

# **UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



### **UNIDAD DE POSTGRADOS**

#### **“ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN LA PARROQUIA URBANA LA PUNTILLA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN TÉ ORGÁNICO A BASE DE GUAYUSA, AÑO 2015”**

**Para obtener el Grado de:**

**Magíster en Administración de Empresas  
Mención: Negocios Internacionales**

**Tesis de maestría presentada por**

**Ing. Orlando Eduardo Larrea Arias  
Econ. Cesar Humberto Rodríguez Larrea**

**Tutor de tesis:**

**CPA. Fernando Orellana Intriago**

**Guayaquil, Febrero 2015**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
SECRETARÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR,  
CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGIA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO: "ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN LA PARROQUIA URBANA LA PUNTILLA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN TÉ ORGÁNICO A BASE DE GUAYUSA, AÑO 2015"**

**AUTOR/ ES:**

**Ing. Orlando Eduardo Larrea Arias  
Econ. Cesar Humberto Rodríguez Larrea**

**TUTOR: Fernando Orellana Intriago,  
MSC.**

**REVISORES:**

**INSTITUCIÓN: Universidad de  
Guayaquil**

**FACULTAD: Ciencias  
Administrativas**

**CARRERA: Ingeniería Comercial**

**FECHA DE PUBLICACION:  
Enero 2015**

**Nª PAGINAS: 82**

**TITULO OBTENIDO: Magíster en Administración de Empresas**

**ÁREAS TEMÁTICAS: social**

**PALABRAS CLAVE: Producción , Rentabilidad, Utilidad**

**RESUMEN:** En el Ecuador ye en el mundo existe preocupación por la estética y la salud, debido a esto, y a que en nuestro país crecen el 98% de los árboles de Guayusa existentes, el otro 2% crece en la selva de Colombia (RUNA CLEAN ENERGY, 2012) Motivo por el cual existe una interesante oportunidad de ser el primer competidor Ecuatoriano en la producción de un Té con tantas propiedades y reconocimientos a nivel mundial.

**Nº DE REGISTRO (en base de datos):**

**Nº DE CLASIFICACIÓN:**

**DIRECCIÓN URL (tesis en la web):**

**ADJUNTO PDF:**

**SI X**

**NO**

**CONTACTO CON  
AUTOR/ES:**

**Teléfono: 0999303183  
0994098831**

**E-mail:  
[larrea.orlando@gmail.com](mailto:larrea.orlando@gmail.com)  
[chrodrig77@gmail.com](mailto:chrodrig77@gmail.com)**

**CONTACTO EN LA  
INSTITUCIÓN:**

**Nombre:**

**Teléfono:**

**E-mail:**

## **DECLARACIÓN PERSONAL**

Ing. Orlando Larrea Arias y Econ. Cesar Rodríguez Larrea, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La reproducción total o parcial de este libro en forma idéntica o modificada, escrita a máquina o por el sistema "multigraph", mimeógrafo, impreso, etc., no autorizada por los editores, viola derechos reservados.

Cualquier utilización debe ser previamente solicitada.

(2015) Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil.

Derechos Reservados del Autor

**Del contenido del presente trabajo se responsabilizan los autores**

---

**Ing. Orlando Eduardo Larrea Arias**  
**Econ. Cesar Humberto Rodríguez Larrea**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS**

Guayaquil, 2 de Febrero del 2015

Economista

Félix Chang

**DIRECTOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Presente.-

De mi consideración:

Mediante el presente tengo a bien informar que el presente trabajo bajo el tema: "ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN LA PARROQUIA URBANA LA PUNTILLA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN TÉ ORGÁNICO A BASE DE GUAYUSA, AÑO 2015", propuesto por los alumnos Ing. Orlando Eduardo Larrea Arias y Econ. Cesar Humberto Rodríguez Larrea, doy fe que ha sido elaborado bajo mi supervisión y control, luego de haber sido concluido el tratamiento de los contenidos se encuentra en condiciones de ser defendido.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.

---

**CPA. FERNANDO ORELLANA**

**Tutor de Tesis**

## **AGRADECIMIENTO**

A ti DIOS por habernos permitido llegar hasta este punto y habernos dado salud para lograr nuestros objetivos, además de tu infinita bondad y amor.

Con mucho cariño a nuestros padres que nos dieron la vida y han estado con nosotros en todo momento.

Y a nuestras esposas e hijos por creer en nosotros, les agradecemos de todo corazón que estén a nuestro lado ya que nunca han dudado de nuestra capacidad y han sido un gran apoyo en nuestras vidas.

**Ing. Orlando Eduardo Larrea Arias**

**Econ. Cesar Humberto Rodríguez Larrea**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis es el resultado del esfuerzo conjunto de los que formamos este grupo de trabajo, quienes a lo largo de este tiempo hemos puesto a prueba nuestras capacidades y conocimientos en el desarrollo de esta tesis el cual ha finalizado llenando todas nuestras expectativas. A nuestros padres quienes a lo largo de toda nuestras vidas han apoyado y motivado nuestra formación académica, creyendo en nosotros en todo momento y no dudaron de nuestras habilidades. A nuestros profesores quienes nos han transmitido sus amplios conocimientos y sus sabios consejos y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo.

**Ing. Orlando Eduardo Larrea Arias**

**Econ. Cesar Humberto Rodríguez Larrea**

## RESUMEN EJECUTIVO

Con el aumento de conocimiento y mayor preocupación mundial por la estética y la salud, las nuevas generaciones están modificando constantemente sus hábitos alimenticios, modificando sus consumos diarios hacia productos más orgánicos y con mayores beneficios a la salud. En la actualidad existe un auge de exportaciones de productos orgánicos a Estados Unidos, Canadá y Europa, tendencia que incrementa anualmente y se esparce al resto del planeta.

La amazonia ecuatoriana representa uno de los lugares considerados de mayor interés mundial para el desarrollo de nuevas y exóticas materias primas, mismas que pueden ser utilizadas diferentes mercados, tales como los mercados alimentarios, farmacéuticos y cosmético, sin dejar atrás el importante interés científico. Una de las especies de plantas más sagradas para las naciones indígenas amazónicas del Ecuador es la Guayusa o el Vernáculo de Guayusa, científicamente identificada como *Ilex Guayusa* Loes. (Ridari)

En esta introducción es necesario recalcar que los estudios realizados acerca de La Guayusa son sumamente limitados, al igual que su literatura científica, por este motivo es necesario llevar a cabo una investigación científica de profundidad, con el fin de analizar y evaluar todos los potenciales usos en ámbitos farmacéuticos y actividades biológicas para fines comerciales que poseen esta planta con la finalidad de atribuir o descartar un sinnúmero de usos medicinales que las comunidades indígenas han otorgado ancestralmente a esta especie.

En el año 2013, el Te de Guayusa fue premiado como el mejor producto orgánico en la feria especializada de alimentos y bebidas Summer Fancy Food, también en este año obtuvo la categoría de oro en la categoría de certificación orgánica en los Sofi Awards, misma que premia a todos los productos que participan en la feria más grande de América del Norte. (BIO Comercio Andino, 2013).

Actualmente, unas 600 Hectáreas de guayusa son trabajadas por 190 comunidades Shuar en la provincia de Morona Santiago y 2300 campesinos para exportar mensualmente la hoja de guayusa desde hace casi cuatro años. Las hojas salen de las fincas de 2000 pequeños agricultores, que tienen entre tres y 50 árboles de esta planta. Runa compra a los productores la libra de hojas frescas en 35 centavos. La cosecha de la hoja se hace cada tres meses y representa un ingreso adicional para los agricultores, quienes no tienen oportunidades para vender y las exportaciones anuales llegan al millón de dólares al único mercado al que se exporta el Té de la fundación Runa, el cual es los Estados Unidos. (RUNA. ORG, 2013)

En el Ecuador crecen el 98% de los árboles de Guayusa existentes, el otro 2% crece en la selva de Colombia (RUNA CLEAN ENERGY, 2012) Motivo por el cual existe una interesante oportunidad de ser el primer competidor Ecuatoriano en la producción de un Té con tantas propiedades y reconocimientos a nivel mundial.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN .....	7
CAPÍTULO I .....	1
1.1 ENTORNO DEL NEGOCIO .....	1
1.1 ANTECEDENTES .....	1
1.1.1 Trascendencia social.....	1
1.1.2 Utilidad Práctica y Teórica .....	1
1.1.3 Originalidad.....	2
1.1.4. Factibilidad de Realización.....	3
1.1.5. Beneficios.....	3
1.1.6. Posibles Impactos en el Futuro .....	4
1.2 INFORMACIÓN BÁSICA.....	4
1.2.1 fundamentación científica de la realidad .....	5
1.2.2 Otros productos exportados a base de guayusa .....	6
1.2.3 Comercios exportadores del té de guayusa .....	8
1.2.4 Aspecto Político –legal.....	9
CAPÍTULO II .....	10
METODOLOGÍA .....	10
2.1 MISIÓN .....	10
2.2 OBJETIVO.....	10
2.3 BASE LEGAL.....	10
2.4 MERCADO OBJETIVO .....	12
2.5 ANÁLISIS PEST .....	12
2.5.1 Político .....	12
2.5.2 Económico .....	13
2.5.3 Social .....	13
2.5.4 Tecnológico.....	14
2.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	14

2.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA Y DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	16
2.8 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	18
CAPÍTULO III.....	21
3. PROPUESTA.....	21
3.1 EVALUACIÓN DE MERCADOS POTENCIALES.....	21
3.2 COMPETENCIA.....	22
3.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	26
3.4 MARKETING MIX.....	28
3.4.1 Producto.....	28
3.4.2 Promoción.....	31
3.4.3 Precio.....	31
3.4.4 Plaza.....	32
3.5 ANÁLISIS FODA.....	34
3.6 PRESUPUESTO.....	37
3.7 CICLO LA INDUSTRIA.....	44
3.8 ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA.....	48
3.9 RECURSOS HUMANOS.....	53
3.10 ANÁLISIS FINANCIERO.....	57
CONCLUSIÓN.....	79
BIBLIOGRAFÍA.....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de resultados .....	19
Tabla 2. Empresas productoras de Infusiones en el Ecuador .....	23
Tabla 3. Presupuesto de equipos de computación.....	37
Tabla 4. Presupuesto de Maquinaria y Equipos de producción. ....	38
Tabla 5. Presupuesto de Muebles de Oficina.....	39
Tabla 6. Materiales necesarios para realizar infusiones.....	40
Tabla 7. Presupuesto de Maquinaria y Equipos de producción. ....	45
Tabla 8. Muebles de Oficina .....	44
Tabla 9. Capacidad de Producción de los equipos.....	465
Tabla 10. Calculo de capacidad de producción de envasadora .....	46
Tabla 11. Producción total de la maquinaria (2 envasadoras).....	47
Tabla 12. Plan de Compras para 20000 cajas de Te mensuales.....	48
Tabla 13. Inversión en activos Fijos .....	57
Tabla 14. Otros Activos .....	58
Tabla 15. Amortización de activos diferidos.....	58
Tabla 16. Gastos Administrativos y de Ventas.....	59
Tabla 17. Detalle de Roles de Salarios.....	60
Tabla 18. Rol de Beneficios Proyectoado.....	60
Tabla 19. Costo de Mano de Obra y Fabricación.....	61
Tabla 20. Costo de ventas mensuales.....	62
Tabla 21. Calculo de costo de Ventas .....	64
Tabla 22. Préstamo a la CFN y Amortización de pagos .....	65
Tabla 23. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	66
Tabla 24. Flujo de Caja .....	68
Tabla 25. Flujo de caja con préstamo .....	68
Tabla 26. Estructura del financiamiento .....	69
Tabla 27. Punto de Equilibrio .....	71
Tabla 28. Estado de Resultados Escenario Normal .....	74
Tabla 29. Estado de Resultados Escenario Optimista .....	75
Tabla 30. Estado de Resultados Escenario Pesimista.....	77

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Trabajadores de la Fundación Runa .....	7
Ilustración 2. Diseño de la Encuesta .....	18
Ilustración 3. Exportaciones Ecuatorianas de Te .....	22
Ilustración 4. Comparativo de contenido de cafeína en diferentes tipos de Te.....	29
Ilustración 5. Diseño de presentación de producto .....	30
Ilustración 6. Ubicación Gualaquiza-Prov. De Morona Santiago.....	32
Ilustración 7. Ubicación Guayaquil-Daule.....	33
Ilustración 8. Proceso de producción. ....	40
Ilustración 9. Distribución de Planta .....	49
Ilustración 10. Organigrama de la empresa. ....	53

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **General**

Analizar la demanda en la parroquia urbana La Puntilla para la producción y comercialización de un té orgánico a base de guayusa para el año 2015.

### **Específicos**

- Analizar el entorno del negocio
- Identificar la aceptación del mercado objetivo por medio de la aplicación metodológica de investigación.
- Determinar los aspectos legales, organizacionales, de mercado y financieros de la propuesta.

## **HIPÓTESIS**

Con la producción del té orgánico a base de guayusa se alcanzará impulsar a los pequeños industriales en el mejoramiento del consumo de productos orgánicos energizantes reactivando la economía de la localidad.

## **VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

- **Variable Independiente:** Demanda y comercialización de té de Guayusa.

- **Variable Dependiente:** El margen de contribución económico y social del té.

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

### **AMORTIZAR**

Operación mediante la cual se distribuye el costo del capital fijo entre cada uno de los períodos que componen su vida económica, recuperar o compensar los fondos invertidos en ciertos bienes o redimir el capital de un censo.

(Definición ABC, S.f)

### **ARANCEL**

Está constituido por una nomenclatura arancelaria y tarifas arancelarias iguales para productos iguales, con los que, países miembros de una unión aduanera o de un proceso integracionista, gravan las importaciones procedentes de terceros países. (ADUANAS, 2010)

### **CERTIFICADO FITOSANITARIO**

Es el documento probatorio de la condición de salubridad en que se encuentran determinados productos vegetales exportables, que deben ser

obtenidos por los exportadores para cumplir con las regulaciones sanitarias y de salubridad vigentes en los mercados de exportación. (Definición ABC, S.f)

## COMERCIALIZAR

Es el proceso mediante el cual los bienes producidos llegan al consumidor, y dan a un producto condiciones y organización comerciales para su venta. (Definición.org, S.f.)

## COSECHA

Es el conjunto de frutos que se recogen de la tierra, luego de un período de producción. (CULTURAL, S.f.).

## DEMANDA

Cantidad de un bien que los sujetos económicos están dispuestos a adquirir. (PORTER, 2006)

## DEPRECIACIÓN

Disminución del valor, la cantidad o la calidad de un activo o de la moneda, en un número determinado de años o llamada también vida útil. (Porter, 1997)

## EMPAQUE

Materiales que forman la envoltura de los paquetes, se trata del material que recubre a un producto para protegerlo de los daños ambientales o para darle mayor calidad y presentación en el mercado extranjero. (Definición ABC, S.f)

## EMBALAJE

Es la caja o la cubierta con la que se cubre o se resguardan los objetos que han de transportarse a puntos distantes, principalmente en cantidades mayores. (Definición.org, S.f.)

## EXPORTAR

Conjunto de mercancías que se exportan, la economía comenzó con el desarrollo del capital comercial, fue el mercantilismo el impulsor de considerar que por medio de atraer los metales preciosos a un país y así tener una balanza comercial favorable. La exportación es el acto de venta de determinado bien o servicio a otro con el fin de obtener divisas e incrementar su balanza. (ADUANAS, 2010)

Son todos aquellos envíos de bienes y servicios que generan ingreso de dinero, con destino a unidades económicas radicadas fuera de las fronteras del país considerado. En materia de Comercio Exterior y Aduanas se denomina exportaciones a todas las remesas de bienes tangibles o no, que egresan del



territorio aduanero con destino a otro, susceptibles de ser identificadas dentro del arancel de exportaciones.

## MARKETING

Es la ejecución de actividades comerciales encaminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor, de modo que satisfaga al consumidor y cumpla con los objetivos de la empresa. (Porter, 1997)

## MERCADO

Permite establecer relaciones de equivalencia entre cantidades de mercancías, dicha relación es el precio que se identifica con un mecanismo interpersonal que sirve de marco a la oferta y la demanda, puede tener diversas interpretaciones una ley natural y la esfera aparente del intercambio de las mercancías propias del modo producción capitalista. (PROEcuador, 2013)

## PRODUCCION

Es la actividad que transforma determinados bienes en otros que poseen una utilidad mayor, acto o conjunto de actos mediante los cuales se crea riqueza, en sus diversos procesos de extracción, obtención y transformación. (PROEcuador, 2013)



# **CAPÍTULO I**

## **1. ENTORNO DEL NEGOCIO**

### **1.1 ANTECEDENTES**

#### **1.1.1 Trascendencia social**

Uno de los principales beneficios que se alcanzarían con la realización de este proyecto es la oportunidad de brindar a la sociedad, una nueva oportunidad de empleo; ya que de acuerdo a las diferentes épocas de siembras, cultivos, cosechas y post cosechas, se necesitará el apoyo y la colaboración de muchas personas de diferente nivel académico, como pueden ser: agricultores, sembradores, técnicos de cultivos, ingenieros agrónomos, etc.

#### **1.1.2 Utilidad Práctica y Teórica**

Dentro de las utilidades prácticas y teóricas que ofrece la realización de este proyecto se puede citar:

- En el Ecuador, y gracias a las condiciones climáticas del país, a la guayusa se la puede cultivar en cualquier época del año.
- Por ser una fruta casi silvestre, no necesita de cuidados excesivos.
- Presenta un rendimiento promedio anual de 8 a 12 Toneladas Métricas.
- La cosecha es permanente, luego de los primeros 7 u 8 meses.
- La producción de la guayusa, se la puede realizar con capitales prácticamente bajos, dependiendo del terreno del que se dispone.

