



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUAYUSA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”

Tesis previa a la obtención del
Título de Ingeniero Comercial.

AUTOR:

Euler Favián Rivadeneira Zabala

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2017



CERTIFICACION

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigativo previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, de la autoría de Euler Favián Rivadeneira Zabala, titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUAYUSA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”**, ha sido realizado bajo mi supervisión y dirección cumpliendo con todas las normas y requerimientos exigidos por la universidad Nacional de Loja, en su estructura de fondo y forma, autorizando su presentación para los fines pertinentes.

Loja, Julio del 2017



Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

CARTA DE AUTORIZACIÓN **AUTORÍA** POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN, PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, Euler Favian Rivadeneira Zabala declaro ser autor del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Euler Favian Rivadeneira Zabala.

Firma:



Cédula: 1400396352

Fecha: Loja, Julio del 2017.

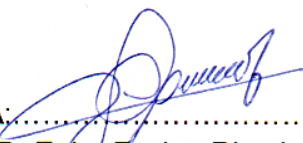
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Euler Favian Rivadeneira Zabala declaro ser el autor de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUAYUSA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016" como requisito previo para optar al Título de Ingeniero Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la misma, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 10 días del mes de julio del dos mil diecisiete, firma el autor.

FIRMA: 
AUTOR: Euler Favian Rivadeneira Zabala
CÉDULA: 1400396352
DIRECCIÓN: Macas- Morona Santiago, Calles: 13 de Abril y Clímaco Rivadeneira
CORREO ELECTRÓNICO: eulerf50@hotmail.com
TELÉFONO: 0986401248

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Oscar Gómez Cabrera. Mg	Presidente
Ing. Santiago Javier Ludeña Yaguache Mg.	Miembro
Ing. Sergio Mauricio León Pineda Mg.	Miembro

DEDICATORIA

A mi madre, mis hijos, familiares y amigos que han sido instrumento de fortaleza y sabiduría para cultivar un corazón noble en cada una de mis caminatas hacia el logro de este objetivo, con sus sabios consejos supieron guiarme por un sendero plano, fortaleciendo cada paso dado y hacer posible este anhelo.

Euler Favian Rivadeneira Zabala

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional. A mi director de tesis, Ing. Carlos Rodríguez, Msg. Por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, por sus consejos, su enseñanza y más que todo por su amistad.

A mis compañeros que han sido un soporte y fortaleza en momentos que tuvimos que trajar a lo largo de la vida académica por su paciencia y comprensión.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

a. Título:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUAYUSA Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA
EL AÑO 2016”**

b. Resumen

El presente proyecto a ejecutarse será un “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUAYUSA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016**”

En **el resumen** se detallan los principales pasos a seguir del proyecto en la creación de una empresa dedicada a elaborar Té natural a base de hojas de guayusa que contribuirá a consolidar el tejido económico de este sector, primero porque habrá apertura de fuentes de trabajo, lo que le permitirá al empleado cubrir su canasta básica; y segundo porque se da la oportunidad a los inversionistas en ejecutar este proyecto que les generará rentabilidad.

En la **introducción** se presenta un breve análisis de la situación económica de nuestro país y de nuestra provincia en cuanto se refiere a la implementación de esta nueva empresa. La **metodología** utilizada presenta las técnicas de recolección de información y los métodos de investigación que se utilizaron para presentar los resultados de este trabajo.

Se puede manifestar que existen mercados y demandas crecientes para plantas exóticas y medicinales en el mundo, en constante crecimiento que buscan alternativas de mejorar su calidad de vida y relajarse de manera natural dejando de lado los fármacos y métodos tradicionales, para lo cual

aprovechamos la oportunidad y los conocimientos en este proyecto al ver la factibilidad de incursionar con este producto al mercado.

La presente investigación se desarrolló en la provincia de Morona Santiago, su Objetivo General fue “Industrializar y Comercializar el té a base de hojas de guayusa y su comercialización en la provincia de Morona Santiago, cantón Morona.

Para determinar la factibilidad comercial se desarrolló el estudio de mercado, para lo cual se segmentó la población objeto de estudio, que como resultado se obtuvo una muestra de 397 habitantes de la Provincia de Morona Santiago, cantón Morona, lo que orientó al conocimiento de los gustos y preferencias de la población. Para alcanzar tal conocimiento se aplicó la observación y la encuesta para conocer los parámetros del mercado en cuanto a producción y comercialización.

En cuanto a la ingeniería del proyecto se presenta el proceso productivo con todas las fases.

Para el estudio de mercado se utilizó la población económicamente activa en la provincia de Morona Santiago que es 41.155 habitantes, según el censo poblacional del 2010, dato que se proyectó para cinco años, luego de la tabulación de las encuestas se determinó las diferentes demandas, como la

efectiva que tenemos 2'972,701.87 sobres de té de guayusa, en el primer año, siendo los usuarios que comprarán el producto a la nueva empresa, como demanda insatisfecha anual tenemos 2'768.452,87 sobres de té de guayusa. En el caso de la oferta no existen empresas que produzcan y comercialicen té de guayusa en la provincia de Morona Santiago, los datos para el estudio de mercado se obtuvieron de productos de similares características como es el té de hierbas aromáticas.

En cuanto al estudio técnico la empresa tendrá una capacidad instalada de 850.080 sobres de té de guayusa y trabajará con una capacidad del 78% en el primer año, en cuanto al estudio administrativo y legal, la razón social de la empresa será "**HOJAS DE GUAYUSA CIA. LTDA.**" su constitución compañía limitada, también se elaboraron los organigramas y manual de funciones para el desarrollo de las actividades por parte de cada uno de los trabajadores.

El estudio financiero da a conocer la inversión total del proyecto que es de USD \$ 23.772,24 dólares de Estados Unidos de América, contará con el 30% de capital propio y el 70% capital ajeno, financiado mediante el Banco Procredit, con una tasa de interés del 12 % anual.

Dentro de la evaluación financiera se determinó que el proyecto sí es factible de acuerdo a los índices económicos como son: El valor actual neto USD \$ 30.915,42 dólares de Estados Unidos de América, la tasa interna de retorno

49,26%, relación beneficio costo, por cada dólar invertido obtendré un beneficio de USD \$ 0.41 centavos de dólar de Estados Unidos de América, período de recuperación del capital, 2 años, 3 meses, 26 días, y el análisis de sensibilidad con un incremento en los costos del 22.10% y una disminución de los ingresos del 15,90%, se obtiene un resultado menor a 1, por lo tanto, el proyecto no es sensible a los cambios que se generen.

En el estudio ambiental se tomará en consideración las medidas pertinentes para evitar daños a nuestro medio ambiente, también se analizó el ámbito social donde impulsará el desarrollo socioeconómico de la provincia a través de la generación de fuentes de empleo.

Abstract

The present project to be executed will be a "FEASIBILITY PROJECT FOR THE IMPLEMENTATION OF A TEA PRODUCTION COMPANY BASED ON LEAVES OF GUAYUSA AND ITS MARKETING IN THE PROVINCE OF MORONA SANTIAGO FOR THE YEAR 2016".

The summary details the main steps of the project in the creation of a company dedicated to elaborate natural tea based on leaves of guayusa that will contribute to consolidate the economic fabric of this sector, first because there will be opening of sources of work, Which will allow the employee to cover his basic basket; And secondly because the opportunity is given to investors to execute this project that will generate profitability.

The introduction presents a brief analysis of the economic situation of our country and our province in terms of the implementation of this new company. The methodology used presents the data collection techniques and the research methods used to present the results of this work.

It can be stated that there are growing markets and demands for exotic and medicinal plants in the world, in constant growth that seek alternatives to improve their quality of life and relax in a natural way leaving aside the traditional drugs and methods, for which we take the opportunity And the

knowledge in this project to see the feasibility of entering with this product to the market.

The present research was developed in the province of Morona Santiago, its General Objective was "Industrialize and commercialize the tea with leaves of guayusa and its commercialization in the province of Morona Santiago, canton Morona.

In order to determine the commercial feasibility, the market study was carried out. For this purpose, the population studied was a sample of 397 inhabitants of the Province of Morona Santiago, Morona canton. Tastes and preferences of the population. In order to achieve this knowledge, the observation and the survey were used to know the market parameters in terms of production and marketing.

As for the engineering of the project, the production process is presented with all phases.

For the market study the economically active population was used in the province of Morona Santiago which is 41,155 inhabitants, according to the population census of 2010, data that was projected for five years, after the tabulation of the surveys was determined the different demands, As the effective that we have 2'972,701.87 boxes of tea of guayusa of 25 units in the

first year, being the users who will buy the product to the new company, as annual unsatisfied demand we have 2'768.452,87 boxes of tea of guayusa of 25 units. In the case of the offer there are no companies that produce and market guayusa tea in the province of Morona Santiago, the data for the market study were obtained from products of similar characteristics as is the herbal tea.

As for the technical study, the company will have an installed capacity of 850.080 boxes of guayusa tea and will work with a capacity of 78% in the first year, as for administrative and legal study, the company name will be "LEAVES OF GUAYUSA INC. LTDA. "Its constitution limited company, also the organization charts and manual of functions were elaborated for the development of the activities by each one of the workers.

The financial study reveals the total investment of the project that is USD \$ 23.772,24 US dollars, will have 30% of equity and 70% of foreign capital, financed by Procredit Bank , With an annual interest rate of 12%.

Within the financial evaluation it was determined that the project is feasible according to economic indices such as: The net present value USD \$ 30.915,42 United States dollars, internal rate of return 49,26%, cost benefit ratio, For every dollar invested I will get a benefit of USD \$ 0.41 US cents, capital recovery period, 2 years, 3 months, 26 days, and the sensitivity analysis with a cost

increase of 22.10% and 15,90%, Which is less than 1, therefore, the project is not sensitive to the changes that are generated.

The environmental study will take into consideration the pertinent measures to avoid damages to our environment, we also analyzed the social area where it will promote the socio-economic development of the province through the generation of employment sources.

c. Introducción

La hoja de Guayusa que es la materia prima principal del proyecto se encuentra en cantidades significativas en la Provincia de Morona Santiago, en donde el producto se consume en cantidades abundantes.

La industrialización de una materia prima típica en la provincia de Morona Santiago, como es la guayusa, servirá para aprovechar la producción de esta en la localidad en cuanto incentivará a sus productores a mejorar las condiciones de siembra y cosecha, de modo que puedan obtener un producto de calidad para la comercialización y su posterior procesamiento hasta obtener productos terminados que satisfagan las necesidades de los consumidores, como lo es el té de guayusa.

Este proyecto, reúne varios estudios, como son: el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio económico y estudio financiero este proyecto permitirá aportar con información importante, en el hecho de producir y comercializar té natural hecho a base de hojas de guayusa en la provincia de Morona Santiago, dando origen a entrar en el mercado, eliminando oligopolios, abriendo fuentes de trabajo y aportando en el ámbito de la salud de quienes prefieren un té a una pastilla para relajarse y eliminar dolencias.

La implementación de una empresa productora y comercializadora de té de guayusa busca proporcionar un producto de calidad, a un precio accesible, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

En el estudio técnico, se determinó la capacidad instalada, la capacidad utilizada, equipos, maquinarias, herramientas, muebles, la localización de la empresa, estableciendo así la probabilidad técnica de la propuesta. Después se definió el diseño de la estructura organizacional de la empresa y el manual de funciones, a través de la propuesta del estudio administrativo y legal del proyecto.

En el estudio financiero se determinó las inversiones y el financiamiento deseado para la ejecución o puesta en marcha del proyecto; como también la evaluación financiera mediante los siguientes indicadores: El valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), relación beneficio costo (RB/C), el periodo de recuperación de capital (PR/C), y el análisis de sensibilidad, con estos datos se verificó la factibilidad del proyecto.

Además, se realizó el análisis de impacto ambiental y social que generará la implementación de la empresa productora y comercializadora de té de guayusa, en en la provincia de Morona Santiago.

Para culminar se establecieron las respectivas conclusiones y recomendaciones en base a los resultados de los diferentes estudios que conforman el proyecto.

d. Revisión de Literatura

Marco Teórico Referencial

La Guayusa

Aij (2010), manifiesta que:

La guayusa –Ilex guayusa– es un planta nativa de la selva de la Amazonía ecuatoriana. En el Ecuador se reconocen 8 especies del género Ilex, siendo el Ilex guayusa el utilizado para consumo humano. Los pobladores originarios de la Amazonía ecuatoriana utilizan tradicionalmente la hoja para preparar un brebaje que se toma en la madrugada como un limpiador del sistema digestivo. (Pág. 24-26)

El mismo autor, acota que “Antiguamente, la planta se utilizaba como un estimulante para mantenerse despiertos en los conflictos entre familias. Los misioneros italianos, a falta de medicamentos específicos, utilizaban la hoja de la guayusa para mejorar desórdenes estomacales”

La guayusa es una planta de la cual las hojas se secan y se elabora con ellas un té al que se le atribuye las siguientes propiedades: estimulante nervioso y muscular, digestivo, expectorante y reductor del nivel de glucosa en sangre.

Además de la cafeína contiene teobromina, un estimulante que generalmente se encuentra en el chocolate, y L-teanina, un ácido glutámico análogo que se encuentra en el té verde que ha demostrado reducir la fatiga física y mental, y combatir el estrés. Análisis químicos realizados a la guayusa han mostrado que

el contenido de cafeína en la guayusa es de 2,90 a 3,28 % en peso seco. La guayusa contiene todos los aminoácidos esenciales para el ser humano y tiene una alta actividad antioxidante mayor al té verde comercial.

En la actualidad, el mercado nacional e internacional de las infusiones y bebidas estimulantes se encuentra en pleno auge, lo que le da a la guayusa un potencial de crecimiento para su cultivo e industrialización. Debido a la reducción del hábitat de la planta por el cambio del uso de suelo para el establecimiento de pastizales, y su baja población en estado silvestre, la planta ha sido cultivada de forma asociada y en pequeñas parcelas, y además forma parte de parques, jardines y cercas vivas. (Pág. 24-26)

Uso Tradicional de la Guayusa

“La decocción de las hojas se emplea como estimulante, narcótico, hipnótico, tónico, diaforético, diurético y en el tratamiento de dolores de cabeza, afecciones catarrales y estados gripales” (La Tienda Naturista, 2005, pág. 7).

Beneficios de la Guayusa

La energía de la Guayusa Amazónica es diferente a la del café o las bebidas energéticas tradicionales, los cazadores y guerreros amazónicos la describen como “fuerza mental y coraje”, ya que permite estar enfocado por largo tiempo sin alterar tu sistema nervioso. Por otro lado, la cantidad de antioxidantes que posee neutraliza los radicales libres y ayuda a prevenir el envejecimiento prematuro. También contiene ácidos clorogénicos, que son usados para contribuir a la salud cardiovascular, ayudan a

reducir la presión arterial alta y regulan el peso corporal. La Guayusa Amazónica también contiene 15 aminoácidos esenciales y contiene ácido ferúlico, que puede ayudar a mejorar la circulación sanguínea (Runa Organización, 2000, pág. 19).

Producción de Guayusa en Ecuador

Según EL Telégrafo (2014), expone que:

En Ecuador existen alrededor de 2.300 agricultores indígenas de las provincias de Napo, Pastaza, Sucumbíos y Morona Santiago, quienes desde el 2010 hasta hoy han sembrado 900 mil plantas de guayusa en 4 años, más de 150 mil plantas por año. La guayusa tiene mucha demanda en los mercados internacionales, ya que es utilizado para hacer té y bebidas energizantes con contenido de cafeína. Su agradable sabor y suave aroma ha dado lugar a esta preferencia. El 95% de la producción total de té de guayusa es exportada a los mercados de Estados Unidos y Canadá. La producción de guayusa es de gran importancia cultural y económica para las comunidades indígenas y para pequeños productores nacionales; en la actualidad las hojas de guayusa deshidratadas se exportan al mercado internacional, pero el consumo en Ecuador se ve relegado para las comunidades indígenas, sin darle valor agregado o uso en la industria nacional (Pág.14).

Marco Teórico Conceptual

Definición de Proyecto

“Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados” (Diez, 2009, pág. 9).

Definición de Proyecto de Inversión

El Proyecto de Inversión es un conjunto de actividades orientadas a la consecución de objetivos y propósitos generales, diseñando técnicas de definición, análisis de alternativas y decisión, así como también la evaluación de resultados, asignación de

recursos y control del entorno de operación de la entidad para conseguir dichos objetivos. Un proyecto debe ser considerado como un factor fundamental para la adopción de las políticas de desarrollo ya que éste forma parte de programas y planes más amplios que contribuyen a un objetivo global de desarrollo (Diez, 2009, pág. 11).

Importancia del Proyecto de Inversión

Tiene gran importancia dentro de los diversos mecanismos operacionales por los cuales un empresario decide invertir recursos económicos en un determinado proyecto, estableciendo mecanismos asociados que permitan desarrollar inteligentemente la aplicación de técnicas que dan origen a un proyecto, constituyendo operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación (Diez, 2009, pág. 12).

Objetivos del Proyecto de Inversión

Objetivo general:

Industrializar y comercializar el té de Guayusa en la provincia de Morona Santiago, cantón Morona.

Objetivos Específicos:

Lograr un posicionamiento aceptable en el mercado, dada a las características medicinales, afrodisíacas y des estresantes que posee el producto.

Determinar la preferencia del consumo de Té de Guayusa por parte de la ciudadanía de Morona.

Ofrecer al cliente un producto excelente calidad confiable y con rigurosas normas de higiene.

Alcanzar la satisfacción plena del cliente, ofreciéndoles un producto de buen sabor manteniendo su esencia natural y presentación atractiva como original.

Cubrir plenamente el mercado.

Obtener los registros y certificaciones de manera ágil y eficiente necesarias para su distribución.

Estudios Componentes del Proyecto de Factibilidad

Son cinco los estudios particulares que deberán realizarse para disponer de toda la información relevante para la evaluación:

1. Estudio de mercado.
2. Estudio técnico.
3. Estudio administrativo.
4. Estudio económico financiero.
5. Evaluación proyecto. (García Santillán, 2010)

Estudio de Mercado

Semyraz en su obra se refiere a algunas definiciones de reconocidos expertos:

Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing.

Según Malhotra, los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se plantea la definición propuesta por Semyraz (2009), así:

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Pág. 23).

Definición de Mercado

Para Blanco, Freire & Viejo (2014), el mercado es:

El conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios. El mercado no necesariamente debe tener una localización geográfica determinada; para que exista es suficiente que oferentes y demandantes puedan ponerse en contacto, aunque estén en lugares físicos diferentes y distantes (Pág. 23).

Definición de demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el o los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado a un precio determinado en un periodo de tiempo limitado. Por lo tanto la demanda depende de varios puntos como son:

El precio del producto

“La calidad del servicio, que está dada por la atención al cliente” (Blanco, Freire, & Viejo, 2014)

Definición de Oferta

“Son todos los bienes y servicios que el productor está en condiciones de poner en el mercado a un precio determinado en un tiempo limitado con la

finalidad de satisfacer sus necesidades” (Blanco, Freire, & Viejo, 2014, pág. 26).

Plan de Comercialización o Marketing Mix

El marketing mix o mezcla de mercadotecnia es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad. Esto quiere decir que el marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (Baena, 2011, pág. 11).

Producto

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, etc.) e intangibles (marca, imagen, servicio, etc.) que el comprador acepta como algo que va a satisfacer sus necesidades” (Baena, 2011).

Marca.- “Considerada como los nombres y expresiones gráficas que facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno y otro atributo” (Baena, 2011).

Slogan.- “Es un elemento verbal que se utiliza en la gran mayoría de formatos publicitarios el mismo que provoca una asociación entre la marca y su ventaja principal” (Clements & Gido, 2011).

Etiqueta.- “Es un elemento que se adhiere a otro para identificarlo o describirlo”

(De la Fuente, 2010).

Precio

“El precio es la cantidad de unidades monetarias a pagar por un bien o servicio, en donde de acuerdo a los estudio realizados se determina que el precio asignado” (Fernández, 2011).

Plaza

“La plaza es la función que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo. Para dar cumplimiento a esta función existen los denominados canales de distribución que es el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en virtud del cual se puede incrementar su valor” (De la Fuente, 2010).

Promoción

Según Alles (2015), la promoción “es un conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos o servicios que se comercializan”, dentro de esta variable se pueden identificar dos aspectos muy importantes como son:

Publicidad

“Es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación para lograr el objetivo de motivar al cliente hacia una acción, generalmente compulsiva” (Alles, 2015, págs. 36-38).

Definición de Estudio Técnico

Clements & Gido (2011), el estudio técnico “tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos”.

Tamaño y Localización

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra (Clements & Gido, 2011, pág. 13).

a. Capacidad Instalada

Clements & Gido (2011), menciona que la capacidad instalada “está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado”.

Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa; se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

b. Capacidad Utilizada

“Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado” (Clements & Gido, 2011, pág. 28).

Ingeniería del Proyecto

Sobre la ingeniería del proyecto Miranda (2010), expone que:

Su función es acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

Proceso de Producción

“Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno” (Miranda, 2010, pág. 16).

Diagramas de Flujo

Un diagrama de flujo es la representación gráfica de flujo de un algoritmo o de una secuencia de acciones rutinarias. Se basan en la utilización de diversos símbolos para representar operaciones específicas. Se les llama diagramas de flujo porque los símbolos utilizados se conectan por medio de flechas para indicar la secuencia de la operación (Hernández, 2010).

Simbología de los Diagramas de Flujo

El lenguaje gráfico de los diagramas de flujo está compuesto de símbolos, cada uno de ellos tiene un significado diferente, lo que garantiza que tanto la interpretación como el análisis del diagrama se realicen de forma clara y precisa. Asimismo, para asegurar la interpretación unívoca del diagrama de flujo resulta necesario el diseño y escogencia de determinados símbolos a los que se les confiera convencionalmente un significado preciso, así como definir reglas claras con respecto a la aplicación de estos (Hernández, 2010, pág. 24).

Distribución de la Planta

La distribución en planta consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos. El principal objetivo es que esta disposición de elementos sea eficiente y se realice de forma tal, que contribuya satisfactoriamente a la consecución de los fines fijados por la empresa (De la Fuente, 2010, pág. 12).

Estudio Administrativo

Reyes (2010), por su parte declara que “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” (Pág. 17).

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, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas (Reyes, 2010, pág. 17).

Organigramas

Los organigramas, son la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

Existen tres clases de organigramas:

Organigrama Estructural

Organigrama Funcional

Organigrama Posicional (Reyes, 2010).

Manual de Funciones

De acuerdo al criterio de Alles (2015), el manual de funciones:

Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un instrumento eficaz de ayuda para el

desarrollo de la estrategia de una empresa. Determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo. (Pág. 45)

Estudio Legal

Determina la existencia o inexistencia de normas que pudieran restringir la realización del negocio o condicionar su materialización al cumplimiento de algunos requisitos mínimos para poder implementarlo. Entre otros se deberá considerar el gasto que podrían ocasionar algunos de los siguientes factores legales:

Patentes y permisos municipales

Elaboración de contratos laborales y comerciales

Títulos de propiedad

Inscripción en Registros Públicos de Propiedad

Inscripciones de Marcas, etc. (Alles, 2015)

Estudio Financiero

Es estudio financiero para Mallo (2010) es:

La inversión en determinado proyecto supone, por tanto, la existencia de inversionistas (que pueden ser personas naturales o jurídicas) que están dispuestos a destinar sus recursos disponibles en este momento (sacrificando la satisfacción de sus necesidades o intereses actuales) con la expectativa incierta de obtener un rendimiento futuro. Es decir que la inversión lleva implícito un riesgo. (Pág. 22).

