir.

Opción	Alternativa
Té de manzanilla	
Té de horchata	
Té verde	
Té de hierbaluisa	
Té de toronjil	
Té de cedrón	
Té de menta	
Té de guayusa	
Otros (especifique).....	

6. ¿Le gustaría consumir un té de infusión aromática a base de guayusa?

Opción	Alternativa
Si	
Tal vez	
No	

7. ¿Cuáles son las razones por la que usted consumiría té de guayusa?

Opción	Alternativa
Antioxidante (previene el envejecimiento)	
Vitaminas y minerales (magnesio, calcio, zinc, potasio, vitaminas C y D)	
Estimulante (posee teobromina)	
Energizante (activa la mente y aporta energía natural)	
Aroma (Infusión aromática)	

8. ¿Cómo preferiría usted la presentación de un té de guayusa?

Opción	Alternativa
Empacado al vacío	
Sobres en caja de 25 unidades	
Sobres individuales (doypack) con empaque	
Otros (especifique).....	

9. Frecuentemente, ¿en qué lugares le gustaría realizar la compra del Té de Guayusa?

Opción	Alternativa
Perchas de supermercados	
Tiendas del barrio	
Página web	
Redes sociales	
Otros (especifique).....	

**10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un té de guayusa debidamente procesado y empacado? Tomar en consideración la respuesta elegida en el literal 8.**

Opción	Alternativa		
	Precio	Gramos	
Empacado al vacío	De \$ 0,50 a \$1,25	50 g	
	De \$1,30 a \$1,80	100 g	
	De \$1,90 a \$2,50	150 g	
	De \$2,60 a \$3,00	250 g	
	De \$3,25 a \$5,00	350 g	
Sobres en caja	De \$ 0,50 a \$1,25	6 unidades 20 g	
	De \$1,30 a \$1,80	12 unidades 36 g	
	De \$1,90 a \$2,50	24 unidades 72 g	
Sobres individuales (doypack) con empaque	De \$2,60 a \$3,00	3 unidades 1 empaque de 375g	
	De \$3,25 a \$5,00	4 unidades 1 empaque de 500g	

**11. ¿Por cuál motivo consumiría usted un té de guayusa producido en la parroquia El Triunfo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza?**

Opción	Alternativa
Ayuda social	
Producto amazónico	
Producto 100% orgánico	
Otros (especifique).....	

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**



## ANEXO C: FORMATO DE ENTREVISTA



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE  
CHIMBORAZO  
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS**



### GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE GUAYUSA

**Objetivo:** Recopilar información relevante acerca de cómo se efectúa la producción y comercialización de la guayusa mediante la entrevista a coordinadores de empresas dedicadas a esta labor.

**MOTIVACIÓN:** Saludos cordiales, le invitamos a contestar con la mayor seriedad a la siguiente entrevista a fin de obtener información valiosa y confiable, que será de uso oficial y de máxima confidencialidad.

**Fecha:**

**Lugar:**

**Hora de inicio:**

**Hora de finalización:**

**Nombre de la entrevistadora:**

#### DATOS GENERALES

**Nombres y Apellidos del entrevistado:**

**Genero:**

Femenino( ) Masculino ( )

**Edad:**

**Ocupación actual:**

N°	GUÍA DE PREGUNTAS	RESPUESTAS
1	¿Cuál es su experiencia en tiempo respecto a la producción y comercialización de la guayusa?	
2	¿Cuántas plantas de guayusa aproximadamente siembra por hectárea?	
3	Una vez sembrada la planta de guayusa, ¿Qué tiempo tarda en alcanzar un estado de producción periódico?	
4	¿Emplea agroquímicos en la producción de guayusa?, de ser así mencione los que utiliza frecuentemente.	

<b>5</b>	¿Con que frecuencia realiza la venta de su producción y eventualmente donde la comercializa?	
<b>6</b>	¿Quién establece los precios cuando usted comercializa su producto?	
<b>7</b>	¿Cuán rentable considera usted la comercialización de este producto?	
<b>8</b>	En su mayoría, ¿Cuáles son las personas o asociaciones que compran altas cantidad de hojas de guayusa?	
<b>9</b>	¿Usted considera que el precio actual de la guayusa compensa el tiempo e inversión realizada para su producción?	
<b>10</b>	¿Usted ha recibido apoyo por parte de entidades gubernamentales para mejorar sus técnicas productivas?	
<b>11</b>	Según su criterio a que ciudades del Ecuador comercializan frecuentemente las hojas guayusa.	

