

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL TÉ DE
ISHPINGO (*Ocotea quixos*) EN LA CIUDAD DE TENA.

Informe Final del Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito
para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración.

AUTORA: Sherly Nina Lema López

DIRECTORA: Lcda. Tania Alvarado

Tena - Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

Lcda. Tania Angélica Alvarado Shiguango

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

CERTIFICA:

En calidad de directora del Trabajo de Integración Curricular (TIC) denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL TÉ DEISHPINGO (*Ocotea quixos*) EN LA CIUDAD DE TENA, de autoría de la señorita **SHERLY NINA LEMA LÓPEZ**, con CC. 1550120065 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo de Titulación antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones

Tena, 8 de enero de 2021.

Atentamente;



Firmado electrónicamente por:
**TANIA ANGELICA
ALVARADO
SHIGUANGO**

Lcda. Tania Angélica Alvarado Shiguango

DIRECTORA

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 05 de febrero de 2021

CERTIFICACIÓN

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL TÉ DE ISHPINGO (*Ocotea quixos*) EN LA CIUDAD DE TENA, presentado por la señorita: SHERLY NINA LEMA LÓPEZ, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración, del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su impresión definitiva y la continuación del proceso.

Atentamente;



Firmado electrónicamente por:

**JORGE IVAN
BARAHONA
BONIFAZ**

Ing. Jorge Ivan Barahona Bonifaz
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Sergio Ivan Ruiz Gaïbor
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Firmado digitalmente por Juan Carlos Ortiz Serrano

Abg. Juan Carlos Ortiz Serrano
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, SHERLY NINA LEMA LÓPEZ, declaro ser autora del presente Proyecto Integrador Curricular denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL TÉ DE ISHPINGO (*Ocotea quixos*) EN LA CIUDAD DE TENA y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTOR:

SHERLY NINA LEMA LÓPEZ

CÉDULA: 1550120065

FECHA: Tena, 06 de febrero de 2021

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Yo, SHERLY NINA LEMA LÓPEZ, declaro ser autora del Proyecto Integrador Curricular titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL TÉ DE ISHPINGO (*Ocotea quixos*) EN LA CIUDAD DE TENA**, como requisito para la obtención del Título de: **TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 31 de agosto de 2020, firma el autor.

AUTOR: SHERLY NINA LEMA LÓPEZ.

FIRMA:



CÉDULA: 1550120065

DIRECCIÓN: Barrio Paushiyacu, calles Carlos Shiguango y S/N

CORREO ELECTRÓNICO: lemadiciembre25@gmail.com

TELÉFONO: 062888816 **CELULAR:** 0995188875

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR: Lcda. Tania Alvarado

TRIBUNAL DEL GRADO:

Ing. Jorge Ivan Barahona Bonifaz (Presidente)

Ing. Sergio Ivan Ruiz Gaibor (Primer Miembro)

Ab. Juan Carlos Ortiz Serrano (Segundo Miembro)

DEDICATORIA

El proyecto lo dedico a mi madre, a quien admiro y respeto mucho, porque creyeron en mí y siempre buscaron el mejoramiento y superación, brindándome su apoyo moral y sus sabios consejos cada día, acciones que permitieron alcanzar esta anhelada meta.

También dedico este trabajo a mis hermanas Mishelle Lema y Tatiana Lema, quienes me aconsejaban sobre el gran apoyo que recibo de mi madre y que no muchos jóvenes tienen esa dicha de sustento por diversas circunstancias de la vida.

Sherly Nina lema López

AGRADECIMIENTO

En esta oportunidad quiero agradecer a Dios por brindarme la vida, la salud y la sabiduría suficiente, para fortalecerme y poder hacer realidad mi sueño de ser una gran profesional.

Mi grato agradecimiento al Instituto Superior Tecnológico Tena y al personal docente y administrativo quienes participaron en mi proceso de formación profesional. También agradecer a mi directora del proyecto Lcda. Tania Alvarado, quien, con su gran capacidad, permitió que este proyecto se convirtiera en documento útil a la sociedad.

Finalmente agradecer a mi madre y hermanas, por estar siempre pendientes en todo el proceso de estudios y por ser fuente de motivación e inspiración para lograr esta linda profesión como es el de la Tecnología Superior en Administración.

Sherly Nina lema López

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
INDICE DE ANEXOS.....	xiii
A. TEMA	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA.....	- 1-
2.1 Introducción	- 1 -
2.1.1 Naturaleza del problema	- 2 -
2.1.1.1 Árbol de problemas.....	- 3 -
2.1.1.2 Procedimientos.....	- 4 -
2.1.1.3 Matriz de Marco lógico.....	- 5 -
C. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	- 7 -
3. Objetivos	- 7 -
3.1 Objetivo General	- 7 -
3.2 Objetivos Específicos.....	- 7-
D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS	- 8 -
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	- 10 -
5. Marco Teórico.....	- 10-
5.1 Antecedente Histórico.....	- 10-
5.1.1. Ishpingo – canela amazónica	- 11 -
5.1.1.1 Ficha botánica del Ishpingo	- 11 -

5.1.1.2	Propiedades curativas.....	- 12-
5.1.1.3	Características botánicas	- 12 -
5.1.1.4	Origen y ubicación geográfica	- 12 -
5.1.2	Estudio de mercado.....	- 13 -
5.1.2.1	Importancia del estudio de mercado	- 13 -
5.1.2.2	Viabilidad Financiera.....	- 14 -
5.1.1.6	Flujos Financieros	- 14 -
5.1.1.7	TIR	- 15 -
5.1.1.8	VAN.....	- 16 -
5.1.1.9	Punto de equilibrio.....	- 17 -
5.1.1.10	Relación Costo/Beneficio	- 17-
5.1.1.11	Estudio Financiero	- 18 -
5.2.	Marco Legal	- 19 -
5.3.	Marco Conceptual.....	- 21 -
5.3.2	Inversión	- 22 -
5.3.3.	La competencia	- 22 -
5.3.4	Prefactibilidad	- 22 -
5.3.5.	Investigación de mercados	- 23 -
5.3.6	La tecnología.....	- 23-
5.3.7	Clientes	- 24 -
5.3.8	Proveedores.....	- 24 -
5.4	Las variables	- 24 -
5.4.1.	Categorías y conceptos fundamentales	- 26 -
F.	METODOLOGÍA.....	- 29 -
6.1	Materiales.....	- 29-
6.1.1	Equipos	- 29 -
6.1.2	Herramientas	- 29 -
6.1.3	Instrumentos.....	- 30 -
6.1.4.	Presupuesto del Proyecto Integrador Curricular	- 30 -
6.2.	Ubicación del área de estudio.	- 31 -
	Aspecto socioeconómico	- 31 -
	Ubicación política	- 32 -
	Ubicación geográfica	- 32 -
	Tipos de investigación	- 32-