- Las exportaciones de este producto se benefician de los acuerdos regionales preferenciales otorgados, de acuerdo a los mercados de destino, liberando al mismo de aranceles de importación.
- La guayusa tiene una excelente durabilidad y resistencia.
- De acuerdo a los estudios realizados, los valles interandinos constituyen zonas apropiadas para este cultivo.
- Dar a conocer, mediante este estudio las bondades que ofrece la guayusa tanto en su producción como en su exportación.

### **1.1.3 Originalidad**

En la presente investigación se tratará de plasmar nuevas investigaciones, acerca de las cualidades de la guayusa, así como también de nuevas alternativas de exportación, los cuales se han estancado en la producción y exportación de productos que han saturado el mercado externo; Debido a que la guayusa es una alternativa de producción que presenta grandes posibilidades de éxito y la aceptación de dicho producto en el mercado extranjero es favorable, se hace necesario incrementar la producción nacional para abarcar nuevos mercados, explorar la necesidad de industrialización del producto para aprovechar al máximo sus bondades y por tratarse de un producto no tradicional, tendrá la acogida por parte de las personas interesadas en aumentar sus ingresos económicos.

#### **1.1.4. Factibilidad de Realización**

La exportación del té de guayusa es factible, por cuanto los costos y los gastos de conservación de las plantaciones que se utilizarán serán mínimos, además es importante recalcar que las plantas ofrecen cosechas permanentes y que con cuidados adecuados y renovación de suelos, éstas tienen un tiempo promedio de vida de tres años, lo cual incrementa las utilidades.

Dentro de las limitaciones que se podrían encontrar son la falta de conocimiento y preparación por parte de los pequeños productores y exportadores de la existencia de este nuevo producto que ofrece grandes beneficios, otra de las limitaciones son los altos costos de fumigación que se presentan al momento de realizar el tratamiento de los suelos y de las aguas, el manejo de productos químicos utilizados en la producción de la guayusa, etc., todo lo cual sin una adecuada utilización incurriría en costos y gastos excesivos y por ende la disminución de las utilidades.

#### **1.1.5. Beneficios**

- Mayores utilidades de los productores.
- Posicionamiento del país en el mercado externo.
- Por ser una hoja de alta resistencia y durabilidad, su período de conservación es mayor a temperatura ambiental.
- Mayor desarrollo económico de las zonas de producción.
- Incremento de las exportaciones de productos no tradicionales.
- Ingreso de mayores divisas para el país.

### **1.1.6. Posibles Impactos en el Futuro**

Muchos son los impactos que se podrían dar con la producción de la guayusa, como por ejemplo: mayores ingresos económicos para la provincia; estabilidad laboral y económica para aquellas personas que colaboren con la producción del producto en presentación de té, incremento de utilidades para los empresarios exportadores, además del ingreso del país a nuevos mercados e incremento de divisas, etc.

## **1.2 INFORMACIÓN BÁSICA**

Guayusa (*Ilex guayusa*) es un pequeño árbol originario de la Amazonía ecuatoriana, de la familia de la yerba mate, hojas de gran tamaño, ricas en cafeína y además contienen L-teanina que es un aminoácido que transmite la sensación de tranquilidad y combinada con la cafeína genera un estímulo suave y placentero. Posee aroma agradable y sabor muy suave.

Las hojas de guayusa son de gran utilidad y constituyen parte tradicional en la historia de las tribus indígenas que habitan en la zona. Los quechuas elaboran una bebida que la brindan como señal de bienvenida y hospitalidad. Los shuar (jíbaros) confeccionan una bebida con guayusa y es un ritual diario que beben con el alba. Hierven las hojas en una olla para beberla mientras realizan narraciones de historias y sueños relacionados con costumbres referentes a la comunidad. Además, sirve como estimulante para mantener despierto, por eso lo denominan "vigilante nocturno" y tradicionalmente, la

guayusa ha sido conocida como diurética y desintoxicante natural, efectiva para casos de infertilidad.

En Ecuador se va reivindicando paulatinamente y su fama empieza a recorrer por todo el mundo. Llama la atención por la combinación justa de cafeína y su sabor agradable que puede consumirse fría o caliente, con cítricos, sola o se la puede introducir en la cocina para preparación de diferentes platos. Puede combinarse también con alcohol.

Inclusive dentro del Ecuador, resulta muchas veces dificultoso encontrar esta hierba y existe una leyenda que dice: "todo aquel que vaya a buscarla, donde prueba la guayusa, volverá otra vez" (INFUSIONISTAS, 2011)

### **1.2.1 fundamentación científica de la realidad**

En vista de que la guayusa se produce en forma silvestre, se ha restringido su consumo a pequeñas cantidades, inclusive en los mercados y ferias, su comercialización es muy reducida. La demanda de este producto es de personas que realmente conocen acerca de las cualidades nutricionales y medicinales que posee esta planta, sin embargo, si se da una promoción adecuada, se podría alcanzar cifras relevantes dentro del medio.

Se ha iniciado la exportación de este producto hasta Holanda, Francia y otros países, a un nivel promocional, por lo que se requiere efectuar un sinnúmero de gestiones para conseguir nuevos mercados potenciales.

La exportación de guayusa, al igual que de otros productos tradicionales, ha tenido grandes cambios durante la última década.

El Banco Central del Ecuador, registra que en el período 1993 y 1994 no se efectuaron exportaciones, pero en 1995 se exportaron 46 ton., siendo una cifra considerable comparada con las de los años anteriores que eran volúmenes pequeños. (BCE, 2013)

Las exportaciones en 1996 son prácticamente inexistentes, recuperándose en 1997 en que superó del volumen mínimo al segundo más alto. En 1998, luego de haber experimentado un decrecimiento del 69.3% el volumen crece en 370.5% alcanzando al mayor volumen de la década; en el año 2000, hasta Octubre se detecta el 54% de descenso.

Francia constituyó el principal destino de la guayusa ecuatoriana en el período 1990 y 1991, posteriormente, a partir de 1992 hasta 1999 pasó a Alemania, siendo este país el principal destino y el mercado de más estabilidad para este producto, representando el 66% del volumen exportado, seguido por Suiza con 19%. Estados Unidos realizó una importación de guayusa ecuatoriana por una cantidad incipiente, en 1992, sin embargo, ese país mantiene prohibidas las importaciones de guayusa en la actualidad.

### **1.2.2 Otros productos exportados a base de guayusa**

Estados Unidos, ha denominado "Runa" (en quichua, persona que vive plenamente) al energizante natural elaborado con guayusa que se vende en ese país envasado en latas y botellas. Se espera comercializar en el país este producto que es de origen ecuatoriano, puesto que proviene de una planta de la Amazonía del Ecuador.



## **Ilustración 1.**

### **Trabajadores de la Fundación Runa**



**Fuente: (Región Q, 2013)**

**Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez**

Este dato lo confirma Alejandra Maila, de Runatarpuna Exportadora, que es la empresa que remite a Estados Unidos el producto semielaborado con el fin de que se concluya allá el proceso, que está a cargo de un socio estratégico. (PROECUADOR, 2013)

El Gerente General, Francisco Mantilla, explica que los quichuas utilizan aún esta bebida que antiguamente se consumía en ceremonias y cuando iban de cacería.

En Ecuador, este producto se comercializa como infusiones para té, pero desde hace tres años se exporta semi-elaborado y según afirma el señor Mantilla, llega a US\$1 millón en lo que va de este año.

*“Trabajamos con comercio justo y certificación orgánica”*, asegura Maila, quien resalta las propiedades de la guayusa como una planta que posee un balance inigualable en cafeína y antioxidantes, que beneficia a 2.300 agricultores de las zonas de Napo, Orellana y Pastaza, provincias orientales del Ecuador. (PROECUADOR, 2013)

### **1.2.3 Comercios exportadores del té de guayusa**

En la feria más grande de bebidas y alimentos de Estados Unidos, en Nueva York, a fines de junio, se presentó a Runa colocando la guayusa en hojas sueltas y molidas dentro de funditas biodegradables, en forma de pirámide. Aproximadamente, 2000 libras mensuales de té de guayusa son exportados desde hace un año. Son 200 pequeños agricultores los que proporcionan de sus fincas este producto proveniente de alrededor de 3 a 50 árboles.

Runa está auspiciada por la Agencia para el Desarrollo Internacional de Estados Unidos (Usaid), Corpei y GTZ.

Su aspiración es seguir desarrollándose dentro del mercado de Estados Unidos introduciendo el té ecuatoriano.

Hace aproximadamente un año, cuando Runa se encontraba promocionando la guayusa, Agustín Walsh, escribió en el diario Sta. Cruz Sentinel de California, que "La guayusa es una planta igual al árbol sagrado, al poner sus hojas a hervir se obtiene un té cafeinado cuyos efectos son similares a los de la yerba mate". Esta planta es orgánica, agroforestal, se produce en la sombra de grandes plantaciones y es esa la razón por la que se la siembra en fincas, igual como el cedro, churchu, aguano o demás plantas que se encuentran en peligro de extinción. (PROECUADOR, 2013)

La empresa en mención no cubre ni el 10% de la demanda en Estados Unidos ni exporta al resto de países con mayor demanda de guayusa en té, como es el caso de Canadá, Francia, Alemania, Holanda e Inglaterra, motivo por el cual se plantea la factibilidad y sostenibilidad del presente plan de negocios. (PROECUADOR, 2013)

#### **1.2.4 Aspecto Político –legal**

Ecuador llega al año 2012 en una situación política estable y con un alto crecimiento económico anual, equivalente al 6,5 por ciento del PIB, en la región latinoamericana el crecimiento tiene un aproximado de La institucionalidad luce débil frente al poder presidencial de Rafael Correa, gobernante popular que ejerce control o al menos influencia determinante sobre todo el aparato estatal. En especial sobre la Asamblea Nacional que aprueba las leyes y la función judicial que ha mostrado inclinación a aceptar los argumentos del gobierno en fallos controversiales y expeditos a diferentes opositores. (ASAMBLEA NACIONAL, 2010)

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA**

#### **2.1 MISION**

La misión de la empresa es la de convertirse en una transformadores de materias primas que ayudan a mantener una vida saludable, aplicando los más altos protocolos de calidad y seguridad alimentaria que exige el mercado para satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes potenciales, teniendo como horizonte el crecimiento sostenible, generando valor y beneficios financieros a largo plazo mediante toda la cadena productiva de suministros para accionistas, consumidores, colaboradores y asociados.

#### **2.2 OBJETIVO**

Producir y comercializar Te de guayusa en la parroquia urbana de la puntilla en la ciudad de Guayaquil.

#### **2.3 BASE LEGAL**

A partir del 01 de Enero del 2011 entró en vigencia el nuevo “Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones”, una vez derogadas la LEXI<sup>1</sup> y la LOA<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ley de Comercio Exterior e Inversiones

<sup>2</sup> Ley Orgánica de Aduanas

El Código de Comercio tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

En materia de Comercio Exterior será el encargado de regular las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase.

Para el desarrollo de este proyecto, nos basaremos en el LIBRO IV y V, DEL COMERCIO EXTERIOR, SUS ÓRGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS, TÍTULO I, De la Institucionalidad en Materia de Comercio Exterior, desde el artículo 71 hasta el 231 aplicables al área de Comercio Exterior y el tema de estudio del presente proyecto.(ASAMBLEA NACIONAL, 2010)

## **2.4 MERCADO OBJETIVO**

El mercado Objetivo son todos los ciudadanos que viven en la parroquia urbana de la puntilla en la ciudad de Guayaquil pertenecientes a las clases sociales y económicas media y alta que se encuentran en la necesidad de consumir una fuente de energía pura para poder ejercer sus actividades por prolongados lapsos de tiempo que a la vez tenga múltiples beneficios a la salud, sea orgánica y al alcance de cualquier presupuesto.

La competencia en la industria de infusiones es cada vez más fuerte debido a que el mercado se pone más exigente constantemente. Debido a esto, se debe analizar si el mercado es atractivo o no, tomando en cuenta las economías de escala, canales de distribución, recursos financieros, costos que puedan cambiar, desventajas de ciertos costos y políticas gubernamentales que puedan afectar la implementación del presente proyecto.

## **2.5 ANÁLISIS PEST**

### **2.5.1 Político**

El gobierno actual favorece el desarrollo de la matriz productiva en el País, factor muy favorable para el emprendimiento de empresas que trabajen generando valor agregado con productos provenientes de materias primas nacionales, especialmente en el sector agroindustrial y alimenticio.

El código actual de la producción impulsa la producción con mayor valor agregado, que permita generar empleo de calidad y con un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el medio ambiente

Según el código de la producción 2010, las leyes actuales buscan atraer inversión, motivo por el cual las nuevas sociedades a partir de la vigencia del nuevo código de la producción, gozaran de exoneración de pago del impuesto a la renta por 5 años, de igual manera una reducción de la tarifa del impuesto a la renta hasta llegar al 22%. (ASAMBLEA NACIONAL, 2010)

### **2.5.2 Económico**

Las autoridades del país estiman para el 2014 un crecimiento que se ubicará entre el 4,5% y el 5%, una tasa de inflación del 3,2%, un déficit del gobierno general del 5% del PIB y un aumento de la deuda pública, que llegaría al 31,2% del PIB. Las tasas de interés actuales para la comercialización son del 11.2%, Pymes 11.22%.

A nivel de competitividad, Ecuador avanzó 15 puestos, aunque aún se encuentra en fase 2 en la etapa de desarrollo. Para que el país sea más competitivo, se debe implementar procesos productivos más eficientes y mejoras en la calidad de los productos según la ESPAE. (ANDES, 2013)

### **2.5.3 Social**

En el 2013, el área social tuvo una asignación prioritaria (20% del presupuesto general del Estado), incluso por sobre otras como seguridad (11,79%) y sectores estratégicos (6,74%), según ANDES (2013). Las políticas públicas implementadas en Ecuador desde 2007 han permitido reducir en 13 puntos la pobreza general (del 36,7% a 23,7%), y 8 puntos en pobreza extrema (del 16,5% al 8,5%).

La política social del régimen del presidente Correa está generando un efecto de movilidad social, es decir, el mejoramiento de la situación la calidad de vida de quienes se encuentran en situación de pobreza y extrema pobreza.(ANDES, 2013). Adicional a esto, este negocio incluye actores que no se encuentran regularmente dentro de la base de la pirámide de producción, incluyendo a poblaciones con ingresos económicos muy bajos o nulos, motivo por el cual este negocio fomenta el desarrollo productivo en la provincia de Morona Santiago.

#### **2.5.4 Tecnológico**

De acuerdo al informe suscrito en Andes, la tecnología en el campo empresarial es cada vez más volátil y sujeta a cambio debido a constantes avances. Con los procesos de la globalización contemporánea podemos ser más eficientes y productivos en la producción debido a que adquirir fácilmente maquinaria para producir bajo estándares de calidad. En el Ecuador se encuentran empresas que proveen y que fabrican todo tipo de maquinaria para cubrir estas necesidades. (ANDES, 2013)

## **2.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

La sistemática que se eligió en este proyecto es la investigación cuantitativa, ya que es el procedimiento más eficaz para esta clase de proyectos dado que la información que se consiga será examinada descriptivamente y poder investigar la posibilidad de la propuesta conforme la aprobación que posea la fabricación y comercialización del té a base de guayusa.



La sistemática cuantitativa es la que faculta inspeccionar los antecedentes de modo efectivo, o más concretamente de manera numérica, generalmente con apoyo de herramientas del área de la estadística entre los que se encuentran los siguientes:

- Los sistemas investigativos abarcan: Encuestas.
- Los efectos son representativos y pueden ser generales.

Para concluir con el primer objetivo se debe realizar investigaciones de fuentes secundarias como las estadísticas, que determinan que clase de producto prefiere el consumidor en Guayaquil, específicamente un target poblacional medio alto y alto ubicado la parroquia urbana La Puntilla, éstas se consiguen mediante encuestas en las que se observe un detalle de los antecedentes y así examinar la petición de los futuros consumidores.

Para medir los aspectos cuantitativos de la conducta adquisitiva por parte de los clientes, se utilizara una encuesta con preguntas a los integrantes de una muestra, los resultados pretenden ser el representativo del universo al cual pertenecen los individuos de la misma.

La provincia del Guayas cuenta con 3.645.483 habitantes, según los datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos en el año 2010. De esta cifra, Guayaquil abarca el 63.8% con 2.350.915 habitantes, de los cuales 1.158.221 son hombres y 1.192.694 son mujeres con una tasa anual de crecimiento del 1.08%.(INEC, 2010).

En cuanto a la actividad de los Guayasenses, 1.510.312 se encuentran dentro de la población económicamente activa, representando el 41.42% de la población total. Monto de la muestra poblacional. De esta cifra, se han escogido 42000 consumidores pertenecientes a la parroquia urbana La Puntilla, identificada como de clase económica media y alta.

## **2.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA Y DISEÑO DE LA ENCUESTA**

Para medir los aspectos cuantitativos de la conducta adquisitiva por parte de los clientes, se utilizara una encuesta con preguntas a los integrantes de una muestra, los resultados pretenden ser el representativo del universo al cual pertenecen los individuos de la muestra.

La provincia del Guayas cuenta con 3.645.483 habitantes, según los datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos en el año 2010. De esta cifra, Guayaquil abarca el 63.8% con 2.350.915 habitantes, de los cuales 1.158.221 son hombres y 1.192.694 son mujeres con una tasa anual de crecimiento del 1.08%.(INEC, 2010)

En cuanto a la actividad de los Guayasenses, 1.510.312 se encuentran dentro de la población económicamente activa, representando el 41.42% de la población total. Monto de la muestra poblacional.

De esta cifra, se han escogido 42000 consumidores pertenecientes a la parroquia urbana La Puntilla, identificada como de clase económica media y alta.

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito.

Q= Probabilidad de fracaso

D= Precisión (error máximo permisible en términos de proporción)

n= Tamaño de la muestra

### **Datos**

N=42000

Z=95% 1.96

P=95%

E=5%

**$n = NXZ^2 \cdot p \cdot q$**

---

n=379 sería el tamaño de la muestra del proyecto

## Ilustración 2.

### Diseño de la Encuesta



### UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Somos estudiantes de la Universidad de Guayaquil, realizamos una encuesta para conocer gustos y preferencias de los consumidores de infusiones

Agradecemos de antemano su colaboración.