“La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- Activo fijo
- Activo Diferido

- Activo circulante o Capital de trabajo” (Mallo, 2010).

Activo Fijo

Mallo (2010), respecto del activo fijo expone que:

Es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc. Se encuentran recogidos en el balance de situación. También se incluyen dentro del activo fijo las inversiones en acciones, bonos y valores emitidos por empresas afiliadas (Pág. 24).

Clasificación de Activos Fijos

El "activo fijo" se clasifica en tres grupos:

“Tangible, elementos que pueden ser tocados, tales como los terrenos, los edificios, la maquinaria, etc. Intangible, que incluye cosas que no pueden ser tocadas materialmente, tales como los derechos de patente, etc. Las inversiones en compañías” (Mallo, 2010).

Vida Útil

“Eventualmente, los activos fijos pueden ser dados de baja o vendidos, ya sea por obsolescencia o actualidad tecnológica. La vida útil de un activo fijo es el tiempo durante el cual la empresa hace uso de él hasta que ya no sea útil para la empresa” (Mallo, 2010).

Factores que influyen la vida útil de un activo fijo:

El uso y el tiempo

Obsolescencia tecnológica.

Activo Diferido

Según Mallo (2010), el activo diferido representa:

Los costos y gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros, los cuales se beneficiaran con los ingresos producidos por estos desembolsos; aplicando el principio contable de la asociación de ingresos y gastos. Son gastos que no ocurren de manera recurrente. (Pág. 28).

a. Gastos de organización:

Cuando una empresa se constituye incurre en una suma cuantiosa de costos cuyo objeto es poner en funcionamiento su administración. Ejemplo de estos costos son: gastos de escritura, el registro de la misma, honorarios profesionales, impresión de acciones, libros y registros, así como los permisos y demás trámites gubernamentales. Todos estos desembolsos se efectúan con el propósito de que contribuyan a la generación de utilidades en el futuro. Teóricamente estos costos tienen una vida útil tan larga como la capacidad del negocio para mantener su potencial para generar utilidades. Normalmente estos costos se amortizan en los primeros dos o tres años de operaciones de la empresa (Mallo, 2010, pág. 29).

b. Gastos Pre-operativos:

Son aquellos gastos que realizan las empresas antes de comenzar a desarrollar operaciones comerciales o industriales, que generen ingresos tales como: contratación de personal, adquirir equipos, desarrollar su mercado, etc. Deben amortizarse en un tiempo prudencial de acuerdo con las etapas de desarrollo de la empresa, por lo general se amortizan en cinco años. Su amortización se debe iniciar cuando la empresa deje su etapa pre-operativa (Mallo, 2010, pág. 32).

Activo Circulante

Un activo circulante es un bien o derecho líquido o que puede convertirse en líquido en menos de un año. Es decir, es el dinero que una empresa tiene más o menos disponible para usar en cualquier momento (el dinero que tiene en las cajas y bancos, las existencias, las deudas de los clientes). (Mallo, 2010, pág. 33)

Financiamiento

Dice: “Es la acción por la que una persona o sociedad consigue capital para su creación o funcionamiento. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno” (Fernández, 2011, pág. 35)

Capital Propio: “Son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa” (Fernández, 2011, pág. 37)

Capital Ajeno: “Son los que se obtienen de Bancos y Financieras Privadas a través de la misión de obligaciones propias de la empresa” (Fernández, 2011, pág. 37).

Estados Financieros Proforma

“Los estados financieros pro forma son las proyecciones financieras del proyecto de inversión que se elaboran para la vida útil estimada o también llamado horizonte del proyecto” (Soriano, 2011, pág. 40)

Dichos estados financieros revelan el comportamiento que tendrá la empresa en el futuro en cuanto a las necesidades de fondos, los efectos del comportamiento de costos, gastos e ingresos, el impacto del costo financiero, los resultados en términos de utilidades, la generación de efectivo y la obtención de dividendos.

“Es importante señalar que los estados financieros pro forma sirven de base para los indicadores financieros que se elaboran al realizar la evaluación financiera del proyecto. Para el presente proyecto de factibilidad se elaborarán el estado de resultados y el flujo de efectivo” (Soriano, 2011, pág. 41).

Estado de Pérdidas y Ganancias Proforma

El estado de resultados proforma refleja el método contable de acumulaciones, bajo el cual los ingresos, los costos y los gastos se comparan dentro de periodos de tiempo idénticos. Describe en forma compendiada las transacciones que darán como resultado una pérdida o una ganancia para los propietarios de una empresa (Soriano, 2011, pág. 41).

Flujo de Efectivo Proforma

“Es un estado financiero dinámico que incluye la información anual del ejercicio de recursos. Se calcula en base a los flujos de dinero, obteniendo como resultado una caja final o disponible, debido a lo cual se le conoce como flujo de caja” (Soriano, 2011, pág. 43)

El flujo de efectivo sirve además para determinar la capacidad de pago en el caso de existir créditos, así como para determinar el monto de los dividendos que se pueden pagar a los inversionistas.

Su objetivo no es mostrar las utilidades o pérdidas del proyecto, ya que esto se obtiene con el cálculo del Estado de Resultados, sino saber el monto de dinero disponible o bien el déficit en caja; en este sentido, la obtención de utilidades no asegura que el flujo de caja registre un superávit (Soriano, 2011, pág. 44).

Punto de Equilibrio

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades (Fernández, 2011, pág. 50).

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables.

Costos Fijos y Variables

a) Costos Fijos:

“Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen” (Fernández, 2011, pág. 51).

b) Costos Variables:

“Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción” (Fernández, 2011, pág. 51).

Evaluación Financiera

“La base principal para la toma de decisiones sobre la implementación de un negocio es la evaluación financiera. Existe una infinidad de indicadores que permiten realizar la evaluación financiera de un proyecto. Los principales son los siguientes” (Sapag Chain, 2007).

1. Valor Actual Neto
2. Tasa Interna de Retorno
3. Relación Beneficio-Costo
4. Periodo de Recuperación de Inversión
5. Análisis de Sensibilidad.

Valor Actual Neto (VAN)

“Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada” (Sapag Chain, 2007).

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujos Actualizados} - \text{Inversión Inicial}$$

La regla de decisión es la siguiente:

- Aceptar proyectos con un VAN mayor 0
- Rechazar los proyectos con un VAN menor 0
- Es indiferente aceptar o rechazar los proyectos con un VAN = 0. (Sapag Chain, 2007)

Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

Estos Valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja o cash flow anual, trayendo todas las cantidades futuras -flujos negativos y positivos- al presente.

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{Diferencias de tasas} \left(\frac{\text{VAN tasa menor}}{\text{VAN tasa menor} - \text{VAN tasa mayor}} \right)$$

Los criterios de aceptación / rechazo son:

- TIR es mayor que la tasa de interés de oportunidad, entonces se puede aceptar.

- Si la TIR es menor a la tasa de interés de oportunidad, se rechaza, y
- TIR es igual a la tasa de interés de oportunidad, hay indiferencia frente al proyecto. (Sapag Chain, 2007)

Relación Beneficio-Costo

Es la relación entre el Valor Actual Neto de los Beneficios, y el VAN de los costos. El cálculo se lo realiza actualizando el flujo de beneficios y el flujo de los costos. Luego se dividen estos dos valores.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\sum \text{Ingreso actualizado}}{\sum \text{Costo Actualizado}}$$

Para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- Relación Beneficio-Costo > 1 , entonces se puede realizar el proyecto
- Relación Beneficio-Costo < 1 , entonces se debe rechazar el proyecto
- Relación Beneficio-Costo $= 1$, entonces es indiferente realizar el proyecto.

(Sapag Chain, 2007)

Período de Recuperación del Capital

“Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará en desembolso original” (Sapag Chain, 2007, pág. 55).

$$\text{PRC} = \text{Año que cubre la inversión} - \left(\frac{I - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del periodo que supera la I}} \right)$$

Análisis de Sensibilidad

“Se denomina Análisis de sensibilidad porque muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos” (Sapag Chain, 2007).

El análisis de sensibilidad consiste en suponer variaciones que castiguen el presupuesto de caja, por ejemplo una disminución de cierto porcentaje en ingresos, o un aumento porcentual en los costos y/o gastos, etc. (Por ejemplo la tasa de interés, el volumen y/o el precio de ventas, el costo de la mano de obra, el de las materias primas, el de la tasa de impuestos, el monto del capital, etc.) y, a la vez, mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios de tales variables en el mercado.

Algunas de las preguntas más frecuentes para indagar el Análisis de Sensibilidad son:

1. ¿Cuánto podrían variar los ingresos, costos y/o gastos?
2. ¿Qué porcentaje de variación debería suponerse? (Sapag Chain, 2007)

Se aplican las siguientes fórmulas:

Diferencia de TIR = TIR del proyecto – Nueva TIR

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

Evaluación Social y Ambiental

Evaluación Social

“Es el impacto que tendrá en las personas si un proyecto se ejecuta, es decir saber qué beneficios tendrá el proyecto en la sociedad, sea este tangible o intangible” (García Santillán, 2010).

Impactos Directos:

- **Primarios.-** Aquellos impactos sobre el mercado del bien producido por el proyecto o sobre el mercado de insumos.

- Secundarios.- Distorsiones generadas en otros mercados y que afectan la valoración de costos y beneficios en el mercado del bien producido por el proyecto.

Impactos Indirectos:

Aquellos impactos generados por el proyecto sobre mercados sustitutos o complementarios.

- Externalidades del proyecto.
- Intangibles

“La tarea del evaluador social es determinar los impactos positivos (beneficios) y los negativos (costos) con un enfoque a la comunidad y su valoración, para calcular el valor presente de los beneficios sociales netos utilizando una tasa social de costo de capital” (Córdova, 2011).

Estudio de impacto ambiental

Se llama evaluación de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental (EIA) al análisis, previo a su ejecución, de las posibles consecuencias de un proyecto sobre la salud ambiental, la integridad de los ecosistemas y la calidad de los servicios ambientales que estos están en condiciones de proporcionar (Briceño, 2010).

e. Materiales y Métodos

Materiales

Los materiales utilizados para la elaboración de la tesis en referencia fueron:

Materiales de Oficina:

Se utilizaron los siguientes materiales de oficina:

- Hojas de Papel Bond Tamaño A4
- Esferos
- Lápices
- Borrador
- Carpetas

Recurso Tecnológico:

- Computadora
- Impresora
- Copiadora

Material Bibliográfico:

- Libros
- Revistas

Metodología

El diseño metodológico del presente trabajo se basó en el método científico, el cual exige un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización, sistematización, expresión y exposición de conocimientos tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental.

Inductivo.- Este método se lo aplicó al momento de definir todos los aspectos inherentes a la administración y procedimientos que son necesarios ejecutarse para la implementación de la empresa productora de té natural hecho a base de hoja de guayusa; se analizaron además, aspectos legales, políticas de la empresa, normas, procedimientos administrativos, entre otros.

Deductivo.- En el estudio de mercado, sirvió para determinar la demanda insatisfecha existente y que justifique la viabilidad del mercado, la misma que se obtuvo de la demanda potencial, que en este caso constituyó la Población de la provincia de Morona Santiago, cantón Morona. De igual manera al momento de fijar el tamaño del proyecto.

Técnicas

Las técnicas permiten la recopilación de información y el contacto directo con el objeto de estudio para confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de una verdad objetiva.

Encuesta.- Esta técnica se la aplicó a la población de la provincia de Morona, cantón Morona, con el fin de conocer todos los aspectos que sirvieron de base para ofrecer un servicio acorde a las demandas del mercado efectivo.

Entrevista.- Mediante esta técnica se recabó información verbal de algunos locales del cantón Morona, los mismos que comercializan té.

Muestreo.- El segmento de mercado objeto de estudio constituyó la población de la provincia de Morona Santiago, cantón Morona que es de 41.155 de acuerdo al censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010; y con una tasa de crecimiento del 3.01, en vista que el número de demandantes objeto de estudio es muy alto, se procedió a realizar un muestro estadístico, a través de la siguiente fórmula:

Formula de Proyección

$$Pf = Pi (1 + i)n$$

Pf = Población Futura

Pi = Población Inicial

I = Tasa de Crecimiento (3,01)

1 = Valor Nominal

n = Número de Años.

$$Pf = Pi (1 + i)n$$

$$Pf = 41.155 (1+3,01)7$$

$$Pf = 41.155 (1+0,0301)7$$

$$Pf = 50.649$$

Cuadro 1. Proyección de la población

Años	Población
2010	41,155
2017	50,649

Fuente: Inec
Elaboración: Euler Rivadeneira

Datos:

N= Población

e= Error maestral 5%

n = Muestra

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{50,469}{1 + 50,469(0.05)^2}$$

$$n = \frac{50,469}{1 + 50,469(0.0025)^2}$$

$$n = \frac{50,469}{127,1725} = 397$$

$$n = 397$$

f. Resultados.

ENCUESTA A DEMANDANTES.

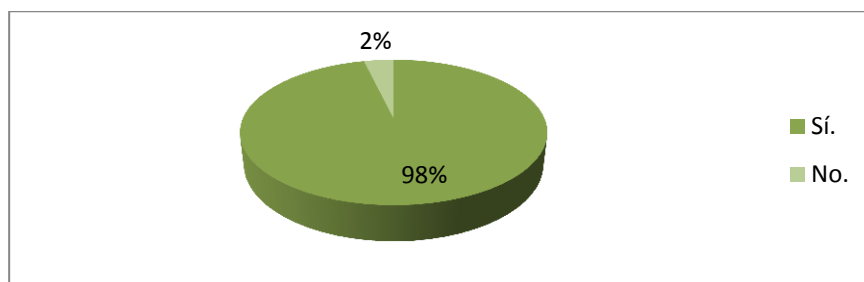
1. ¿Adquiere usted algún tipo de sobre de té en su hogar?

Cuadro 2. Utiliza té en su hogar

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	389	98%
No.	8	2%
Total	397	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 1. Utiliza té en su hogar



Fuente: Cuadro 2. Utiliza té en su hogar.
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANALISIS E INTERPRETACION.

De acuerdo a la pregunta anterior, el 98% de los encuestados manifestaron que si adquieren té, mientras que el 2% de ellos manifestaron que no, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados que son en gran porcentaje si adquieren té en sus hogares y para todos los miembros de su familia.

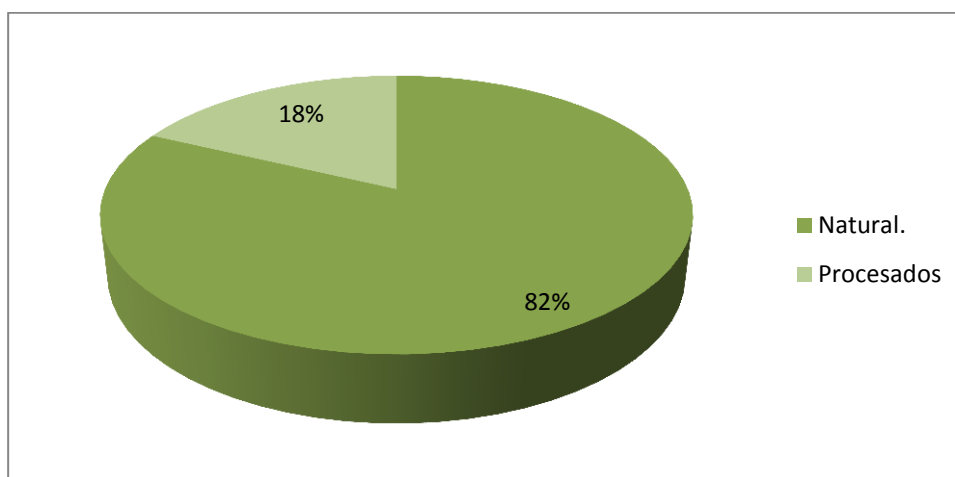
2. ¿Qué tipo de sobre de té adquiere usted en su hogar?

Cuadro 3. Qué tipo de té utiliza

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Natural.	319	82%
Procesado.	70	18%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 2. Qué tipo de té utiliza



Fuente: Cuadro 3. Qué tipo de té utiliza
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANALISIS E INTERPRETACION.

Interpretando la pregunta anterior, el 82% de los encuestados supieron manifestar que adquieren té de hojas de guayusa y el 18% de ellos manifestaron lo contrario, que adquieren té procesado y no naturales, esto quiere decir que por preferir té naturales es necesario hacer este tipo de estudio por que se demuestra que es necesario.

3. ¿Hace uso usted del sobre de té hecho a base de hojas de guayusa?

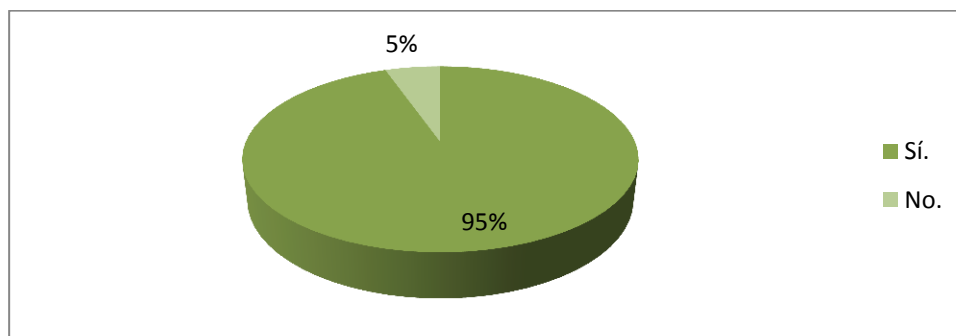
Cuadro 4. Hace uso del té a base de hojas de guayusa

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	303	95%
No.	16	5%
Total	319	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.

Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 3. Hace uso del té a base de hojas de guayusa



Fuente: Cuadro 4. Hace uso del té a base de hojas de guayusa

Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Atendiendo a la pregunta anterior, se puede decir que el 95% de los demandantes encuestados en el cantón Morona utilizan té hecho a base de hojas de guayusa, mientras que el 5% de ellos no lo adquieren, demostrando que un gran porcentaje de la población si adquieren y le tiene confianza a este tipo de productos como es el té a base de hojas de guayusa.

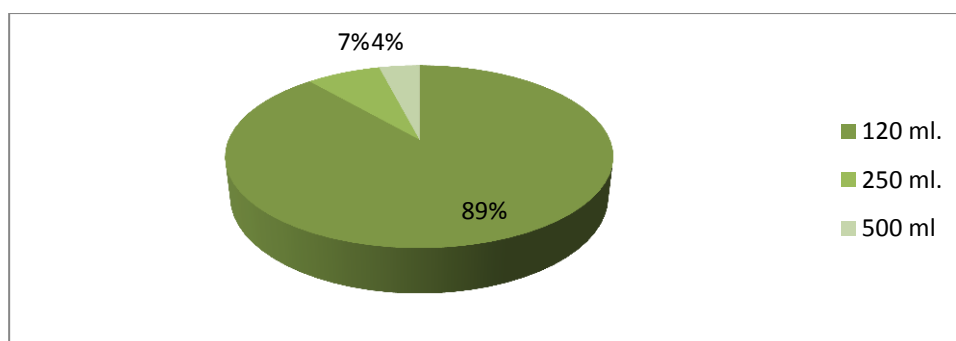
4. ¿En qué presentación e peso usted adquiere el sobre de té hecho a base de hojas de guayusa?

Cuadro 5. Presentación del Producto

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1.5 g.	270	89%
3.0 g.	21	7%
5.0 g.	12	4%
Total	303	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 4. Presentación del Producto



Fuente: Cuadro 5. Presentación del Producto
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta anterior, el 89% de los encuestados manifestaron que adquieren el té hecho a base de hojas de guayusa en presentación de 1.5g., el 7% de ellos manifestaron que lo adquieren en presentación 3.0 g., y el 4% lo adquieren en presentación de 5.0 g., demostrando así que los encuestados en su gran mayoría adquieren el té hecho a base de hojas de guayusa en presentación de 1.5 g., siendo la presentación de más consumo por parte de los consumidores de este producto en el cantón Morona.

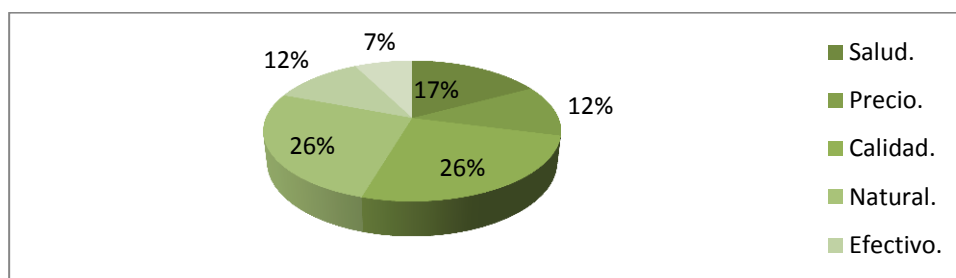
**5. ¿Por qué prefiere el sobre de té hecho a base de hojas de guayusa?
(Pregunta abierta)**

Cuadro 6. Preferencias

REFERENCIA	FRECUENCIA	MUESTRA TOTAL	PORCENTAJE
Salud.	178	303	59%
Precio.	122	303	40%
Calidad.	265	303	87%
Natural.	271	303	89%
Efectivo.	121	303	40%
Sabor.	78	303	26%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 5. Preferencias



Fuente: Cuadro 6. Preferencias
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Atendiendo a la pregunta, El 59% manifestaron que lo prefieren por salud, el 40% prefiere por precio, el 87% prefiere por calidad, el 89% lo prefieren por ser natural, el 40% prefieren por ser efectivo y el 26% por su sabor, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados lo prefieren al té hecho a base de hojas de guayusa por su calidad y por ser un producto natural que no contiene compuestos químicos como los que se expenden en las farmacias.

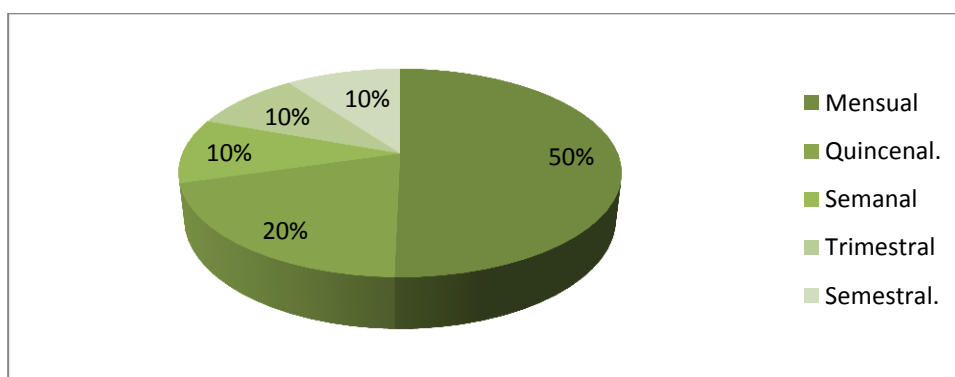
6. ¿Cada que tiempo usted adquiere el sobre de té hecho a base de hojas de guayusa?