6.3.1.	Investigación de Campo.....	- 33-
6.3.2.	Investigación documental	- 33 -
6.3.3.	Investigación descriptiva	- 33 -
6.4.	Metodología para cada objetivo.....	- 34-
6.4.1.	Objetivo 1. Realizar un estudio de mercado, para la identificación de la factibilidad del té de ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena.-	34 -
6.4.1.1	Muestreo	- 34-
6.4.1.2	Encuesta	- 36 -
6.4.2	Objetivo 2. Demostrar factibilidad comercial para la creación del té de ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena.	- 36 -
6.4.2.1	Investigación estadística.	- 36-
6.4.2.2.	Investigación concluyente.....	- 36 -
6.4.3.	Objetivo 3. Elaborar una propuesta para la creación del Té de Ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena.....	- 37 -
6.4.3.1	Método Inductivo.....	- 37 -
6.4.3.2.	Método deductivo.	- 37-
6.4.3.3.	Método analítico.....	- 38-
6.5.	Levantamiento de la información	- 38 -
G.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.	- 39 -
7.	Primer Objetivo. Realizar el estudio de mercado.	- 39 -
7.1.	Tabulación e interpretación de los datos.....	- 39-
72	Objetivo 2. Demostrar factibilidad comercial para la creación del Té de Ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena.....	- 50-
73	Objetivo 3. Elaborar una propuesta para la creación del Té de Ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena.....	- 50-
7.3.1	Título de la propuesta.....	- 50-
7.3.2.	Justificación	- 50 -
7.3.3.	Nombre de la empresa	- 51 -
7.3.4.	Beneficiarios	- 51 -
7.3.5.	Misión	- 51 -
7.3.6.	Visión.....	- 52 -
7.3.7	Políticas de la empresa.....	- 52-
7.3.8	Objetivos de la propuesta.....	- 52-
7.3.9	Proceso de producción del té	- 53 -

7.3.10.	Limpieza y desinfección	- 53-
7.3.11.	Proceso de producción de la materia prima	- 54 -
7.3.12.	De la presentación comercial del producto	- 55 -
7.4.	Análisis de precios	- 56 -
7.5.	Estructura Organizacional.....	- 57-
7.5.1.	Organigrama estructural.....	- 57-
7.5.2.	Manual de funciones.....	- 58 -
7.6.	Matriz FODA	- 61 -
7.7.	Estudio legal para el funcionamiento.....	- 62-
7.8.	Permiso de funcionamiento.....	- 62-
7.9.	Requerimientos sanitarios de Norma INEN	- 62 -
7.10.	Estrategias de promoción	- 62 -
7.11.	Requisitos para el funcionamiento del local	- 63 -
7.12.	Análisis financiero	- 64 -
7.12.1.	Inversión	- 64-
7.14.	Recursos humanos y sueldos.	- 66 -
H.	CONCLUSIONES	- 67 -
I.	RECOMENDACIONES.....	- 68 -
J.	BIBLIOGRAFÍA	- 69 -
K.	ANEXOS	- 71 -

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Matriz de Marco lógico	- 5 -
Cuadro N° 2. Matriz de Asignaturas Integradoras	- 8 -
Cuadro N° 3. Presupuesto	- 30 -
Cuadro N° 4. La condición laboral.	- 41 -
Cuadro N° 5. Salario aproximado	- 42 -
Cuadro N° 6. Adquisición de productos de Té.	- 43 -
Cuadro N° 7. Conocimiento de la flor de Ishpingo.....	- 44 -
Cuadro N° 8. Gustos por comprar Té de Ishpingo.....	- 45 -
Cuadro N° 9. Adquisición de productos de Té.	- 46 -
Cuadro N° 10. Características del Té.	- 47 -
Cuadro N° 11. Precios por el Té de Ishpingo	- 48 -
Cuadro N° 12. Presentación para el Té de Ishpingo.	- 49 -
Cuadro N° 13. Equipo de trabajo.	- 57 -
Cuadro N° 14. Identificación del puesto de Administrador.....	- 58 -
Cuadro N° 15. Identificación del puesto de Contador/a.	- 59 -
Cuadro N° 16. Identificación del puesto de Vendedor.	- 59 -
Cuadro N° 17. Cargo del operario.	- 60 -
Cuadro N° 18. Matriz FODA.	- 61 -
Cuadro N° 19. Maquinaria.	- 64 -
Cuadro N° 20. Equipos de computo.....	- 65 -
Cuadro N° 21. Equipo de oficina	- 65 -
Cuadro N° 22. Equipo de producción	- 65 -
Cuadro N° 23. Cuadro de sueldos.	- 66 -

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Árbol de Problemas	- 3 -
Figura N° 2. Supra Ordinación de la Variable	- 26 -
Figura N° 3. Subordinación de la variable independiente	- 27 -
Figura N° 4. Subordinación de la variable dependiente.....	- 28 -
Figura N° 5. Edades de los encuestados	- 40-
Figura N° 6. Condiciones laborales	- 41 -
Figura N° 7. Salario aproximado	- 42 -
Figura N° 8. Adquisición de productos de té.	- 43-
Figura N° 9. Conocimiento de la flor de Ishpingo.	- 44-
Figura N° 10. Gustos por comprar Té de Ishpingo	- 45 -
Figura N° 11. Frecuencia en la compra del té.	- 46 -
Figura N° 12. Características que le agradaría del Té de Ishpingo.	- 47-
Figura N° 13. Qué precio a cancelar por el té.	- 48 -
Figura N° 14. Material de presentación para el Té de Ishpingo.....	- 49 -
Figura N° 15. Recepción de la flor de Ishpingo.....	- 53 -
Figura N° 16. Proceso de producción del Té de Ishpingo	- 54 -
Figura N° 17. Logo del emprendimiento	- 56 -

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a la población	- 71 -
Anexo 2. Imagen de la semilla ishpingo (Ocotea quixos)	- 73 -
Anexo 3. Empaque del producto.....	- 73 -

A. TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL TÉ DE
ISHPINGO (*Ocotea quixos*) EN LA CIUDAD DE TENA.

RESUMEN EJECUTIVO

La producción de té en la ciudad y el país, es un mercado oligopolizado ya que no existen muchas empresas dedicadas a la inversión, transformación y elaboración de esta bebida aromática, creando la importación de otros tés de diversos puntos del planeta. Mientras que el patrimonio natural en la Amazonía ecuatoriana es grande y mal explotada, porque no se indaga adecuadamente sobre nuevas plantas que reúnen gran cantidad de beneficios saludables, por tal razón se mantiene en el mercado los sabores tradicionales. Consumir té es un atractivo natural por lo que no contiene químicos, como lo son otras bebidas alternativas.