¿Usted consume infusiones?

SI  NO

1. ¿Qué tipo de infusiones consume?

Aromáticas  Medicinales

2. ¿En qué lugares frecuenta comprar infusiones?

Tiendas de barrio  Supermercados

3. ¿Con que frecuencia consume usted infusiones?

Diario  Cantidad \_\_\_\_\_

Semanal  Cantidad \_\_\_\_\_

Mensual  Cantidad \_\_\_\_\_

4. ¿Dónde consume las infusiones?

Casa  Trabajo  Cafeterías

5. ¿Consumes usted Te de Guayusa?

SI  NO

6. ¿Consumiría usted infusiones de Guayusa?

SI  NO

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de 25 unidades?

\$ 1,50     \$ 1,80     \$ 1,90     \$ 2,00

Otro \_\_\_\_\_

Fuente: (Región Q, 2013)

Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

## 2.8 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 1.

### Análisis de resultados

<b>Demanda</b>	<b>Consume Infusiones</b>	<b>Donde compra</b>	<b>Donde Consume</b>	<b>Frecuencia Consumo</b>	<b>Consumiría Guayusa</b>
	94%	73%	56%	55%	93%

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

En la gráfica seleccionada se puede contemplar que el 94% de las personas encuestadas consumen infusiones y solo el 5% no consumen, también se puede observar que el 71% de la muestra consume infusiones aromáticas y el 29% de la muestra consume infusiones medicinales, el 73% compra las infusiones en supermercados. El 56% de las personas consume infusiones en casa con una frecuencia semanal. El 93% de los encuestados afirma que consumiría infusiones de guayusa.

Se ha determinado que del universo de los 42000 consumidores, 39900 consumen infusiones, de estos consumidores 29127 compraría las cajas de infusiones en los supermercados de la parroquia de la puntilla. De estos, 16020 compraría una caja mensualmente, por lo tanto se ha determinado que se necesitara una producción mensual de 20000 cajas de Te para cubrir la demanda.

En términos de riesgos para la empresa, es interesante recalcar que una crisis económica no afectaría prudencialmente a las empresa, es más, la empresa del Te a nivel mundial ha estado en constante crecimiento a pesar de las diversas crisis en el mundo desde los años 50, esto se debe en gran parte a que tomar Te es una resulta más económico que el chocolate caliente y el café, además es más sano, motivo por el cual una crisis ayudaría a un Te energizante a crecer durante una crisis, capturando mercados pertenecientes a la industria del café.

## **CAPÍTULO III**

### **3. PROPUESTA**

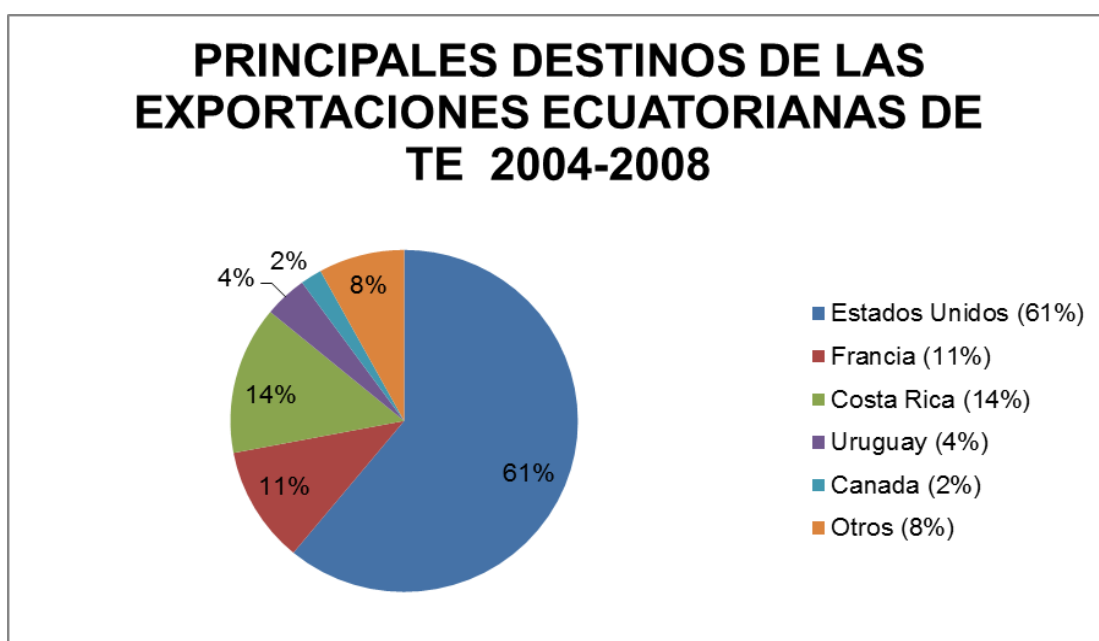
#### **3.1 EVALUACIÓN DE MERCADOS POTENCIALES**

Debido a que el consumo de infusiones energéticas, medicinales y aromáticas tiene una tendencia creciente tanto local como internacionalmente, el proyecto pretende enfocarse en vender cajas elaboradas de Té de guayusa en las cadenas de supermercados más grandes de la parroquia urbana de la puntilla para luego expandirse al resto de Guayaquil. El producto está orientado a todos los consumidores que trabajen en oficinas, estudie en universidades y demás clientes que consuman infusiones en cafeterías y en casa.

De acuerdo al CORPEI, 2013, las exportaciones de Té se realizan a países como Estados Unidos, Francia, Costa Rica, Uruguay, Canadá, entre otros. Los cuales reportaron disminuciones en el periodo 2004-2008 a excepción de Uruguay, quien a pesar de tener una pequeña participación en las exportaciones (4%), incremento su consumo en un (38%) a lo largo de este periodo.

### Ilustración 3.

#### Exportaciones Ecuatorianas de Te



Fuente:(CORPEI), Año 2009

Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

### 3.2 COMPETENCIA

En la actualidad existen varias compañías que se dedican a la industria de las infusiones, sin embargo, ninguna de ellas ha enfocado sus estrategias en vender Te de guayusa en el mercado local, tal como lo es la parroquia urbana de la puntilla. A continuación se detalla las empresas que actualmente están produciendo infusiones en el Ecuador:



**Tabla 2.**

**Empresas productoras de Infusiones en el Ecuador**

<b>EMPRESA</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>UBICACIÓN</b>
<b>COMPAÑÍA ECUATORIA NA DEL TÉ CETCA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Te negro hornimans</li> <li>• Te verde</li> <li>• Te con mora</li> <li>• Te con durazno</li> <li>• Te con fresa/cereza</li> <li>• Te con frutas tropicales</li> <li>• Te con limón</li> <li>• Te con naranja</li> </ul>	<p><b>Dirección:</b> Ave. 12 de Octubre N° 26-97 y Lincoln, Edf. Torre 1492, piso 12-1202</p> <p><b>Ciudad:</b> Quito</p> <p><b>Teléfono:</b> 593-2-2801433 / 593 8 0571116</p> <p><b>Contacto:</b> Ing. Jaime Flores</p> <p><b>Web:</b> www.tedeecuador.com</p>
<b>FUNDACIÓN CHANKUAP RECURSOS PARA EL FUTURO</b>	<p>Infusiones de Guayusa</p> <p>Infusiones de Hierba Luisa</p>	<p><b>Dirección:</b> Vidal Rivadeneira y Hernando de Benavente</p> <p><b>Ciudad:</b> Macas</p> <p><b>Teléfono:</b> 593 7 2701763 / 593 7 2703457</p> <p><b>Contacto:</b> Paúl Arévalo M.</p> <p><b>Web:</b> www.chankuap.org.ec</p>

<b>INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS ILE C.A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horchata ile</li> <li>• Toronjil ile</li> <li>• Hierba luisa ile</li> <li>• Menta ile</li> <li>• Manzanilla ile</li> <li>• Cedrón ile</li> </ul>	<b>Dirección:</b> Barrio consacola Km Ivía a Cuenca <b>Ciudad:</b> Loja <b>Teléfono:</b> (593) 7 2540840 <b>Contacto:</b> Sofía Vallejo / Manuel Espinosa <b>Email:</b> manoloesgo@ile.com.ec <b>Web:</b> www.ile.com.ec
<b>ASOCIACIÓN DE PRODUCTOS RES DE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 aromas, infusión para la demencia senil</li> <li>• Infusión algemix, para el colesterol</li> </ul>	<b>Dirección:</b> Barrió Sta. Cruz <b>Ciudad:</b> Riobamba <b>Teléfono:</b> 593-3-2614318 <b>Contacto:</b> Rosa Guamán /

Fuente:(CORPEI), Año 2009

Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

<b>PLANTAS MEDICINALES JAMBIKIWA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infusión valerianis, para los nervios</li> <li>• Manzanilla</li> </ul>	Wiliber Ibarra <b>Web:</b> <a href="http://www.jambikiwa.com">www.jambikiwa.com</a>
<b>KUEN S.A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Te para el baño: Salvaje</li> <li>• Te para el baño: Paz</li> <li>• Te para el baño: Luz de Luna</li> <li>• Te para el baño: Amanecer</li> <li>• Te para el baño: Melodía</li> <li>• Te para el baño: Jardín</li> </ul>	<b>Dirección:</b> Av. Florencia Astudillo,Edif. Cámara de Industrias, Of. 1101 <b>Ciudad:</b> Cuenca <b>Teléfono:</b> 593 9 3180207 <b>Contacto:</b> Tatiana Cisneros <b>Web:</b> www.amazon- aroma.com
<b>SISACUMA CIA. LTDA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aceite esencial palo santo</li> <li>• aceite esencial guaviduca</li> <li>• aceite esencial ambrette</li> <li>• aceite esencial eucalipto</li> <li>• aceite esencial romero</li> <li>• aceite esencial pimienta</li> <li>• aceite esencial jengibre</li> <li>• aceite esencial cardamomo</li> <li>• aceite esencial anís</li> </ul>	<b>Dirección:</b> Amazonas 4080 y Naciones Unidas. Edf. Puerta del sol Of. 805 <b>Ciudad:</b> Quito <b>Teléfono:</b> 593 2 2408989 / 593 9 9813911 <b>Contacto:</b> Martha Ortega <b>Web:</b> www.sisacuma.com

<b>SUMAKLIFE CIA. LTDA.</b>	Infusiones de amaranto	<b>Dirección:</b> Velasco 20-60 y Guayaquil <b>Ciudad:</b> Riobamba <b>Teléfono:</b> 593 3 2 961625 <b>Contacto:</b> Ing. Cristina Almeida <b>Web:</b> www.sumaklife.com.ec
<b>HIERBAS NATURALES Y</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manzanilla Hornimans</li> <li>• Menta Hornimans</li> <li>• Anís Hornimans</li> </ul>	<b>Dirección</b> Autop. Manuel Córdova Galarza Km.6.5

<b>MEDICINAL ES DE PUSUQUÍ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cedrón Hornimans</li> <li>• Toronjil Hornimans</li> <li>• Manzanilla con miel H.</li> </ul>	<b>Ciudad:</b> Quito <b>Teléfono:</b> 593 2 2350407 / 593 2 2350748 <b>Contacto:</b> Ing. Rafael Pérez y Reyna <b>Web:</b> <a href="http://www.pusuqui.com">www.pusuqui.com</a>
<b>AROMAS DEL TUNGURAH UA</b>	<p><b>Aromáticas:</b> te manzanilla, manzanilla con miel, cedrón, hierba luisa, menta, toronjil, horchata con miel, té verde, te negro, te negro con durazno, anís, frutas del trópico.</p> <p><b>Medicinales:</b> te adelgazante, anticáncer antioxidante, antidiabético, boldo, chancapiedra, dulcamara, diurético hepático, guayusa, pectoral + toronja, power sex, prostático, regula colesterol, regula presión, uña de gato, valeriana.</p>	<b>Dirección:</b> Gerardo Carrión y Tnte Hugo Valencia <b>Ciudad:</b> AMBATO <b>Teléfono:</b> 593 3 2 854804 <b>Contacto:</b> DR. EFREN SILVA TIRADO <b>Email:</b> aromtung@yahoo.com

<p><b>FUNDACIÓN RUNA</b></p>	<p>Te Guayusa Infusiones de Guayusa</p>	<p>Runa LLC info@runa.org 33 Flatbush Avenue, Suite 505 Brooklyn , NY , 11217 1-800-485-3803 Ecuador – Quito</p>
----------------------------------	---	--

Fuente:(Coro & López, 2013)

Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

### 3.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

El Te es la segunda bebida más consumida en el mundo siguiente al agua, es la única bebida comúnmente servida caliente o fría en cualquier lugar y en cualquier ocasión. (TEA ASOCIATION OF THE USA 2013)

La producción de Té no ha dejado de aumentar desde los años 60, pasando de 1.1 millones de toneladas en la década de los 60 a 1.55 millones de toneladas en los años 70. La tasa de crecimiento de la producción se aceleró en los años ochenta para generar un nivel de producción anual de 2.19 millones de toneladas. En los años noventa se registró un ligero freno al crecimiento, porque el nivel de producción media en esa década fue un estimado de 2.70 millones de toneladas anuales. El límite de los 3 millones de toneladas fue superado en 1999, situándose el nivel de producción medio para el periodo 1999-2001 en 3.07 millones de toneladas por año.(PROEcuador, 2013)

Los rendimientos mundiales han aumentado significativamente porque estos se han multiplicado por 2 en el periodo 1960-2000. No obstante, existen diferencias según áreas geográficas. Las importaciones mundiales de los

productos integrales del sector ingredientes naturales muestran una tendencia de crecimiento promedio anual de un 12.13% según el Catalogue of the Vascular Plants of Ecuador.(MOBOT, 2014)

La fortaleza del Té se basa en su calidad orgánica y fusionada con los ritmos de vida llevados en la actualidad.

El mundo entero se encuentra en una revolución verde, los países desarrollados se encuentran buscando y explorando nuevas y mejores maneras de producir alimentos ecológicos que no solo benefician a la salud sino que ayuden a mantener el medio ambiente, generando empleo digno a las comunidades que viven de estas fuentes de trabajo.

Según la investigación realizada por Traffic International sobre la recolección, uso y comercio de plantas medicinales, con fines para identificar las especies más utilizadas y comercializadas en el país.

Expresan que el 80% de la población ecuatoriana depende de la medicina tradicional y por consiguiente de las plantas o productos naturales. (TRAFFIC, 2008)

La necesidad de erradicar las prácticas nocivas en el tratamiento de enfermedades y efectos colaterales causados por productos elaborados químicamente ha resultado en el cambio de consumo por este tipo de productos por parte de los habitantes de las zonas rurales, campesinas, indígenas, poblaciones urbanas o barrios marginales, incluyendo las clases

media y alta. Motivo por el cual el Té de guayusa se adapta a todas las clases sociales y diferentes niveles económicos de la población.

## **3.4 MARKETING MIX**

### **3.4.1 Producto**

El producto es una caja conteniendo 25 sobres de Guayusa orgánica molida para hacer infusiones de Té aromático y medicinal con altos niveles de cafeína que permiten llevar a cabo labores extensas, energizando el cuerpo al mismo tiempo que inyectándole Flavonoides<sup>3</sup> y relajando las terminales nerviosas a la vez de una manera 100% natural sin efectos secundarios. (MOBOT, 2014)

#### **Descripción del Producto**

La guayusa es un árbol Perenne nativo de la región amazónica, donde es silvestre, pero también está presente en ciertos lugares subtropicales de la región andina en estado cultivado.(Radice & Vidari, S.f.)

*Tamaño de la especie.-* Los individuos de esta especie alcanzan un promedio de hasta 10 metros de altura, poseen un diámetro a la altura del pecho (DAP) de 50-80 cm, tienen una copa irregular y presentan un follaje denso.

*Tronco.-* Tiene un fauste a menudo bifurcado a la altura del pecho, corteza blanca y textura lisa. Las ramas son extendidas y flexibles.

---

<sup>3</sup>Flavonoides: Antioxidantes naturales encontrados naturalmente en plantas, frutas y vegetales

*Hojas.*- La texturas son coriáceas, verde oscuro, enteras, oblongo-elípticas, simples, alternas sin estipulas, coriáceas, dentadas, sin pubescencias en el haz y envés, ápice acuminado, base arguda, 15-21 cm de largo, 5-7.5 cm de ancho, peciolo corto de 1 cm de largo.

*Flor.*- Posee una corola blanco verdosa con pétalos obtusos, estambres en igual número que los pétalos, antenas oblongas, ovario sésil sub-globoso y usualmente con 4-6 cavidades, de acuerdo con lo escrito por García Barriga (1992).

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

El Té de Guayusa es una fuente de cafeína (90 mg por servida) y su efecto diferente a todas las demás fuentes, esto se debe a que contiene naturalmente un perfil muy diverso de antioxidantes beneficiosos para la salud, incluyendo polifenoles, flavonoides, 150mg de ácidos chlorogenicos<sup>4</sup> y L-Teanina<sup>5</sup>. (Runa Org, S.F.)