Cuadro 7. Cada que tiempo adquiere

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	30	10%
Quincenal.	61	20%
Mensual	152	50%
Trimestral.	30	10%
Semestral.	30	10%
Total	303	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 6. Cada que tiempo adquiere



Fuente: Cuadro 7. Cada que tiempo adquiere
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANALISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta, el 10% de los encuestados lo adquieren se forma semanal, el 20% lo adquieren de forma quincenal, el 50% de ellos lo adquieren de forma mensual, el 10% de ellos lo adquieren de forma trimestral y el 10% lo adquieren de forma semestral, esto quiere decir que la mayoría de encuestados adquieren el té hecho a base de hojas de guayusa de forma mensual.

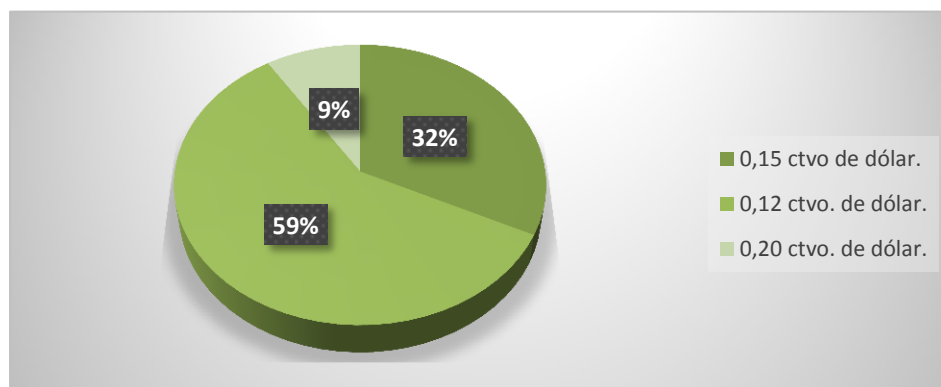
7. ¿Cuánto paga usted por el sobre de té hecho a base de hojas de guayusa?

Cuadro 8. Cuánto Paga

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,15 ctvo de dólar.	97	32%
0,12 ctvo de dólar.	179	59%
0,20 ctvo de dólar.	27	9%
Total	303	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 7. Cuánto Paga



Fuente: Cuadro 8. Cuánto Paga
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta, el 32% manifestaron que paga por el té hecho a base de hojas de guayusa un precio de entre 0,15 ctvo. De dólar por sobre, el 59% de ellos pagan un precio de 0,12 ctvo. De dólar y el resto de encuestados manifestaron que lo compran a un precio promedio de 0,20 ctvo. De dólar, esto quiere decir que la mayoría de encuestados lo adquieren al té en un promedio de entre 0,12ctvo. De dólar por sobre para el uso en sus hogares.

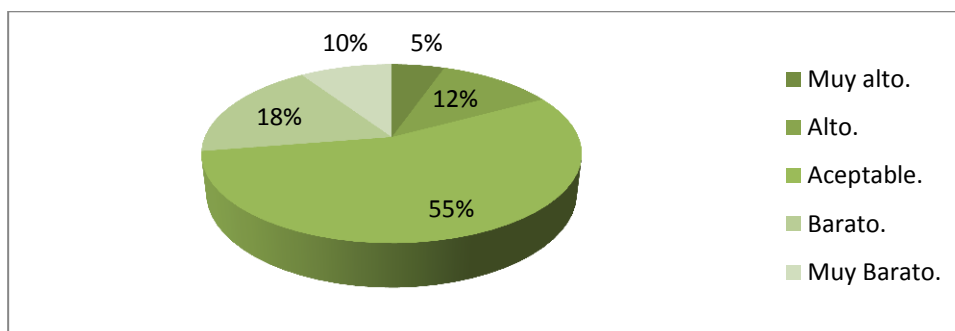
8. ¿El precio que paga usted por el sobre de té hecho a base de hojas de guayusa es:

Cuadro 9. Como considera el precio

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy alto.	15	5%
Alto.	36	12%
Aceptable.	167	55%
Barato.	55	18%
Muy Barato.	30	10%
Total	303	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 8. Como considera el precio



Fuente: Cuadro 9. Como considera el precio
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANALISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta, el 5% manifestaron que el precio es muy alto, el 12% manifestaron que el precio es alto, el 55% de los encuestados manifestaron que el precio que pagan por el té es aceptable, el 18% de ellos manifestaron que el precio es barato y el 10% de ellos manifestaron que el precio es muy bajo, esto quiere decir que la mayoría de encuestados consideran que el precio que pagan por el té a base de hojas de guayusa es aceptable.

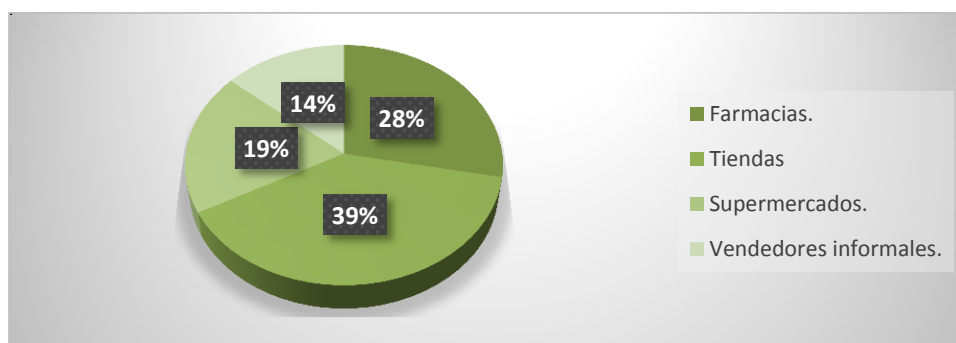
9. ¿Dónde compra usualmente usted el sobre de té hecho a base de hojas de guayusa: (Pregunta abierta)

Cuadro 10. Lugar de compra

REFERENCIA	FRECUENCIA	MUESTRA TOTAL	PORCENTAJE
Farmacias.	178	303	28%
Tiendas.	247	303	39%
Supermercados.	121	303	19%
Vendedores informales.	87	303	14%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 9. Lugar de compra



Fuente: Cuadro 10. Lugar de compra
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Atendiendo a la pregunta anterior, 178 encuestados manifestaron que compran usualmente el té hecho a base de hojas de guayusa en farmacias, 247 dijeron que lo compran en tiendas, 121 manifestaron que lo compran en supermercados y 87 en las calles a los vendedores informales que existen, esto quiere decir que la mayoría de encuestados lo compran al producto en tiendas que es un lugar que se pueden conseguir con mayor facilidad este producto.

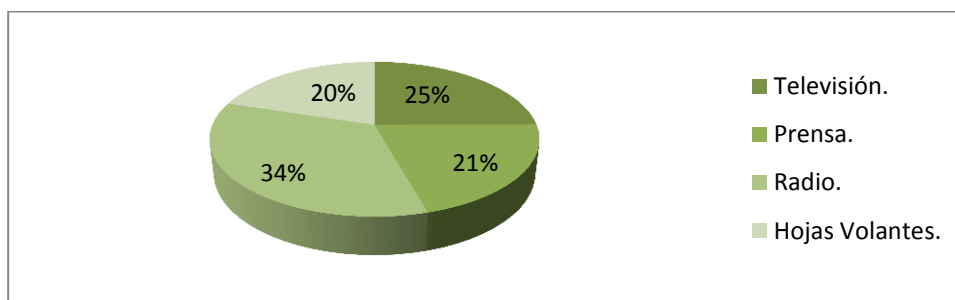
10. ¿Por qué medio de comunicación conoce de la existencia del sobre de té hecho a base de hojas de guayusa es:

Cuadro 11. Medios de Comunicación

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión.	76	25%
Prensa.	64	21%
Radio.	103	34%
Hojas Volantes.	60	20%
Total	303	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 10. Medios de Comunicación



Fuente: Cuadro 11. Medios de Comunicación
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta anterior, el 25% de los encuestados manifestaron que conocen el producto por medio de la televisión, el 21% de ellos manifestaron que por medio de la prensa escrita o periódico de la localidad, el 34% de ellos manifestaron que por medio de la radio y el 20% por medio de hojas volantes, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados le gustaría que los anuncios sean pasados por medio de las radios del cantón Morona por considerar que es un medio de comunicación que llega más.

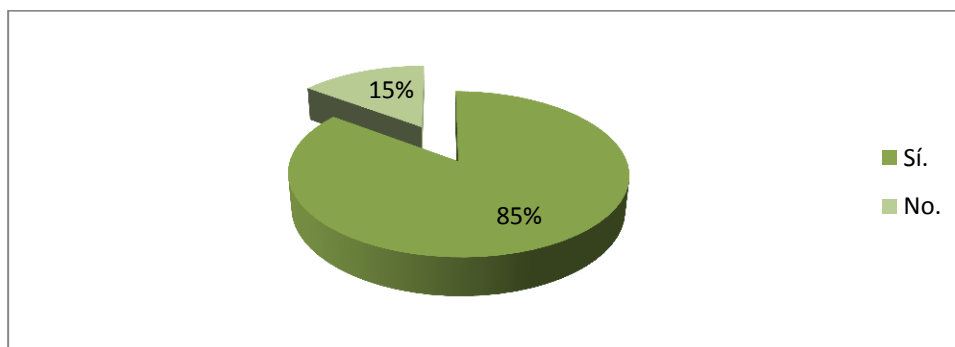
11. ¿Si se creara una empresa de un nuevo sobre de té hecho a base de hojas de guayusa, estaría dispuesto usted a adquirir este producto?

Cuadro 12. Si se creara una nueva Empresa

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	258	85%
No.	45	15%
Total	303	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 11. Si se creara una nueva Empresa



Fuente: Cuadro 12. Si se creara una nueva Empresa
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta anterior, el 85% de los encuestados manifestaron que si se creara una nueva empresa productora de té hecho a base de hojas de guayusa ellos si estarían dispuestos a adquirir este producto, mientras que el 15% de los encuestados manifestaron que no lo harían, esto quiere decir que la mayoría de encuestados si estarían dispuestos a adquirir el té hecho a base de hojas de guayusa si se creara una nueva empresa que produzca este producto en el cantón Morona.

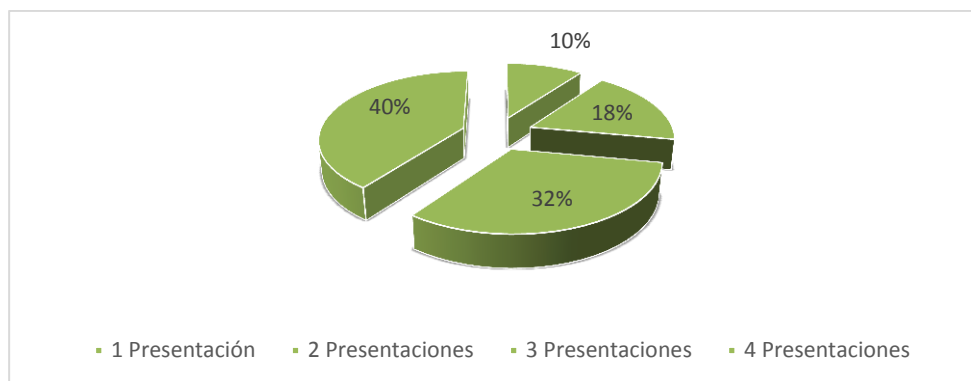
12. ¿En qué cantidad mensual estaría dispuesto a adquirir el sobre de té hecho a base de hojas de guayusa?

Cuadro 13. Cantidad mensual de compra

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
(24 Sobres) 1CAJA	26	10%
(48 Sobres) 2CAJA	46	18%
(72 Sobres) 3CAJAS	83	32%
(96 Sobres) 4CAJAS	103	40%
Total	258	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 12. Cantidad mensual de compra



Fuente: Cuadro 13. Cantidad mensual de compra
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANALISIS E INTERPRETACION.

El 10% de los encuestados adquieren el producto por lo menos 1 caja al mes, el 18% de ellos consideran por lo menos 2 cajas al mes, el 32% de ellos por lo menos 3 cajas al mes, y el 40% lo adquirirían en por lo menos 4 cajas al mes esto quiere decir que la mayoría de encuestados lo adquirirían por lo menos 4 cajas al mes porque esas son sus necesidades en sus hogares.

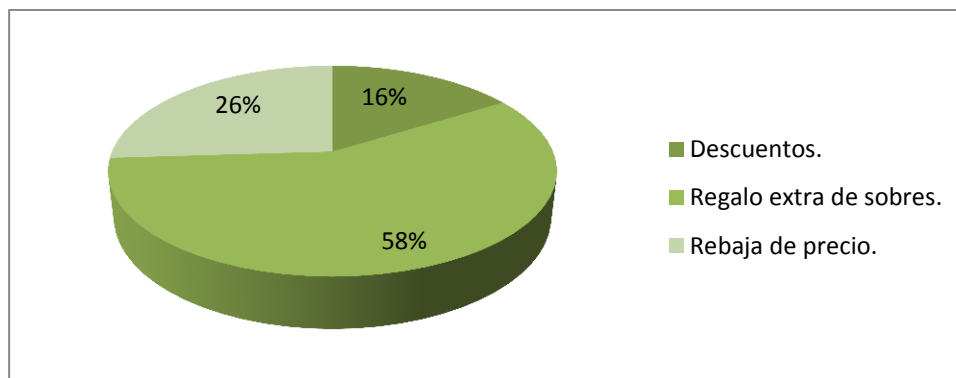
13. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que le den al momento de adquirir el sobre de té hecho a base de hojas de guayusa?

Cuadro 14. Promociones por compra

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos.	41	16%
Regalo extra de sobres.	150	58%
Rebaja de precio.	67	26%
Total	258	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 13. Promociones por compra



Fuente: Cuadro 14. Promociones por compra
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANALISIS E INTERPRETACION.

Atendiendo la pregunta anterior, el 58% de los encuestados manifestaron que les gustaría regalos extras de sobres al momento de adquirir el producto, el 16% de ellos les gustaría un descuento y el 26% de ellos les gustaría rebaja en el precio del producto, esto quiere decir que la mayoría de encuestados prefieren que se les regale sobres extra del producto adquirido.

ENCUESTA A LOS OFERENTES.

Encuesta dirigida a la oferta del Té hecho a base de Hojas de Guayusa. El número de oferente se lo hizo de acuerdo a un análisis de mercado, realizado por parte del alumno. **(125 oferentes)**.

Cuadro 15. Empresas oferentes

ESTABLECIMIENTOS	N° TOTAL
TIENDAS	83
MICROMERCADOS	17
FARMACIAS	25
TOTAL	125

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

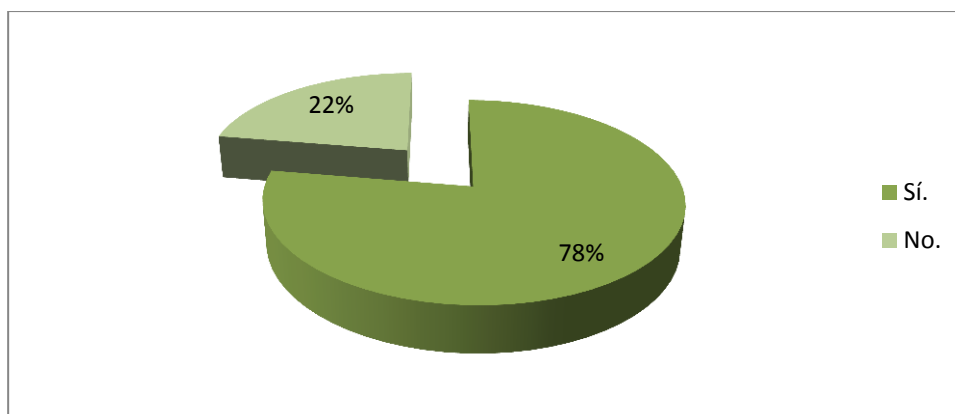
1. ¿Vende en su establecimiento sobres de té hecho a base de hojas de guayusa?

Cuadro 16. Venta

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	97	78%
No.	28	22%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta a los Oferentes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 14. Vende Té Natural



Fuente: Cuadro 16. Vende Té Natural
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta anterior, el 78% de los dueños de establecimientos venden sobres de té hecho a base de hojas de guayusa, mientras que el 22% de ellos no lo hacen, esto quiere decir que la mayoría de establecimientos como son farmacias, centros naturistas, supermercados, etc., si venden sobres de té natural y que en muy pocos no lo hacen.

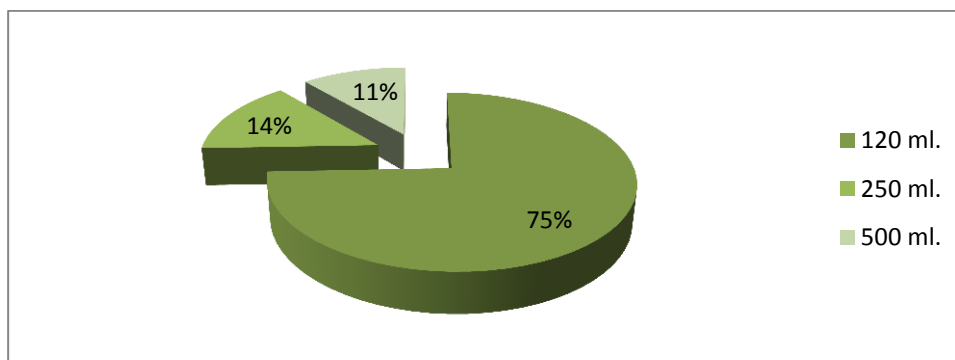
2. ¿En qué presentación vende usted los sobres del Té natural a base de hojas de guayusa?

Cuadro 17. Presentación

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1.5 g.	72	75%
3.0 g.	14	14%
5.0 g.	11	11%
Total	97	100%

Fuente: Encuesta a los Oferentes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 15. Presentación



Fuente: Cuadro 17. Presentación
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Atendiendo la pregunta anterior, el 75% de los establecimientos encuestados manifestaron que venden te hecho a base de hojas de guayusa en la presentación de 1.5 g., el 14% de los lo venden en la presentación de 3.0 g., y el 11% de ellos venden el té en presentación de 5.0 g., esto quiere decir que la mayoría de establecimientos venden la preferencia de los clientes que piden comprar té en la presentación de 1.5 g.

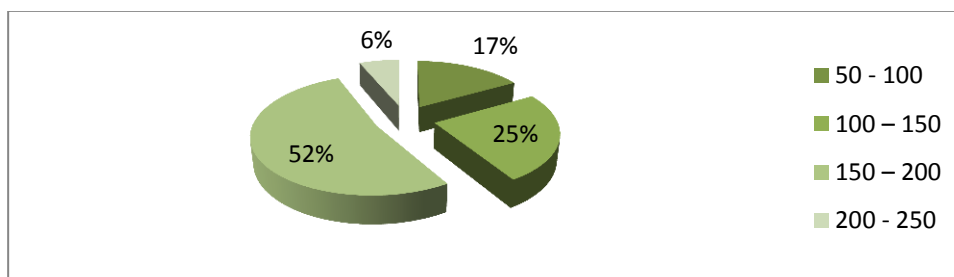
3. ¿Qué cantidad de sobres de té hecho a base de hojas de guayusa de 1.5 gr. Vende mensualmente en su establecimiento?

Cuadro 18. Venta Mensual

REFERENCIA	FRECUENCIA	XM	XM.F
50-100	11	13	143
100-150	23	15	345
150-200	27	36	972
200-250	36	41	1.476
TOTAL	97	105	2.936

Fuente: Encuesta a los Oferentes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 16. Venta Mensual



Fuente: Cuadro 18. Venta Mensual
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANALISIS E INTERPRETACION.

La presente encuesta demuestra que 11 establecimientos vendieron entre 50 a 100 cajas/24 sobres de té hecho a base de hojas de guayusa, 23 establecimientos entre 100 a 150 cajas/24 sobres mensualmente, 27 establecimientos entre 150 a 200, y, 36 de ellos de 200 a 250 cajas/24 sobres mensualmente. Por lo tanto al realizar el cálculo correspondiente para determinar la venta promedio mensual, tenemos:

$$\text{Promedio} = 16.525/97$$

$$\text{Promedio} = 170,6 = 171 \text{ cajas/24 sobres.}$$

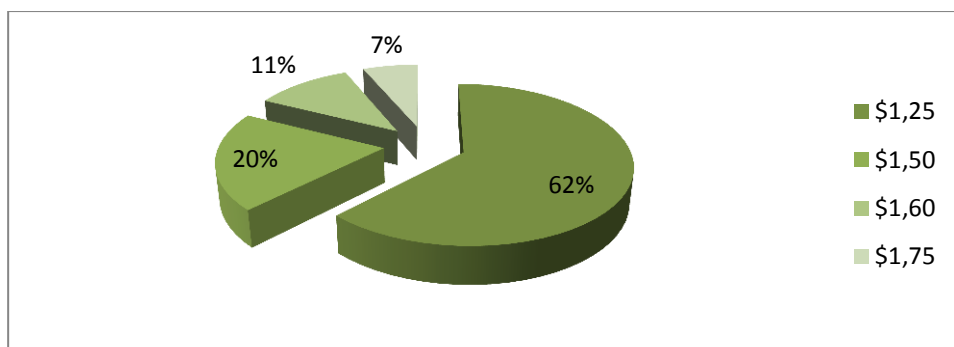
4. ¿Cuál es el precio de venta del sobre de té hecho a base de hojas de guayusa de 1.5 gr (caja/24 sobres)?

Cuadro 19. Precio de Venta

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1.25 – 1.50	60	62%
\$1.50 – 1.60	19	20%
\$1.60 – 1.70	11	11%
\$1.70 – 1.75	7	7%
Total	97	100%

Fuente: Encuesta a los Oferentes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 17. Precio de Venta



Fuente: Cuadro 19. Precio de Venta
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta, el 62% de los establecimientos encuestados manifestaron que el precio del té hecho a base de hojas de guayusa de 1.5 gr en cajas/25 sobres lo venden en 1.25 dólares, el 20% lo venden en 1.50 dólares, el 11% lo venden en 1.60 dólares y el 7% lo venden en 1.75 dólares, esto quiere decir que la mayoría de establecimientos encuestados venden el té en la cantidad de 1.25 dólares.

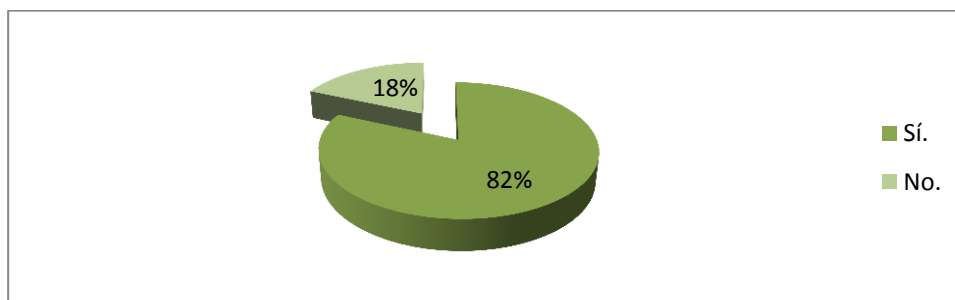
5. ¿El sobre de té hecho a base de hojas de guayusa de 1.5 gr que usted vende, lo obtiene fácilmente de sus proveedores?

Cuadro 20. Lo obtiene fácilmente

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	80	82%
No.	17	18%
Total	97	100%

Fuente: Encuesta a los Oferentes.
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Gráfico 18. Lo obtiene fácilmente



Fuente: Cuadro 20. Lo obtiene fácilmente
Elaboración: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS E INTERPRETACION.