El proyecto que proponemos titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL TÉ DE ISHPINGO (*Ocotea quixos*) EN LA CIUDAD DE TENA, lo realizamos primeramente indagando las características científicas del producto la cual está detallada en la fundamentación teórica, luego mediante la aplicación de varios métodos y técnicas de recolección de información se realizó el estudio de mercado en la cual se interactuó con los habitantes de la ciudad de Tena obteniendo resultados alentadores que hicieron posible que esta propuesta de emprendimiento surja y se instale en el mercado.

Finalmente se obtuvo las conclusiones y recomendaciones que proponen realizar una propuesta de creación, en la cual detallan, el estudio financiero, el estudio técnico y el estudio de una planta exótica poco conocida en el mercado local que es el Té de Ishpingo, materia prima fundamental, del cual inicia este trabajo de investigación. El mismo que permitirá contribuir con información importante, en el hecho de crear el Té de Ishpingo en la ciudad de Tena.

Palabras claves: Oligopolio, inversión, patrimonio natural, alternativa, métodos, propuesta, plan de marketing, planta exótica, Ishpingo.

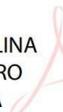
ABSTRACT

The production of tea in the city and the country is an oligopolized market since there are not many companies dedicated to the investment, transformation and elaboration of this aromatic drink, creating the importation of other teas from different parts of the planet. While the natural heritage in the Ecuadorian Amazon is large and poorly exploited, because new plants that bring together a large number of health benefits are not adequately investigated, for this reason traditional flavors are kept on the market. Consuming tea is a natural attraction so it does not contain chemicals, as are other alternative beverages. The project that we propose entitled FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF ISHPINGO TEA (Ocotea quixos) IN THE CITY OF TENA, we carried out first by investigating the scientific characteristics of the product which is detailed in the theoretical foundation, then by applying various methods and information gathering techniques, the market study was carried out in which the inhabitants of the city of Tena were interacted with, obtaining encouraging results that made it possible for this entrepreneurial proposal to emerge and be installed in the market. Finally, the conclusions and recommendations were obtained that propose to make a creation proposal, in which they detail the financial study, the technical study and the study of an exotic plant little known in the local market that is the Ishpingo Tea, a fundamental raw material, from which this research work begins. The same that will allow to contribute with important information, in the fact of creating the Ishpingo Tea in the city of Tena.

Keywords: Oligopoly, investment, natural heritage, alternative, methods, proposal, marketing plan, exotic plant, Ishpingo.

Reviewed by:

ANA
CAROLINA
ROMERO
ALAVA



Firmado
digitalmente por
ANA CAROLINA
ROMERO ALAVA

BA. Carolina Romero
ISTT Teacher

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Introducción

Después del agua, el té es la bebida que más se consume en el planeta. El éxito de esta infusión encierra hoy un valor especial, precisamente cuando los refrescos invaden los últimos rincones. A diferencia de éstos, el té no ha amenazado ninguna cultura ni es sinónimo de uniformidades, acaso porque tampoco es una bebida de sabor invariable que se extrae de un envase. Por el contrario, el té requiere una preparación que propicia el rito y está abierta a la imaginación y al gusto de cada población.

Esta idea de micro emprendimiento, hace que genere empleo y recursos para la sociedad, a su vez creando iniciativas propicias para las personas de generar y crear nuevos productos, el té de Ishpingo contiene magnesio, calcio, potasio, zinc, y vitaminas tan importantes como la C y la D; además contiene ácido clorogénico, que resultan excelentes para mejorar la salud cardiovascular y posee aminoácidos esenciales para el cuerpo.

Actualmente la Provincia de Napo se destaca a nivel nacional como una de las que posee mayor índice de crecimiento poblacional, teniéndose en cuenta que la misma ha duplicado su población. Por lo tanto, el presente proyecto desarrollará un estudio de mercado para la creación del té de ishpingo en la ciudad de Tena, con el objetivo de demostrar a corto plazo, sus beneficios económicos y medicinales, utilizando conceptos y herramientas modernas, así como mostrar un producto nuevo y original a la sociedad.

Por consiguiente, este trabajo de investigación es importante desarrollarlo ya que el estudio y elaboración de este té, permitirá suplantar las necesidades básicas de los clientes, además en el ámbito social se podrá generar fuentes de empleo para que personas del sector de influencia puedan entregar la materia prima

y obtengan beneficios económicos que permitan mejorar la calidad de vida de sus familias.

2.1.1 Naturaleza del problema

En el mercado ecuatoriano se han presentado diferentes clases de té verificándose en variedad de presentaciones para la salud al ser humano, tales como: la manzanilla, eucalipto, menta, anís, pero ninguno con todos los beneficios juntos que brinda el té de ishpingo y a un costo favorable al consumidor.

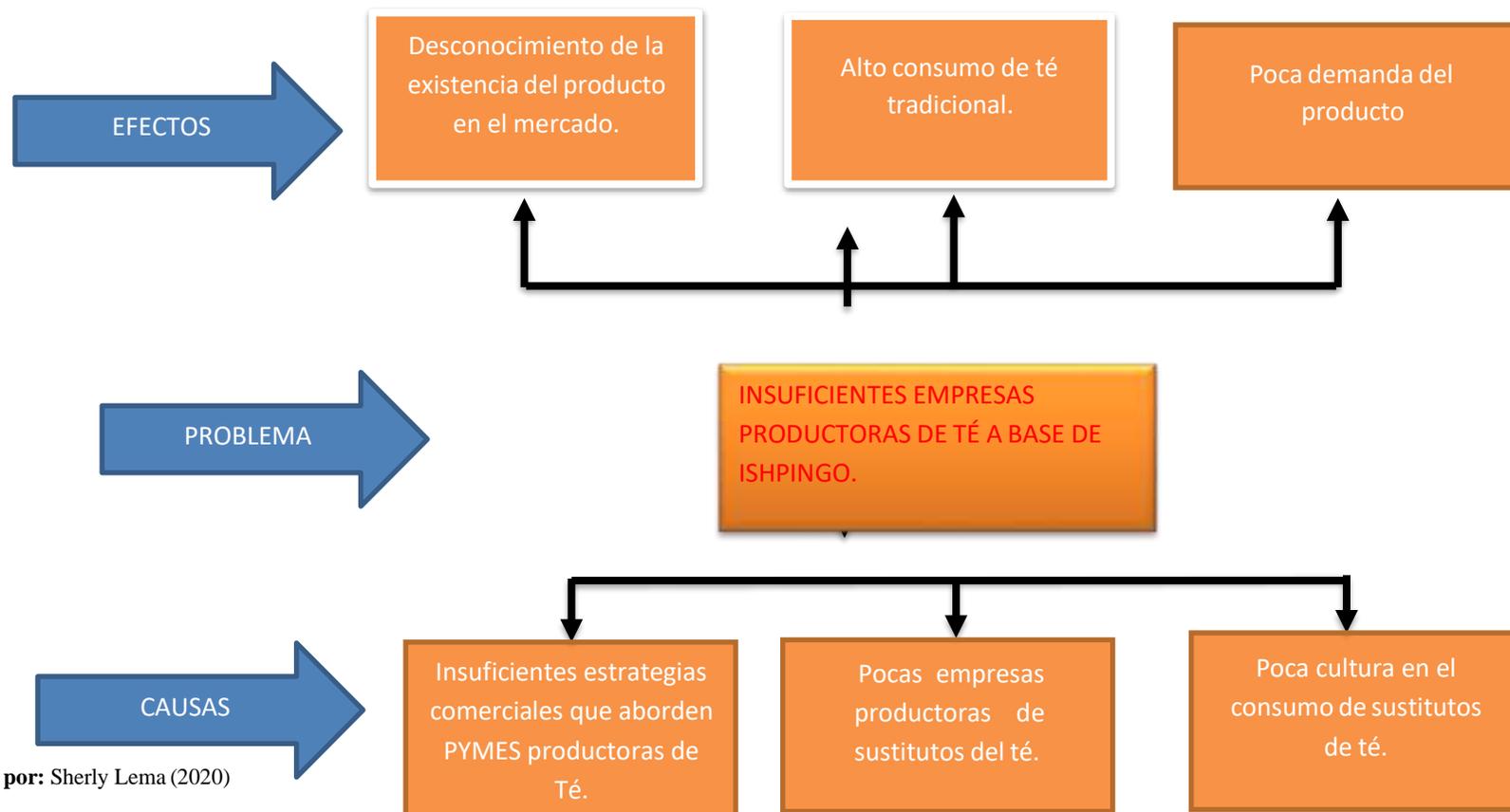
Lo grandioso que ofrece esta especia, va dirigida al mercado de personas adultas que consumen diariamente un té, para prevenir algún tipo de enfermedades como los casos de malestar estomacal y diarrea o para tratar artritis y calambres. Este mercado está dispuesto a cancelar un precio barato y a consumir un producto natural y nacional. Este producto, busca incentivar el consumo de té en los jóvenes para que disfruten de los beneficios ya mencionados.