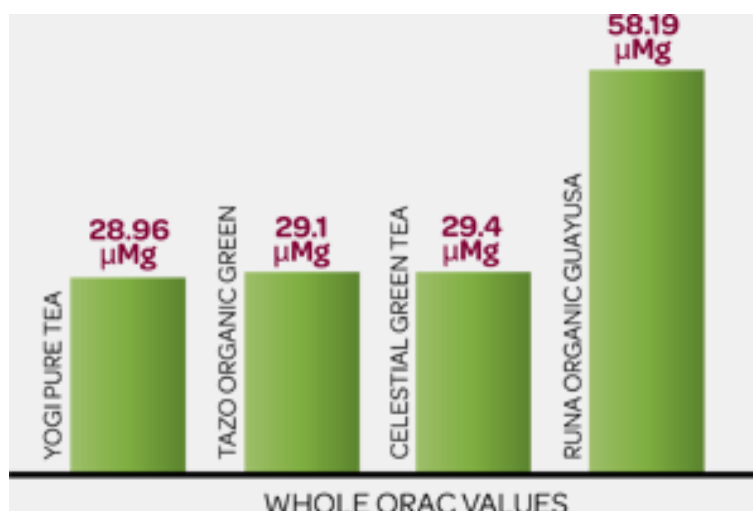
#### **Ilustración 4.**

#### **Comparativo de contenido de cafeína en diferentes tipos de Té**

---

<sup>4</sup> Ácidos científicamente comprobados que ayudan a bajar de peso

<sup>5</sup> Componente natural científicamente estudiado debido a sus efectos relajantes en el sistema nervioso y por su habilidad para proteger y restaurar el cerebro.



Fuente:(Runa Org, S.F.)

Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

### Propiedades Medicinales.

La guayusa es una fuente alta de cafeína, sustancia que ayuda a erradicar los síntomas de fatiga, es una alta fuente de antioxidantes, mismos que previenen o retrasan la oxidación causada por especies reactivas de oxígeno y/o de nitrógeno, el daño oxidativo en el cuerpo, células o tejidos contribuye a enfermedades cardiovasculares o cancerígenas. El Te de guayusa es anti-inflamatorio y anti-cancerígeno debido a sus contenidos de Rutina<sup>6</sup> y Kaempherol<sup>7</sup>, los cuales son antioxidantes naturales. El Té de guayusa ayuda a bajar el exceso de peso gracias a sus 150 mg de ácidos clorogénicos encontrados naturalmente en la guayusa. (Runa Org, 2013)

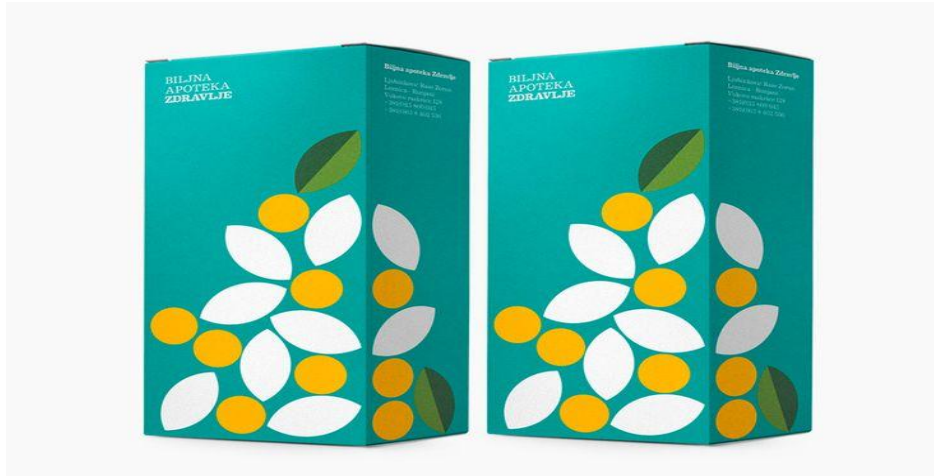
### Ilustración 5.

#### Diseño de presentación de producto

<sup>6</sup> Inhibidor de agregación plaquetaria, disminuye pearmilidad muscular, antiinflamatorio natural, ayuda a transformar la glucosa en sorbitol y reduce riesgo de enfermedades cardíacas.

<sup>7</sup> Antioxidante natural con propiedades anti depresivas y estudios recientes de propiedades anti cancerígenas.





Fuente: (<http://www.pinterest.com/dandylyon/design-packaging/>)

Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

### 3.4.2 Promoción

Si los distribuidores tienen puntos de venta finales realizan actividades de promoción, como descuentos en la compra, degustaciones y cupones, en el caso de sobreoferta de stocks. Los mayoristas y las pequeñas distribuidoras son sólo meras intermediarias de las actividades de marketing, financiadas por los fabricantes.

Las distribuidoras compran grandes volúmenes de mercancía y obtienen descuentos de hasta un 5%. Los distribuidores suelen aplicar unas utilidades comerciales del orden del 10%. Puede parecer una ganancia baja pero se compensa con los enormes montos de compra (con descuentos por volumen).

### 3.4.3 Precio

De acuerdo a lo encuestado, el precio del Té de guayusa será de \$1.90 por la caja de 25 sobres.

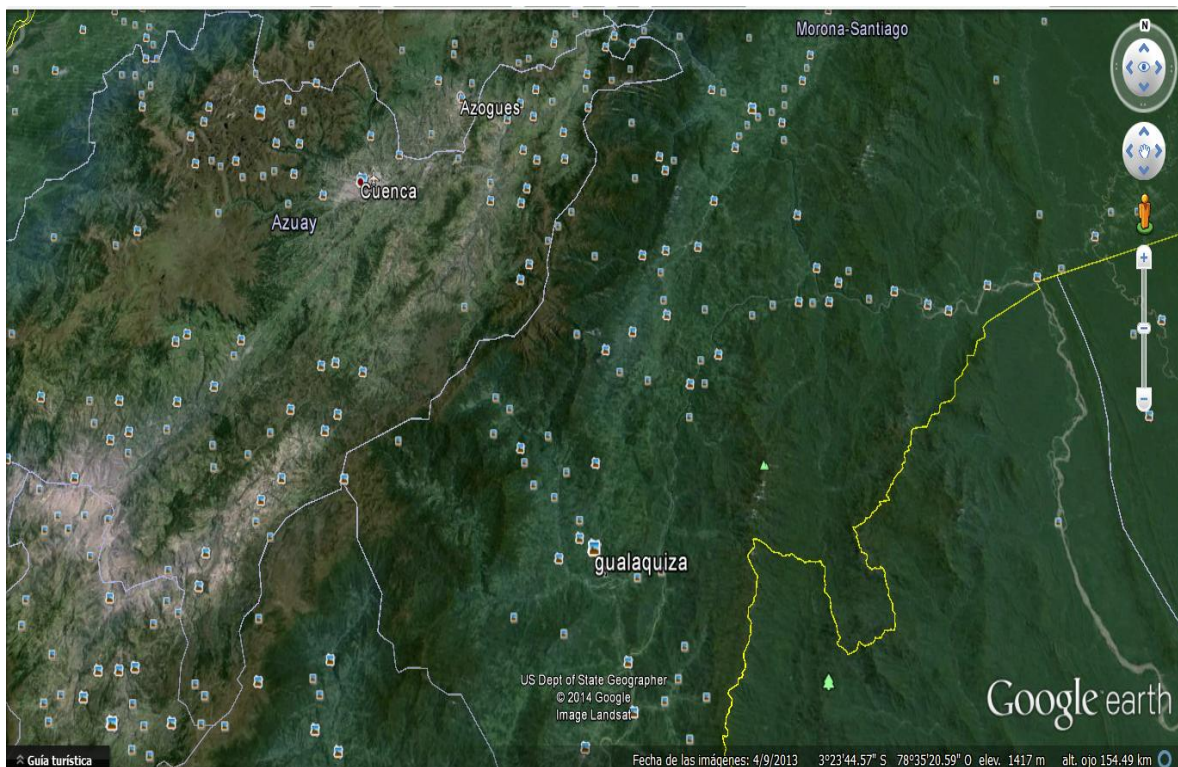
### 3.4.4 Plaza

El producto será comercializado en las cadenas de supermercados Mi Comisariato y Supermaxi en la parroquia urbana de la puntilla, ciudad de Guayaquil.

La primera localización en donde se instalara el centro de acopio de materia prima estará ubicada en el cantón Gualaquiza, provincia de Morona Santiago.

### Ilustración 6.

#### Ubicación Gualaquiza-Prov. De Morona Santiago



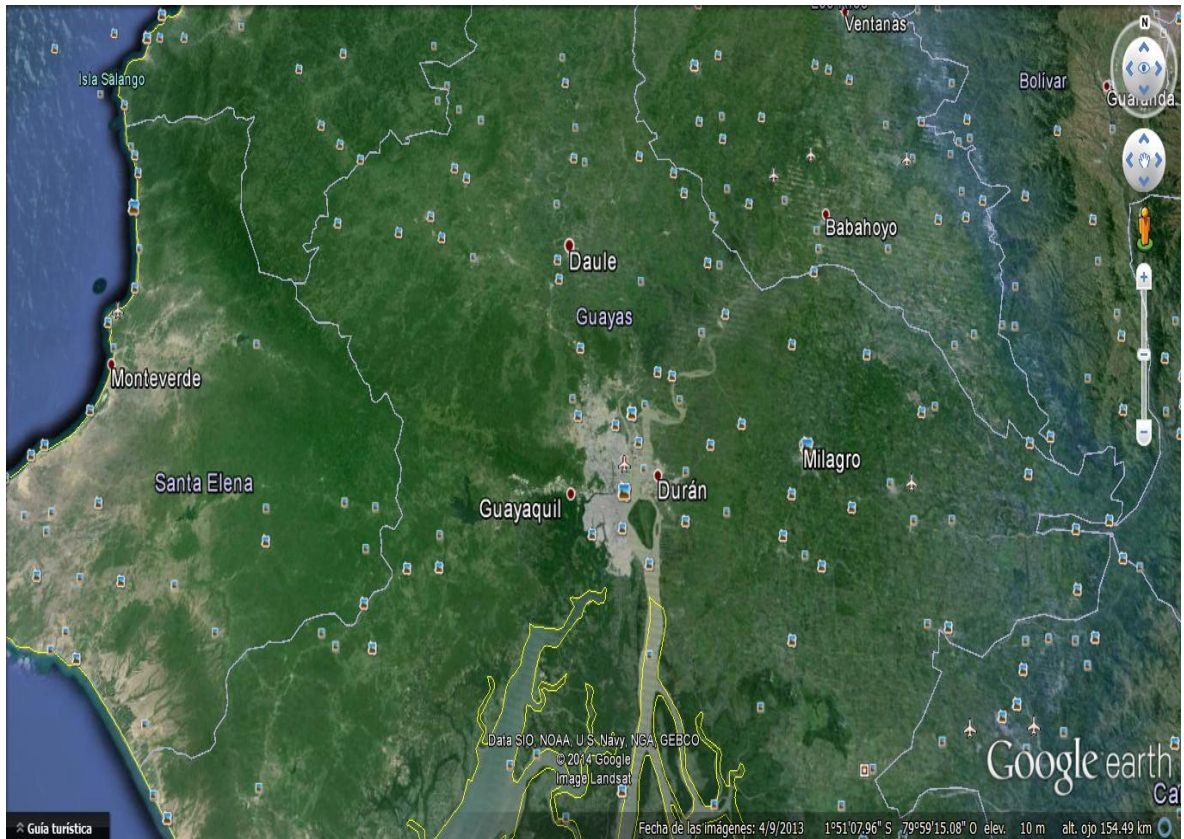
**Fuente:** Investigación realizada según el autor 2014

**Elaborado :** Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

La segunda localización del proyecto será en la ciudad de Guayaquil, en el sector industrial de la vía Daule. En este sector se realizara la fase limpieza, secado, molienda, envasado, empaque y transporte a los puntos de supermercados.

#### **Ilustración 7.**

#### **Ubicación Guayaquil-Daule**



**Fuente: Investigación realizada según el autor 2014**

**Fuente: Google Earth**

### **3.5 ANÁLISIS F.O.D.A.**

#### **Fortalezas**

Las ventajas competitivas del Té que se identificaron son las siguientes:

- Él Te se ofrecería en lugares nunca antes promocionados los cuales son especializados, como es el caso de los supermercados.
- El producto es una fuente natural de energía llena de antioxidantes beneficiosos para la salud, ningún otro producto ofrece esto de una manera orgánica y natural.
- El producto es práctico y de fácil utilización.

- El producto es un producto novedoso pero que tiene un origen ancestral a la vez, motivo que genera orgullo en el consumidor.
- El producto es rico en aroma y sabor.
- El producto es duradero
- El proyecto fomenta la mejora de la calidad de vida de las comunidades amazónicas a toma iniciativas de reforestación en la Amazonía.

### **Debilidades**

Las desventajas en la fabricación del Te de guayusa son las siguientes:

- La ubicación de la materia prima es distante y difícil de coordinar la recepción en volumen de la misma.
- Los productores necesitan de constante capacitación para el debido manejo de la materia prima.
- La empresa no cuenta con sembríos propios de la planta.
- Aumentos en la deforestación pueden disminuir las cantidades disponibles de materia prima.

### **Oportunidades**

Dentro de las oportunidades encontradas, resaltan las siguientes:

- Crecimiento sostenible en el mercado local a nivel de todo el país.

- Diversificación de productos derivados del Te de guayusa, tales como el Te helado listo para consumo.
- La entrada a mercados norteamericanos y Europeos. Los cuales aprecian mucho las bondades que ofrece la guayusa.
- Generar proyectos de inclusión social con los agricultores, fomentando el plan nacional de desarrollo.
- Certificar la empresa con Buenas prácticas de manufacturación, FairTrade y certificación orgánica para generar confianza en los clientes y consumidores.
- Se pueden implementar proyectos de reforestación con incentivos sociales y económicos.

## **Amenazas**

Las mayores amenazas al proyecto que fueron encontradas son las siguientes:

- Compañías que exportan Te de Guayusa con éxito empiecen a vender el producto localmente, lo cual generaría una competencia con empresas consolidadas y exitosas en el mismo mercado, estas pueden ser la compañía Runa o Aromas del Tungurahua.
- Los productores decidan entregar la materia prima a un mejor postor por motivo de mejor precio, rompiendo acuerdos establecidos previamente. La competencia cuenta con certificaciones locales e internacionales que la

empresa aún no tiene, motivo por el cual sería una amenaza competir al mismo precio.

- La competencia cuenta con fundaciones para obtener su materia prima, motiva por el cual tienen beneficios tributarios, haciendo que su producto sea más económico que el del proyecto a realizar

### **3.6 PRESUPUESTO**

El presupuesto total en equipos para llevar el proyecto a cabo es de \$64.587 dólares. La capacidad instalada será para producir 24.000 cajas de Té de Guayusa Mensualmente. En la gráfica siguiente podemos ver la distribución del presupuesto, el cual está dividido en gráficos que desglosan los costos de equipos de computación, equipos de producción y muebles de oficina.

Los presupuestos para la compra de equipos de computación y equipos de producción son los siguientes:

**Tabla 3.**

**Presupuesto de equipos de computación.**



<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripcion</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
5	Computadora marca DELL	\$ 550,00	\$ 2.750,00
1	Impresora Multifuncion marca HP	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Proyector marca Viewsonic	\$ 468,00	\$ 468,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.468,00</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado : Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

**Tabla 4.**

**Presupuesto de Maquinaria y Equipos de producción.**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripcion</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
2	Palas	\$ 10,00	\$ 20,00
3	Perchas	\$ 25,00	\$ 75,00
1	Deshidratador 5	\$ 10.976,00	\$ 10.976,00
1	Molino	\$ 5.376,00	\$ 5.376,00
1	Balanza Industrial	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
2	Envasadora de Té	\$ 16.912,00	\$ 33.824,00
1	Etiquetadora	\$ 3.248,00	\$ 3.248,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 58.019,00</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez



**Tabla 5.**

**Presupuesto de Muebles de Oficina**

<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripcion</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
5	Escritorio	\$ 120,00	\$ 600,00
5	Sillas	\$ 30,00	\$ 150,00
5	Archivadores	\$ 100,00	\$ 500,00
1	Mostrador	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Mueble para sala de conferencias	\$ 950,00	\$ 950,00
1	Juego sala	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.100,00</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

Para producir una caja de 25 unidades de 1.52 gramos de hoja molida en cada bolsa, son necesarios los siguientes insumos:

**Tabla 6.**

**Materiales necesarios para realizar infusiones.**

<b>MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>			
<b>Descripcion</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>
Guayusa	38	Gramos	\$ 0,03
Papel de filtro (6 x 5)	25	U	\$ 0,04
Hilo de algodón (20)	25	U	\$ 0,01
Etiqueta (4.5cm x 2.5)	25	U	\$ 0,01
Papel sobre envoltura exterior (15.5 x 6.5)	25	U	\$ 0,03
Cajas de infusiones (13 x 7.5)	25	U	\$ 0,35
Láminas de plástico (29 x 22)	25	U	\$ 0,07
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 0,54</b>

**Fuente:** Investigación realizada según el autor 2014

**Elaborado:** Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

El proceso de producción consta de diferentes fases. A continuación detallaremos el proceso de producción en la siguiente gráfica:

**Ilustración 8.**

**Proceso de producción.**



Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

**Cosecha:** El proceso de cosecha lo llevan a cabo los pequeños productores en sus respectivos predios para luego entregar la materia prima en el centro de acopio de la empresa.

Para garantizar que los procesos se lleven a cabo de una manera adecuada, se necesitara un programa de capacitación técnica con el INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias).

**Recepción:** La recepción de la materia prima inicia con una revisión física de las hojas con el fin de evitar que ingrese materia prima no apta para el proceso, una vez que se procede a la inspección, se procede a pesar la materia prima para llevar un registro de aportaciones de cada agricultor, la materia prima será cancelada en efectivo en ese momento.

**Selección:** Una vez receptada, la materia prima es observada minuciosamente para eliminar de la misma ciertas impurezas como tierra e insectos. Este proceso tiene la finalidad de mantener las hojas frescas y con buen aspecto.

**Transporte a fábrica:** El transporte debe ser realizado en el cajón de un vehículo, limpio y separado de cualquier otro material contaminante como fertilizantes, productos químicos, combustibles, balanceados, etc., deben ser utilizados envases nuevos o gavetas debidamente lavadas y desinfectadas.