Según la pregunta anterior, el 82% de los establecimientos encuestados manifestaron que lo obtienen con facilidad de sus proveedores al té hecho a base de hojas de guayusa de 1.5 gr en cajas/25 sobres que expiden en sus tiendas, mientras que el 18% de ellos manifestaron que es un poco difícil que los proveedores le mantengan con el producto en sus establecimientos, esto quiere decir que la mayoría de establecimientos cuentan con el stock suficiente para poder vender este tipo de productos a los clientes.

g. Discusión.

Estudio de Mercado.

En el caso de este proyecto de investigación en lo que se refiere a conocer primero a los demandantes del Té natural hecho a Base de Hojas de Guayusa en sobres de 1.5 gr, este tiene como finalidad determinar la cantidad de demanda en un tiempo determinado.

Demanda Potencial

La demanda potencial es toda la población que se encuentra en estudio que se encuentra segmentada y que proyecta a 5 años con una tasa de crecimiento del 3,01%, que proyectada para el año 2016 es de 49.169 familias.

CUADRO Nro. 20

AÑO	POBLACION TOTAL	PORCENTAJE	DEMANDA POTENCIAL
Año 0	50.649	98%	49.636,02
Año 1	52.174		51.130,06
Año 2	53.744		52.669,08
Año 3	55.362		54.254,42
Año 4	57.028		55.887,48
Año 5	58.745		57.569,69

Fuente: Cuadro 2.

Elaboración: Euler Rivadeneira.

Demanda Potencial: $P_b \times \%$

Demanda Potencial = $50.649 \times 98\% = 49.636,02$

Demanda Real.

Es toda la población segmentada que realmente consume el Té natural hecho a base de hojas de Guayusa.

Cuadro 21. Proyección de la población y demanda real

AÑO	POBLACION TOTAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
Año 0	49.636,02	95%	47.154,22
Año 1	51.130,06		48.573,56
Año 2	52.669,08		50.035,63
Año 3	54.254,42		51.541,70
Año 4	55.887,48		53.093,10
Año 5	57.569,69		54.691,20

Fuente: Cuadro Nro. 4 y 21.
Elaboración: Euler Rivadeneira

Demanda Real: $D_p \times \%$

Demanda Real = $49.636,02 \times 95\% = 47.154,22$

Consumo Percapita.

Es la cantidad de té hecho a base de hojas de guayusa que va a consumir cada encuestado.

Para determinar el consumo per cápita, primero se obtiene el consumo mensual por persona, que se demuestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 22. Consumo Per Cápita

REFERENCIA	FRECUENCIA	CONSUMO MENSUAL (sumatoria de frecuencia)
24 Sobres (1 caja)	26	624
48 Sobres (2 caja)	46	2208
72 Sobres (3 caja)	83	5976
96 Sobres (4 caja)	103	9.888
Total	258	18.696

Fuente: Cuadro 13.

Elaboración: Euler Rivadeneira

De acuerdo a los datos obtenidos, se pudo determinar que de los 258 interesados en comprar el producto, 26 respondieron que comprarían 1 Caja x 24 Sobres, 46 de ellos manifestaron que comprarían 2 Caja x 24 Sobres, 83 interesados comprarían 3 Caja x 24 Sobres, 103 de ellos comprarían 4 Caja x 24 Sobres, por lo tanto se puede determinar que el consumo **mensual** de los 258 encuestados es de 18.696 Sobres de 1.5 g.

El promedio seria los 18.696 **mensual** / 258.

Promedio mensual = 72 Sobres por persona.

Con esto se tiene que el consumo promedio anual por persona es de 864 Sobres, lo que significa que el consumo promedio mensual de Té hecho a base de hojas de Guayusa es de 72 Sobres por persona.

Cuadro 23. Demanda real en unidades

AÑOS	DEMANDA REAL	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL POR PERSONA	DEMANDA REAL EN SOBRES DE 1,5 gr.
0	47.154,22			3'395.103.84
1	48.573,56			3'497.296.32
2	50.035,63	72	864	3'602,565.36
3	51.541,70			3'711,002.40
4	53.093,10			3'822.703.20
5	54.691,20			3'937,766.40

Fuente: Cuadros 21 y 22
Elaboración: Euler Rivadeneira

Demanda Efectiva.

Es toda la población segmentada que en la práctica requieren de nuestro producto al momento de crear una nueva empresa productora de Té natural hecho a base de hojas de Guayusa.

Cuadro 24. Demanda efectiva

AÑOS	DEMANDA REAL EN PRESENTACIONES SOBRES DE 1,5 g	DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA EFECTIVA EN PRESENTACIONES SOBRES DE 1,5 g
0	3'395.103.84		2'885,838.26
1	3'497.296.32		2'972,701.87
2	3'602,565.36	85%	3'062,180.55
3	3'711,002.40		3'154,352.04
4	3'822.703.20		3'249,297.72
5	3'937,766.40		3'347,101.44

Fuente: Cuadro Nro. 12 y 23.
Elaboración: Euler Rivadeneira

Estudio de la Oferta.

En el cantón Morona existen comercializadoras tales como farmacias, tiendas, supermercados y vendedores ambulantes que comercializan este producto, es por este motivo que se realizó este estudio para determinar cuántas presentaciones de Té hecho a base de hojas de Guayusa se venden mensualmente.

Los oferentes de acuerdo a la metodología empleada indican que son 125 comercializadoras de este tipo de productos, indicando que se puede seguir el mismo procedimiento del estudio de la demanda, de la siguiente manera:

OFERTA.

Cuadro 25. Oferta de sobres te de guayusa

TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE	ESTABLECIMIENTO QUE VENDEN EL TÉ	UNIDADES VENDIDAS AL MES	OFERTA ANUAL
125	78%	97	16.525 presentaciones mensuales	198.300

Fuente: Cuadros Nos. 16 y 18.
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 26. Proyección de la oferta

AÑOS	OFERTA PROYECTADA CON UNA TASA DE CRECIMIENTO DEL 3.01%
0	198.300
1	204.249
2	210.376
3	216.687
4	223.187
5	229.882

Fuente: Cuadro Nro. 25.
Elaboración: Euler Rivadeneira

Balance entre Oferta y Demanda.

La demanda insatisfecha que resulta del estudio entre oferta y demanda de este producto en la investigación realizada, se pudo determinar que la mayoría de consumidores están dispuestos a adquirir el producto de reciente creación razón por la cual de ser una empresa nueva en el cantón Morona también aportara al crecimiento y desarrollo del cantón. De igual manera la producción del té natural hecho a base de hojas de guayusa será ofertada en presentaciones de sobres de 1.5 g. por lo que en las encuestas realizadas es el tamaño más aceptado por los demandantes y los que más venden en los oferentes.

En el siguiente cuadro se puede observar la diferencia que existe entre oferta y demanda, dando como resultado la demanda insatisfecha.

Cuadro 27. Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2'885,838.25	198.300	2'687,538.25
1	2'972,701.87	204.249	2'768,452.87
2	3'062,180.55	210.376	2'851,804.55
3	3'154,353.04	216.687	2'937,665.04
4	3'249,297.72	223.187	3'026,110.72
5	3'347,101.44	229.882	3'117,219.44

Fuente: Cuadro Nro. 24 y 26.
Elaboración: Euler Rivadeneira

Marketing Mix.

Plan de Comercialización.

Para la comercialización del té natural hecho a base de hojas de guayusa, en necesario considerar varios aspectos que permitan que el productor pueda hacer llegar el producto al consumidor final.

PRODUCTO.

El producto será elaborado con alta calidad, se procederá al procesarlo higiénicamente, esto es de forma natural, de 1.5 g. que satisfaga las necesidades de las personas que lo adquieran.

Las características serán:

- Sera elaborado a base de hojas de guayusa y algunas plantas medicinales.
- Constará con Registro Sanitario.
- Tendrá una durabilidad de 60 días en ambiente natural.

El nombre que se le dará al producto será con un logotipo que será muy atractivo y que se diferencia de la competencia, el mismo que será de la siguiente manera:

Cuadro 28. Información general de la empresa

<i>TÉ NATURAL HECHO A BASE DE HOJAS DE GUAYUSA</i>
ELABORADO CON HOJAS DE GUAYUSA.
Registro Sanitario: En trámite.
Lote y Fecha de elaboración:
RELAJANTE, DESINFLAMENTE Y ALIVIA EL ORGANISMO.
Dirección: Av. Bolivar y Circunvalación .

Elaborado por: Euler Rivadeneira

PRECIO.

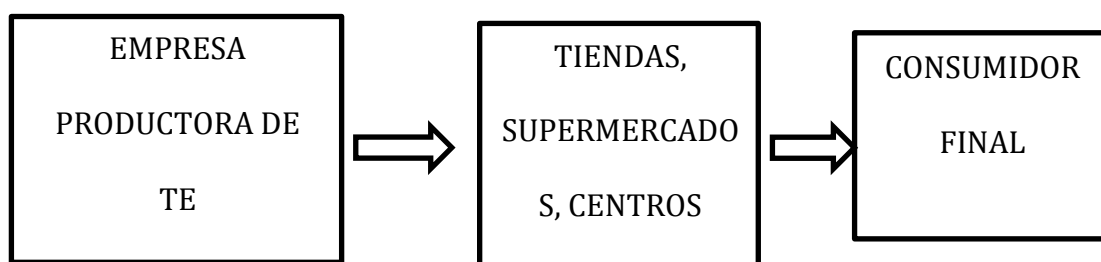
El análisis del precio para la comercialización del té natural hecho a base de hojas de guayusa dependerá de la rentabilidad del proyecto.

Para determinar el precio del producto se tomara en cuenta los costos de producción, y los precios que tienen la competencia.

PLAZA.

Té natural hecho a base de hojas de Guayusa será distribuido en el cantón Morona y llegara al consumidor final en una forma adecuada con la finalidad de que satisfagan las necesidades del cliente y se los distribuirá en Tiendas, Farmacias, Centros Naturistas, Supermercados, etc.

El canal de comercialización será de la empresa productora hacia tiendas, farmacias, supermercados, centros naturistas, etc., que sale desde la empresa hasta que llega al consumidor final. Se lo demuestra en el siguiente cuadro.



PROMOCIÓN.

Se realizan promociones con la finalidad de llegar a más clientes a través de sus distribuidores del nuevo producto y se lo realizara con las siguientes actividades:

1.- La empresa entregara por la compra de 1 caja/25 sobres, 3 sobres más totalmente gratis.

2.- Se publicara en la prensa escrita (Diario La Hora) de la ciudad de Manta y en 2 radios de la ciudad por 5 días a la semana durante 3 meses hasta que el cliente final tenga conocimiento cierto del nuevo producto.

Adquisición de la Materia Prima.

El nuevo producto que es té a base de hojas de guayusa será elaborado especialmente por las hojas de guayusa y un mínimo de miel de abeja para suavizar su sabor.

Los principales lugares de adquirir la materia prima es el cantón Morona donde se puede encontrar la hoja de guayusa que es la materia prima principal del

producto, y el complemento para realizar el té, que se los encuentra en los mercados del cantón Morona.

Estudio Técnico.

Para el estudio técnico se describe el proceso que se va a realizar y cuanto costara todo esto, por lo cual se necesita para poder poner en elaboración el producto de acuerdo a los siguientes aspectos.

Tamaño y Localización.

El tamaño de un proyecto está definido por su capacidad instalada, y entre múltiples factores que influyen en la determinación del nivel óptimo, se destacan: la demanda, la disponibilidad de insumos, la capacidad económica de la empresa y el crecimiento de la competencia.

Por lo tanto el tamaño mantiene una estrecha relación con el nivel de demanda y el monto de las inversiones.

Capacidad Instalada.

Esta demanda se la determina por la máxima producción que se la puede obtener con la utilización de un determinado componente de producción, es aparte de los costos de producción que esta genere, es por ese motivo que en la presente investigación se tratara de realizar el estudio por medio de una

secadora industrial y un recipiente de acero con selladora manual, con dicho componente se realizara el proceso de la siguiente manera:

La capacidad de la secadora industrial será de 100 libras, de las cuales mediante el proceso de filtro de selección nos queda 78 libras de hojas de guayusa.

De las cuales se procesa 390 libras que nos da 1.610 sobres de 1,5 g., en las 4 horas que dura el proceso, si la empresa trabaja 8 horas diarias nos da un total de 3.220 sobres de 1.5 g.,. Esto se multiplica por los 22 días que se laboran en el mes, resultando 70.840 unidades de producción mensual que multiplicado por 12 meses, la capacidad se calcula en 850.080 sobres de 1.5 g.

La Capacidad Instalada de la empresa será de 850.080 sobres de té a base de hojas de guayusa de 1.5 g.

Cuadro 29. Capacidad Instalada

No.	DEMANDA INSATIFECHA (Sobres)	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD INSTALADA (Sobres)
0	2.687.538,25	31,63%	850.080
1	2.768.452,87	30,71%	850.080
2	2.851.804,55	29,81%	850.080
3	2.937.665,04	28,94%	850.080
4	3.026.110,72	28,09%	850.080
5	3.117.219,44	27,27%	850.080

Fuente: Cuadro 27.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Capacidad Utilizada.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el Estudio de Mercado, se considera a criterio de los propietarios de la empresa y que por ser un producto que puede ser preparado en el hogar con la materia prima necesaria, se decide iniciar la producción del producto utilizando el 78% de la capacidad instalada, esto es produciendo 665.600 sobres de 1.5 g., de té natural hecho a base de hojas de guayusa para el primer año. Esta producción se la incrementara en un 5% anual, hasta logara el nivel del 98% como máximo. Se reserva el 2% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción.

Cuadro 30. Capacidad Utilizada

No.	CAPACIDAD INSTALADA (Sobres)	%CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD UTILIZADA (Sobres)	CAPACIDAD UTILIZADA (Cajas = 24 sobres)
0	850.080	73%	624.000	26.000
1	850.080	78%	665.600	27.733
2	850.080	83%	707.200	29.467
3	850.080	88%	748.800	31.200
4	850.080	93%	790.400	32.933
5	850.080	98%	832.000	34.667

Fuente: Cuadro Nro. 29.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Localización del Proyecto.

La localización del proyecto puede tener un efecto condicionado sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto las restricciones físicas que importa como la variedad de los costos de operación y de capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación que se tenga.

Para determinar el lugar más adecuado para que funcione la empresa, se debe tomar en cuenta la Macro localización y la Micro localización.

Macro localización.

La empresa estará ubicada en la Región Oriental del País, en la Provincia de Morona Santiago, en el cantón Morona, con un área adecuada de acuerdo a los siguientes factores:

- 1.- mayor concentración de demandantes.
- 2.- Cuando haya escases de la materia prima, la empresa podrá adquirir la hoja de guayusa en el mercado local.
- 3.- La infraestructura del área urbana del cantón Morona es la adecuada.
- 4.- Se podrá abastecer de forma inmediata a todos los locales que existan en el cantón y que quieran adquirir el producto.

Gráfico 19. Macrolocalicacion



Fuente: Google maps.

Micro localización.

Para poder determinar la micro localización de la empresa se debe tomar en cuenta algunos factores tales como:

1.- Disponibilidad de Materia Prima: La materia prima para la elaboración del té natural hecho a base de hojas de guayusa que se adquieren fácilmente en los principales mercados del cantón Morona.

2.- Disponibilidad de Mano de Obra: Para el proceso de producción del té natural hecho a base de hojas de guayusa es sencillo encontrar porque no se requiere de personal especializado, es por esta razón que no es difícil

encontrar mano de obra adecuada que revista algún problema. Esto se puede lograr con un adiestramiento y capacitación continua de un proceso sencillo que permita elaborar el producto.

3.- Disponibilidad de acceso al cliente: El acceso a clientes es clave para la localización de la empresa que de cierta forma tiene mucho que ver con la ubicación que tenga respecto a los clientes finales. Esto se toma en cuenta por los gastos de transporte que estos tengan, sin embargo la ubicación no constituirá un problema ya que se encontrara en un lugar estratégico dentro del cantón Morona, lugar en el cual los clientes y comerciantes puedan llegar con facilidad.

4.- Disponibilidad de Servicios generales: La empresa se debe ubicar en el sector urbano dentro del cantón Morona por tanto debe contar con todos los servicios básicos como es el agua, luz eléctrica, servicios de transporte, etc.

Por los factores antes indicados se puede determinar que la empresa será ubicada en:

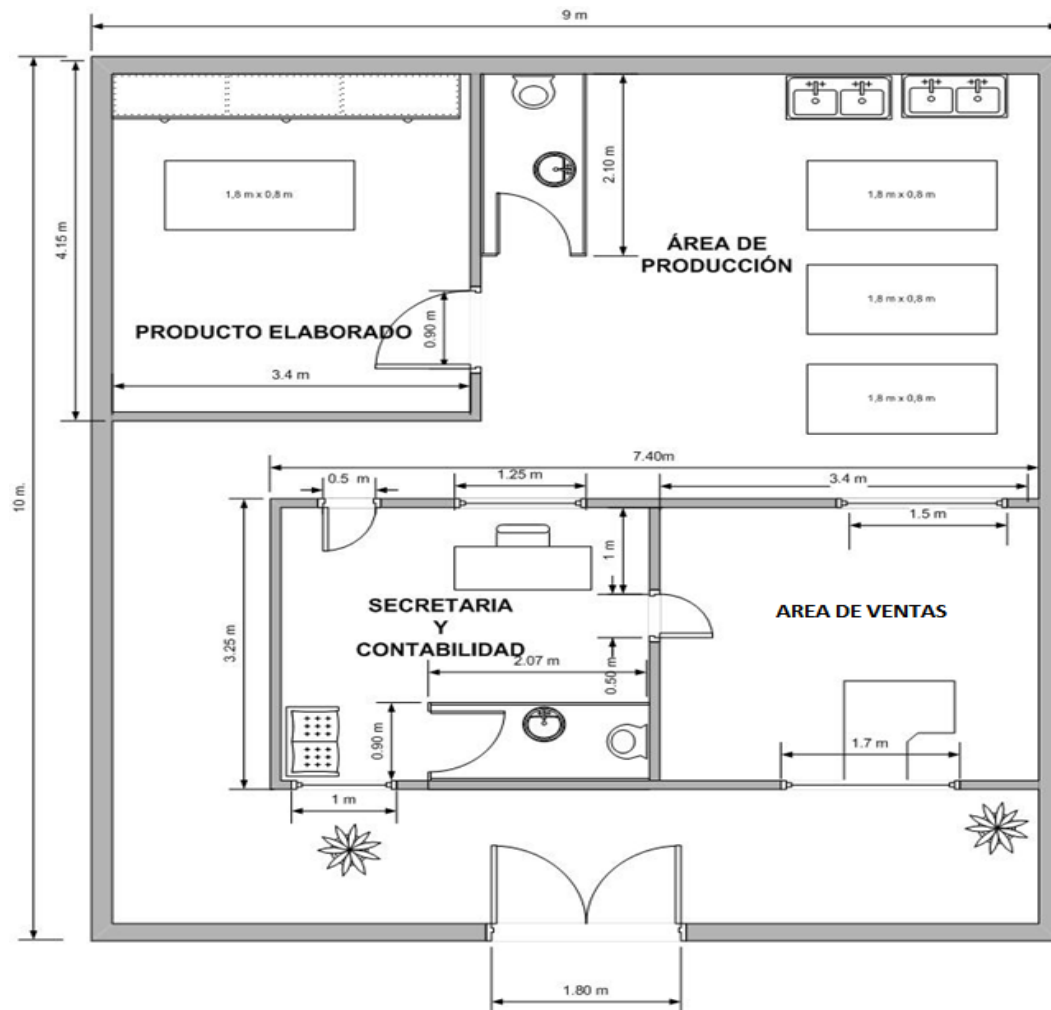
Cantón: Morona.

Ciudadela: Consejo Provincial

Calle: Km 3 vía al puyo

El espacio físico con que contará esta empresa será de 100m², los mismos que estarán debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades empresariales.

Gráfico 20. Micro localización



Elaborado por: Euler Rivadeneira

Cuadro 31. Requerimientos de espacio del proyecto

Área de la Empresa	Dimensiones	Área (m ²)
Administrativa		
Administración	5 m x 5 m	25
Recepción	4 m x 4 m	16
Operaciones		
Área de Producción	4 m x 5 m	20
Otros	1.5 m x 1.5	3
Otras		
Bodega	6 m x 4 m	24
Baños (2)	2 m x 3 m	12
TOTAL (m²)		100

Fuente: Gráfico 20.

Elaborado por: Euler Rivadeneira

Ingeniería del Proyecto.







En la presente investigación se determinara la forma de acoplar los recursos físicos para tener los requerimientos óptimos para la producción, tiene que ver con todo el funcionamiento de los utensilios, su equipamiento y las características del producto. En este caso se dará a conocer el proceso productivo así como la maquinaria necesaria para el proceso de elaboración del té a base de hojas de guayusa.

Descripción del Proceso de Producción.

Para realizar el proceso de producción, se detalla a continuación su elaboración:

- 1.- Obtención de la materia prima en los mercados del cantón Morona o a los productores directos.
- 2.- Selección y clasificación de las hojas de guayusa para elaborar el té.
- 3.- Se lava minuciosamente la materia prima y se realiza el control de calidad de la materia prima seleccionada que se encuentren frescas y sin ninguna alteración física o microbiológica.
- 4.- Se procede al secado de la materia prima al horno.
- 5.- Cuando se ha secado la materia prima en su totalidad se realiza el control de calidad, verificando su pureza y luego se deposita en recipientes.
- 6.- Se pesa 1.5 gramos del ingrediente, utilizando una balanza analítica.
- 7.- Se envasa.
- 8.- Se etiqueta.
- 9.- Se almacena.
- 10.- Se distribuye.

Gráfico 21. Flujograma de proceso de producción de unidades de té de 1.5 g., hecho a base de hojas de guayusa

ACTIVIDADES							TIEMPO
Recepción de materia prima. (1000 Lib)	↓						30´
Selección de la hoja de guayusa.			→				15´
Lavado de materia prima.		↓					30´
Secado.		↓					60´
Control de calidad. (780 Lib)		↓					25´
Pesado de la materia prima.			→				25´
Envase y sellado.				↓			15´
Etiquetado.				↓			10´
Almacenamiento.							30´
Distribución.						→	30´
TIEMPO							240 min

El tiempo de producción del producto tendrá una duración de 240 minutos que son las 4 horas diarias de trabajo, de dos jornadas, de los cuales obtendremos 1.610 sobres de té de 1.5 gr.

Determinación de las características técnicas del té natural hecho a base de hojas de guayusa.

El producto se diseña bajo las siguientes características.

Forma: hoja seca triturada.

Envase: 1.5 g.

Duración: 60 días al ambiente.

Color: VERDE OSCURO.