Lo interesante en la creación de este emprendimiento en la ciudad de Tena responde a la necesidad de la población de adquirir este producto por su exquisito aroma. Actualmente estamos elaborando este producto de manera tradicional, por lo tanto, es necesario realizar el estudio de factibilidad que permita conocer:

- ¿Qué impacto tendrá en la sociedad el producto?
- ¿Cuál es el presupuesto de inversión necesario para su creación?
- ¿Qué tan rentable es este negocio?

2.1.1.1 Árbol de problemas

Figura N° 1. Árbol de Problemas



Elaborado por: Sherly Lema (2020)

2.1.1.2 Procedimientos

Durante el desarrollo de la investigación se procedió a realizar un estudio de mercado a través de la aplicación de encuestas que permitió conocer la factibilidad de la creación del té de Ishpingo en la Ciudad de Tena, realizando el cálculo de los clientes asiduos, frecuentes y ocasionales con los que contaría el emprendimiento.

2.1.1.3 Matriz de Marco lógico

Cuadro N° 1. Matriz de Marco lógico

Resumen Narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
<p>PROPOSITO</p> <p>Determinar el estudio de factibilidad para la creación del Té de Ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena.</p>	<p>El 80% de la población objetivo manifiesta que el estudio será exitoso.</p>	<p>Encuesta a los habitantes de la ciudad de Tena.</p>	<p>Contar con documentos habitantes (encuesta).</p>
<p>COMPONENTES</p> <p>Realizar un estudio de mercado, para la identificación de la factibilidad del Té de Ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena.</p>	<p>El 95% de los encuestados colaboraron brindando información plasmada en los instrumentos de recolección de datos.</p>	<p>Encuestas Tabulación de datos estadísticos</p>	<p>Los habitantes participan en la encuesta y brindan información importante</p>
<p>ACTIVIDADES</p> <p>- Dialogar con los presidentes de la comunidad y barrios cercanos.</p>			

<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración y aplicación de las encuestas. - Desarrollo del proyecto. 			
<p>COMPONENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Demostrar factibilidad comercial para la creación del Té de Ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena. 	<p>El 90% de habitantes que brindan información real sobre sus necesidades.</p>	<p>Encuestas realizadas a la competencia.</p>	<p>Tener datos estadísticos y resultados de la encuesta.</p>
<p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y tabular estadísticamente los datos. 			
<p>COMPONENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar una propuesta para la creación del Té de Ishpingo (<i>Ocotea quixos</i>) en la ciudad de Tena. 	<p>La estructura organizacional del emprendimiento tiene el 100% de aceptabilidad.</p>	<p>La propuesta está diseñada de acuerdo a los resultados de las encuestas.</p>	<p>Ofrecer de manera directa los productos a los clientes.</p>
<p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una propuesta de creación del té de Ishpingo. • Diseño de la estructura organizacional. 			

Elaborado por: Sherly Lema. Septiembre de 2020

C. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

- ✓ Determinar el estudio de factibilidad para la creación del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.

3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un estudio de mercado, para la identificación de la factibilidad del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.
- ✓ Demostrar factibilidad comercial para la creación del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.
- ✓ Elaborar una propuesta comercial del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Las asignaturas que integran la carrera de Tecnología Superior en Administración y que fortalecen el estudio de factibilidad para la creación del té de ishpingo en la ciudad de Tena, son disciplinas que colaboran en el diseño de un documento de calidad acorde a las exigencias dadas por el Instituto Superior Tecnológico Tena. A continuación, se explica brevemente su estructura, de acuerdo al perfil profesional.

Cuadro N° 2. Matriz de Asignaturas Integradoras

Objetivo del Plan nacional	Línea de investigación	Asignaturas integradas	Resultado de aprendizaje	Aplicación directa	Aplicación indirecta
Objetivo 4 Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización	Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico de manera redistribuida y solidaria	Administración de la producción Análisis financiero Presupuesto	Determinar y analizar el aporte de los presupuestos en la planificación y su incidencia en los resultados de la gestión de las empresas a fin de generar soluciones en el ámbito presupuestario en base a normas presupuestarias actualizadas	X	
	Desarrollar las capacidades productivas y	Investigación de mercado	Demostrar los resultados de la ejecución presupuestaria,	X	

Objetivo 5 Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria.	el entorno para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir rural	Metodología de la Investigación	mediante la evaluación para emitir juicios críticos a los informes presupuestarios apoyados en indicadores financieros.		
	Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social.	Microeconomía	Identificar y analizar las principales variables macroeconómicas que explican el funcionamiento de la actividad económica.	X	
		Fundamentos Administrativos	Aplicar el proceso de planeación, organización, dirección y control en las distintas etapas para el buen funcionamiento de la empresa e institución.	X	

Fuente: Sílabos de la carrera de Administración.

Elaborado por: Sherly Lema. Septiembre 2020

E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

5. Marco Teórico

5.1 Antecedente Histórico

Actualmente el consumo de productos naturales ha saturado los mercados locales apuntando así a productos enteramente nuevos y originales con altos contenidos vitamínicos y de bajo costo de producción.