En la actualidad, a excepción de pocas empresas cumplen con regulaciones por iniciativa propia, no existen regulaciones para los productores en lo

referente a los cuidados que se deben llevar a cabo desde el transporte de campo a la finca y desde la finca al lugar del proceso. No se realizan limpiezas a conciencia de los cajones de los camiones o camionetas, ni se verifican cargas adicionales que puedan estar siendo transportadas.

El transporte debe ser hecho en tempranas horas de la mañana preferiblemente, con esta medida se evitan posibles deterioros del producto a causa de los rayos solares.

**Lavado:** El lavado puede ser hecho de manera natural con un cepillo blando o con un paño para no dañar la materia prima, también se puede realizar el lavado de forma automática con bandas transportadoras, cuyo proceso es con presión de agua.

**Secado:** El proceso de secado es llevado a cabo a una temperatura de 45<sup>0</sup> C, es necesario tener presente que las hojas no deben estar presionadas en exceso ya que el secado en las hojas debe ser uniforme para evitar desperdicios en el proceso.

**Molido:** En este proceso se tritura la materia prima hasta conseguir un polvo semi-fino.

**Empacado:** En este proceso se procede a enfundar la guayusa en fundas con peso de 1.52 gramos, en esta fase también se empaquetan las fundas en cajas de 25 unidades, mismas que a su vez se empaquetan en empaques de 20 cartones para su almacenaje.

**Almacenaje:** Una vez que el proceso de empaqueo culmina, el producto se almacena para luego ser enviado a los proveedores respectivos.

### **3.7 CICLO LA INDUSTRIA**

El ciclo del negocio es de 15 a 20 años, esto se debe a que el consumo de Te es considerado tradicional y su consumo se incrementa anualmente debido al aumento de la demanda por parte de consumidores jóvenes que están buscando alternativas más saludables para su consumo. Al ser novedoso y a su vez de consumo tradicional, es muy posible de que el Té de Guayusa se convierta en un producto emblemático, típico de los ecuatorianos, ya que sus raíces nos llevan hasta nuestros antepasados indígenas que lo consumían desde hace mucho tiempo atrás hasta la presente fecha.

A continuación se detallan los presupuestos para comprar los equipos de producción, muebles y equipos de oficina:

**Tabla 7.**

**Presupuesto de Maquinaria y Equipos de producción.**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripcion</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
2	Palas	\$ 10,00	\$ 20,00
3	Perchas	\$ 25,00	\$ 75,00
1	Deshidratador 5	\$ 10.976,00	\$ 10.976,00
1	Molino	\$ 5.376,00	\$ 5.376,00
1	Balanza Industrial	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
2	Envasadora de Té	\$ 16.912,00	\$ 33.824,00
1	Etiquetadora	\$ 3.248,00	\$ 3.248,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 58.019,00</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

**Tabla 8.**

**Muebles de Oficina**

<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripcion</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
5	Escritorio	\$ 120,00	\$ 600,00
5	Sillas	\$ 30,00	\$ 150,00
5	Archivadores	\$ 100,00	\$ 500,00
1	Mostrador	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Mueble para sala de conferencias	\$ 950,00	\$ 950,00
1	Juego sala	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.100,00</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

A continuación se detalla la capacidad de los equipos de producción licitados para la planta de Guayaquil:

**Tabla 9.**  
**Capacidad de Producción de los equipos**

Maquinaria	Capacidad	Capacidad a Utilizar (Kg)	Capacidad a utilizar (%)	Capacidad a Utilizar (g = kg*100)	Capacidad no utilizada (%)
Deshidratadora	50 Kg/3h	50 Kg/3h	100	50000	0
Moledora	100 kg/h	50 kg/h	12,5	100000	87,5
Empacadora	25 bolsas/min	2,28 kg/h	100	2280	0
Selladora	25 sobres/3 min	2,28 kg/3 min	100	2280	0
Envasadora	25 u/min	38 g/min			

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

En el caso de la envasadora, se calcula que su producción equivalente a la de una caja de una caja de 25 sobres de 38 gramos por minuto.

**Tabla 10.**  
**Calculo de capacidad de producción de envasadora**

Cantidad	Unidad	Cajas	
47,5	g/minuto	1,25	Cajas/Minuto
2850	g/hora	75	Cajas/Hora
22800	g/dia	600	Cajas/Dia
456000	g/mes	12000	Cajas/Mes

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez



Tomando en cuenta la producción por minuto que tienen los equipos y su número de cajas a obtener, teniendo como resultado la producción de 12000 cajas mensuales por envasadora.

**Tabla 11.**

**Producción total de la maquinaria (2 envasadoras)**

<b>Produccion Diaria</b>	<b>Gramos por Caja</b>	<b>Diaria</b>	<b>Mensual</b>	<b>Annual</b>
45600	38	1200	24000	288000

**Fuente: Investigación realizada según el autor 2014**

**Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez**

Esta proyección se hace en base a la demanda de mercado formulada para la parroquia urbana la puntilla, por lo tanto se requiere de dos envasadoras.

Con la compra de estos equipos se puede iniciar una pequeña operación de producción de Té de Guayusa para distribuirlo en la parroquia urbana de La puntilla, a medida que la demanda y la expansión dentro del mercado sea de éxito, se deberá duplicar la capacidad de producción de todos los equipos mencionados previamente.

Los principales puntos de venta serán las cadenas de supermercados más grandes de la parroquia urbana de La Puntilla en la ciudad de Guayaquil.

### 3.8 ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA

Para abastecer los equipos mencionados anteriormente, se necesitaran comprar algunas materias primas, mismas que se detallan a continuación:

**Tabla 12.**

#### **Plan de Compras para 20000 cajas de Te mensuales**

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Costo	
				Mensual	Annual
<b>Guayusa</b>	27816	Gramos	0,000888	\$ 489,60	\$ 5.875,20
<b>Papel Filtro (6x5)</b>	18300	Unidad	0,0016	\$ 585,60	\$ 7.027,20
<b>Hilo de Algodon (20)</b>	18300	Unidad	0,0004	\$ 146,40	\$ 1.756,80
<b>Etiqueta (4.5 x 2.5 cm)</b>	18300	Unidad	0,0004	\$ 146,40	\$ 1.756,80
<b>Papel envoltura Exterior</b>	18300	Unidad	0,0012	\$ 439,20	\$ 5.270,40
<b>Cajas de Infusiones</b>	16000	Unidad	0,35	\$ 5.600,00	\$ 67.200,00
<b>Laminas de plastico</b>	16000	Unidad	0,05	\$ 800,00	\$ 9.600,00
<b>Total</b>				\$ 8.207,20	\$ 98.486,40

**Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez**

**Fuente: Investigación de campo**

Para la producción del primer año podemos observar que las adquisiciones en materia prima e insumos son de \$98486.40 dólares. La política de pago a proveedores será del 70% de los pagos en efectivo y el 30% de los pagos será a 45 días de crédito.

Las zonas proveedoras de materia prima serán los pequeños productores amazónicos pertenecientes al cantón Gualaquiza en la provincia de Morona Santiago.

La producción de la Guayusa generalmente se desarrolla en suelos arenosos y arcillosos con abundante materia orgánica, este tipo de clima húmedo por lo general tiene temperaturas que varían entre los 18<sup>o</sup> y 24<sup>o</sup> C. (Caranqui Aldaz & Humanante, 2011)

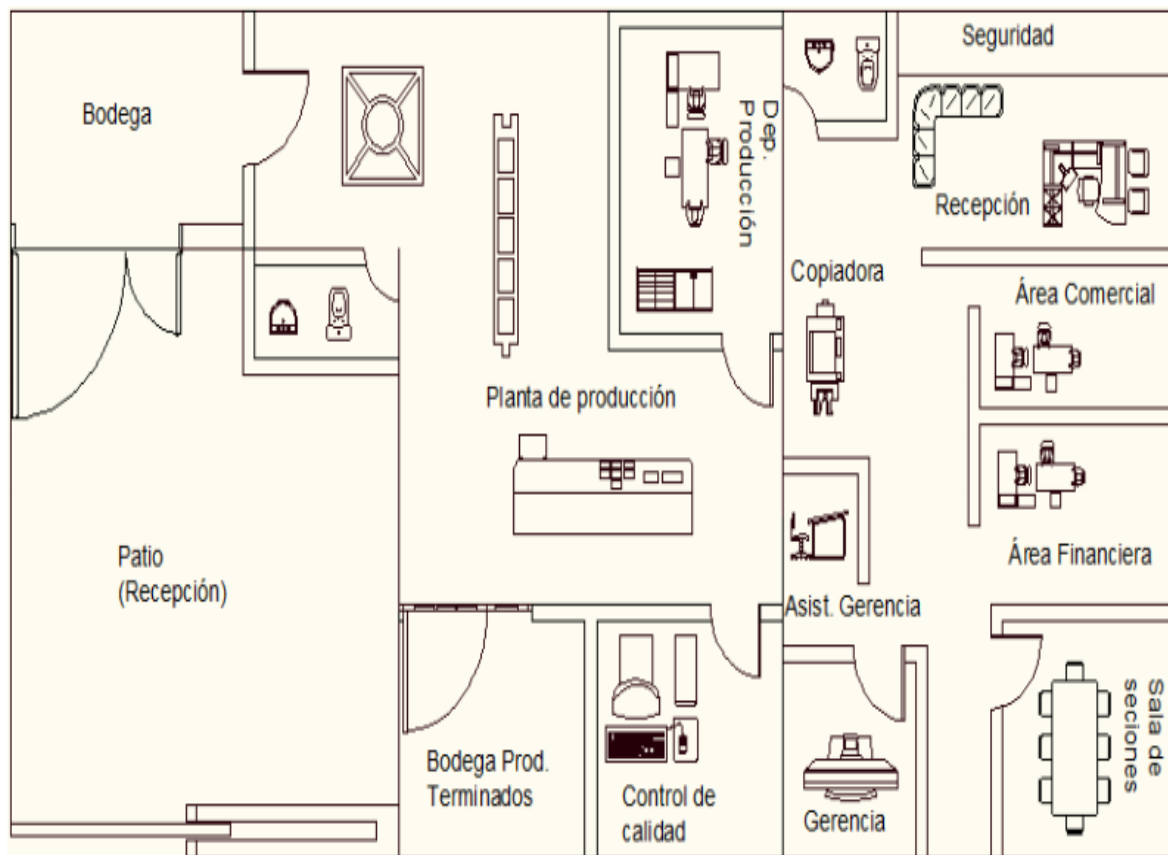
En la actualidad no se encuentran empresas proveedoras de hojas de guayusa dentro del país, sin embargo, esta planta se encuentra en muchos de los hogares de los campesinos de la zona, ya que ellos la utilizan como uso doméstico. El plan de la empresa es el de trabajar de manera inclusiva con los pequeños productores para ir creando cadenas de valor que incrementen la producción de la planta como la del producto terminado, lo cual lleva a generar beneficios a los campesinos en el sector y a la empresa. Según estudios realizados por la fundación Runa, en cada hectárea se siembran alrededor de 2500 plantas y estas producen un estimado de 3000 kg de hoja fresca por hectárea al año. En base a la experiencia de los agricultores de la planta, se determinó que el material recolectado pierde el 25% de su peso al secarse.

Las cosechas de la guayusa se realizan cuatro veces al año, las cosechas agresivas generan un desequilibrio en las plantas, afectando sus propiedades, motivo por el cual es recomendado dejar el 25% de follaje de la planta, con cierta proporción de hojas y ramas medianamente gruesas.

El proveedor de maquinaria para la fabricación del Té de guayusa será la empresa Ecuapack, la empresa proveedora de materiales impresos será el grupo Senefelder, la compañía proveedora de papel será la empresa Papeles Tecnológicos y la publicidad estará a cargo de la empresa Zazapec.

### Ilustración 9.

#### Distribución de Planta



Fuente: (Coro & López, 2013)

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

La planta de producción y comercialización de infusiones de guayusa contara con 2400 metros cuadrados de construcción distribuidos de la siguiente manera:

**A) Área de Desembarque:** Con un área de 462 m<sup>2</sup>, esta área será de uso de parqueo perteneciente a vehículos que transporten materia prima.

**B) Área de Bodega:** Esta área tendrá un espacio de 187.5 m<sup>2</sup> aquí se guardara la materia prima que este en espera para el proceso de lavado y también se guarda la materia prima que esté lista para iniciar el proceso. El área de bodega es la entrada principal a la planta de producción de la empresa.

**C) Área de Producción:** Con un total de 715m<sup>2</sup>, esta área será la encargada de llevar a cabo todo el proceso de producción. El deshidratador de hojas, la moladora, empacadora y llenadora están ubicados en esta área que tendrá como mínimo 4 metros de altura. En esta área se contempla un espacio para baños, control de calidad y bodega de producto terminado. La distribución de los equipos debe ser de tal manera que no entorpezca la circulación de los trabajadores en la misma.

**D) Bodega de producto terminado:** Este espacio tendrá 50 m<sup>2</sup>, este espacio deberá tener un alto control de higiene y limpieza.

**E) Control de calidad:** Los 50m<sup>2</sup> de esta área servirán para llevar a cabo análisis de calidad de las infusiones y de los productos resultantes de los procesos por cada lote de producción, control de desechos y control ambiental.

**F) Departamento de producción:** Este contemplará una oficina de 100m<sup>2</sup> donde estarán ubicados el equipo de producción y su respectivo gerente.

**G) Gerencia General:** Esta oficina tendrá un área de 90m<sup>2</sup> y contará con los equipos de oficina y computación necesarios para su debido funcionamiento.

**H) Sala de sesiones:** 99m<sup>2</sup> necesarios para juntas directivas de la empresa.

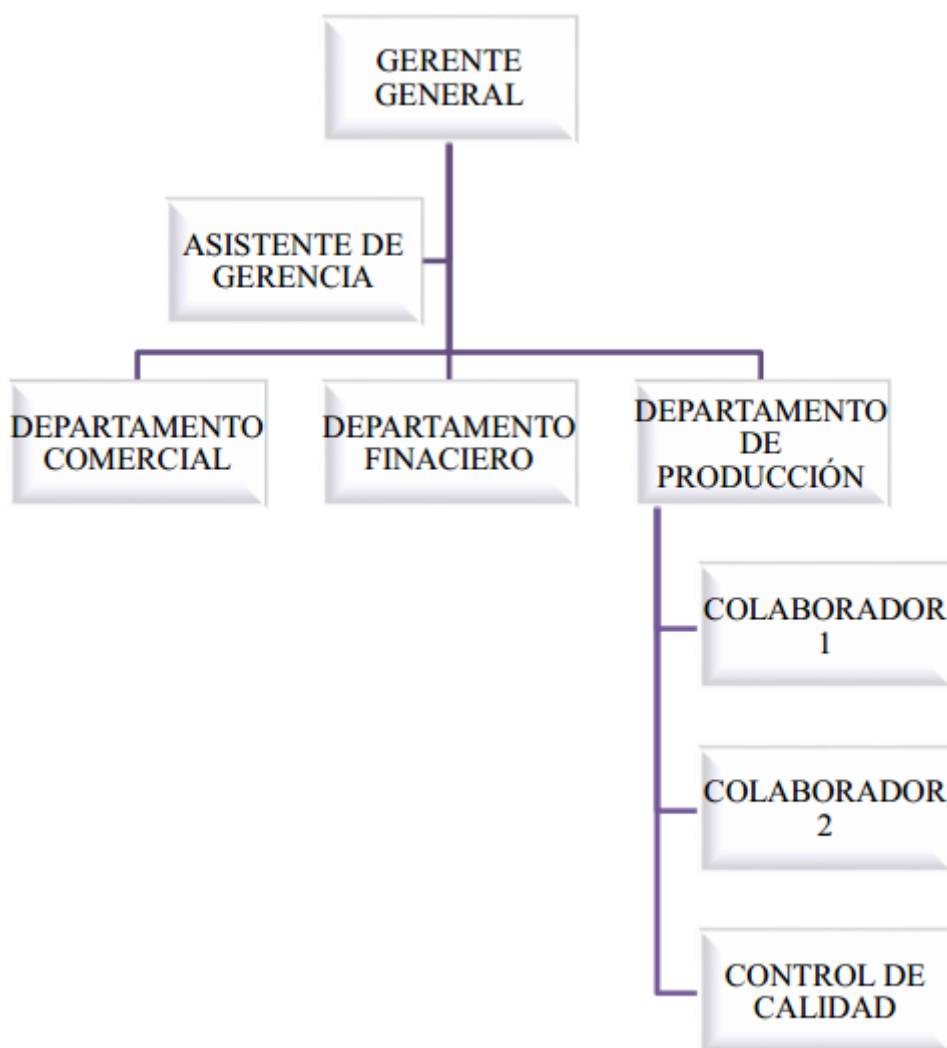
En los 642.50 m<sup>2</sup> restantes, las áreas financieras, comerciales, asistencia de gerencia, seguridad, recepción, sala de espera a clientes y baños estarán debidamente distribuidos.

Las instalaciones deberán estar cubiertas en sus paredes con material anti ruido, sistemas de evacuación, contra incendios y de evacuación de vapores para llevar un buen funcionamiento.

### 3.9 RECURSOS HUMANOS

Ilustración 10.

Organigrama de la empresa.



Fuente: (Coro & López, 2013)

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

**Gerente General:** Como requisito debe ser hábil Técnica, humana y conceptualmente. Liderara el proceso de planeación estratégica de la operación, establecerá los objetivos y metas específicas de la empresa. A través de sus colaboradores vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollados a corto, mediano y largo plazo.

El gerente general deberá desarrollar un ambiente de trabajo positivo, que incentive a los trabajadores a cumplir los objetivos especificados, optimizando recursos, midiendo resultados constantemente y comparándolos con los planes de ejecución.

**Gerente Comercial:** Deberá ser creativo, autosuficiente, positivos y saber transmitir la imagen adecuada a la empresa. El gerente comercial deberá ser muy perseverante, persuasivo, conocedor del producto, ser agradable, ser un buen negociador y de buena presencia.