**ANEXO D: TABLA SUELDOS MÍNIMOS 2023 DE LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES**

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2023
JEFE DE DPTOS. ADMINISTRATIVOS PROPIOS DE LA INDUSTRIA	B1	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900272	472,12
JEFE DE DPTOS. TÉCNICOS PROPIOS DE LA INDUSTRIA	B1	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900273	472,12
SUPERVISORES TÉCNICOS DE: CAMPO, CONTROL DE CALIDAD, LABORATORIO, MANTENIMIENTO, PLANTA, PRODUCCIÓN / PROCESOS; Y, DEMÁS SECCIONES PROPIAS DE LA INDUSTRIA	B3	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900286	469,87
ELECTRICISTA, MECÁNICO DE EQUIPOS ESPECIALIZADOS PROPIOS DE LA INDUSTRIA	C2	EN EL SECTOR DE INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900279	467,62
OPERADORES TÉCNICOS DE: PLANTA A DIÉSEL, PLANTA HIDRÁULICA Y TURBINAS, TRANSPORTADOR DE HOJAS DE TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES / MATERIALES, HOJA - MARCHITACIÓN, ZARANDEO; Y, DEMÁS EQUIPOS ESPECIALIZADOS PROPIOS DE LA INDUSTRIA	C2	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900280	467,62
TRABAJADORES TÉCNICOS DE PRODUCCIÓN: PESADOR, MOLINERO, HORNERO, CLASIFICADOR, EMBALADOR; Y, DEMÁS LABORES PROPIOS DE LA INDUSTRIA	D2	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900287	463,13
AYUDANTE DE ELECTRICISTA, MECÁNICO DE EQUIPOS ESPECIALIZADOS PROPIOS DE LA INDUSTRIA	D2	EN EL SECTOR DE INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900294	463,13
TRABAJADORES DE PRODUCCIÓN: APORCADOR, ABONADOR A MANO / MOTOR, COSECHADOR DE HOJAS, FERTILIZADOR A MANO / MOTOR, FUMIGADOR A MANO / MOTOR, LAMPERO (DRENAJES), PODADOR A MANO / MOTOR, ROZADOR, SEMBRADOR / PREPARADOR DE ALMÁCIGOS; Y, DEMÁS LABORES PROPIOS DE LA INDUSTRIA	E2	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900295	458,64
CLASIFICADOR / VERIFICADOR DE EMPAQUE DE PRODUCTOS PROPIOS DEL SECTOR	E2	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TÉ Y OTRAS HIERBAS AROMÁTICAS NATURALES	0504154900292	458,64

COORDINADOR / AFINES	B3		1930000000011	467,44
CONTADOR / CONTADOR GENERAL	C1		1910000000012	465,87
ANALISTA / AFINES	C1		1910000000013	465,87
ASESOR - AGENTE /AFINES	C1		1910000000014	465,87
TESORERO	C1		1910000000015	465,87
INSTRUCTOR / CAPACITADOR	C2		1920000000016	463,49
RELACIONADOR PÚBLICO	C2		1920000000017	463,49
LIQUIDADOR	C2		1920000000018	463,49
CAJERO NO FINANCIERO	C3		1930000000019	461,11
VENDEDOR / A	C3	INCLUYE: EMPLEADO DE MOSTRADOR, PREVENDEDOR	1930000000020	461,11
EJECUTIVO / AFINES	C3		1930000000021	461,11
CHOFER: TROLEBUSES Y VEHÍCULOS ARTICULADOS (PASAJEROS)	C1		1716950011001	691,69
CHOFER: CAMIONES PARA TRANSPORTAR MERCANCÍAS O SUSTANCIAS PELIGROSAS Y OTROS VEHÍCULOS ESPECIALES	C1		1716950012001	691,69
CHOFER: PARA TRANSPORTE ESCOLARES-PERSONAL Y TURISMO, HASTA 45 PASAJEROS	C2		1716950000003	684,43
CHOFER: PARA CAMIONES SIN ACOPLADOS	C3		1716950000004	668,31
CHOFER: TAXIS CONVENCIONALES, EJECUTIVOS	C3		1716950001004	668,31
CHOFER: PARA AUTOMOTORES ESPECIALES ADAPTADOS PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES	D2		1716950000006	653,83

**Fuente:** ( Jezl Auditores, 2023).

**ANEXO E: EVIDENCIA DE LA ENCUESTA**





epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 24 / 05 / 2023

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> NAYLA MISHHELL DÍAZ CÓRDOVA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> FINANZAS
<b>Título a optar:</b> LICENCIADA EN FINANZAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0918-DBRA-UPT-2023