Por todas las cualidades de la flor de Ishpingo, antes mencionadas, existen muchas posibilidades de aceptación de que el producto ingrese muy bien en el mercado al que se dirige el proyecto, en este caso a la ciudad de Tena, por ser una zona muy poblada del Ecuador.

El Inca Atahualpa fue quien dio a conocer la canela amazónica a los españoles, como producto proveniente del Oriente. En 1539 una expedición española que buscaba El Dorado saliendo de Quito llegó al río Pastaza en Ecuador, y con esa obsesión entre poética y marketera de la época, llamó a la región el País de la Canela, por los numerosos árboles de Ishpingo existentes. Se dedicaron a intentar explotar la canela que había, pero realmente no sabían lo que estaban haciendo y la explotación fue un fracaso de canela babosa, de fácil descomposición por no estar bien seca. El monopolio de la canela siguió firmemente en manos portuguesas. Este «país de la Canela» que no prosperó se hallaba en tierras de los indios Quijos, y por eso el nombre taxonómico de la canela amazónica es *Ocotea quixos*.

Las especias y condimentos son un mundo de nunca acabar, y cada lugar tiene su propia variedad, que en otros lugares no se conoce o no se considera como tal. Ese es el caso del Ishpingo, que es propio de la Amazonía ecuatoriana y peruana.

El Ishpingo (*Ocotea quixos* en nombre taxonómico) es una laurácea, es decir, pariente de la canela y del laurel. A diferencia de la canela verdadera, oriunda de Sri Lanka, de esta canela amazónica no se utiliza la corteza, sino que el cáliz de los frutos, conocido comúnmente como sombrero (Le-Fort.org, 2016).

5.1.1. Ishpingo – canela amazónica

El Ishpingo según (Wikipedia, 2019) es una especie de planta con flor en la familia de las Lauraceae. Se distribuye por Colombia y Ecuador. Se le considera como estimulante local. Es útil para tratamiento de afecciones gástricas e intestinales por su efecto antiácido. Es recomendado para el tratamiento de gripes y resfriados. Detiene el vómito, alivia la flatulencia y puede ser útil en el tratamiento de la diarrea.

5.1.1.1 Ficha botánica del Ishpingo

Ocotea Quixos	
Clasificación científica	
Reino	Plantae
División	Magnoliophyta
Clase	Magnoliopsida
Orden	Laureles
Familia	Lauraceae
Género	Ocotéa
Especie	Ocotea rimondii

Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Ocotea_quixos, 2019

5.1.1.2 Propiedades curativas

Las capacidades curativas del Ishpingo según (Wikipedia.org, 2019) vienen a partir de tres tipos básicos de componentes presentes en los aceites esenciales encontrados en la corteza. Estos aceites contienen los componentes activos llamados: cinamaldehído, acetato de cinamilo y alcohol cinamílico, más una amplia gama de otras sustancias. Contiene además compuestos fenólicos (antioxidantes), es una fuente excelente de fibra, manganeso, hierro y calcio.

Contraindicaciones: Algunas personas desarrollan alergias y dermatitis después de la exposición a la canela. No se recomienda su uso medicinal en mujeres embarazadas.

5.1.1.3 Características botánicas

La canela amazónica, ishpink, ishpingo es un árbol perenne del Ecuador, con una altura de 2 a 5 metros; raíces fúlcreas; tallo cilíndrico, rígido, leñoso, ancho, corteza lisa; hojas lanceoladas, miden en longitud de 14.5 a 23.5 cm y de ancho 3.5 a 6 cm, se caracterizan por presentar dos colores verde oscuro al revés y verde claro envés, con un olor muy agradable; frutos miden alrededor de 4cm de longitud están envueltos por un cáliz en forma de sombrero (Jaramillo, 2018).

5.1.1.4 Origen y ubicación geográfica

El ishpingo es una especie vegetal que se caracteriza por ser endémico, perteneciente a la familia Lauraceae, se encuentra al sur de América, es nativo y cultivado en Ecuador, aunque también se lo ha encontrado en Colombia, su hábitat natural es el bosque húmedo tropical de la Amazonía ecuatoriana, encontrándose entre 310 y 1250 msnm de altitud (Jaramillo, 2018).

5.1.2 Estudio de mercado

Para analizar este tema utilizaremos las ideas de (Galan, 2015) quién manifiesta que un estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto.

De igual manera (Da Silva, 2018) dice que el estudio de mercado es la investigación que realizamos para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio.

Entonces se puede concluir que el estudio de mercado es un proceso que será de mucha importancia para el proyecto ya que contribuirá a conocer si la creación de este proyecto es viable o no. Si los servicios y productos son verdaderamente importantes y necesarios para la población objetivo con quienes se desea trabajar.

5.1.2.1 Importancia del estudio de mercado

Según (Gonzanama, 2014) menciona que un estudio de mercado es muy importante porque representa la necesidad del consumidor.

También (Miguitama, 2019) en su investigación afirma que un estudio de mercado es importante en el desarrollo de un proyecto, debido a que se determina la oferta y la demanda que puede tener el producto a ofrecer el mercado, además que tiene la finalidad de mostrar que existen personas o empresas que en ciertas ocasiones son aquellas las que demanda del bien o servicio y las cuales contribuyen en la puesta en marcha de una microempresa en creación.

El estudio pretende minimizar los riesgos en una idea de negocio, siempre es necesario un estudio de mercado antes y después de iniciarlo. Si se crea un servicio o

producto nuevo por ofrecer, debemos poseer los datos necesarios que determinen si es que la idea de venderlo es segura o que no tendrá mayores inconvenientes a la hora de ofrecerlo a los clientes.

5.1.2.2 Viabilidad Financiera

Es la capacidad de una Organización de obtener fondos necesarios para satisfacer sus requisitos funcionales a corto, mediano y largo plazo (Belamaric, 2004).

La viabilidad financiera según (Plaza, 2014) es la disposición o capacidad de una empresa; para poder así alcanzar los fondos que se necesitan para la satisfacción de sus requerimientos funcionales los cuales pueden ser de corto, mediano y largo plazo.

Entonces es necesario determinar las maneras en que este proyecto se financiará para su ejecución. Es prudente acudir a entidades bancarias para conseguir fondos y poder planificar un estudio financiero que permita viabilizar esta idea de negocio.

5.1.1.6 Flujos Financieros

Cómo menciona (Lema, 2019) que para la construcción del flujo de caja se procederá según la estructura enunciada anteriormente, la cual considera los siguientes ítems:

- a) **Ingresos.** Están constituidos por los ingresos esperados por la venta de los productos.

- b) **Egresos.** Corresponden a los costos variables resultantes del costo de fabricación unitario, por las unidades producidas.
- c) **Gastos no desembolsables.** Están compuestas por la depreciación, la amortización de intangibles y el valor libro del activo que se vende para su reemplazo.