**Gerente Financiero:** El gerente financiero deberá ser Orientado a resultados, debe ser hábil analíticamente, debe generar credibilidad técnica, tiene que saber planificar y organizar las acciones, plazos y recursos prestando gran atención a los detalles.

El gerente financiero será el encargado de generar los presupuestos y proyecciones de la empresa, así como los resultados y posibles beneficios que estén próximos a alcanzarse con un alto grado de probabilidad.



El gerente financiero será el encargado de gestionar descuentos, negociar con proveedores, establecer políticas de crédito y estará encargado de todas las gestiones pertenecientes a compras dentro de la empresa, manejará el inventario de la materia prima, manejará y supervisará la contabilidad y responsabilidades tributarias como también asistirá de información financiera a la gerencia general.

**Gerente de Producción:** El gerente de producción velará por el mejoramiento continuo de los procesos y capacidades bajo su gestión, verificará que los productos en proceso se completen debidamente y puedan ser reconocidos oportunamente mediante resultados, coordinará con las demás gerencias de la empresa los requerimientos necesarios para llevar eficientemente las actividades pertenecientes a su área de trabajo.

Evaluará periódicamente los resultados obtenidos y tomará las decisiones en forma oportuna con el propósito de optimizar la capacidad productiva de recursos y personal dentro del área de producción.

**Control de Calidad:** Deberá ser flexible, analítico, preocupado por el orden la calidad, deberá trabajar en equipo y cooperar con el resto de trabajadores en la empresa.

El encargado de control de calidad deberá conocer todos los procesos de certificaciones y aplicaciones, elaborar documentaciones necesarias, manejar herramientas para desarrollar calidad, aplicar normativas y estimar costes de calidad.

**Asistente de Gerencia:** El asistente de gerencia deberá brindar atención a los clientes que quieran comunicarse con la empresa ya sea transmitiendo llamadas o dirigiendo con la persona que los va a recibir, deberá archivar facturas de respaldo, receptar y despachar documentos, elaborar solicitudes de cheques, Organizar documentos de la gerencia, recibir solicitudes de materiales, ordenes de compras y llevar el control de las solicitudes.

### 3.10 ANÁLISIS FINANCIERO

#### Inversión en activos

Tabla 13.

#### Inversión en activos Fijos

Cantidad	Descripcion	Precio Unitario	Precio Total	Dep.	Valor dep. Anual	Dep. Mensual
1	Deshidratador	\$ 10.976,00	\$ 10.976,00	10%	\$ 1.097,60	\$ 91,47
1	Molino	\$ 5.376,00	\$ 5.376,00	10%	\$ 537,60	\$ 44,80
1	Balanza Industrial	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	10%	\$ 450,00	\$ 37,50
2	Envasadora de Te	\$ 16.912,00	\$ 33.824,00	10%	\$ 3.382,40	\$ 281,87
1	Etiquetadora	\$ 3.248,00	\$ 3.248,00	10%	\$ 324,80	\$ 27,07
5	Escritorio	\$ 120,00	\$ 600,00	10%	\$ 60,00	\$ 5,00
5	Sillas	\$ 30,00	\$ 150,00	10%	\$ 15,00	\$ 1,25
5	Archivadores	\$ 100,00	\$ 500,00	10%	\$ 50,00	\$ 4,17
1	Mostrador	\$ 400,00	\$ 400,00	10%	\$ 40,00	\$ 3,33
1	Mueble Sala Conferencias	\$ 950,00	\$ 950,00	10%	\$ 95,00	\$ 7,92
1	Juego Sala	\$ 500,00	\$ 500,00	10%	\$ 50,00	\$ 4,17
5	Computadoras Hp	\$ 550,00	\$ 2.750,00	33%	\$ 916,58	\$ 76,38
1	Impresora Multifuncion	\$ 250,00	\$ 250,00	33%	\$ 83,33	\$ 6,94
1	Proyector	\$ 468,00	\$ 468,00	33%	\$ 155,98	\$ 13,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 64.492,00</b>		<b>\$ 7.258,28</b>	<b>\$ 604,86</b>

Fuente: Coro, L., & López, E. (2013)

Fuente : Investigación realizada según Orlando Larrea y Cesar Rodríguez (2014)

La empresa necesita \$64492.00 dólares de activos fijos, dentro de estos están tomados como base los muebles y enseres, la maquinaria y los equipos

de computación. Estos activos tienen una depreciación anual de \$7258.28 dólares.

**Tabla 14.**

**Otros Activos**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripcion</b>	<b>Precio Total</b>
1	Registro de Marca	\$ 968,00
1	Gastos de Constitucion	\$ 1.000,00
1	Patente Municipal	\$ 1.500,00
1	Gastos de Organizacion	\$ 500,00
1	Registro Sanitario	\$ 1.000,00
1	Gastos de Instalacion	\$ 500,00
1	Registro codigo de barras	\$ 457,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.925,00</b>

**Fuente: Coro, L., & López, E. (2013)**

**Fuente : Investigación realizada según Orlando Larrea y Cesar Rodríguez (2014)**

Para estos activos diferidos se solicitara un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, misma que tiene una tasa de interés del 11.20% anual. A continuación se detallara la tabla de amortización para los activos diferidos.

**Tabla 15.**

## Amortización de activos diferidos

<b>PRESTAMO CFN</b>						
Capital		5.925,00				
Interes Mensual		0,93%			Pago Periodico	\$ -194,54
Numero de Meses		36,00			Interes por periodo	0,93%
Pagos Anuales		1,00			Numero de Periodos	36,00
					Pago de Capital	-5.925,00
					Pago de Intereses	-1.078,35
					<b>PAGO TOTAL \$</b>	<b>-7.003,35</b>
			Capital	Intereses	Total	Balance Capital
Mes 1	Periodo	1	\$ -139,24	\$ -55,30	\$ -194,54	5.785,76
Mes 2	Periodo	2	\$ -140,54	\$ -54,00	\$ -194,54	5.645,22
Mes 3	Periodo	3	\$ -141,85	\$ -52,69	\$ -194,54	5.503,37
Mes 4	Periodo	4	\$ -143,17	\$ -51,36	\$ -194,54	5.360,20
Mes 5	Periodo	5	\$ -144,51	\$ -50,03	\$ -194,54	5.215,69
Mes 6	Periodo	6	\$ -145,86	\$ -48,68	\$ -194,54	5.069,83
Mes 7	Periodo	7	\$ -147,22	\$ -47,32	\$ -194,54	4.922,61
Mes 8	Periodo	8	\$ -148,59	\$ -45,94	\$ -194,54	4.774,01
Mes 9	Periodo	9	\$ -149,98	\$ -44,56	\$ -194,54	4.624,03
Mes 10	Periodo	10	\$ -151,38	\$ -43,16	\$ -194,54	4.472,65
Mes 11	Periodo	11	\$ -152,79	\$ -41,74	\$ -194,54	4.319,85
Mes 12	Periodo	12	\$ -154,22	\$ -40,32	\$ -194,54	4.165,63
Mes 13	Periodo	13	\$ -155,66	\$ -38,88	\$ -194,54	4.009,97
Mes 14	Periodo	14	\$ -157,11	\$ -37,43	\$ -194,54	3.852,86
Mes 15	Periodo	15	\$ -158,58	\$ -35,96	\$ -194,54	3.694,28
Mes 16	Periodo	16	\$ -160,06	\$ -34,48	\$ -194,54	3.534,22
Mes 17	Periodo	17	\$ -161,55	\$ -32,98	\$ -194,54	3.372,67
Mes 18	Periodo	18	\$ -163,06	\$ -31,48	\$ -194,54	3.209,61
Mes 19	Periodo	19	\$ -164,58	\$ -29,96	\$ -194,54	3.045,03
Mes 20	Periodo	20	\$ -166,12	\$ -28,42	\$ -194,54	2.878,91
Mes 21	Periodo	21	\$ -167,67	\$ -26,87	\$ -194,54	2.711,24
Mes 22	Periodo	22	\$ -169,23	\$ -25,30	\$ -194,54	2.542,01
Mes 23	Periodo	23	\$ -170,81	\$ -23,72	\$ -194,54	2.371,20
Mes 24	Periodo	24	\$ -172,41	\$ -22,13	\$ -194,54	2.198,79
Mes 25	Periodo	25	\$ -174,02	\$ -20,52	\$ -194,54	2.024,77
Mes 26	Periodo	26	\$ -175,64	\$ -18,90	\$ -194,54	1.849,13
Mes 27	Periodo	27	\$ -177,28	\$ -17,26	\$ -194,54	1.671,85
Mes 28	Periodo	28	\$ -178,93	\$ -15,60	\$ -194,54	1.492,92
Mes 29	Periodo	29	\$ -180,60	\$ -13,93	\$ -194,54	1.312,32
Mes 30	Periodo	30	\$ -182,29	\$ -12,25	\$ -194,54	1.130,03
Mes 31	Periodo	31	\$ -183,99	\$ -10,55	\$ -194,54	946,04
Mes 32	Periodo	32	\$ -185,71	\$ -8,83	\$ -194,54	760,33
Mes 33	Periodo	33	\$ -187,44	\$ -7,10	\$ -194,54	572,89
Mes 34	Periodo	34	\$ -189,19	\$ -5,35	\$ -194,54	383,70
Mes 35	Periodo	35	\$ -190,96	\$ -3,58	\$ -194,54	192,74
Mes 36	Periodo	36	\$ -192,74	\$ -1,80	\$ -194,54	-

Fuente : Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

### Gastos Administrativos, Ventas y Operativos

Tabla 16.

**Gastos Administrativos y de Ventas**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Mensual</b>	<b>Annual</b>
Salario	\$ 841,33	\$ 10.095,96
Aporte Al IEES 9,45%	\$ 79,51	\$ 954,07
Beneficios sociales	\$ 271,90	\$ 3.262,80
Materiales	\$ 25,00	\$ 300,00
Luz	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
Telefono	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Dep. Activos fijos	\$ 604,86	\$ 7.258,32
Amortizacion	\$ 47,93	\$ 575,16
Arriendo	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 2.450,53</b>	<b>\$ 29.406,31</b>
<b>VENTAS</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Mensual</b>	<b>Annual</b>
Salario	\$ 392,92	\$ 4.715,04
Aporte Al IEES 9,45%	\$ 37,13	\$ 445,57
Beneficios sociales	\$ 127,94	\$ 1.535,28
Publicidad	\$ 30,00	\$ 360,00
Viaticos	\$ 50,00	\$ 600,00
Transporte	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 837,99</b>	<b>\$ 10.055,89</b>
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS+VENTAS</b>	<b>\$ 3.288,52</b>	<b>\$ 39.462,20</b>

Fuente : Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

Para gastos administrativos y de ventas el costo mensual será de \$3288.52 dólares mensuales.

**Tabla 17.**

**Detalle de Roles de Salarios**

<b>DETALLE DE NOMINA</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>Cargo</b>	<b>Salario</b>	<b>Fondo reserva 8,33%</b>	<b>Total Ingresos</b>	<b>IEES 9,45%</b>	<b>Neto a recibir</b>
1	Gerente	\$ 500,00	41,65	541,65	\$ 47,25	\$ 494,40
1	Administrador	\$ 350,00	29,16	379,16	\$ 33,08	\$ 346,08
1	Vendedor	\$ 400,00	33,32	433,32	\$ 37,80	\$ 395,52
3	Obreros	\$ 1.020,00	84,97	1104,97	\$ 96,39	\$ 1.008,58
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 2.270,00</b>	<b>\$ 189,09</b>	<b>\$ 2.459,09</b>	<b>\$ 214,52</b>	<b>\$ 2.244,58</b>

**Fuente:** Investigación realizada según el autor 2014

**Elaborado:** Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

Podemos notar que los para cubrir los gastos mensuales de los salarios de los empleados serán de \$2459.09 dólares mensuales.

**Tabla 18.**

**Rol de Beneficios Projectado**

<b>DETALLE DE BENEFICIOS</b>							
<b>Cantidad</b>	<b>Cargo</b>	<b>Salario</b>	<b>Decimo 3er sueldo</b>	<b>decimo 4to sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>TOTAL</b>
1	Gerente	\$ 500,00	41,67	41,67	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 159,91
1	Administrador	\$ 350,00	29,17	29,17	\$ 14,58	\$ 39,03	\$ 111,94
1	Vendedor	\$ 400,00	33,33	33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 127,94
3	Obreros	\$ 1.020,00	85,00	85,00	\$ 42,50	\$ 113,73	\$ 326,23
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 2.270,00</b>	<b>\$ 189,17</b>	<b>\$ 189,17</b>	<b>\$ 94,58</b>	<b>\$ 253,11</b>	<b>\$ 726,02</b>

**Fuente:** Investigación realizada según el autor 2014

**Elaborado:** Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

Para cubrir los beneficios mensuales de los empleados se necesitaran \$ 728.02 dólares mensuales.

**Costo de Mano de Obra y Fabricación**

**Tabla 19.**

**Costo de Mano de Obra y Fabricación**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Mensual</b>	<b>Annual</b>
Salario	\$ 1.009,60	\$ 12.115,20
Aporte Al IEES 9,45%	\$ 95,41	\$ 1.144,89
Beneficios sociales	\$ 326,23	\$ 3.914,76
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 1.431,24</b>	<b>\$ 17.174,85</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

Los costos de mano de obra mensualmente son de \$1431.24 dólares y de \$17174.85 dólares anuales.



## Variaciones de costos de materia prima

Tabla 20.

### Costo de ventas mensuales

<b>Costos de Produccion Mensuales</b>					
<b>Mes</b>	<b>Costo</b>	<b>Unita</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cajas</b>	<b>Costo</b>
1	\$	0,85	20000	\$	17.000
2	\$	0,85	20000	\$	17.000
3	\$	0,85	20000	\$	17.000
4	\$	0,85	20000	\$	17.000
5	\$	0,85	20000	\$	17.000
6	\$	0,85	20000	\$	17.000
7	\$	0,85	20000	\$	17.000
8	\$	0,85	20000	\$	17.000
9	\$	0,85	20000	\$	17.000
10	\$	0,85	20000	\$	17.000
11	\$	0,85	20000	\$	17.000
12	\$	0,85	20000	\$	17.000
<b>Total</b>			<b>240000</b>	<b>\$</b>	<b>204.000</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

En cuestiones de cálculo, se tomó en cuenta la producción de 20000 cajas de Té mensuales, contemplando una producción uniforme, dando un costo de \$0.85 centavos por cada caja de Té, mismo que resulta en un costo de \$17000 dólares mensuales.

El margen de utilidad es del 120%, dando un valor de venta a los detallistas de \$1.90 dólares, de esta manera los detallistas venderían el producto en \$2.00 dólares, teniendo un margen de utilidad del 17%.

**Tabla 21.**

**Calculo de costo de Ventas**

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES</b>	
<b>INVENTARIO</b>	<b>COSTO</b>
Compra Materia Prima	\$ 9.720
Mano de Obra	\$ 1.431
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 5.849
<b>Total Meses</b>	<b>\$ 17.000</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

**Estructura de financiamiento**

*Plan de Financiamiento*

Para el financiamiento del proyecto, se utilizaran \$64587 dólares de capital propio para la compra de activos, estas compras se procederán de forma inmediata mientras que se financiara la suma de \$95731.43 dólares a cinco años con la corporación financiera nacional a una tasa de interés de 11.20% anual, este financiamiento será utilizado como capital de trabajo para comprar materias primas e insumos y para pagar salarios de la empresa por el tiempo de tres meses.

El tiempo de tres meses está contemplado como máximo de recuperación total de las ventas mensuales de la empresa desde el inicio de su primer mes de operaciones. El financiamiento de este capital de trabajo será a 5 años plazo, con un solo pago de capital e intereses anualmente.

**Tabla 22.**

**Préstamo a la CFN y Amortización de pagos**

**PRESTAMO CFN**

Capital	95.731,43
Interes	9,81%
Numero de Anos	5,00
Pagos Anuales	1,00

Pago Periodico	\$ -25.131,25
Interes por periodo	9,81%
Numero de Periodos	5,00

Pago de Capital	-95.731,43
Pago de Intereses	-29.924,82
<b>PAGO TOTAL</b>	<b>-125.656,25</b>

			Capital	Intereses	Total	Balance Capital
Ano 1	Periodo	1	\$ -15.740,00	\$ -9.391,25	\$ -25.131,25	79.991,43
Ano 2	Periodo	2	\$ -17.284,09	\$ -7.847,16	\$ -25.131,25	62.707,34
Ano 3	Periodo	3	\$ -18.979,66	\$ -6.151,59	\$ -25.131,25	43.727,68
Ano 4	Periodo	4	\$ -20.841,56	\$ -4.289,69	\$ -25.131,25	22.886,12
Ano 5	Periodo	5	\$ -22.886,12	\$ -2.245,13	\$ -25.131,25	-

**Fuente: Investigación realizada según el autor 2014**

**Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez**

En la tabla se puede apreciar que a lo largo de los 5 años la empresa terminara pagando \$125656.25 dólares.

## Estado de Pérdidas y Ganancias

Una vez que se dispone de la información necesaria se procede a estructurar el estado de resultados, el cual es importante porque representa un detalle ordenado de los ingresos y egresos, con el fin de establecer la utilidad resultante en un período determinado. Lo que demuestra el grado de eficiencia en la administración de los recursos disponibles en el proyecto.