Gráfico 22. Té natural hecho a base de hojas de guayusa



Elaborado por: Euler Rivadeneira

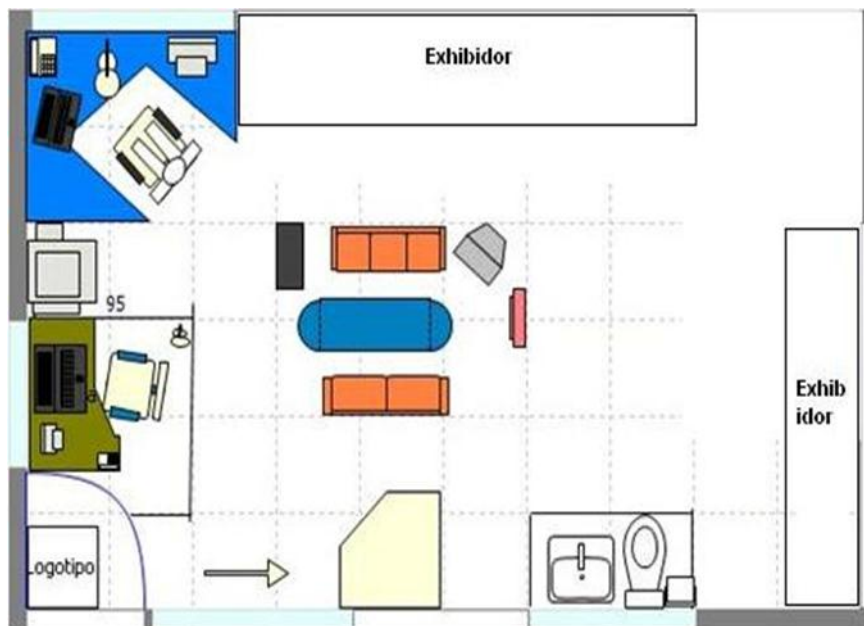
Infraestructura Física de la Empresa.

La estructura física de la planta hace referencia a espacio que será necesario para poner en operación la empresa que se inicia con actividades cuya estructura física se define de la siguiente manera:

El local constara de ambientes debidamente equipados para las operaciones que sean necesarias desde la obtención de la materia prima hasta la culminación del producto en envases que serán distribuidos al cliente final.

El espacio físico de la empresa estará debidamente distribuido a cada una de las necesidades que tendrá la empresa, así se detalla a continuación.

Gráfico 23. Distribución de la planta



Elaborado por: Euler Rivadeneira

3.- Estudio Organizacional.

La administración es fundamental para el buen funcionamiento de las empresas, es así que su objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad.

La empresa es la que adquiere materia prima y luego la procesa, obteniendo un producto final, tomando en cuenta la oferta y la demanda que existe en el mercado.

De esta manera se desarrolla un estudio organizacional de la empresas que será las más conveniente dada la naturaleza de la empresa que se formara y tomando algunas ventajas que se presenta en relación a otras organizaciones, es así que se conformará una **COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.**

Para la organización jurídica y motivada por la idea de incentivar la inversión en el cantón Morona, se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente textualmente dice:

Art. 93.- "La compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o Cía. Ltda.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de conseguir una determinada organización.

El Capital de la Compañía estará formado por las aportaciones de los y las aportaciones estarán íntegramente suscritas y pagadas por lo menos en un 50% y dicho capital será del 100% total.

En cuanto a la administración de la compañía, ésta estará ligada a los socios, entre los cuales se designará un Gerente.

Base Legal:

Acta de Constitución.

CAPÍTULO I**DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN**

Art. 1.- Constituyese en la ciudad de Morona, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Morona Santiago, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada TÉ A NATURAL HECHO A BASE DE “**HOJAS DE GUAYUSA CIA. LTDA.**”

Art. 2.- La compañía tiene por objeto y finalidad, producir y comercializar té natural hecho a base de hojas de guayusa, en los términos de la ley; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, podrá así mismo, adquirir todo tipo de bienes muebles o inmuebles encaminados a cumplir en mejor forma su objeto social, finalmente podrá realizar todo acto o contrato permitido por las leyes vigentes respectivas, relacionados con el objeto principal de la compañía.

Art. 3.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

Art. 4.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del

domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO II

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

Art. 5.- El capital social de la compañía es de cinco mil dólares, dividido en partes iguales, correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el Presidente y Gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

Art. 6.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

Art. 7.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de

créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

Art. 8.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

Art. 9.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

Art 10.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de sesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía

formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

Art 11.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO III

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

Art. 12.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que le asignen la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

Art. 13.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

Art. 14.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPÍTULO IV

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

Art. 15.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

Art. 16.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

Art. 17.- Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

Art. 18.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta General, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

Art. 19.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta General. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

Art. 20.- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la

segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

Art. 21.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 22.- Las resoluciones de la Junta General de Socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a que todos los socios acaten dichas resoluciones, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

Art. 23.- Las sesiones de Junta General de Socios, serán presididas por el presidente de la compañía y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

Art. 24.- Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contenga la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

Art. 25.- Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al Presidente y al Gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 26.- Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

Art. 27.- DEL PRESIDENTE.- El Presidente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido, para este cargo deberá ser socio.

Art. 28.- Son deberes y atribuciones del Presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de la misma e Informar de estos particulares a la Junta General de Socios:

Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del Gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta General de Socios.

Art. 29.- DEL GERENTE.- El Gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida, puede ser o no socio.

Art. 30.- Son deberes y atribuciones del Gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente. Las

adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el Presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta General de Socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de Socios.

CAPÍTULO V

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 31.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

Art. 32.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

Razón Social De La Empresa:

La Razón Social será TÉ A NATURAL HECHO A BASE DE “**HOJAS DE GUAYUSA CIA. LTDA.**”

Objetivo Social:

Venta de té natural hecho a Base de Hojas de Guayusa para el cantón Morona.

Niveles Administrativos.

Lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

NIVEL LEGISLATIVO.- En la empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar

sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, resoluciones, etc., y decidir aspectos de mayor importancia.

NIVEL EJECUTIVO.- Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su buen cumplimiento.

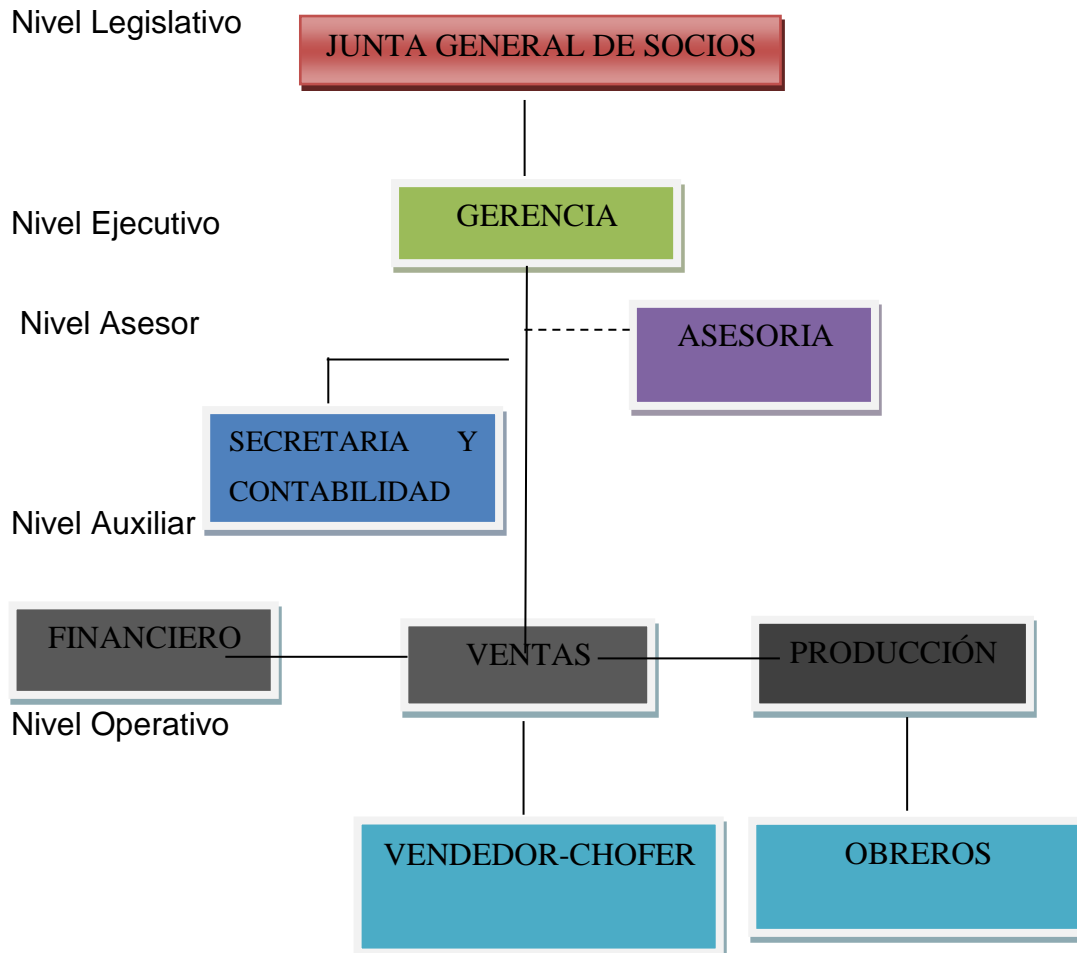
NIVEL ASESOR.- Lo conforma el Asesor Jurídico cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica.

NIVEL OPERATIVO.- Este nivel es responsable directo de ejecutar las actividades básica y financieras de la empresa. Es el ejecutor de las órdenes emanadas del órgano directivo.

A continuación se detallaran los organigramas que regirán para la empresa, tomando en cuenta el organigrama estructural, funcional y posicional.

Gráfico 24. Organigrama Estructural

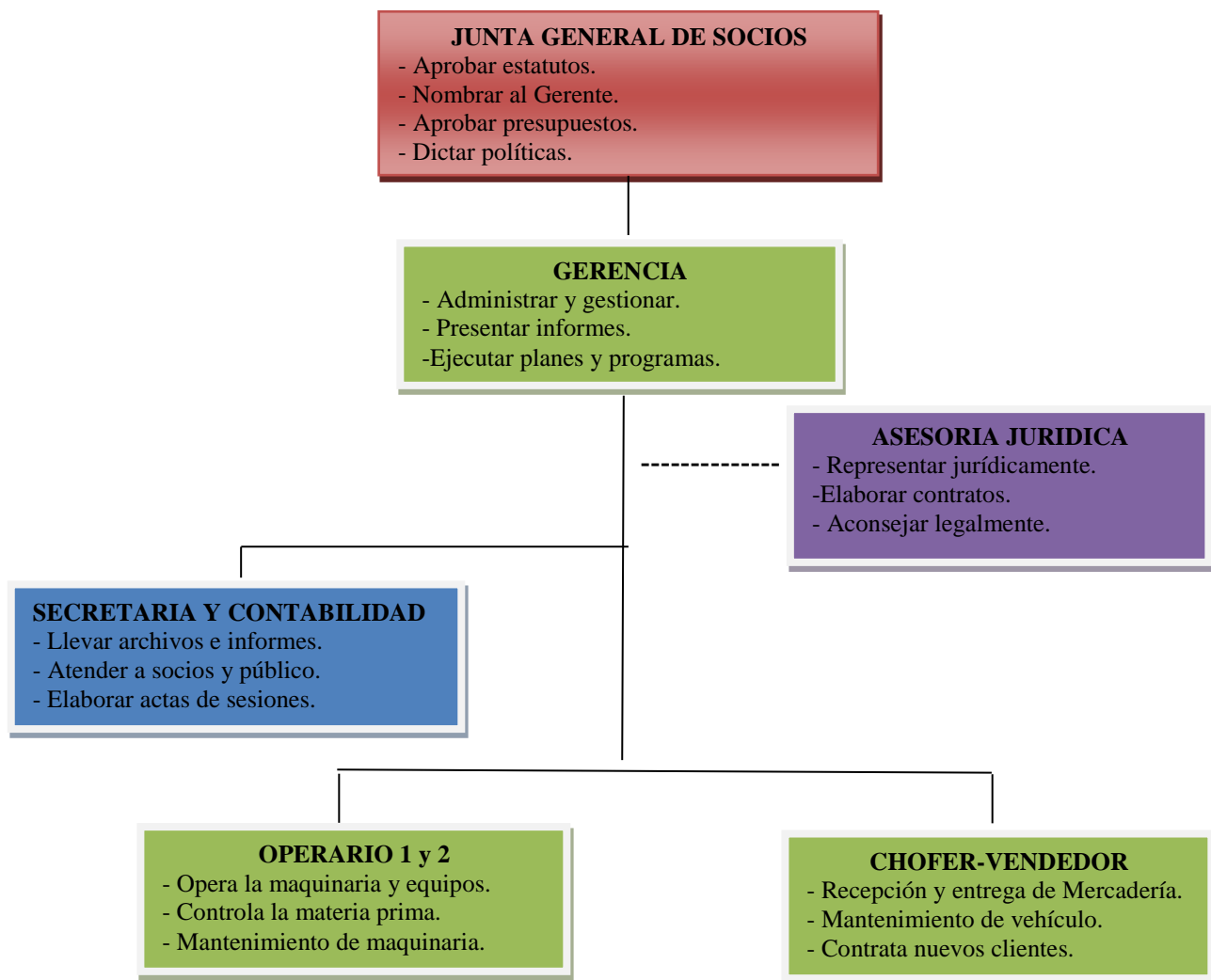
TÉ NATURAL HECHO A BASE DE “HOJAS DE GUAYUSA CIA. LTDA.”



Elaboración: Euler Rivadeneira

Gráfico 25. Organigrama Funcional

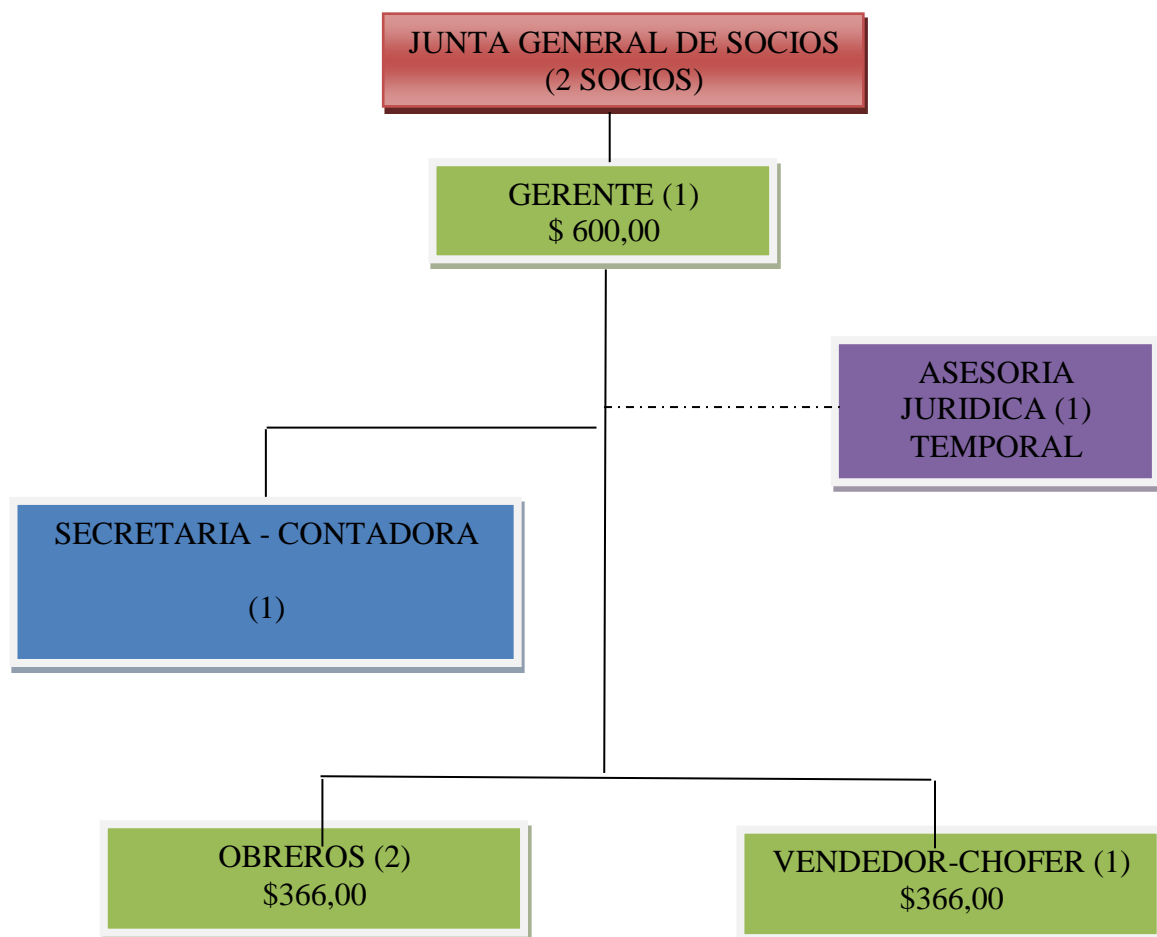
TÉ NATURAL HECHO A BASE DE “HOJAS DE GUAYUSA CIA. LTDA.”



Elaboración: Euler Rivadeneira

Gráfico 26. Organigrama Posicional

TÉ NATURAL HECHO A BASE DE “HOJAS DE GUAYUSA CIA. LTDA.”



Elaboración: Euler Rivadeneira

Manual de Funciones.

A continuación se presenta el Manual de Funciones de cada uno de los niveles jerárquicos de la empresa.

CODIGO:	001
DEPARTAMENTO:	Administración General.
TITULO DEL PUESTO:	GERENTE.
SUPERIOR INMEDIATO:	Junta General de Socios.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. - Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa. 	
TAREAS TIPICAS DE GERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> - Planifica lo que va a realizar en la empresa. - Organiza en forma ordenada los recursos, actividades, materiales, técnicas y humanas. - Ejecuta el plan de acción trazado por la empresa. - Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes respecto a la producción. - Representa judicial y extrajudicialmente a la empresa e interpreta planes y programas más directrices técnicas y de nivel legislativo. 	

- Selecciona el personal idóneo para que trabaje en la empresa.

TAREAS TIPICAS DE COMERCIALIZACION:

- Planifica programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Elabora y ejecuta las estrategias de promoción y publicidad de la empresa.
- determina los lugares estratégicos y los intermediarios adecuados para la venta de los productos terminados.
- Analiza las políticas de ventas.
- Responde a las ventas en el mercado de la provincia.
- Entrega los productos en los lugares convenidos.
- Responsabiliza a la mercadería que es asignada al departamento de ventas.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

- Es responsable de las tareas administrativas financieras y técnicas en la ejecución de las tareas.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Ingeniero Comercial.
- Experiencia mínima 2 años.
- Cursos de Relaciones humanas, Mercadotecnia, Administración y Computación.

CODIGO:	002
DEPARTAMENTO:	Asesoría Jurídica.
TITULO DEL PUESTO:	ASESOR JURIDICO.
SUPERIOR INMEDIATO:	Junta General de Socios.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
- Aconseja, asesora e informa sobre todos los proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.	
TAREAS TIPICAS:	
- Aconseja a los directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.	
- Representa conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.	
- Participa en procesos contractuales.	
- Participa en sesiones de junta General de socios.	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
- Se caracteriza por mantener autoridad funcional mas no en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.	
REQUISITOS MINIMOS:	
- Título de Abogado, Doctor en jurisprudencia.	
- Dos años en funciones similares.	

CODIGO:	003
DEPARTAMENTO:	Administrativo.
TITULO DEL PUESTO:	SECRETARIA-CONTADORA.
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Realiza las labores de secretaria, así como de asistente directa del Gerente de la empresa. 	
TAREAS TIPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Mantiene buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas. - Maneja datos e información confidencial de la empresa, tramita pedidos y órdenes del gerente. - Envía y recibe correspondencia de la empresa y mantienes la información administrativa al día. - Lleva los registros contables de la empresa. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - El puesto requiere de gran conocimiento, eficacia y responsabilidad con discreción en el desarrollo de sus funciones. - Establece buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Secretaria Ejecutiva. - Cursos de secretariado. - Curso de Informática. - Curso de Relaciones Humanas. 	

CODIGO:	005
DEPARTAMENTO:	Producción.
TITULO DEL PUESTO:	OBREROS.
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Manipular con diligencia y cuidado el equipo para el procesamiento de la materia prima y dar mantenimiento a la misma. 	
TAREAS TIPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir las disposiciones emanadas por sus superiores. - Pesar la cantidad de materia prima a procesar. - Vigilar el proceso de producción. - Controlar el mantenimiento y conservación del equipo y maquinaria a su cargo. - Opera el equipo y maquinaria con responsabilidad. - Evitar desperdicios de materiales. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo que requiere habilidad y destreza. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Bachiller. - Curso de Relaciones Humanas. - Curso de Capacitación en procesos productivos. - Experiencia mínima 1 años. 	

CODIGO:	006
DEPARTAMENTO:	Ventas y Transporte.
TITULO DEL PUESTO:	CHOFER-VENDEDOR.
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Es el encargado de la movilización de la materia prima y de los productos terminados. 	
TAREAS TIPICAS DE GERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir órdenes de entrega. - Entrega puntual y en buen estado del producto. - mantenimiento del vehículo a su cargo. - Es responsable de las ventas en el mercado asignado. - Entrega los productos en los lugares convenidos. - Planifica programas, políticas y estrategias de comercialización. - Responsable de la mercadería que se le asigna. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - Requiere de conocimientos de comercialización, distribución y venta de productos. - El puesto requiere de un chofer profesional con criterio formado, responsable, con buena presencia, amable y cordial. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Chofer Profesional. - Curso de Relaciones Humanas - Experiencia mínima 2 años. 	

Estudio Financiero.

Inversiones de los Activos Fijos.

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de equipo y maquinaria.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Activo Circulante o Capital de Trabajo.

Activo Fijo.

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, y se genera en la instalación de la empresa.

Entre estos activos tenemos:

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION.

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el proceso fundamental para el proceso de transformación, se detalla a continuación:

Cuadro 32. Equipo y Herramientas

EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Secadora Industrial	1	1500,00	800,00
Triturador Industrial	1	800,00	200,00
Utensilios	1	100,00	100,00
Ollas de Acero Inoxidable 100 litros	2	72,00	144,00
Cilindros de Gas Industrial	2	85,00	170,00
SUB-TOTAL			1414,00
HERRAMIENTAS			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Balanza Analítica	1	142,00	100,00
Enfundadora - Selladora	1	225,00	220,00
Mesa Tipo Industriales de Trabajo	2	95,00	190,00
SUBTOTAL			510,00
TOTAL			1.924,00

Fuente: Ecuapack

Elaboración: Euler Rivadeneira

Al ser los equipos y herramientas activos fijos se tuvo que realizar su depreciación, la misma que se detalla a continuación:

Cuadro 33. Equipo y Herramientas

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1.924,00	192,4		1.731,60
1	1.731,60		173,16	1.558,44
2	1.558,44		173,16	1.385,28
3	1.385,28		173,16	1.212,12
4	1.212,12		173,16	1.038,96
5	1.038,96		173,16	865,80
6	865,80		173,16	692,64
7	692,64		173,16	519,48
8	519,48		173,16	346,32
9	346,32		173,16	173,16
10	173,16		173,16	0,00

Fuente: Cuadro 32 y La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013
Elaborado: Euler Rivadeneira

Adecuaciones e Instalaciones.- Se ha visto necesario realizar adecuaciones e instalaciones en esta nueva empresa, para asignar los espacios adecuados para el proceso de producción y venta. De igual manera se realizó la depreciación de este activo.