Pretendemos con este estudio definir el estudio de la circulación del efectivo la cual es generada por las actividades económicas diarias que se generarán. A través de este proceso notaremos la rentabilidad financiera de este proyecto.

5.1.1.7 TIR

(Andrés, 2017) en su publicación menciona que la tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

También (Restrepo, 2017) indica que la TIR o **Tasa Interna de Retorno**, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión, esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto y funciona como una herramienta complementaria del valor Presente Neto.

Esta herramienta TIR es también muy necesario aplicarlo para conocer la viabilidad financiera de la creación o ejecución de un proyecto.

A continuación, la fórmula de cálculo TIR:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

5.1.1.8 VAN

(CreceNegocios, 2019) Afirma que el valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.

(School, 2018) Menciona también que El VAN recoge sus siglas de las palabras Valor Actual Neto, y es uno de los términos financieros más conocidos y empleados. Como se decía en la introducción, es un método que ayuda a conocer la rentabilidad del proyecto que se está trabajando y, si se tienen diversos proyectos en marcha, se puede emplear para saber qué opción es la más rentable de todos los trabajos que se están llevando a cabo.

Entonces concluimos que el VAN recoge cifras a futuro, mide la viabilidad de un proyecto e inclusive determina el precio del producto.

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

- Vt Flujos de dinero en cada periodo t
- I0 Inversión que se realiza en el momento inicial (t = 0)
- n Número de periodos de tiempo (Restrepo, 2017).
- K Es el costo del capital utilizado.

5.1.1.9 Punto de equilibrio

(Perez, 2009) Menciona que el punto de equilibrio hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

(Montero, 2017) Dice que el punto de equilibrio es una herramienta clave en la estrategia de una empresa, que es fundamental para ponderar el grado de solvencia de una empresa y su potencial de rentabilidad.

En definitiva, el punto de equilibrio indica el nivel de ventas exacto que necesitamos para cubrir el total de los costes de la empresa.

Para calcular el punto de equilibrio de un negocio es necesario identificar el comportamiento de los costes de la empresa. La fórmula utilizada para el cálculo es:

$$\text{PE unidades} = \text{Costes fijos} / (\text{Precio de venta unitario} - \text{Coste variable unitario}).$$

5.1.1.10 Relación Costo/Beneficio

La Relación Costo Beneficio se compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados (Ucañan, 2015).

(Moncayo, 2015) Menciona que la relación costo beneficio (B/C) compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se

halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados.

La relación costo beneficio también es un aspecto importante para tenerla en cuenta a la hora de planear la ejecución de proyectos y de esta manera determinar la viabilidad ya que este proceso permite identificar si el beneficio que se obtendrá será mayor al costo o viceversa.

Para una conclusión acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

- $B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.
- $B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- $B/C < 1$, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

5.1.1.11 Estudio Financiero

Según (Castro, 2009) “Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente”.

Además, el estudio financiero denota, si la idea de inversión será económicamente rentable o no, por lo que:

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas: en unidades monetarias, en porcentaje o en tiempo que demora la recuperación de la inversión. Todas ellas se basan en el concepto del valor del dinero en el tiempo, que considera

que siempre existe un costo asociado a los recursos que se utilizan en el proyecto, ya sea de oportunidad (otros usos) o financiero (préstamo) (Padilla, 2011).

5.2. Marco Legal

De acuerdo con la normativa legal en nuestro país Ecuador, la carta magna manda lo siguiente:

Constitución de la República del Ecuador.

El artículo 283 de la constitución menciona que: “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Se puede entender que el sistema económico es social y solidario.

La Asamblea Constituyente reunida en Montecristi redactó una nueva Constitución, aprobada mediante referéndum y expedida en octubre 2008.

Esta Carta Magna fue la primera del mundo en destacar la importancia del sector de la economía popular y solidaria como actor de primer orden para emprender

una nueva forma de hacer economía, según se puede apreciar en los artículos que se transcriben a continuación. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Art. 66.- Numeral 15. Se reconoce y garantizará a las personas: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos: Construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 277.- Para la obtención del buen vivir, serán deberes generales del Estado: El promover y estimular en las ciencias, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

Ley de Economía Popular y Solidaria.

Por su parte, el artículo 1 de esta ley, menciona que “se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción,

intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital”. (EPS, 2018)

Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera.

Esta ley entra en vigencia a partir del primero de enero de 2018, la misma que señala en su Artículo 9.6: “Las nuevas microempresas que inicien su actividad económica a partir de la vigencia de la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera, gozarán de la exoneración del impuesto a la renta durante tres (3) años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas

El garantizar una vida digna en igualdad de oportunidades para las personas es una forma particular de asumir el papel del Estado para lograr el desarrollo; este es el principal responsable de proporcionar a todas las personas –individuales y colectivas–, las mismas condiciones y oportunidades para alcanzar sus objetivos a lo largo del ciclo de vida, prestando servicios de tal modo que las personas y organizaciones dejen de ser simples beneficiarias para ser sujetos que se apropian, exigen y ejercen sus derechos.

Objetivo 2: Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas

En un país con gran riqueza cultural, es imprescindible tomar en cuenta la multiplicidad de actores y la forma en que estos construyen visiones y concepciones propias, así como formas diversas de participar como agentes de desarrollo. En este contexto de diversidad, se subraya la importancia del bien común, pues la consistencia de una comunidad y la urdimbre de su tejido social asumen la diversidad no como impedimento, sino como una oportunidad para la realización de objetivos comunes a partir del diálogo constante, franco, abierto y responsable.

Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones

Existe una responsabilidad ética con las actuales y futuras generaciones para que se mantenga, precautele y se dé soporte a la vida en todas sus formas; así como para que se reconozca el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Estos son los grandes desafíos que deben prevalecer.

5.3. Marco Conceptual

5.3.1. Árbol de problemas

El árbol de problemas es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa (problema central), la cual se intenta solucionar analizando relaciones de tipo causa-efecto. Para ello, se debe formular el problema central de modo tal que permita diferentes alternativas de solución, en lugar de una solución única (Unesco.org, 2017).

5.3.2 Inversión

El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial (BBVA, 2018).

5.3.3. La competencia

Según (Raffino, 2019) La competencia hace referencia a las situaciones propias de un mercado donde se puede encontrar una gran cantidad de demandantes y ofertantes de un bien o servicio específico.

Son aquellas empresas que brindan el mismo producto o servicio o con características similares.

La competencia puede ser considerado como una amenaza, pero no es menester tener dudas de esto ya que en el sector y alrededores no existen negocios que ofrezcan productos como el té de Ishpingo, solamente existen tiendas pequeñas con

productos limitados, siendo esto un factor que permitirá fortalecer esta propuesta de creación del negocio.

5.3.4 Prefactibilidad

La prefactibilidad, por lo tanto, supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto. El concepto suele emplearse en el ámbito empresarial y comercial.