**Tabla 23.**

### Estado de Pérdidas y Ganancias

Perdidas y Ganancias	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>Ventas</b>						
Ingresos Ventas	\$ 0,00	\$ 456.000,00	\$ 474.240,00	\$ 493.209,60	\$ 512.937,98	\$ 533.455,50
Crédito	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Capital Aportado	\$ 64.587,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Total</b>	<b>-\$ 64.587,00</b>	<b>\$ 456.000,00</b>	<b>\$ 474.240,00</b>	<b>\$ 493.209,60</b>	<b>\$ 512.937,98</b>	<b>\$ 533.455,50</b>
<b>Costos:</b>						
Gastos de Mano de Obra	\$ 0,00	\$ 17.174,85	\$ 17.861,84	\$ 18.576,32	\$ 19.319,37	\$ 20.092,15
Gastos de Materia Prima	\$ 0,00	\$ 116.640,00	\$ 116.640,00	\$ 116.640,00	\$ 116.640,00	\$ 116.640,00
Gastos Depreciación	\$ 0,00	\$ 7.258,32	\$ 7.258,32	\$ 7.258,32	\$ 7.258,32	\$ 7.258,32
Amortización	\$ 0,00	\$ 1.759,36	\$ 1.966,84	\$ 2.198,80	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos de Ventas	\$ 0,00	\$ 204.000,00	\$ 212.160,00	\$ 220.646,40	\$ 229.472,26	\$ 238.651,15
Subtotal	\$ 0,00	\$ 346.832,53	\$ 355.887,00	\$ 365.319,84	\$ 372.689,95	\$ 382.641,61
Impuesto 15% Trabajadores	\$ 0,00	\$ 16.375,12	\$ 17.752,95	\$ 19.183,46	\$ 21.037,21	\$ 22.622,08
Impuesto 22% SRI	\$ 0,00	\$ 20.414,32	\$ 22.132,01	\$ 23.915,39	\$ 26.226,38	\$ 28.202,20
<b>Costo Operación</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 383.621,97</b>	<b>\$ 395.771,96</b>	<b>\$ 408.418,69</b>	<b>\$ 419.953,54</b>	<b>\$ 433.465,89</b>
<b>Margen Neto</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 72.378,03</b>	<b>\$ 78.468,04</b>	<b>\$ 84.790,91</b>	<b>\$ 92.984,45</b>	<b>\$ 99.989,61</b>
Margen de Contribucion	0%	16%	17%	17%	18%	19%
<b>Ganancias antes de Impuestos</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 72.378</b>	<b>\$ 78.468</b>	<b>\$ 84.791</b>	<b>\$ 92.984</b>	<b>\$ 99.990</b>
Intereses		\$ -10.721,92	\$ -9.007,13	\$ -7.100,29	\$ -4.979,88	\$ -2.621,98
Pago Capital		\$ -15.310,61	\$ -17.025,39	\$ -18.932,24	\$ -21.052,65	\$ -23.410,54
<b>Ganancia Neta</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 46.346</b>	<b>\$ 52.436</b>	<b>\$ 58.758</b>	<b>\$ 66.952</b>	<b>\$ 73.957</b>
<b>Retorno en las Ventas</b>	<b>0%</b>	<b>10,16%</b>	<b>11,06%</b>	<b>11,91%</b>	<b>13,05%</b>	<b>13,86%</b>

Fuente: Investigación realizada según el autor 2014

Elaborado: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

En el estado de pérdidas y ganancias podemos observar que la venta de 20000 cajas mensuales, misma en la que está contemplada la producción de la fábrica, se obtiene un margen de contribución del 16% en el primer año, mismo que aumenta progresivamente hasta llegar al 19% en el quinto año, en el retorno de las ventas podemos ver un retorno inicial del 10% en el primer año, mismo que aumenta progresivamente hasta llegar al 13.86% en el quinto año del negocio, esto se debe al pago de capital prestado a la CFN. Al finalizar los 5 años del financiamiento del capital de trabajo el margen será completamente superior, motivo por el que está completamente justificada la implementación de la empresa.

### **Flujo de Caja**

*“El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja”.* El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos del proyecto de exportación y del inversionista, es decir el movimiento de efectivo. Para su cálculo se proyecta una serie de cinco años, con el objetivo de realizar los cálculos posteriores del VAN y TIR. (SAPAG, 2003, p.15)

Tabla 24.

Flujo de Caja

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
<b>Ventas</b>						
Ventas	\$ -	\$ 456.000	\$ 474.240	\$ 493.210	\$ 512.938	\$ 512.938
Otros						
Aportado	\$ 64.587					
<b>Total</b>	\$ <b>64.587</b>	\$ <b>456.000</b>	\$ <b>474.240</b>	\$ <b>493.210</b>	\$ <b>512.938</b>	\$ <b>512.938</b>
<b>Salidas</b>						
<b>Operación</b>						
Costos de Materia Prima	\$ -	\$ 17.174,85	\$ 17.861,84	\$ 18.576,32	\$ 19.319,37	\$ 19.319,37
Depreciación	\$ -	\$ 7.258	\$ 7.258	\$ 7.258	\$ 7.258	\$ 7.258
Amortización	\$ -	\$ 1.759	\$ 1.967	\$ 2.199	\$ -	\$ -
Costos de Ventas	\$ -	\$ 204.000	\$ 212.160	\$ 220.646	\$ 229.472	\$ 229.472
<b>Subtotal</b>		\$ <b>346.833</b>	\$ <b>355.887</b>	\$ <b>365.320</b>	\$ <b>372.690</b>	\$ <b>372.690</b>
Costo 15% Trabajadores	\$ -	\$ 16.375	\$ 17.753	\$ 19.183	\$ 21.037	\$ 21.037
Costo 22% SRI	\$ -	\$ 20.414	\$ 22.132	\$ 23.915	\$ 26.226	\$ 26.226
<b>Total</b>	\$ -	\$ <b>383.622</b>	\$ <b>395.772</b>	\$ <b>408.419</b>	\$ <b>419.954</b>	\$ <b>419.954</b>
<b>Neto de Inversión</b>	\$ <b>64.587</b>	\$ <b>72.378</b>	\$ <b>78.468</b>	\$ <b>84.791</b>	\$ <b>92.984</b>	\$ <b>92.984</b>
<b>Activos</b>						
Palas	\$ -20.00					
Perchas	\$ -75.00					
Deshidratador	\$ -10.976,00					
Molino	\$ -5.376,00					
Lanza Industrial	\$ -4.500,00					
Envasadora	\$ -33.824,00					
Etiquetadora	\$ -3.248,00					
Cables y Enseres	\$ -3.100,00					
Costos de Computación	\$ -3.468,00					
<b>Neto de Inversión</b>	\$ <b>(64.587)</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>
<b>Financiamiento</b>						
Capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Neto Financiero</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>-</b>
<b>Resultado Operativo</b>	\$ <b>(64.587)</b>	\$ <b>(64.587)</b>	\$ <b>78.468</b>	\$ <b>84.791</b>	\$ <b>92.984</b>	\$ <b>92.984</b>
<b>Resultado Financiero</b>	\$ <b>-</b>	\$ <b>72.378</b>	\$ <b>7.791</b>	\$ <b>86.259</b>	\$ <b>171.050</b>	\$ <b>171.050</b>
<b>Resultado Total</b>	\$ <b>(64.587)</b>	\$ <b>7.791</b>	\$ <b>86.259</b>	\$ <b>171.050</b>	\$ <b>264.034</b>	\$ <b>264.034</b>

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

Tabla 25.

## Flujo de caja con préstamo

Flujo de Caja con Prestamo						
Flujo de Caja con Prestamo	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>Operaciones</b>						
Flujo de las ventas						
Ingresos Ventas	\$ -	\$ 456.000	\$ 474.240	\$ 493.210	\$ 512.938	\$ 533.456
Crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital aportado	\$ 64.587					
<b>Total</b>		\$ 456.000	\$ 474.240	\$ 493.210	\$ 512.938	\$ 533.456
<b>Flujo de Costos</b>						
Gastos de Mano de Obra	\$ -	\$ 17.174,85	\$ 17.174,85	\$ 17.174,85	\$ 17.174,85	\$ 17.174,85
Gastos de Materia Prima	\$ -	\$ 116.640,00	\$ 116.640,00	\$ 116.640,00	\$ 116.640,00	\$ 116.640,00
Gastos Depreciación	\$ -	\$ 7.258,32	\$ 7.258,32	\$ 7.258,32	\$ 7.258,32	\$ 7.258,32
Amortización	\$ -	\$ 1.759,36	\$ 1.966,84	\$ 2.198,80	\$ -	\$ -
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 204.000,00	\$ 212.160,00	\$ 220.646,40	\$ 229.472,26	\$ 238.651,15
<b>Subtotal</b>	\$ -	\$ 346.832,53	\$ 355.200,01	\$ 363.918,37	\$ 370.545,43	\$ 379.724,32
Impuesto 15% Trabajadores	\$ -	\$ 16.375,12	\$ 17.172,00	\$ 17.977,80	\$ 19.160,71	\$ 20.026,16
Impuesto 22% SRI	\$ -	\$ 20.414,32	\$ 21.407,76	\$ 22.412,33	\$ 23.887,02	\$ 24.965,94
<b>Total</b>	\$ -	\$ 383.622	\$ 393.780	\$ 404.309	\$ 413.593	\$ 424.716
<b>Efectivo neto de operaciones</b>	\$ -	\$ 72.378	\$ 80.460	\$ 88.901	\$ 99.345	\$ 108.739
<b>Investment</b>						
Bienes Adquiridos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bienes Vendidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Efectivo Neto de Inversion</b>	\$ (64.587)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Financiero</b>						
Flujo de Capital	\$ -	\$ (15.310,61)	\$ (17.025,39)	\$ (18.932,24)	\$ (21.052,65)	\$ (23.410,54)
Flujo de Intereses		\$ (10.721,92)	\$ (9.007,13)	\$ (7.100,29)	\$ (4.979,88)	\$ (2.621,98)
Dividendos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Efectivo Neto Financiero</b>	\$ -	\$ (26.033)	\$ (26.033)	\$ (26.033)	\$ (26.033)	\$ (26.033)
<b>Efectivo Neto</b>	\$ (64.587)	\$ 46.346	\$ 54.428	\$ 62.869	\$ 73.312	\$ 82.707
Balance Inicial	\$ -	\$ (64.587)	\$ (18.241)	\$ 36.186	\$ 99.055	\$ 172.367
<b>Balance Final</b>	\$ (64.587)	\$ (18.241)	\$ 36.186	\$ 99.055	\$ 172.367	\$ 255.074

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

**Fuentes de financiamiento.**

La mejor alternativa como fuente de financiamiento para este tipo de proyecto y tomando en cuenta el monto de endeudamiento, se recomienda que se aplique en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobada, como la Corporación Financiera Nacional.

### Estructura del financiamiento.

El proyecto se encuentra financiado con recursos externos mediante un préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional, por un valor de 95.731,43 dólares a 5 años y a una tasa de interés del 11.20% los pagos serán anuales.

**Tabla 26.**

### Estructura del financiamiento

***PRESTAMO CFN***

Capital	95.731,43
Interes	11,20%
Numero de Anos	5,00
Pagos Anuales	1,00

Pago Periodico	\$ -26.032,53
Interes por periodo	11,20%
Numero de Periodos	5,00

Pago de Capital	-\$ 95.731,43
Pago de Intereses	-\$ 34.431,20
<b>PAGO TOTAL</b>	<b>-\$ 130.162,63</b>

		Capital	Intereses	Total	Balance Capital
Ano 1	Periodo 1	\$ -15.310,61	\$ -10.721,92	\$ -26.032,53	\$ 80.420,82
Ano 2	Periodo 2	\$ -17.025,39	\$ -9.007,13	\$ -26.032,53	\$ 63.395,43
Ano 3	Periodo 3	\$ -18.932,24	\$ -7.100,29	\$ -26.032,53	\$ 44.463,19
Ano 4	Periodo 4	\$ -21.052,65	\$ -4.979,88	\$ -26.032,53	\$ 23.410,54
Ano 5	Periodo 5	\$ -23.410,54	\$ -2.621,98	\$ -26.032,53	-

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

### Determinación del Valor Actual Neto (VAN)



Es un procedimiento que permite calcular el valor presente, de ahí su nombre, de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado.

La obtención del VAN constituye una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos, así como para la administración financiera.

Los datos de tasas máximas e Inflación han sido tomados del Banco Central del Ecuador.

$$VAN = \sum \left( \frac{M}{(1+i)^n} \right)$$

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La tasa de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada.

Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que tendrá en la mejor alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

### **Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es por lo tanto el nivel que tiene que alcanzar una variable dada para obtener un equilibrio entre ingresos y gastos, sin beneficio ni pérdida.

**Tabla 27.**

**Punto de Equilibrio**

<b>Punto de Equilibrio En Unidades Anuales</b>	<b>182543,44</b>
<b>Punto de Equilibrio En Unidades Mensuales</b>	<b>15211,95</b>
<b>TIR</b>	<b>67%</b>
<b>TMR</b>	<b>10%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 299.266,81</b>

**Fuente: Análisis Financiero**

**Elaborado por: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez**

Para la presente investigación se determina que el indicador financiero TIR (Tasa Interna de retorno), corresponde a un 67% siendo mayor a la tasa de descuento por lo que el proyecto es rentable, adicional se determina que el resultado del VAN (Valor actual neto) es positivo de \$ 299.266,81 lo que determina viable al proyecto.

En referencia al punto de equilibrio en unidades anuales es de 201.906 y en unidades mensuales es de 16.826 en donde la empresa no pierde ni gana.

**Fórmula:**

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Contribución Marginal}} = \frac{383622}{1,90} = 201.906$$

**Contribución Marginal** 1,90

La relación beneficio costo B/C es igual 1,28 resultado de dividir los ingresos totales en el escenario normal sobre los egresos totales siendo mayor a 1 determina que el proyecto es viable.

B/C=>1:

Siendo el cociente mayor que 1: quiere decir que el Valor Bruto de sus Beneficios son superiores a sus costos.

En este caso la decisión será llevar a cabo el Proyecto de Inversión, como tal se acepta y se recomienda por su ejecución.

**Análisis de sensibilidad**

El análisis de la sensibilidad es una técnica que, aplicada a la valoración de inversiones, permite el estudio de la posible variación de los elementos que determinan una inversión de forma que, en función de alguno de los criterios de valoración, se cumpla que la inversión sea efectuable o preferible a otra.

El Valor Actual Neto del proyecto es positivo en los tres escenarios calculados esperado, optimista y pesimista; con préstamo. Esto demuestra la factibilidad del proyecto.

### **Análisis de sensibilidad para determinar la jerarquización según el VAN**

Según el VAN son mejores aquellas inversiones que tienen un VAN superior. Por tanto, si se dispone de varias alternativas jerarquizadas según el VAN (de mayor a menor valor), puede interesar analizar si esa ordenación es afectada por la variación de alguna de las magnitudes que intervienen en el cálculo del VAN de cada proyecto. En este caso, se analizan los elementos de una inversión "X" de manera que ésta sea preferible a otra inversión "Y" cuyo VAN es VAN<sub>Y</sub>. Por tanto, la condición que tiene que cumplirse (VAN<sub>X</sub> > VAN<sub>Y</sub>) es la siguiente:

**Fórmula:**

$$-A_1 + \sum_{j=1}^n \frac{Q_j}{(1+k)^j} > VAN_Y$$

Para la presente investigación se optará por la mejor decisión que representa el escenario optimista donde el VAN es mayor al resto.

**Tabla 28.**

## Estado de Resultados Escenario Normal

Ventas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso en Ventas		\$456.000,00	\$474.240,00	\$493.209,60	\$512.937,98	\$533.455,50
Total ingresos de ventas		\$456.000,00	\$474.240,00	\$493.209,60	\$512.937,98	\$533.455,50
Capital aportado	-\$ 129.174,00					
(-) Costo de operacion						
Gastos de Mano de Obra		\$17.174,85	\$16.514,28	\$16.514,28	\$16.514,28	\$16.514,28
Gastos de Materia Prima		\$116.640,00	\$116.640,00	\$116.640,00	\$116.640,00	\$116.640,00
Gastos Depreciación		\$7.258,32	\$7.258,32	\$7.258,32	\$7.258,32	\$7.258,32
Amortización		\$1.759,36	\$1.966,84	\$2.198,80	\$0,00	\$0,00
Gastos de Ventas		\$204.000,00	\$204.000,00	\$204.000,00	\$204.000,00	\$204.000,00
Total costo de operacion		\$346.832,53	\$346.379,44	\$346.611,40	\$344.412,60	\$344.412,60
(=) Utilidad Operacional		\$109.167,47	\$127.860,56	\$146.598,20	\$168.525,39	\$189.042,90
(-) Part. Empleados (15%)		\$16.375,12	\$17.172,00	\$17.977,80	\$19.160,71	\$20.026,16
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 92.792,35	\$ 110.688,56	\$ 128.620,40	\$ 149.364,67	\$ 169.016,75
(-) IR causado (22%)		\$ 20.414,32	\$ 21.407,76	\$ 22.412,33	\$ 23.887,02	\$ 24.965,94
(=) Utilidad Neta		\$ 72.378,03	\$ 89.280,80	\$ 106.208,07	\$ 125.477,65	\$ 144.050,81
Margen de Contribución		\$ 0,15	\$ 0,17	\$ 0,20	\$ 0,24	\$ 0,27
Ganancia Antes de Impuestos		\$ 72.378,03	\$ 89.280,80	\$ 106.208,07	\$ 125.477,65	\$ 144.050,81
Intereses		-\$ 10.721,92	-\$ 9.007,13	-\$ 7.100,29	-\$ 4.979,88	-\$ 2.621,98
Pago Capital		-\$ 15.310,61	-\$ 17.025,39	-\$ 18.932,24	-\$ 21.052,65	-\$ 23.410,54
<b>Ganancia Neta</b>		<b>\$ 46.345,51</b>	<b>\$ 63.248,28</b>	<b>\$ 80.175,54</b>	<b>\$ 99.445,12</b>	<b>\$ 118.018,28</b>
Retorno en Ventas		10,16%	13,34%	16,26%	19,39%	22,12%
Ingresos de Ventas		\$ 456.000,00	\$ 474.240,00	\$ 493.209,60	\$ 512.937,98	\$ 533.455,50
Egresos		\$ 346.832,53	\$ 346.379,44	\$ 346.611,40	\$ 344.412,60	\$ 344.412,60
Utilidad Operacional		\$ 109.167,47	\$ 127.860,56	\$ 146.598,20	\$ 168.525,39	\$ 189.042,90
Efectivo Neto	\$ (129.174)	\$ 46.346	\$ 63.248	\$ 80.176	\$ 99.445	\$ 118.018
Balance Final	\$ (129.174)	\$ (82.828)	\$ (19.580)	\$ 60.595	\$ 160.040	\$ 278.059

Punto de Equilibrio En Unidades Anuales	186469,10
Punto de Equilibrio En Unidades Mensuales	15539,09
TIR	45%
TMR	10%
VAN	\$ 166.669,08

**Fuente: Análisis Financiero**

**Elaborado por: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez**

**Análisis:** Se puede determinar que en un escenario normal el estado de resultados nos permite determinar que el TIR (Tasa Interna de Retorno) es del 45%, el VAN (Valor Actual Neto) es positivo de \$ 166.669,08 dólares además se indica que la tasa interna es mayor a la tasa de descuento.