Cuadro 34. Adecuaciones e Instalaciones

	Descripción	Precio Unit.	Costo Total
2	Instalación de Cerámica sobre mesones	172,00	344,00
3	Divisores de Espacios	65,00	195,00
	TOTAL		539,00

Fuente: Ing. Arcentales y Asociados
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 35. Depreciación de Adecuaciones e Instalaciones

VALOR DEL ACTIVO: 539,00

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10

DEPRECIACIÓN 10%

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	539,00	53,9		485,10
1	485,10		48,51	436,59
2	436,59		48,51	388,08
3	388,08		48,51	339,57
4	339,57		48,51	291,06
5	291,06		48,51	242,55
6	242,55		48,51	194,04
7	194,04		48,51	145,53
8	145,53		48,51	97,02
9	97,02		48,51	48,51
10	48,51		48,51	0,00

Fuente: Cuadro 34 y la Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013

Elaboración: Euler Rivadeneira

Muebles de Oficina: Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla además la depreciación de este activo fijo.

Cuadro 36. Muebles de Oficina

Cant.	Descripción	Precio Unit.	Costo Total
1	Escritorio con sillón tipo Gerente	145,00	145,00
1	Archivador de 3 gavetas	85,00	85,00
2	Perchas	65,00	130,00
1	Escritorio con sillón tipo Secretaria	110,00	110,00
2	Mesas de trabajo	35,00	70,00
TOTAL			540,00

Fuente: Mueblería Excelencia

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 37. Depreciación de Muebles de Oficina

VALOR DEL ACTIVO: 540,00

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10

DEPRECIACIÓN 10%

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	540,00	54		486,00
1	486,00		48,60	437,40
2	437,40		48,60	388,80
3	388,80		48,60	340,20
4	340,20		48,60	291,60
5	291,60		48,60	243,00
6	243,00		48,60	194,40
7	194,40		48,60	145,80
8	145,80		48,60	97,20
9	97,20		48,60	48,60
10	48,60		48,60	0,00

Fuente: Cuadro 26 y la Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013

Elaboración: Euler Rivadeneira

Equipo de Computación: será necesario adquirir dos computadoras con su respectiva impresora, porque serán utilizadas por el gerente para controlar todo el desempeño de la organización y por la secretaria – contadora, para la facturación y contabilidad.

Cuadro 38. Equipo de Computación

Cant.	Descripción	Precio Unit.	Costo Total
2	Computadora HP con impresora	745,00	1.490,00
TOTAL			1.490,00

Fuente: Equicompu

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 39. Depreciación de Equipos de Computación

VALOR DEL ACTIVO: 1.490,00

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 3

DEPRECIACIÓN 33%

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1.490,00	491,70		998,30
1	998,30		329,44	668,86
2	668,86		329,44	339,42
3	339,42		339,42	0,00

Fuente: Cuadro 38 y la Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013
Elaboración: Euler Rivadeneira

Equipo de Oficina: Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa. También se detalla la depreciación respectiva.

Cuadro 40. Equipo de Oficina

Cant.	Descripción	Precio Unit.	Costo Total
1	Teléfono inalámbrico General Electric	95,00	95,00
1	Sumadora CASIO Modelo 210	45,00	45,00
TOTAL			140,00

Fuente: Almacenes La Ganga
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 41. Depreciación de Equipos de Oficina

VALOR DEL ACTIVO: 140,00

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10

DEPRECIACIÓN 10%

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	140,00	14		126,00
1	126,00		12,60	113,40
2	113,40		12,60	100,80
3	100,80		12,60	88,20
4	88,20		12,60	75,60
5	75,60		12,60	63,00
6	63,00		12,60	50,40
7	50,40		12,60	37,80
8	37,80		12,60	25,20
9	25,20		12,60	12,60
10	12,60		12,60	0,00

Fuente: Cuadro 40 y la Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013

Elaboración: Euler Rivadeneira

VEHICULO.

Constituye el elemento indispensable para transportar y comercializar el producto. Se detalla a continuación:

Cuadro 42. Vehículo

Cant.	Descripción	Precio Unit.	Costo Total
1	Vehículo Van Modelo Furgoneta	12.500,00	12.500,00
TOTAL			12.500,00

Fuente: Chevrolet

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 43. Depreciación de Vehículo

VALOR DEL ACTIVO: 12.500,00

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10

DEPRECIACIÓN 20%

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	12.500,00	2.500,00		10.000,00
1	10.000,00		2.000,00	8.000,00
2	8.000,00		2.000,00	6.000,00
3	6.000,00		2.000,00	4.000,00
4	4.000,00		2.000,00	2.000,00
5	2.000,00		2.000,00	0,00

Fuente: Cuadro 42 y la Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013

Elaboración: Euler Rivadeneira

El resumen de las inversiones de los activos fijos se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

Cuadro 44. Resumen de Inversiones en Activos Fijos

ACTIVOS	Cuadro N°	VALOR
Equipos y Herramientas	32	1.924,00
Adecuaciones e Instalaciones	34	539,00
Muebles de Oficina	36	540,00
Equipos de Computación	38	1.490,00
Equipos de Oficina	40	140,00
Vehículo	42	12.500,00
Imprevistos 5%		856,65
TOTAL		17.989,65

Fuente: Cuadros 32, 34, 36, 38, 40 y 42

Elaboración: Euler Rivadeneira

Imprevistos.- En este estudio se consideró un 5% de imprevistos, debido a que puede darse una fluctuación en los precios.

Reinversión de activo fijo.- Para el cuarto año se reinvertirá en equipos de computación, ya que los mismos tienen solo una vida útil de tres años, por lo tanto se tomó el valor del costo inicial que es \$ 1.490,00 y se lo incrementó en un 5% anual.

Cuadro 45. Costo Proyectado de Equipo de Computo

Año	Incremento anual	5%	Costo Incrementado Anualmente
	Costo	Valor Incremento	
1	1.490,00	74,50	1.564,50
2	1.564,50	78,23	1.642,73
3	1.642,73	82,14	1.724,86
4	1.724,86	86,24	1.811,10

Fuente: Cuadro 38.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 46. Reinversión de Equipo de Cómputo

REINVERSIÓN ACTIVO	VALOR
Equipos de Computación	1.811,10
TOTAL	1.811,10

Fuente: Cuadro 45.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 47. Depreciación de Equipos de Computación (Segundo equipo)

VALOR DEL ACTIVO: 1.811,10

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 3

DEPRECIACIÓN 33%

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1.811,10	603,64		1.207,42
1	1.207,42		402,49	804,97
2	804,97		402,49	402,49
3	402,49		402,49	0,00

Fuente: Cuadro 46.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Activos Intangibles o Diferidos

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

Cuadro 48. Inversiones en Activo Diferido

ACTIVO	VALOR
Elaboración del Proyecto	450,00
Permiso de Funcionamiento	120,00
Registro Sanitario	650,00
Patente Municipal	125,00
Imprevistos 5%	67,25
TOTAL	1.412,25

Elaboración: Euler Rivadeneira

Este estudio está proyectado a cinco años, por lo tanto la amortización de este activo, está detallado de la siguiente forma:

Cuadro 49. Amortización de Activo Diferido

AÑOS	VAL.ACT.DIF	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1.412,25	282,45	1.129,80
2	1.129,80	282,45	847,35
3	847,35	282,45	564,90
4	564,90	282,45	282,45
5	282,45	282,45	0,00

Fuente: Cuadro 48

Elaboración: Euler Rivadeneira

Activo Circulante o Capital De Trabajo

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas.

A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.

GASTOS DE PRODUCCIÓN

Materia Prima Directa:

La producción inicia con una selección de nuestra principal materia prima que es la hoja de guayusa. Para producir el té se requiere de las hojas de guayusa que se extraen de los árboles en mención. El costo del quintal de hojas de guayusa es de 10 dólares, Por lo tanto el costo por libra viene a ser \$0.10 ctvos.

Cada g. de hoja de guayusa equivale a 0,00022 centavos de dólar, ya que cada libra tiene 453,6 gramos

Es importante remarcar que la inversión de este activo corriente se realiza en el primer año proyectado, de acuerdo a la capacidad utilizada la producción anual es de 6.656,00 sobres de té de hojas de guayusa de 1.5 g.

Cuadro 50. Materia Prima Directa

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	REQUERIMIENTO DIARIO	REQUERIMIENTO MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MES	COSTO TOTAL ANUAL
Hojas de guayusa	Gramos	126.114	2'785,500	0,00020	554,67	6.656,00
TOTAL ANUAL					554,67	6.656,15

Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 51. Proyección de Materia Prima Directa

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	6.656,15
2	6.988,80
3	7.338,24
4	7.705,15
5	8.090,41

Fuente: Cuadro 50.
 Elaboración: Euler Rivadeneira

MATERIALES INDIRECTOS.

Para determinar el costo de material del embazado se hace necesario establecer el número de unidades en sobres de 1.5 g. a comercializar, conforme lo establecido en los resultados de estudio de mercado.

Cuadro 52. Materiales Indirectos

Descripción	Precio Unitario	Cantidad Mensual	Valor Mensual	Valor Anual
Sobres de 1.5 g.	0,0002	21.645,00	432,90	5194,80
Cajas de cartón	0,02	901,00	18,00	216,00
TOTAL		21.645,00	450,90	5.410,80

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 53. Proyección de Materiales Indirectos

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	5.410,80
2	5.681,34
3	5.965,41
4	6.263,68
5	6.576,86

Fuente: Cuadro 52.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Mano de Obra Directa: Para este proyecto la mano de obra directa la constituirán los dos obreros que se encargarán de la producción del té a base de hojas de guayusa. Percibirán un sueldo básico de \$366,00 más los beneficios de ley, a partir del segundo año se cancelará además los fondos de reserva.

Cuadro 54. Presupuesto de Mano de Obra Directa

DENOMINACIÓN.	VALORES
Sueldo Básico Unificado	366,00
Décimo Tercero	30,50
Décimo Cuarto	30,50
Vacaciones	15,26
Aporte IESS 12,15%	44,50
Total	486,76
Nº de Obreros	2,00
Total Mensual	973,52
Total Anual	11.682,24

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Euler Rivadeneira

Para el segundo año se calculó de la siguiente manera:

$\$366 \times 2$ (Obreros) = $\$732,00$ por pagar de fondos de reserva.

$\$11.682,24$ (1er año) + $\$732,00$ (Fondos de Reserva) = $\$12.414,24$

$\$12.414,24 \times 5\%$ de incremento = **$13.034,95$**

Cuadro 55. Proyección de Mano de Obra Directa

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	11.682,24
2	12.266,35
3	12.879,66
4	13.523,64
5	14.199,82

Fuente: Cuadro 54.
Elaboración: Euler Rivadeneira

Mano de Obra Indirecta: Para este proyecto la mano de obra indirecta la constituirá el chofer-vendedor que se encargará de la distribución y venta del té a base de hojas de guayusa.

Percibirá un sueldo básico de \$366,00 más los beneficios de ley, a partir del segundo año se cancelará además los fondos de reserva.

Cuadro 56. Presupuesto de Mano de Obra Indirecta

DENOMINACIÓN	VALORES
Sueldo Básico Unificado	366,00
Décimo Tercero	30,50
Décimo Cuarto	30,50
Vacaciones	15,26
Aporte Patronal IESS 12,15%	44,50
Total	486,76
Nº de Chofer-Vendedor	1,00
Total Mensual	486,76
Total Anual	5.841,12

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Euler Rivadeneira

Para el segundo año se calculó de la siguiente manera:

$\$366 \times 1$ (Vendedor-Chofer)= \$366 por pagar de fondos de reserva.

\$5.841,12 (1er año)+ \$366,00 (Fondos de Reserva)= \$6.207,12

$\$6.207,12 \times 5\%$ de incremento = **6.517,47 (2do Año)**

Cuadro 57. Proyección de Mano de Obra Indirecta

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	6.517,47
2	6.843,34
3	7.188,50
4	7.547,92
5	7.925,31

Fuente: Cuadro 56.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 58. Resumen Costos de Producción

Denominación	Valor mensual	valor anual
Materia Prima Directa	554,67	6.656,00
Materiales Indirectos	450,90	5.410,80
Mano de Obra Directa	973,52	11.682,24
Mano de Obra Indirecta	486,76	5.841,12
TOTAL	2.465,85	29.590,16

Fuente: Cuadros, 50, 52, 54 y 56.

Elaboración: Euler Rivadeneira

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Útiles de oficina: Se estimó que estos son los útiles de oficina más necesarios para realizar el trabajo diario.

Cuadro 59. Presupuesto para Útiles de Oficina

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resma de papel tamaño oficio	1	3,50	3,50
Esferos bic azul, negro	4	0,30	1,20
Corrector bic	1	1,60	1,60
Lápices	1	0,40	0,40
Caja de Grapas	2	1,50	3,00
Carpetas Archivadoras	2	2,00	4,00
TOTAL MENSUAL			9,70
TOTAL ANUAL			116,40

Fuente: Librería y Papelería Carlitos
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 60. Proyección de Útiles de Oficina

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	116,40
2	122,22
3	128,33
4	134,75
5	141,48

Fuente: Cuadro 59.
Elaboración: Euler Rivadeneira

Materiales de Limpieza: Todos los siguientes materiales se consideraron básicos para mantener el local limpio.

Cuadro 61. Presupuesto para Materiales de Limpieza

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	1	2,50	2,50
Trapeador	1	2,80	2,80
Recogedor de Basura	1	3,85	3,85
Botes para basura	3	2,53	7,59
Desinfectante para pisos por galón	4	6,50	26,00
Franelas para limpieza	6	1,00	6,00
Baldes	1	2,50	2,50
TOTAL ANUAL			51,24
TOTAL MENSUAL			4,27

Fuente: Cuadros 60, y Supermercado del sector
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 62. Proyección de Materiales de Oficina

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	51,24
2	53,80
3	56,49
4	59,32
5	62,28

Fuente: Cuadro 61.
Elaboración: Euler Rivadeneira

Sueldos Administrativos.- Están considerados los sueldos del gerente con un sueldo de \$ 600,00 mensuales y la secretaria con una remuneración de \$366 más los beneficios de ley, para el segundo año se cancelarán los fondos de reserva.

Cuadro 63. Presupuesto para Sueldos Administrativos

DENOMINACIÓN	GERENTE	SECRETARIA
Sueldo Básico Unificado	600,00	366,00
Décimo Tercero	50,00	30,50
Décimo Cuarto	30,50	30,50
Vacaciones	25,00	15,26
Aporte Patronal IESS 12,15%	72,90	44,50
Total Mensual	778,40	486,76
Total Anual	9.340,80	5.841,12
Total Anual por Pagar	15.181,92	

Elaboración: Euler Rivadeneira

Para el segundo año se calculó de la siguiente manera:

$\$600 + \$ 366$ (Gerente + Secretaria Contadora)= \$966 por pagar de fondos de reserva.

$\$15.181,92$ (1er año)+ \$966,00 (Fondos de Reserva)= \$15.381,92

$\$15.381,92 \times 5\%$ de incremento = **15.941,02 (2do Año)**

Cuadro 64. Proyección de Sueldos Administrativos

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	15.181,92
2	15.941,02
3	16.738,07
4	17.574,97
5	18.453,72

Fuente: Cuadro 63.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Consumo de Agua: La empresa hará uso de agua para el baño, uso de limpieza en el local, limpieza de la materia prima y para el proceso de purificación de la misma e incluirla en el proceso de producción. El costo de alcantarillado se lo obtuvo tomando el 50% del consumo de agua, ya que este va incluido en la planilla de agua.

Cuadro 65. Presupuesto para Consumo de Agua

DENOMINACIÓN	CANT. m ³	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo	25	0,48	12	144
Alcantarillado			6	72
TOTAL			18	216,00

Fuente: GAD de Morona

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 66. Proyección de Consumo de Agua

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	216,00
2	226,80
3	238,14
4	250,05
5	262,55

Fuente: Cuadro 65

Elaboración: Euler Rivadeneira

El total del consumo de agua se lo prorrateará, en un 2% a gastos administrativos y en un 98% para gastos de producción, por lo tanto los valores por consumo quedarían de la siguiente manera:

Cuadro 67. Prorrateo de Consumo de Agua

AÑOS	VALOR TOTAL CONSUMO	GASTO ADMINIST.	GASTOS DE PRODUCCIÓN O SERVICIO
	100%	2%	98%
1	216,00	4,32	211,68
2	226,80	4,54	222,26
3	238,14	4,76	233,38
4	250,05	5,00	245,05
5	262,55	5,25	257,30

Fuente: Cuadro 66.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Consumo de Energía Eléctrica.- Mediante asesoramiento profesional de un ingeniero eléctrico se pudo determinar que se utilizará en esta empresa, unos 8

kw/h al día que multiplicados por 30 días nos da un consumo de 240 Kw/h al mes y por 12 meses un total de 2880 Kw/h al año. A continuación el detalle:

Cuadro 68. Presupuesto para Consumo de Energía Eléctrica

DENOMINACIÓN	CANT. (kw/h)	Precio Diario	Valor Diario	Valor Mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	8	0,09	0,71	21,17	254,02
TOTAL			0,71	21,17	254,02

Fuente: Empresa Eléctrica
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 69. Proyección de Consumo de Energía Eléctrica

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	254,02
2	266,72
3	280,05
4	294,06
5	308,76

Fuente: Cuadro 68
Elaboración: Euler Rivadeneira

El total del consumo de energía eléctrica se lo prorrateará, en un 2% a gastos administrativos y en un 98% para gastos de producción, por lo tanto los valores por consumo quedarían de la siguiente manera:

Cuadro 70. Prorrateo de Consumo de Energía Eléctrica

AÑOS	VALOR TOTAL CONSUMO	GASTO ADMINIST.	GASTOS DE PRODUCCIÓN O SERVICIO
	100%	2%	98%
1	259,20	5,18	254,02
2	272,16	5,44	266,72
3	285,77	5,72	280,05
4	300,06	6,00	294,06
5	315,06	6,30	308,76

Fuente: Cuadro 69

Elaboración: Euler Rivadeneira

Consumo de Teléfono.- Se ha considerado que el consumo será de unos 400 minutos al mes aproximadamente, que multiplicado por 12 meses serán 6.000 minutos al año, esta cantidad se la tomó en referencia al consumo de otros locales comerciales.

Cuadro 71. Presupuesto para Consumo de Teléfono

DENOMINACIÓN	CANT. Minutos	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Telefonía	300	0,04	12,00	144,00

Fuente: CNT

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 72. Proyección de Consumo de Teléfono

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	144,00
2	151,20
3	158,76
4	166,70
5	175,03

Fuente: Cuadro 71

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 73. Resumen de Gastos Administrativos

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Útiles de Oficina	9,70	116,40
Materiales de Limpieza	4,27	51,24
Sueldos Administrativos	1.284,66	15.181,92
Agua Potable	18,00	216,00
Energía Eléctrica	21,60	259,20
Teléfono	12,00	144,00
TOTAL	1.350,23	16.202,76

Fuente: Cuadro N° 59, 61, 63, 65, 68 y 71

Elaboración: Euler Rivadeneira

GASTOS DE VENTAS

Promoción en ventas.- Se considera que para este aspecto la empresa destinará el 4.67% de la producción total (1.37% de 665.600 sobres de 1.5 g). De tal forma tenemos: $195.000 \times 1.37\% = 9.106$ sobres anual, correspondiendo a una cantidad mensual de 759 sobres.

Si consideramos que al utilizarlos en las promociones la empresa deja de tener un ingreso por ventas de dicho producto, entonces ese es el costo de la promoción, por tanto, si multiplicamos el número de unidades destinadas para promoción por su respectivo precio de venta, entonces tenemos:

$$9.106 \text{ sobres} \times \$0.10 = \$910,60 \text{ dólares}$$

Por tanto el costo de promoción asciende a \$910,60 dólares anual, \$75,88 mensual.

Cuadro 74. Presupuesto para Promoción en Ventas

DENOMINACIÓN	VALOR UNITARIO	CANT.	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Promoción sobres Gratis x c/doc.	0,10	759,00	75,88	910,60
TOTAL		759,00	75,88	910,60

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Euler Rivadeneira

Publicidad.- Se ha considerado realizar cuñas radiales publicitarias, las mismas que serán por un lapso de tres meses en la emisora Radio 101.1 FM porque es la de mayor aceptación en la localidad.

Cuadro 75. Presupuesto para Publicidad

DENOMINACIÓN	TIEMPO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad cuña radial	3 meses	42,00	126,00
TOTAL		42,00	126,00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 76. Proyección De Publicidad

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	126,00
2	132,30
3	138,92
4	145,86
5	153,15

Fuente: Cuadro Nº 75
Elaboración: Euler Rivadeneira

Combustible y Lubricantes.- Para la comercialización que se realizará los fines de semana, se considera un costo promedio de \$30 dólares para combustible diésel. Para lubricantes por concepto de mantenimiento se estima un costo de \$15 dólares mensuales. A continuación el detalle:

Cuadro 77. Presupuesto para Combustible y Lubricantes

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Combustible Diésel	120,00	1.440,00
Lubricantes	15,00	180,00
TOTAL	135,00	1.620,00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 78. Proyección de Combustible y Lubricantes

AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	1.620,00
2	1.701,00
3	1.786,05
4	1.875,35
5	1.969,12

Fuente: Cuadro 77
Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 79. Resumen Gastos de Venta

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Promoción en Ventas	75,88	910,60
Publicidad	42,00	126,00
Combustible y Lubricantes	135,00	1.620,00
TOTAL	252,88	2.656,60

Fuente: Cuadro N° 74, 75 y 77
Elaboración: Euler Rivadeneira

A continuación se detalla el total de los activos circulantes para un año de operación:

Cuadro 80. Inversiones en Activo Circulante

ACTIVO CIRCULANTE	CUADRO N°	VALOR
GASTOS DE PRODUCCION		
Materia Prima Directa	58	6.656,15
Materiales indirectos	58	5.410,80
Mano de obra Directa	58	11.682,24
Mano de obra indirecta	58	5.841,12
TOTAL DE GASTOS E PRODUCCION		29.590,16
GASTOS DE ADMINISTRACION		
Útiles de Oficina	73	116,40
Materiales de limpieza	73	51,24
Sueldos Administrativos	73	15.181,92
Consumo de agua	73	216,00
Consumo de luz	73	259,20
Consumo de teléfono	73	144,00
TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACION		16202,76
GASTOS DE VENTA		
Promoción	79	910,60
Publicidad	79	126,00
Combustible y Lubricantes	79	1620,00
TOTAL DE GASTOS DE VENTA		2656,60
Imprevistos 5%		2980,77
TOTAL		53.336,44

Fuente: Cuadro 58, 73 y 79
 Elaboración: Euler Rivadeneira

Para comenzar a operar se necesitará para el primer mes la cantidad que se detalla a continuación:

Cuadro 81. Capital necesario para primer mes de Operación

ACTIVO CIRCULANTE	CUADRO N°	VALOR
GASTOS DE PRODUCCION		
Materia Prima Directa	58	554,67
Materiales indirectos	58	450,90
Mano de obra Directa	58	973,52
Mano de obra indirecta	58	486,76
TOTAL DE GASTOS E PRODUCCION		2624,69
GASTOS DE ADMINISTRACION		
Útiles de Oficina	73	9,70
Materiales de limpieza	73	4,27
Sueldos Administrativos	73	1284,66
Consumo de agua	73	18,00
Consumo de luz	73	21,60
Consumo de teléfono	73	12,00
TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACION		1350,23
GASTOS DE VENTA		
Promoción	79	75,88
Publicidad	79	42,00
Combustible y Lubricantes	79	135,00
TOTAL DE GASTOS DE VENTA		252,88
Imprevistos 5%		211,39
TOTAL		4439,19

Fuente: Cuadro 58, 73 y 79
 Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 82. Resumen de Inversión corriente prevista (Primer mes)

ACTIVO CIRCULANTE	VALOR
Gastos de Producción	2.624,69
Gastos de administración	1.350,23
Gastos de venta	252,88
Imprevistos 5%	211,39
TOTAL	4.439,19

Fuente: Cuadro 81.
 Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 83. Resumen de la Inversión Total

RUBRO	MONTO
ACTIVOS FIJOS	
Equipos y herramientas	1.924
Adecuaciones e instalaciones	539
Muebles de oficina	540
Equipos de computación	1.490
Equipos de oficina	140
Vehículo	12.500
Imprevistos 5%	856,65
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	17.989,65
ACTIVOS DIFERIDOS	
elaboración del proyecto	450
Permiso d funcionamiento	120
Registro sanitario	650
Patente Municipal	125
Imprevistos 5%	67,25
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1412,25
ACTIVOS CIRCULANTE	
Gastos de producción	2.624,69
Gastos de administración	1.350,23
Gastos de venta	252,88
Imprevistos 5%	211,39
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE	4.439,19
TOTAL DE LA INVERSION	23.772,24

Fuente: Cuadros 44, 48 y 82

Elaboración: Euler Rivadeneira

Financiamiento

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

Cuadro 84. Fuentes de Financiamiento

SOCIO	PORCENTAJE	VALOR
Capital propio	30%	7.131,67
Préstamo Bancario	70%	16.640,57
TOTAL DE LA INVERSION	100%	23.772,24

Fuente: Cuadro 83

Elaboración: Euler Rivadeneira

Fuentes Internas

El 30% del total de la inversión que corresponde a \$.7.131,67 será financiado con aportaciones de los socios.