Al realizar un estudio de prefactibilidad, se toman en cuenta diversas variables y se reflexiona sobre los puntos centrales de la idea. Si se estima que su implantación es viable, la idea se transformará en un proyecto que será sometido, ahora sí, a un estudio de factibilidad (Perez, 2013).

5.3.5. Investigación de mercados

Para definir esta ese tema es necesario la pregunta de ¿Por qué es necesario realizar una investigación de mercados? En el momento de crear un emprendimiento es verdaderamente fundamental realizar esta investigación para conocer tal vez ¿porque tus clientes ya no están comprando tus productos?

Según (QuestionPro, 2019) la investigación de mercados es una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se deseen conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones.

En la investigación de mercados, las empresas buscan recopilar información sistemáticamente para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor.

5.3.6 La tecnología.

Es muy importante el pensar en el aspecto tecnológico a la hora de crear este tipo de negocios debido a que son herramientas necesarias que facilitan el control de productos y de las inversiones que se generan.

5.3.7 Clientes

Los clientes son las personas quienes adquirirán el producto o servicio que se va a ofrecer y que por su puesto harán que este negocio sea fructífero.

5.3.8 Proveedores

Los dice (Debitoor.es 2010) que un proveedor puede ser una persona o una industria que abastece a otras industrias con existencias artículos, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

5.4 Las variables

Según (Ing. Chirinos, 2018), Las variables son factores que tienen participación en los fenómenos humanos, en el caso de la variable dependiente, se refiere a aquellos elementos que no pueden existir sin que otro lo haya producido previamente,

Además (Ing. Chirinos, 2018), menciona que una variable dependiente se define como un elemento dentro del estudio científico que tiene dependencia de la variable independiente y es afectada por los factores que se manipulan dentro de la investigación

La variable independiente es el centro del experimento y es aislada y manipulada por el investigador. La variable dependiente es el resultado medible de esta manipulación, los resultados del diseño experimental. En muchos experimentos físicos, es generalmente fácil aislar la variable independiente y medir la dependiente.

Si has diseñado un experimento para determinar qué tan rápido se enfría una taza de café, la variable independiente manipulada es el tiempo y la variable medida dependiente es la temperatura (Martyn, 2008).

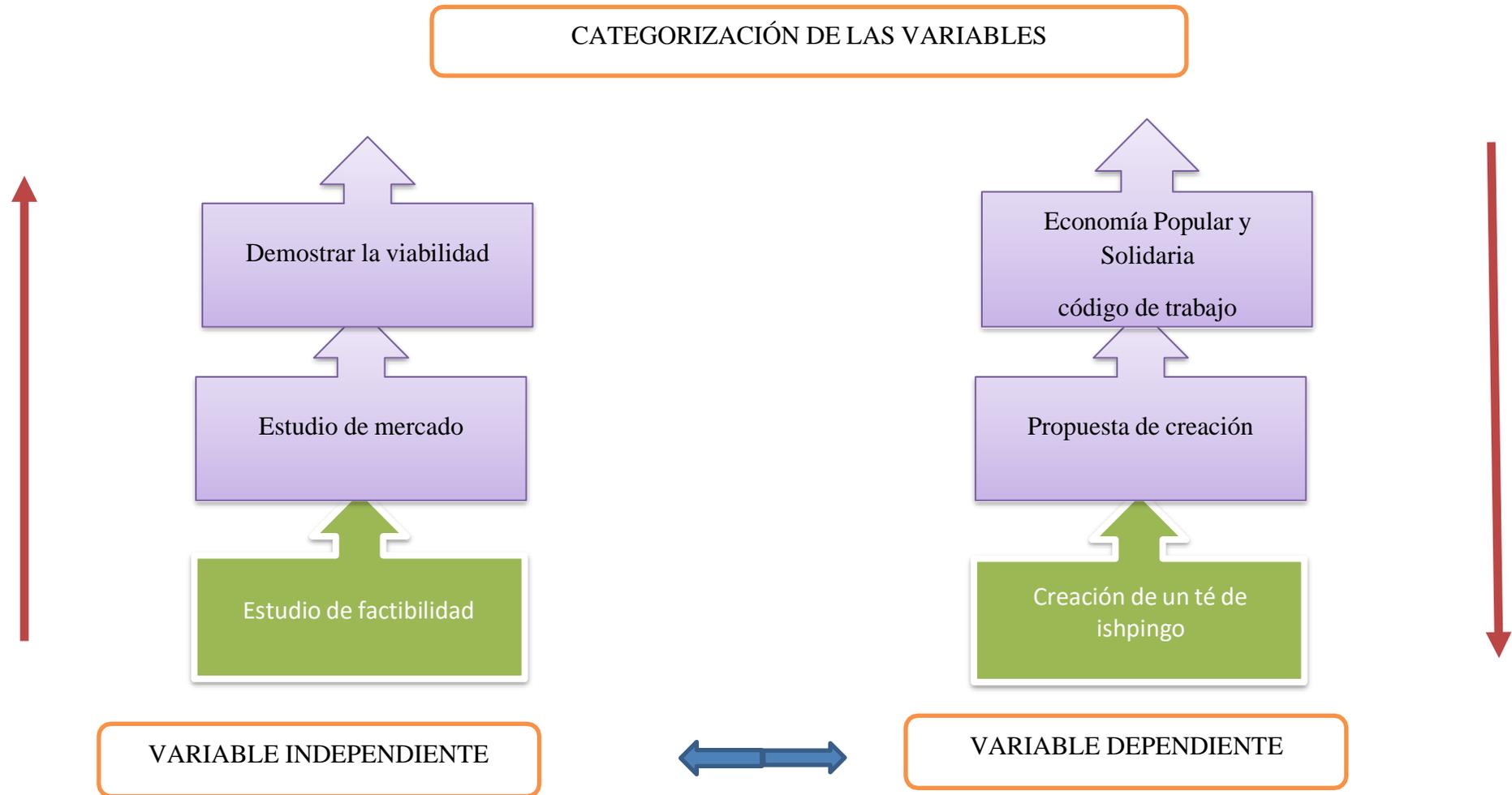
La variable dependiente e independiente son los aspectos más importantes en una investigación. Se dice que la variable independiente es la causa de algo y la dependiente el efecto del mismo.

Variable dependiente: Estudio de factibilidad

Variable independiente: Creación del té de Ishpingo en la ciudad de Tena.