**Tabla 29.**

## Estado de Resultados Escenario Optimista

Ventas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso en Ventas		\$513.000,00	\$533.520,00	\$554.860,80	\$577.055,23	\$600.137,44
Total ingresos de ventas		\$513.000,00	\$533.520,00	\$554.860,80	\$577.055,23	\$600.137,44
Capital Aportado	-\$ 258.348,00					
(-) Costo de operacion						
Gastos de Mano de Obra		\$17.174,85	\$17.861,84	\$18.576,32	\$19.319,37	\$20.092,15
Gastos de Materia Prima		\$116.640,00	\$121.305,60	\$126.157,82	\$131.204,14	\$136.452,30
Gastos Depreciación		\$7.258,32	\$7.548,65	\$7.850,60	\$8.164,62	\$8.491,21
Amortización		\$1.759,36	\$1.829,73	\$1.902,92	\$1.979,04	\$2.058,20
Gastos de Ventas		\$204.000,00	\$212.160,00	\$220.646,40	\$229.472,26	\$238.651,15
Total costo de operacion		\$346.832,53	\$360.705,83	\$375.134,06	\$390.139,43	\$405.745,00
(=) Utilidad Operacional		\$166.167,47	\$172.814,17	\$179.726,74	\$186.915,80	\$194.392,44
(-) Part. Empleados (15%)		\$24.925,12	\$25.922,13	\$26.959,01	\$28.037,37	\$29.158,87
(=) Utilidad antes de impuestos		\$141.242,35	\$146.892,04	\$152.767,73	\$158.878,43	\$165.233,57
(-) IR causado (22%)		\$31.073,32	\$32.316,25	\$33.608,90	\$34.953,26	\$36.351,39
(=) Utilidad Neta		110.169	114.576	119.159	123.925	128.882
Margen de Contribución		0,20	0,20	0,20	0,21	0,21
Ganancia Antes de Impuestos		110.169	114.576	119.159	123.925	128.882
Intereses		-10.721,92	-9.007,13	-7.100,29	-4.979,88	-2.621,98
Pago Capital		-15.310,61	-17.025,39	-18.932,24	-21.052,65	-23.410,54
Ganancia Neta		84.137	88.543	93.126	97.893	102.850
Retorno en Ventas		16,40%	16,60%	16,78%	16,96%	17,14%
Ingresos de Ventas		\$513.000,00	\$533.520,00	\$554.860,80	\$577.055,23	\$600.137,44
Egresos		\$346.832,53	\$360.705,83	\$375.134,06	\$390.139,43	\$405.745,00
Utilidad Operacional		166.167,47	172.814,17	179.726,74	186.915,80	194.392,44
Efectivo Neto	-\$ 258.348	\$ 84.137	\$ 88.543	\$ 93.126	\$ 97.893	\$ 102.850
Balance Final	-\$ 258.348	-\$ 174.211	-\$ 85.668	\$ 7.458	\$ 105.351	\$ 208.200

<b>Punto de Equilibrio En Unidades Anuales</b>	<b>186469,10</b>
<b>Punto de Equilibrio En Unidades Mensuales</b>	<b>15539,09</b>
<b>TIR</b>	<b>63%</b>
<b>Tmr</b>	<b>10%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 221.180,70</b>

**Fuente: Análisis Financiero**

**Elaborado por: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez**

**Análisis:** Se puede determinar que en un escenario optimista el estado de resultados nos permite determinar que el TIR (Tasa Interna de Retorno) es del 63%, el VAN

(Valor Actual Neto) es positivo de \$ 221.180,70 dólares además se indica que la tasa interna es mayor a la tasa de descuento.

**Tabla 30.**

**Estado de Resultados Escenario Pesimista**

Ventas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso en Ventas		\$410.400,00	\$426.816,00	\$443.888,64	\$461.644,19	\$480.109,95
Total ingresos de ventas		\$410.400,00	\$426.816,00	\$443.888,64	\$461.644,19	\$480.109,95
Capital Aportado	-\$ 129.174,00					
(-) Costo de operacion						
Gastos de Mano de Obra		\$15.457,37	\$16.075,66	\$16.718,69	\$17.387,43	\$18.082,93
Gastos de Materia Prima		\$104.976,00	\$109.175,04	\$113.542,04	\$118.083,72	\$122.807,07
Gastos Depreciación		\$6.532,20	\$6.793,49	\$7.065,23	\$7.347,84	\$7.641,75
Amortización		\$1.583,10	\$1.646,42	\$1.712,28	\$1.780,77	\$1.852,00
Gastos de Ventas		\$183.600,00	\$190.944,00	\$198.581,76	\$206.525,03	\$214.786,03
Total costo de operacion		\$312.148,67	\$324.634,61	\$337.620,00	\$351.124,80	\$365.169,79
(=) Utilidad Operacional		\$98.251,34	\$102.181,39	\$106.268,64	\$110.519,39	\$114.940,17
(-) Part. Empleados (15%)		\$14.737,70	\$15.327,21	\$15.940,30	\$16.577,91	\$17.241,02
(=) Utilidad antes de impuestos		\$83.513,63	\$86.854,18	\$90.328,35	\$93.941,48	\$97.699,14
(-) IR causado (22%)		\$18.373,00	\$19.107,92	\$19.872,24	\$20.667,13	\$21.493,81
(=) Utilidad Neta		65.141	67.746	70.456	73.274	76.205
Margen de Contribución		0,15	0,15	0,15	0,16	0,16
Ganancia Antes de Impuestos		65.141	67.746	70.456	73.274	76.205
Intereses		-10.721,92	-9.007,13	-7.100,29	-4.979,88	-2.621,98
Pago Capital		-15.310,61	-17.025,39	-18.932,24	-21.052,65	-23.410,54
Ganancia Neta		39.108	41.714	44.424	47.242	50.173
Retorno en Ventas		9,53%	9,77%	10,01%	10,23%	10,45%
Ingresos de Ventas		\$410.400,00	\$426.816,00	\$443.888,64	\$461.644,19	\$480.109,95
Egresos		\$312.148,67	\$324.634,61	\$337.620,00	\$351.124,80	\$365.169,79
Utilidad Operacional		98.251,34	102.181,39	106.268,64	110.519,39	114.940,17
Efectivo Neto	\$ (129.174)	\$ 39.108	\$ 41.714	\$ 44.424	\$ 47.242	\$ 50.173
Balance Final	\$ (129.174)	\$ (90.066)	\$ (48.352)	\$ (3.929)	\$ 43.313	\$ 93.486

Punto de Equilibrio En Unidades Anuales	167821,86
Punto de Equilibrio En Unidades Mensuales	13985,16
TIR	20%
Tmr	10%
VAN	\$ 37.649,25

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Orlando Larrea y Cesar Rodríguez

**Análisis:** Se puede determinar que en un escenario pesimista el estado de resultados nos permite determinar que el TIR (Tasa Interna de Retorno) es del 20%, el VAN (Valor Actual Neto) es positivo de \$ 37.649,25 dólares además se indica que la tasa interna es mayor a la tasa de descuento.

**Conclusiones:** Como se puede apreciar en el estado de resultados optimista la utilidad es mayor que en el escenario normal del estado de resultados, se determina que la utilidad en el estado de resultados pesimista es menor. Además tanto en el escenario optimista y normal del estado de resultados la utilidad es mayor lógicamente por la existencia de aumento de las ventas, mientras que en el escenario pesimista es menor la utilidad por cuanto se disminuyen las ventas y la generación de ingresos.

Tomando en cuenta tanto los ingresos en los diferentes escenarios se determina que la variación menor en estos determina un efectivo neto menor así como una menor utilidad la cual difiere en su valor en la proyección a cinco años.



## CONCLUSIÓN

- El 71% de las personas encuestadas consume infusiones aromatizadas con una frecuencia de compra semanal en un 55%. Sin embargo, debido a las propiedades energizantes de la guayusa, el 93% de los encuestados afirma que consumiría el producto propuesto.
- En otros términos, alrededor de 16.020 personas compraría una caja mensualmente, por lo tanto se ha determinado que se necesitara una producción mensual de 20.000 cajas de Te para cubrir la demanda.
- Se utilizaran \$64.587,00 dólares de capital propio para la compra de activos, estas compras se procederán de forma inmediata mientras que se financiara la suma de \$95.731,43 dólares a cinco años con la corporación financiera nacional a una tasa de interés de 11.20% anual, y debido a ello, se obtiene un margen de contribución del 16% en el primer año hasta llegar al 19% dentro de cinco años, en el retorno de las ventas en el primer año se obtiene un retorno del 10% con un aumento progresivo hasta llegar al 13.86% en el quinto 5 año del negocio siempre y cuando las ventas sean de al mínimo 20.000 cajas mensuales. Posteriormente el margen de ganancia será superior, motivo por el que está completamente justificada la implementación de la empresa.

- Para la presente investigación se determina que el indicador financiero TIR (Tasa Interna de retorno), corresponde a un 67% siendo mayor a la tasa de descuento por lo que el proyecto es rentable, adicional se determina que el resultado del VAN (Valor actual neto) es positivo de \$ 299.266,81 lo que determina viable al proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADUANAS. (2010). *aduana.gob.ec*. Recuperado el 28 de Junio de 2012, de Documento WWW: <http://www.aduana.gob.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2010.pdf>
- AGROECUADOR. (S.f.). *Plantas Medicinales*. Obtenido de <http://www.agroecuador.com/HTML/angendaInter/estplantasmedici/Estudio.pdf>
- ANDES. (2013). Obtenido de [www.andes.info.ec](http://www.andes.info.ec)
- ANDES. (20 de Diciembre de 2013). *La economía de Ecuador crecerá un 5% en el 2014, según proyección del Gobierno*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/economia-ecuador-crecera-5-2014-segun-proyeccion-gobierno.html>
- ANDES. (23 de Diciembre de 2013). *La inversión social seguirá siendo prioridad para el gobierno de Ecuador en 2014*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/inversion-social-seguira-siendo-prioridad-gobierno-ecuador-2014.html>
- ASAMBLEA NACIONAL. (29 de Diciembre de 2010). *CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>
- BANCO NACIONAL DE FOMENTO. (28 de Febrero de 2014). *Tasas de Interés Activas*. Obtenido de [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=49&Itemid=88](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=88)
- BCE. (2013). *Banco Cental del Ecuador*. Recuperado el 2014, de <http://www.bce.fin.ec>
- BIO Comercio Andino. (7 de Abril de 2013). *Té de Ecuador recibe premio de mejor producto orgánico en feria*. Obtenido de <http://www.biocomercioecuador.ec/noticias/156-te-de-ecuador-recibe-premio-de-mejor-producto-organico-en-feria>
- Caranqui Aldaz, J., & Humanante, A. (2011). *Estudio sobre la Taxonomía y Estado de Conservación de la Guayusa*. Obtenido de [http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/767/1/Articulo\\_Guayusa.pdf](http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/767/1/Articulo_Guayusa.pdf)
- Centro de Informacion e Inteligencia Comercial. (s.f.). Obtenido de CICO: [http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil\\_de\\_ingredientes\\_naturales\\_2009.pdf](http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil_de_ingredientes_naturales_2009.pdf)
- Coro, L., & López, E. (2013). *Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de infusiones de Guayusa en la parroquia de Bomboiza provincia de Morona Santiago*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5562/1/UPS-CT002782.pdf>
- CORPEL. (s.f.). Recuperado el 09 de 03 de 2014, de [http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil\\_de\\_ingredientes\\_naturales\\_2009.pdf](http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil_de_ingredientes_naturales_2009.pdf)

- CORPEI. (Noviembre de 2009). *PERFIL DE INGREDIENTES NATURALES*. Obtenido de [http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil\\_de\\_ingredientes\\_naturales\\_2009.pdf](http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil_de_ingredientes_naturales_2009.pdf)
- CULTURAL. (S.f.). *Diccionario de Comercio Exterior*.
- Definición ABC. (S.f). Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de <http://www.definicionabc.com/general/muestra.php>
- Definición.org. (S.f.). Recuperado el 3 de julio de 2013, de <http://www.definicion.org/corretaje>
- ECUAPACK. (S.f.). *Nuestro sitio*. Obtenido de <http://www.ecuapack.com/sitio/>
- FAO. (14 de Julio de 2005). *La producción mundial de té alcanza un nuevo récord*. Obtenido de <http://www.fao.org/NEWSROOM/es/news/2005/105404/index.html>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 09 de March de 2014, de Fasciculo Provincial Guayas: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- INEC. (Diciembre de 2013). *Resultados provinciales*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>.
- INFUSIONISTAS. (Septiembre de 2011). *Guayusa, hojas de la amazonia ancestral*. Obtenido de <http://infusionistas.com/infusiones-tisanas/guayusa-hojas-de-la-amazonia-ancestral/>
- MOBOT. (2014). *Catalogue of the Vascular Plants of Ecuador*. Obtenido de [http://www.mobot.org/mobot/research/ecuador/citar\\_catalogo.shtml](http://www.mobot.org/mobot/research/ecuador/citar_catalogo.shtml)
- Murzi, H. (2010). *grandes Pymes*. Recuperado el 10 de enero de 2014, de <http://jcvalda.wordpress.com/2009/12/29/la-estructura-organizacional-como-herramienta-de-desarrollo/>
- Nacional, A. (22 de 12 de 2010). *Codigo organico de la produccion, comercio e inversiones*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>
- ONG. (2007). *Fundacion Runa*. Obtenido de <http://ong.tupatrocinio.com/fundacion-run-a-info-1679.html>
- Papeles tecnológicos. (2012). *Papel Filtrante para té*. Obtenido de <http://www.papelestecnologicos.com/>
- Porter, M. (1997). *Estrategia Competitiva*. México: Continental.
- PORTER, M. (2006). *Estrategia competitiva*. . Compañía Editorial Continental S.A.
- Presidencia del Ecuador. (24 de Mayo de 2013). *La Revolución Ciudadana le entregó estabilidad política al país*. Obtenido de <http://www.presidencia.gob.ec/la-revolucion-ciudadana-le-entrego-estabilidad-politica-al-pais/>

- PROEcuador. (2013). *Boletín de Comercio Exterior*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/03/PROEcuador\\_IC\\_02-13.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/03/PROEcuador_IC_02-13.pdf)
- PROEcuador. (S.f.). *Se exporta a EE.UU. guayusa para bebida energizante*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/2013/11/18/se-exporta-a-ee-uu-guayusa-para-bebida-energizante/>
- Radice, M. (S.f.). *Caracterización Fitoquímica de la especie Ilex Guayusa Loes*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/63647125/guayusa-caracterizacionfitoquimica6>
- Radice, M., & Vidari, G. (S.f.). *Caracterización fitoquímica de la especie Ilex guayusa Loes y elaboración de un prototipo de fitofármaco de interés comercial*. Obtenido de [http://lagranja.ups.edu.ec/documents/1317427/1368381/01\\_caracterizacion\\_fitoquimica.pdf](http://lagranja.ups.edu.ec/documents/1317427/1368381/01_caracterizacion_fitoquimica.pdf)
- Región Q. (17 de diciembre de 2013). *La empresa que trajo el té de Guayusa ecuatoriano a EE.UU.* Obtenido de <http://www.regionq.com/2013/12/17/te-de-guayusa/>
- Ridari, M. R. (s.f.). *La Granja*. Obtenido de La Granja: [http://lagranja.ups.edu.ec/documents/1317427/1368381/01\\_caracterizacion\\_fitoquimica.pdf](http://lagranja.ups.edu.ec/documents/1317427/1368381/01_caracterizacion_fitoquimica.pdf)
- RUNA CLEAN ENERGY. (2012). *More Energy Than Coffee*. Obtenido de <http://runa.org/our-guayusa/antioxidants/>
- Runa Org. (2013). *Runa*. Obtenido de Runa Clean Energy: <http://runa.org/our-guayusa/faq/>
- RUNA. ORG. (10 de Enero de 2013). *¿Por qué vivir en Sambo?* Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2013/01/10/1/1528/vivir-sambo.html>
- Santos, T. (20 de Marzo de 2014). *Un negocio con alma*. Obtenido de Revista Vistazo: <http://www.vistazo.com/impresapais/?id=6593>
- SAPAG, N. (2003, p.15). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogotá: Ed. Mc Graw Hill.
- TEA ASOCIATION OF THE USA 2013. (s.f.). Obtenido de <http://www.teausa.com/14655/tea-fact-sheet>
- The Tea Association of USA. (2013). *Tea Fact Sheet*. Obtenido de <http://www.teausa.com/14655/tea-fact-sheet>
- TRAFFIC. (s.f.). Obtenido de <http://www.traffic.org/>
- TRAFFIC. (2008). Obtenido de <http://www.traffic.org/>
- Wong, S. (S.f.). *ESPAE*. Obtenido de Ecuador sube al puesto 71 en Informe de Competitividad Global: [http://www.espae.espol.edu.ec/en/icg2013\\_2014](http://www.espae.espol.edu.ec/en/icg2013_2014)
- ZAZACORP. (2014). *Trabajos publicitarios*. Obtenido de <http://www.zazapec.com.ec/>