Fuentes Externas

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco Procredit constituirá el 70% del monto total de la inversión y corresponde a \$16.640,57

Cuadro 85. Amortización de Préstamo Bancario

MONTO:	16.640,57		MES DE GRACIA:	0		
TASA INTERES:	12,00%					
PLAZO:	60		INICIO	2/1/2016		
TIPO AMORTIZAC.	FRANCESA		FIN	02/01/2020		
CUOTA:	MENSUAL		FORMA DE PAGO:	MENSUAL		
SEGURO DE DESG.	0,035%					
Div.	FEC.PAG	SALDO CAP.	CAPITAL	INTERES	DESGRAV.	CUOTA
1	02/02/2016	16.640,57	203,75	166,41	5,82	375,98
2	02/03/2016	16.436,81	205,79	164,37	5,75	375,91
3	02/04/2016	16.231,02	207,85	162,31	5,68	375,84
4	02/05/2016	16.023,17	209,93	160,23	5,61	375,77
5	02/06/2016	15.813,24	212,03	158,13	5,53	375,69
6	02/07/2016	15.601,22	214,15	156,01	5,46	375,62
7	02/08/2016	15.387,07	216,29	153,87	5,39	375,55
8	02/09/2016	15.170,78	218,45	151,71	5,31	375,47
9	02/10/2016	14.952,33	220,64	149,52	5,23	375,39

10	02/11/2016	14.731,69	222,84	147,32	5,16	375,32
11	02/12/2016	14.508,85	225,07	145,09	5,08	375,24
12	02/01/2017	14.283,77	227,32	142,84	5,00	375,16
TOTAL AÑO 1			2.584,12	1.857,81	65,02	4.506,95
13	02/02/2017	14.056,45	229,60	140,56	4,92	375,08
14	02/03/2017	13.826,86	231,89	138,27	4,84	375,00
15	02/04/2017	13.594,96	234,21	135,95	4,76	374,92
16	02/05/2017	13.360,75	236,55	133,61	4,68	374,84
17	02/06/2017	13.124,20	238,92	131,24	4,59	374,75
18	02/07/2017	12.885,28	241,31	128,85	4,51	374,67
19	02/08/2017	12.643,97	243,72	126,44	4,43	374,59
20	02/09/2017	12.400,25	246,16	124,00	4,34	374,50
21	02/10/2017	12.154,10	248,62	121,54	4,25	374,41
22	02/11/2017	11.905,48	251,11	119,05	4,17	374,33
23	02/12/2017	11.654,37	253,62	116,54	4,08	374,24
24	02/01/2018	11.400,75	256,15	114,01	3,99	374,15
TOTAL AÑO 2			2.911,85	1.530,07	53,55	4.495,48
25	02/02/2018	11.144,60	258,71	111,45	3,90	374,06
26	02/03/2018	10.885,89	261,30	108,86	3,81	373,97
27	02/04/2018	10.624,59	263,91	106,25	3,72	373,88
28	02/05/2018	10.360,67	266,55	103,61	3,63	373,79
29	02/06/2018	10.094,12	269,22	100,94	3,53	373,69
30	02/07/2018	9.824,90	271,91	98,25	3,44	373,60
31	02/08/2018	9.552,99	274,63	95,53	3,34	373,50
32	02/09/2018	9.278,36	277,38	92,78	3,25	373,41
33	02/10/2018	9.000,98	280,15	90,01	3,15	373,31
34	02/11/2018	8.720,83	282,95	87,21	3,05	373,21
35	02/12/2018	8.437,88	285,78	84,38	2,95	373,11
36	02/01/2019	8.152,10	288,64	81,52	2,85	373,01
TOTAL AÑO 3			3.281,14	1.160,78	40,63	4.482,55
37	02/02/2019	7.863,46	291,53	78,63	2,75	372,91
38	02/03/2019	7.571,93	294,44	75,72	2,65	372,81
39	02/04/2019	7.277,49	297,39	72,77	2,55	372,71
40	02/05/2019	6.980,11	300,36	69,80	2,44	372,60
41	02/06/2019	6.679,75	303,36	66,80	2,34	372,50
42	02/07/2019	6.376,38	306,40	63,76	2,23	372,39
43	02/08/2019	6.069,99	309,46	60,70	2,12	372,28
44	02/09/2019	5.760,53	312,55	57,61	2,02	372,18
45	02/10/2019	5.447,97	315,68	54,48	1,91	372,07
46	02/11/2019	5.132,29	318,84	51,32	1,80	371,96

47	02/12/2019	4.813,45	322,03	48,13	1,68	371,84
48	02/01/2020	4.491,43	325,25	44,91	1,57	371,73
TOTAL AÑO 4			3.697,28	744,65	26,06	4.467,99
49	02/02/2020	4.166,18	328,50	41,66	1,46	371,62
50	02/03/2020	3.837,68	331,78	38,38	1,34	371,50
51	02/04/2020	3.505,90	335,10	35,06	1,23	371,39
52	02/05/2020	3.170,80	338,45	31,71	1,11	371,27
53	02/06/2020	2.832,35	341,84	28,32	0,99	371,15
54	02/07/2020	2.490,51	345,26	24,91	0,87	371,03
55	02/08/2020	2.145,26	348,71	21,45	0,75	370,91
56	02/09/2020	1.796,55	352,19	17,97	0,63	370,79
57	02/10/2020	1.444,35	355,72	14,44	0,51	370,67
58	02/11/2020	1.088,64	359,27	10,89	0,38	370,54
59	02/12/2020	729,36	362,87	7,29	0,26	370,42
60	02/01/2021	366,50	366,50	3,66	0,13	370,29
TOTAL AÑO 5			4.166,18	275,74	9,65	4.451,57
TOTAL 5 AÑOS			16.640,57	5.569,05	194,92	22.404,53

Fuente: Cuadro 84 y Banco Procredit.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Cuadro 86. Presupuesto de operación para los 5 años

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	6.656,00	6.988,80	7.338,24	7.705,15	8.090,41
Mano de Obra Directa	11.682,24	12.266,35	12.879,66	13.523,64	14.199,82
Mano de obra indirecta	6.517,47	6.843,34	7.188,50	7.547,92	7.925,31
Total costo primo	24.855,71	26.098,49	27.406,40	28.776,71	30.215,54
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Depreciación de Maquinaria y Equipo	173,16	173,16	173,16	173,16	173,16
Materiales Indirectos	5.410,80	5.681,34	5.965,41	6.263,68	6.576,86
Depreciación de Vehículo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Depreciación de instalaciones	48,51	48,51	48,51	48,51	48,51
Energía eléctrica	254,02	266,72	280,05	294,06	308,76
Agua potable	211,68	222,26	233,38	245,05	257,30
Amortización de activos diferidos	282,45	282,45	282,45	282,45	282,45
Total costo de fabricación	8.380,62	8.674,44	8.982,96	9.306,91	9.647,04
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	33.236,33	34.772,93	36.389,36	38.083,62	39.862,58
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	15.415,92	16.186,72	16.996,05	17.845,85	18.738,15
Depreciación de muebles	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60
Depreciación de Equip. de Comp.	329,44	329,44	329,44	402,49	402,49
Depreciación de equipo de oficina	12,60	12,60	12,60	12,60	12,60
Suministros de oficina	116,40	122,22	128,33	134,75	141,48
Consumo telefónico	144,00	151,20	158,76	166,70	175,03
Total gastos administrativos	16.066,96	16.850,78	17.673,78	18.610,99	19.518,35
VENTAS					
Publicidad y Propaganda	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15
Promoción	910,60	956,13	1.003,94	1.054,13	1.106,84
Combustibles y lubricantes	1.620,00	1.701,00	1.786,05	1.875,35	1.969,12
Total gastos de ventas	2.656,60	2.789,43	2.928,91	3.075,35	3.229,11
FINANCIEROS					
Intereses por préstamo	1.857,81	1.530,07	1.160,78	744,65	275,74
Seguro de Desagravamen	65,02	53,55	40,63	26,06	9,65
Total gastos financieros	1.922,83	1.583,63	1.201,41	770,71	285,39
TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN	20.646,39	21.223,83	21.804,09	22.457,05	23.032,85
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	53.882,72	55.996,76	58.193,45	60.540,67	62.895,43

Fuente: Cuadros 33, 35, 37, 39, 41, 43, 47, 49, 80 y 85.

Elaborado por: Euler Rivadeneira

Cuadro 87. Costos Fijos y Variables para los Años 1, 3 y 5

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
COSTO PRIMO						
Materia prima directa		6.656,00		7.338,24		8.090,41
Mano de obra directa		11.682,24		12.879,66		14.199,82
Mano de obra indirecta		6.517,47		7.188,50		7.925,31
TOTAL COSTO PRIMO		24.855,71		27.406,40		30.215,54
COSTO INDIRECTOS						
Depreciación de Maq. y Eq.	173,16		173,16		173,16	
Materiales indirectos		5.410,80	5.965,41			6576,861218
Depreciación de Vehículo	2.000,00			2.000,00	2.000,00	-
Depreciación de instalaciones	48,51		48,51		48,51	
Energía eléctrica		254,02		280,05	308,76	-
Agua potable		211,68		233,38	257,3	-
Amortización de activos diferidos	282,45		282,45		282,45	
Total Costo de fabricación	2.504,12	5.876,50	6.469,53	2.513,43	3.070,18	6.576,86
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	15.415,92		16.996,05		18.738,15	
Deprec. de Muebles y Enseres	48,60		48,60		48,60	
Deprec. de Equipo de Comput.	329,44		329,44		402,49	
Depreciación de Equipo de Oficina	12,60		12,60		12,60	
Suministros de Oficina	116,40		128,33		141,48	
Consumo Telefónico	144,00		158,76		175,03	
TOTAL GASTOS ADMINIST.	16.066,96	-	17.673,78	-	19.518,35	-
VENTAS						
Publicidad y Propaganda	126,00		138,92		153,15	
Promoción	910,60	-	1.003,94	-	1.106,84	-
Combustibles y Lubricantes	1.620,00		1.786,05		1.969,12	
TOTAL GASTOS DE VENTA	2.656,60		2.928,91		3.229,11	
FINANCIEROS						
Intereses por Crédito	1.857,81	-	1.160,78	-	275,74	-
Seguro de Desgravamen	65,02		40,63		9,65	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.922,83		1.201,41		285,39	
TOTAL COSTO DE PRODUC.	23.150,51	30.732,21	28.273,62	29.919,83	26.103,03	36.792,40

Fuente: Cuadro 86
Elaborado por: Euler Rivadeneira

Estructura de costos y establecimiento de ingresos del proyecto

Para establecer la rentabilidad del proyecto y realizar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

- Costo de Producción: Costos Primos, Gastos Indirectos de Fabricación.
- Costos de Operación: Gastos Administrativos, Gastos de Venta, Gastos Financieros.

La estructura de los costos para este proyecto se lo realizó en base a los datos numéricos que se obtuvo en el cuadro N° 62.

Cuadro 88. Costo Total

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	24.855,71
Gastos Indirectos de Producción	8.380,62
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	33.236,33
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	16.066,96
Gastos de Ventas	2.656,60
Gastos Financieros	1.922,83
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	20.646,39
COSTO TOTAL	53.882,72

Fuente: Cuadro 87
Elaboración: Euler Rivadeneira

El Costo Unitario de Producción, resulta de la relación existente entre el costo total y el número de unidades producidas durante el periodo. Aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{CUP} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{N}^{\circ} \text{ Unidades Producidas}}$$

El precio de venta se determina, considerando el precio unitario de producción o fabricación más el margen de utilidad del 50%.

Una vez conocidos el costo unitario y el precio de venta, se proyectan los ingresos para los 5 años del proyecto.

Cuadro 89. Ingresos Totales

DESCRIPCIÓN / AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades	665.600	707.200	748.800	790.400	832.000
Costo Total	53.882,72	55.996,76	58.193,45	60.540,67	62.895,43
Costo Unitario	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08
Margen de Utilidad	28%	32%	47%	50%	52%
Utilidad	0,02	0,03	0,04	0,04	0,04
P.V.P. (Sobre)	0,10	0,10	0,11	0,11	0,11
P.V.P. (Caja x 24)	2,49	2,51	2,74	2,76	2,76
INGRESOS TOTALES	68.969,88	73.915,73	85.544,37	90.811,00	95.601,05

Fuente: Cuadros 30 y 86.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Estado de pérdidas y ganancias

Documento contable que presenta los resultados obtenidos en un periodo económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un periodo.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

Cuadro 90. Estado de Pérdidas y Ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	68.969,88	73.915,73	85.544,37	90.811,00	95.601,05
- Costo Total	53.882,72	55.996,76	58.193,45	60.540,67	62.895,43
= Utilidad Bruta en Ventas	15.087,16	17.918,96	27.350,92	30.270,33	32.705,62
- 15% Utilidad a trabajadores	2.263,07	2.687,84	4.102,64	4.540,55	4.905,84
= Utilidad antes del Imp. a la Renta	12.824,09	15.231,12	23.248,28	25.729,78	27.799,78
- 22% Impuesto a la Renta	2.821,30	3.350,85	5.114,62	5.660,55	6.115,95
= Utilidad Neta	10.002,79	11.880,27	18.133,66	20.069,23	21.683,83

Fuente: Cuadro 89.

Elaboración: Euler Rivadeneira

Punto de Equilibrio**AÑO 1**

PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL

Costos Variables	30.732,21
Costos Fijos	23.150,51
Costos Totales	53.882,72
Ventas Totales	68.969,88
Unidades	665.600

PUNTO DE EQUILIBRIO

EN FUNCIÓN DE CAPACIDAD
INSTALADA

$$PE = (CFT / (VT - CVT)) * 100$$

PE= 60,54 %

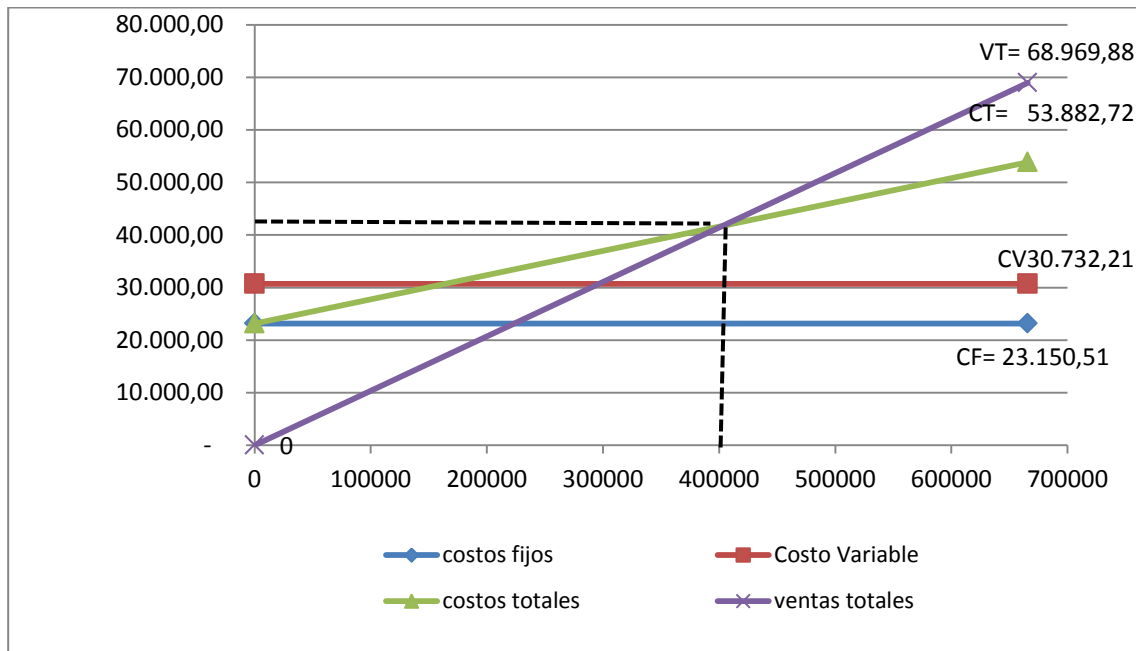
Entonces 402.979 unid. en PE

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = (CFT / 1 - (CVT / VT))$$

PE= 41.756,93 \$ ventas

GRAFICO N° 28
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



Fuente: Cuadro 87
Elaborado por: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 1 se da cuando las ventas alcanzan los \$41.756,93, con un 60,54% de la capacidad instalada de la empresa. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 3

PARA EL TERCER AÑO DE VIDA ÚTIL

Costos Variables	29.919,83
Costos Fijos	28.273,62
Costos Totales	58.193,45
Ventas Totales	85.544,37
Unidades	748.800

PUNTO DE EQUILIBRIO

EN FUNCIÓN DE CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = (CFT / (VT - CVT)) * 100$$

PE= 50,83 %

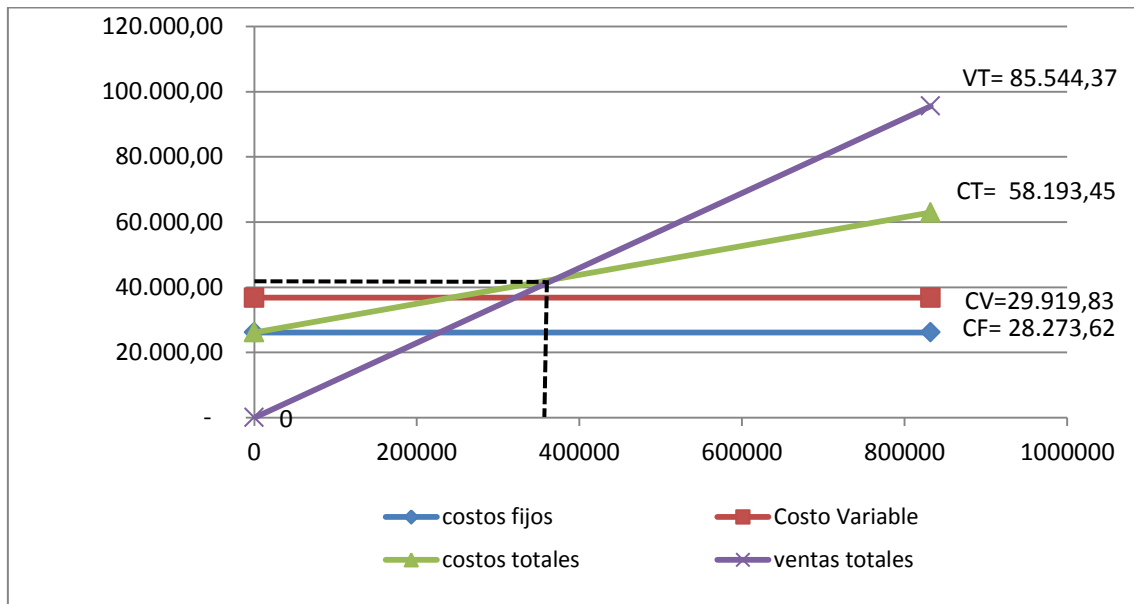
Entonces 380.611 unids en PE

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = (CFT / 1 - (CVT / VT))$$

PE= 43.481,69 \$ ventas

GRAFICO N° 29
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3



Fuente: Cuadro 87
Elaborado por: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 5 se da cuando las ventas alcanzan los \$43.481,69, con un 50,83% de la capacidad instalada de la empresa. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

PUNTO DE EQUILIBRIO**AÑO 5**

PARA EL QUINTO AÑO DE VIDA ÚTIL

Costos Variables	36.792,40
Costos Fijos	26.103,03
Costos Totales	62.895,43
Ventas Totales	95.601,05
Unidades	832.000

PUNTO DE EQUILIBRIOEN FUNCIÓN DE CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = (CFT / (VT - CVT)) * 100$$

PE= 44,39 %

Entonces 369.295 unids en PE

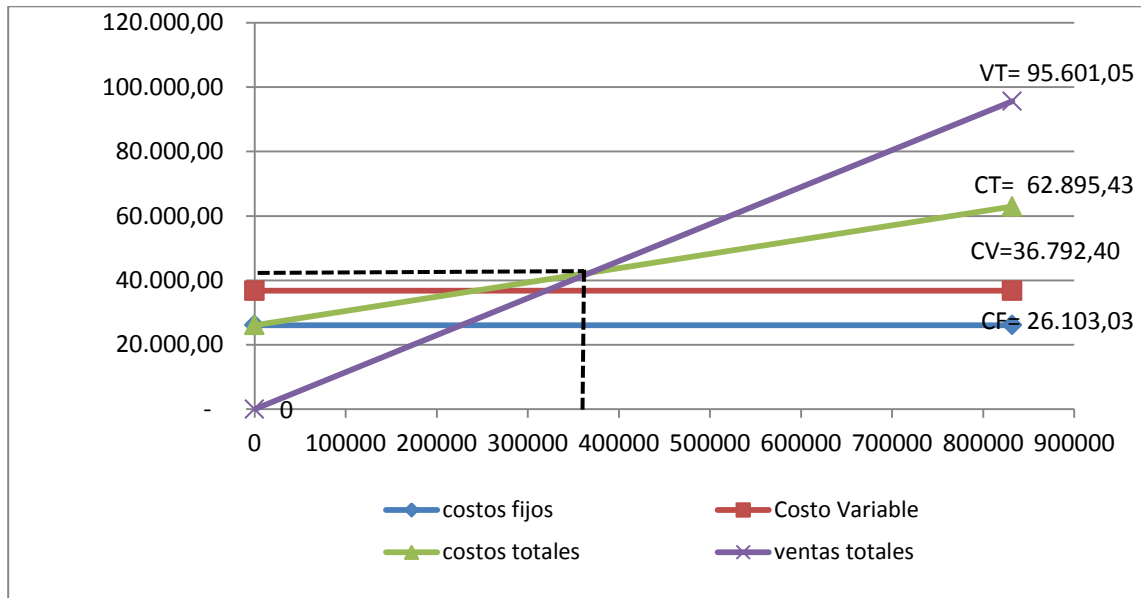
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = (CFT / (1 - (CVT / VT)))$$

PE= 42.433,84 \$ ventas

GRAFICO N° 30

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3



Fuente: Cuadro 87
Elaborado por: Euler Rivadeneira

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 5 se da cuando las ventas alcanzan los \$42.433,84, con un 44,39% de la capacidad instalada de la empresa. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

Evaluación Financiera del Proyecto

Para evaluar este proyecto en primer lugar se elaboró un flujo de caja proyectado, con el fin de establecer los ingresos y los egresos, para así determinar el flujo neto de caja.

Cuadro 91. Flujo de Caja Proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		68.969,88	73.915,73	85.544,37	90.811,00	95.601,05
Crédito	7.131,67					
Capital Propio	16.640,57					
Valor de Rescate				491,70		2.814,30
TOTAL DE INGRESOS	23.772,24	68.969,88	73.915,73	86.036,07	90.811,00	98.415,35
EGRESOS						
Activo fijo	17.989,65					
Activo Diferido	1.412,25					
Activo Circulante	4.370,34					
Reinversión de Vehículo						
Reinversión de Equipo e Comp.					1.811,10	
Presupuesto de Operación		53.882,72	55.996,76	58.193,45	60.540,67	62.895,43
Amortiz. De Capital		2.584,12	2.911,85	3.281,14	3.697,28	4.166,18
15% a Trabajadores		2.263,07	2.687,84	4.102,64	4.540,55	4.905,84
22% Impuesto a la Renta		2.821,30	3.350,85	5.114,62	5.660,55	6.115,95
- Depreciaciones		2.270,27	2.270,27	2.270,27	2.270,27	2.270,27
- Amortizaciones		282,45	282,45	282,45	282,45	282,45
TOTAL EGRESOS	23.772,24	58.998,49	62.394,58	68.139,14	73.697,43	75.530,69
FLUJO DE CAJA	0,00	9.971,39	11.521,14	17.896,94	17.113,58	22.884,67

Fuente: Cuadros 33, 35, 37, 39, 41, 43, 46, 47, 83, 84, 85, 86 y 90
Elaborado Por: Euler Rivadeneira

Valor Actual Neto

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en

definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el VAN es **mayor a uno** se hace la inversión.
- Si el VAN es **menor a uno** se rechaza la inversión.
- Si el VAN es **igual a uno** es indiferente para la inversión.

Cuadro 92. Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZ. (12%)	VALOR ACTUALIZADO
0			- 23.772,24
1	9.971,39	0,8928571	8.903,03
2	11.521,14	0,7971939	9.184,59
3	17.896,94	0,7117802	12.738,69
4	17.113,58	0,6355181	10.875,99
5	22.884,67	0,5674269	12.985,37
TOTAL			54.687,66
Inversión			- 23.772,24
VAN			30.915,42

Fuente: Cuadro 91
Elaboración: Euler Rivadeneira

$$VAN = \sum \text{Flujo Neto de Caja} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 54.687,66 - 23.772,24$$

$$VAN = 30.915,42$$

ANÁLISIS.- El resultado obtenido del VAN es positivo y mayor a uno, por lo tanto nos demuestra que es conveniente realizar este proyecto.

Periodo de Recuperación de Capital

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

Cuadro 93. Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO
VIDA	DE CAJA	ACUMULADO
UTIL		
		23.772,24
1	9.971,39	9.971,39
2	11.521,14	21.492,53
3	17.896,94	39.389,47
4	17.113,58	56.503,05
5	22.884,67	79.387,71
TOTAL	79.387,71	206.744,15

Fuente: Cuadro N°. 92
Elaborado Por: Euler Rivadeneira

$$PR = \left(\frac{\text{Año que supera la inversión} + \text{Inversión} - \sum \text{de flujo que supera el valor de la inversión}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inversión}} \right)$$

$$PRC = \left(\frac{3 + 23.772,24 - 39.389,47}{22.884,67} \right)$$

$$PRC = 2.32$$

$$PRC = 3,55 \quad = \quad 2 \text{ AÑOS}$$

$$PRC = 0,32 \times 12 \text{ (Meses)} = 3,84 \quad = \quad 3 \text{ MESES}$$

$$\text{PRC} = 0,84 \times 30 \text{ (Días)} = 25,5 \quad = \quad \mathbf{26 \text{ DÍAS}}$$

ANÁLISIS.- El capital se recuperará en 2 años, 3 meses y 26 días.

Tasa Interna de Retorno

Se interpreta como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiará la inversión. Este método actualmente es utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Cuadro 94. Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUAL (49%)	VAN TASA <	FACTOR DE ACTUAL (50%)	VAN TASA >
0	0,00		-23.772,24		-23.772,24
1	9.971,39	0,6711409	6.692,21	0,6666667	6.647,59
2	11.521,14	0,4504302	5.189,47	0,4444444	5.120,51
3	17.896,94	0,3023021	5.410,28	0,2962963	5.302,80
4	17.113,58	0,2028873	3.472,13	0,1975309	3.380,46
5	22.884,67	0,1361660	3.116,11	0,1316872	3.013,62
TOTAL	TOTAL		107,96		- 307,27

Fuente: Cuadro N°. 93

Elaborado Por: Euler Rivadeneira

TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa mayor 50,00

Tasa menor 49,00

diferencia de tasas 1

VAN menor 107,96

VAN mayor -307,27

VAN tasa menor

TIR = Tasa menor + Diferencias de Tasas (-----)

Van tasa menor - VAN mayor

TIR = 49,26

ANÁLISIS.- El resultado obtenido de la TIR es 49,26%, el mismo que es mayor que la tasa del costo de capital 12%, por lo tanto se puede recomendar la ejecución del proyecto.

Relación Beneficio Costo

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el período del proyecto.

Los cálculos de la relación beneficio-costo están representados en el cuadro que detallo a continuación:

Cuadro 95. Relación Beneficio Costo (B/C)

AÑOS	COSTO	FACTOR	COSTO	INGRESO	FACTOR	INGRESO
VIDA U.	TOTAL	ACTUAL. (12%)	ACTUALIZADO	TOTAL	ACTUAL.(12%)	ACTUALIZADO
1	53.882,72	0,8928571	48.109,57	68.969,88	0,8928571	61.580,25
2	55.996,76	0,7971939	44.640,28	73.915,73	0,7971939	58.925,16
3	58.193,45	0,7117802	41.420,95	85.544,37	0,7117802	60.888,79
4	60.540,67	0,6355181	38.474,69	90.811,00	0,6355181	57.712,03
5	62.895,43	0,5674269	35.688,56	95.601,05	0,5674269	54.246,60
TOTAL			208.334,04			293.352,85

Fuente: Cuadro 90 y 94.

Elaboración: Euler Rivadeneira

R.B/C= Ingreso Actualizado /Costo Actualizado

B/C = **1,41**

Análisis.- Según el resultado obtenido la relación beneficio costo para el proyecto es mayor que uno (1.51), por lo tanto es financieramente aceptado lo

que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,41 centavos de rentabilidad o utilidad.

Análisis de Sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE LOS COSTOS

Cuadro 96. Análisis de sensibilidad con incremento de los costos

AÑOS	INGRESOS	COSTOS	COSTOS T.	NUEVO	FACTOR DE	NUEVO	FACTOR DE	NUEVO
		TOTALES	22,10%	FLUJO	ACTUAL.(15%)	VAN	ACTL.(45%)	VAN
0				0,00		-23.772,24		- 23.772,24
1	68.969,88	53.882,72	65.790,80	3.179,08	0,8695652	2.764,42	0,6896552	2.192,47
2	73.915,73	55.996,76	68.372,05	5.543,68	0,7561437	4.191,82	0,4756243	2.636,71
3	85.544,37	58.193,45	71.054,20	14.490,17	0,6575162	9.527,52	0,3280167	4.753,02
4	90.811,00	60.540,67	73.920,16	16.890,85	0,5717532	9.657,40	0,2262184	3.821,02
5	95.601,05	62.895,43	76.795,32	18.805,73	0,4971767	9.349,77	0,1560127	2.933,93
TOTAL						11.718,69		-7.435,09

Fuente: Cuadro 95

Elaboración: Euler Rivadeneira

Nueva Tasa Interna de Retorno

$$N.TIR = \text{Tasa menor} + \text{Diferencias de Tasas} \left(\frac{\text{VAN tasa menor}}{\text{VAN tasa menor} - \text{VAN tasa mayor}} \right)$$

$$N.TIR = 15 + 30 \left(\frac{11.718,69}{11.718,69 - (-7.435,09)} \right)$$

$$NVA.TIF = 33,35 \%$$

TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa mayor	45,00
Tasa menor	15,00
diferencia de tasas	30
VAN menor	11.718,69
VAN mayor	-7.435,09
TIR =	49,26 %

$$TIR = \text{Tasa menor} + \text{Diferencias de Tasas} \left(\frac{\text{VAN tasa menor}}{\text{Van tasa menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$NUEVA TIR = 33,35 \%$$

DIFERENCIA DE TIR

$$DT = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$DT = 15,91 \%$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$PV = \text{Diferencia TIR} / \text{TIR} \times \%$$

$$PV = 32,29 \%$$

COEFICIENTE DE SENSIBILIDAD

$$C.SENSIB. = \text{Porcent Variac.} / \text{Nva. TIR}$$

$$CS. = 0,97$$

El resultado indica que el proyecto no es sensible ante un aumento de los costos en un 22,10%

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a un incremento de hasta 22.10% en los costos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

Cuadro 97 Análisis de Sensibilidad con decremento de los Ingresos

AÑOS	COSTOS	INGRESOS	INGRESOS T.	NUEVO	FACTOR DE	NUEVO	FACTOR DE	NUEVO
	TOTALES		15,90%	FLUJO	ACTUAL.(15%)	VAN	ACTL.(45%)	VAN
0				0,00		- 23.772,24		- 23.772,24
1	53.882,72	68.969,88	58.003,67	4.120,95	0,869565217	3.583,43	0,689655172	2.842,03
2	55.996,76	73.915,73	62.163,13	6.166,36	0,756143667	4.662,66	0,475624257	2.932,87
3	58.193,45	85.544,37	71.942,82	13.749,37	0,657516232	9.040,43	0,328016729	4.510,02
4	60.540,67	90.811,00	76.372,05	15.831,38	0,571753246	9.051,65	0,226218434	3.581,35
5	62.895,43	95.601,05	80.400,48	17.505,06	0,497176735	8.703,11	0,156012713	2.731,01
TOTAL						11.269,03		-7.174,95

Fuente: Cuadro 69

Elaboración: Euler Rivadeneira

Nueva Tasa Interna de Retorno

VAN tasa menor

$$N.TIR = \text{Tasa menor} + \text{Diferencias de Tasas} \left(\frac{\text{VAN tasa menor} - \text{VAN tasa mayor}}{\text{VAN tasa menor}} \right)$$

$$N.TIR = 11.269,03 + 30 \left(\frac{11.269,03}{11.269,03 - (-7.174,95)} \right)$$

$$N.TIR = 33,33 \%$$

TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa mayor	45,00
Tasa menor	15,00
diferencia de tasas	30
VAN menor	11.269,03
VAN mayor	-7.174,95
TIR =	49,26 %

DIFERENCIA DE TIR

$$DT = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$DT = 15,93 \%$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$TIR = \text{Tasa menor} + \text{Diferencias de Tasas} \left(\frac{\text{VAN tasa menor} - \text{VAN tasa mayor}}{\text{VAN tasa menor}} \right)$$

$$PV = \text{Diferencia TIR} / \text{TIR} \times 100\%$$

$$NUEVA TIR = 33,33 \%$$

$$PV = 32,34 \%$$

COEFICIENTE DE SENSIBILIDAD

$$C.SENSIB. = \text{Porcent Variac.} / \text{Nva. TIR}$$

$$CS. = 0,97$$

El resultado indica que el proyecto no es sensible ante una disminución de los ingresos en un 15,90%

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible

a una disminución de hasta 15.90% en los ingresos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

Impacto Ambiental y Social

Dada las circunstancias en que la guayusa no presenta ningún daño ecológico por ser una planta que al cosechar sus hojas esta nuevamente las reproduce cumpliendo así con su ciclo de reproducción vital.

Hacemos hincapié en su cultivo para que el mismo se lo realice de la manera más eficiente coadyuvando a preservar los recursos naturales existentes que cumplen una función principal tanto de la naturaleza como del ser humano.

Dentro de nuestro proyecto implementaremos medidas de seguridad en la planta para no contaminar el ambiente.

h. Conclusiones

- Con el estudio realizado se ha podido determinar que nuestro producto tendrá un buen porcentaje de aceptación, dada a las características medicinales, afrodisíacas y desestresante que este posee.
- La creación de este producto y el estudio que hemos realizado nos ayudado a comprender la importancia de satisfacer la necesidades cambiantes de nuestro mercado.
- Es factible en el mercado local introducir el Té de Guayusa puesto que el índice de personas que consumen te de la competencia será poco significativo en relación al estudio de mercado de consumo que tendrá nuestro producto.
- De llegar a consolidarse como una imagen que produce beneficios en la salud, el Té de Guayusa, podría considerarse un sustituto de las medicinas que relajan y desestresan, lo que permitirá en la mayoría de personas mejorar el rendimiento en el desarrollo de sus actividades diarias.
- En cuanto al impacto ambiental se tomará las medidas de seguridad pertinentes con la finalidad de mitigar o eliminar los daños que el proyecto produjeran, que en este caso son mínimos; en el impacto social la puesta en marcha del proyecto generará plazas de trabajo y se convertirá en un ejemplo de inversión para posteriores generaciones, con un producto elaborado con las hojas de una planta nativa de nuestra Amazonía.

i. Recomendaciones.

- Al existir un mercado favorable de guayusa en la provincia de Morona Santiago, es necesario aprovechar estas condiciones para posicionar la empresa y al producto.
- El manejo de la publicidad del Té de Guayusa debe encasillar en estrategias sólidas y serias de publicidad que aseguren la permanencia el tiempo o la sustentabilidad del producto.
- Comercializar el producto al precio determinado en el estudio financiero, está por debajo de la competencia y permitirá constituirse en una importante estrategia para posicionar el producto.
- Se debe aprovechar las ventajas y condiciones favorables del mercado para convertir al producto en una identidad y personalidad, puesto que en las etapas posteriores de vida del producto aparecerán posibles competidores.
- Considerando que este proyecto ayudará a impulsar el desarrollo social y económico del cantón, en la ejecución se deberá tomar en cuenta las recomendaciones del estudio ambiental para evitar daños a la naturaleza y población.

j. Bibliografía

- Aij, K. (2010). El aprovechamiento de la guayusa. *Fundación Chankuap*, 24-26.
- Alles, M. (2015). *Comportamiento organizacional*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Baena, V. (2011). *Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. Barcelona, España: UOC.
- Blanco, F., Freire, T., & Viejo, R. (2014). *Prácticas y conceptos básicos de microeconomía*. Madrid, España: Vértice.
- Briceño, E. (2010). *Ecuador ambiental*. Recuperado el Octubre de 2015, de Estudio de Impacto Ambiental: <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>
- Clements, J., & Gido, J. (2011). *Administración Exitosa de Proyectos*. México D.F., México: Cengage Learning.
- Córdova, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- De la Fuente, D. (2010). *Distribución en Planta*. Oviedo, España: Club Universitario.
- Diez, E. C. (2009). *Proyectos de Inversión*. Madrid, España: ESIC.
- El Telégrafo. (20 de Abril de 2014). *Desde Ecuador sale el 95% de la producción de guayusa del mundo*. Obtenido de El Telégrafo:

<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/desde-ecuador-sale-el-95-de-la-produccion-de-guayusa-del-mundo.html>

Fernández, J. L. (2011). *Contabilidad financiera para directivos*. Madrid, España: ESIC.

García Santillán. (2010). *Proyectos de Inversión: evaluación integral*. Veracruz, México: Limusa.

Hernández, C. (2010). *Análisis Administrativo. Técnicas y Métodos*. San José, Costa Rica: Universitaria de Costa Rica.

La Tienda Naturista. (2005). *Plantas Medicinales Aprobadas en Colombia*.
Obtenido de La Tienda Naturista:
<http://www.latiendanaturista.com/vademecum/guayusa.htm>

Mallo, C. (2010). *Contabilidad Financiera. Un enfoque actual*. Madrid, España: Paraninfo.

Miranda, J. (2010). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera*. Bogotá, Colombia: MM Editores.

Reyes, A. (2010). *Administración de Empresas*. México: Pearson Educación de México.

Runa Organización. (2000). *La Guayusa*. Obtenido de Runa:
<http://runa.com.ec/guayusa/#Guayusa>

Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*.

México D.F., México: Pearson Educación.

Semyraz, D. (2009). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión*.

Madrid, España: Atlantiz.

Soriano, M. J. (2011). *Introducción a la contabilidad y las finanzas*. Barcelona,

España: Profit.

k. ANEXOS**ANEXO 1****FICHA DE RESUMEN****Tema:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUAYUSA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”

Problemática

Al analizar la problemática del Ecuador especialmente la de nuestra provincia de Morona Santiago encontramos que la falta de fuentes de trabajo, la escasa implementación de empresas donde se pueda utilizar los recursos naturales y humanos existentes en el lugar se ha constituido uno de los aspectos más críticos convirtiéndose en un problema socioeconómico

Por ello es necesario que los gobiernos de turno incentiven a los ciudadanos en la creación de sus propias microempresas de manera que obtengan ingresos y coadyuven a reactivar la economía, permitiendo también mejorar la calidad de vida, disminuir el desempleo que es un problema social incrementado en los últimos años.

Para contrarrestar lo antes mencionado, los pobladores de nuestra provincia buscamos mejorar las condiciones de vida, aprovechando el recurso de nuestra provincia así como también de su entorno que puedan generar ingresos sustentables. Mediante la creación de una empresa productora de té a base de hoja de guayusa, y su comercialización en el cantón Macas provincia de Morona Santiago

La principal idea de nuestro proyecto es la de aprovechar la materia prima para transformarla en un producto que cubra las necesidades de las personas en el mercado de la localidad y de toda la provincia, generando a demás fuentes de empleo a personas que realmente necesitan de aquello, coadyuvando de esta manera al fortalecimiento y desarrollo empresarial en el cantón Macas.

Justificación

- **Justificación Académica**

Como egresado de la Universidad Nacional de Loja, en la Carrera de Administración de Empresas he visto la necesidad de realizar este proyecto de tesis denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN EMPRESA PRODUCTORA DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUAYUSA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”**

Como parte de los requisitos para optar por el Grado de Ingeniero Comercial el cual tiene como finalidad brindar un aporte a la sociedad del cual formo parte, aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación profesional.

- **Justificación Social**

La puesta en marcha del proyecto contribuirá a mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón Macas Provincia de Morona Santiago, orientada a satisfacer las necesidades de los consumidores. Brindando así alternativas que ayuden a mejorar el desarrollo de nuestra provincia

- **Justificación Económica**

El presente estudio pretende aportar con una empresa especializada en la producción de té a base de hoja de guayusa y comercialización en el cantón Macas de la provincia de Morona Santiago lo cual incidirá en la generación de mayores recursos económicos de la zona, en su defecto mejorará la calidad de vida de los habitantes. La elaboración de un proyecto de Inversión nos permite evaluar las ventajas y desventajas que tiene la asignación de recursos a una determinada iniciativa empresarial, estableciendo cada uno de los recursos que vamos a necesitar, la rentabilidad que va a tener nuestra inversión, de tal manera que se evite todo riesgo existente.

Objetivos

- Objetivo General

- Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de té a base de hojas de guayusa y comercialización, en el cantón Macas de la Provincia de Morona Santiago.

- Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del té a base de hojas de guayusa.
- Desarrollar el Estudio Técnico que permita determinar la capacidad de la planta, su localización y proceso de producción.
- Desarrollar el Estudio Organizacional que permita plantear la estructura organizacional de la empresa.
- Diseñar el estudio económico financiero que demuestre la rentabilidad de la empresa.
- Efectuar la evaluación financiera del proyecto en base a los indicadores: VAN, TIR, PRC, RBC y el AS, con la finalidad de poder evaluar la viabilidad económica del proyecto.
- Realizar un estudio de impacto ambiental y social.

Metodología

El diseño metodológico del presente trabajo parte del MÉTODO CIENTÍFICO, el cual exige un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización, sistematización, expresión y exposición de conocimientos tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental.

- **Inductivo.-** Este método se lo aplicará al momento de definir todos los aspectos inherentes a la administración y procedimientos que son necesarios ejecutarse para la implementación de la empresa productora de té a base de hoja de guayusa; se analizarán además, aspectos legales, políticas de la empresa, normas, procedimientos administrativos, entre otros.
- **Deductivo.-** En el estudio de mercado, servirá para determinar la demanda insatisfecha existente y que justifique la viabilidad del mercado, la misma que se deducirá de la demanda potencial, que en este caso se constituyen en la Población Económicamente Activa de la provincia Morona Santiago. De igual manera al momento de fijar el tamaño del proyecto.
- **Analítico - Sintético.-** Mediante este método se analizará todas las respuestas obtenidas en la investigación de mercado, cada una deberá ser analizada individualmente con el objetivo de conocer todos los aspectos particulares del mercado potencial. En la evaluación financiera,

sobre los resultados obtenidos en el estudio económico se aplicaran indicadores cuyos resultados serán analizados individualmente. Como complemento se recurrirá al método sintético, con el cual será posible sintetizar toda la información obtenida de fuentes primarias y secundarias para armar el informe final.

- **Técnicas:**

Las técnicas permiten la recopilación de información y el contacto directo con el objeto de estudio para confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de una verdad objetiva.

- **Encuesta.-** Esta técnica se la aplicará a la población económicamente activa de la provincia de Morona Santiago, con el fin de conocer todos los aspectos que servirán de base para ofrecer un servicio acorde a las demandas del mercado efectivo. Para el desarrollo de esta técnica se utilizarán dos instrumentos.
- **Muestreo.-** El segmento de mercado objeto de estudio constituye la población económicamente activa de la provincia Morona Santiago 147.940 de acuerdo al censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010; en vista que el número de demandantes objeto de estudio es muy alto, se procede a realizar un muestro estadístico, a través de la siguiente fórmula:
- **Muestra**
Formula de proyección.

$P_f = P_i (1 + i)^n$
 P_f = Población Futura
 P_i = Población Inicial
 i = Tasa de Crecimiento (3,01)
 1 = Valor Nominal
 n = Número de Años

Cuadro N° 1

Años	Población
2010	41,155
2016	49,169

Fuente: Inec

Elaboración: El Autor

- **Datos:**

Dónde:

N= Población

e= Error maestra 5%

n = Muestra

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{49,169}{1 + 49,169(0.05)^2}$$

$$n = \frac{49,169}{1 + 49,169(0.0025)^2} =$$

$$n = \frac{49,169}{123.925} = 397 \text{ encuestas}$$

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	6
c. INTRODUCCIÓN	10
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	13
e. MATERIALES Y MÉTODOS	38
f. RESULTADOS	43
g DISCUSIÓN	62
h. CONCLUSIONES	159
i. RECOMENDACIONES.....	160
j. BIBLIOGRAFÍA	161
k. ANEXOS	164
INDICE	171