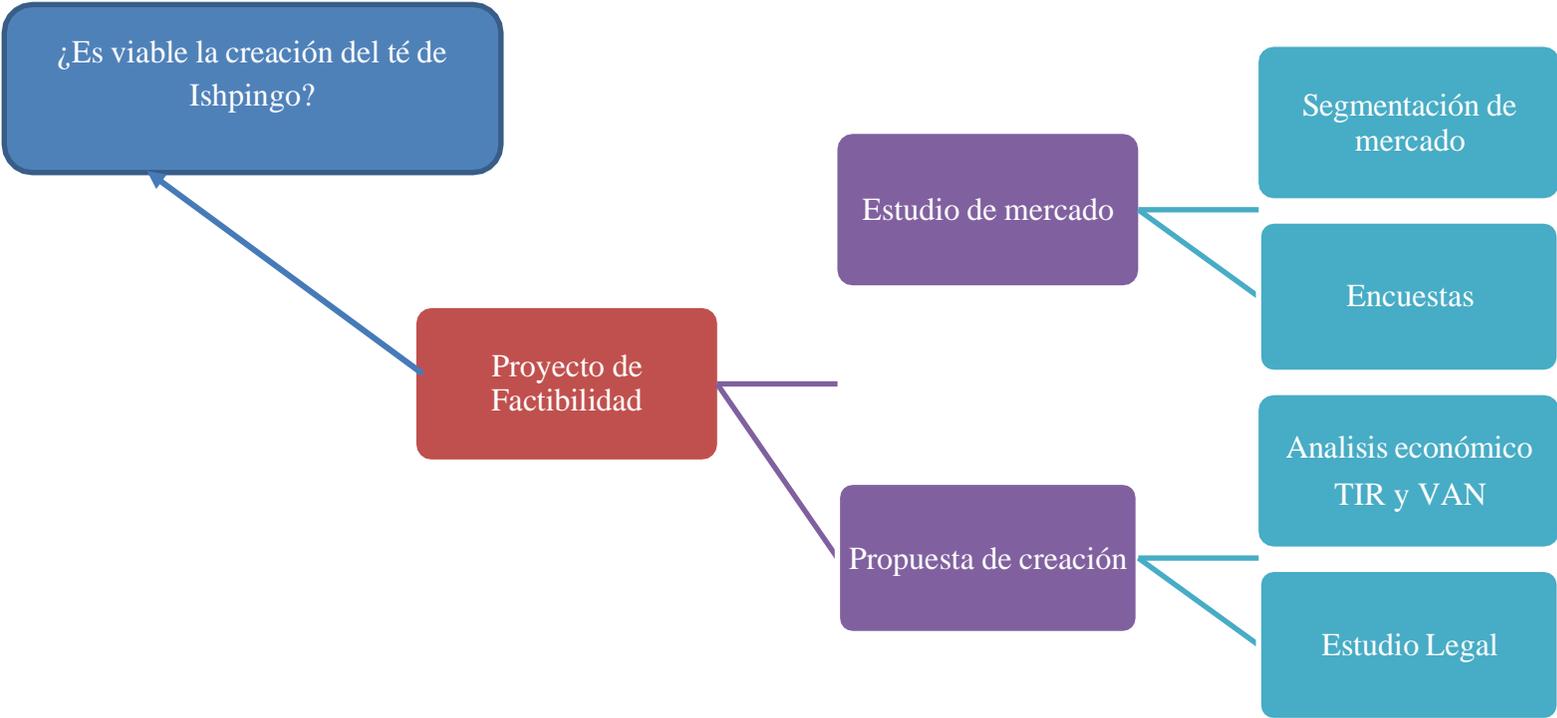
5.4.1. Categorías y conceptos fundamentales

Figura N° 2. Supra Ordinación de la Variable



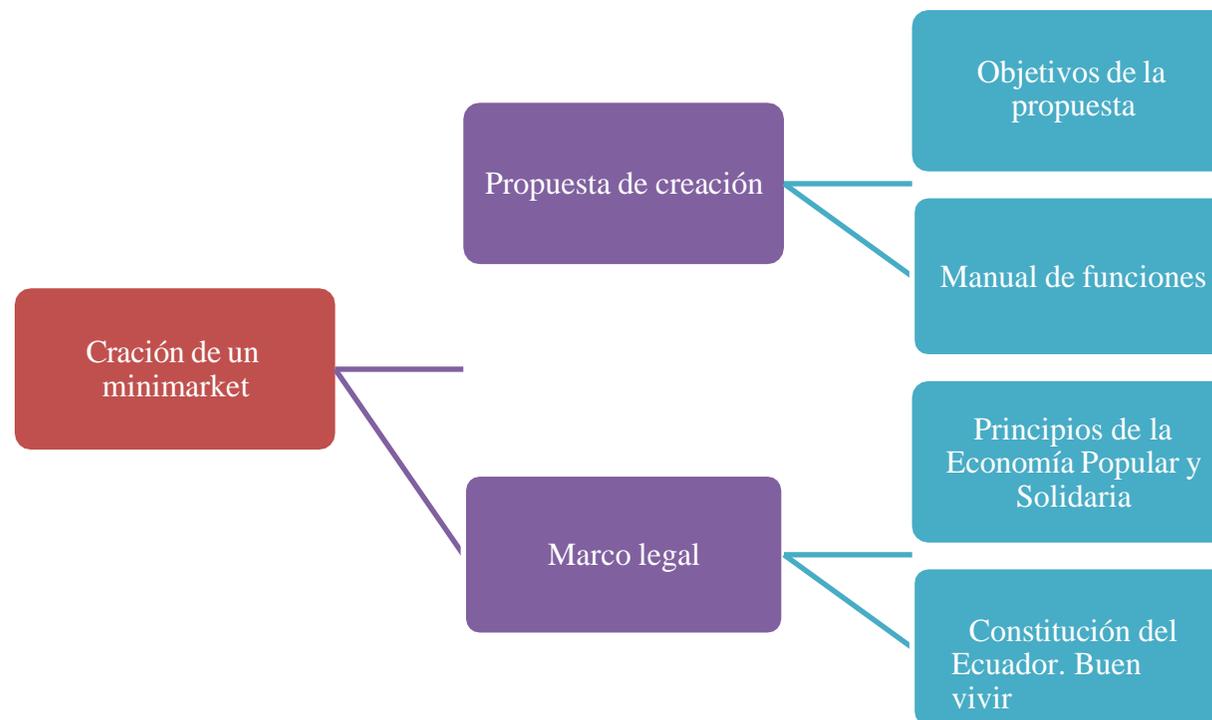
Elaborado por: Sherly Lema (2020)

Figura N° 3. Subordinación de la variable independiente



Elaborado por: Sherly Lema (2020)

Figura N° 4. Subordinación de la variable dependiente



Elaborado por: Sherly Lema (2020)

F. METODOLOGÍA

6.1 Materiales

En este trabajo de investigación se utilizaron los siguientes instrumentos métodos, técnicas y procedimientos que sirvieron de base para la recolección de la información que permitieron realizar el diagnóstico y conocer la aceptación del té de Ishpingo en la ciudad de Tena.

6.1.1 Equipos

- Laptop
- Cámara de celular digital
- Impresora
- Scanner

6.1.2 Herramientas

- Pen Drive USB
- Esfero gráfico
- Hojas de papel Bond
- Carpetas
- Apoya manos

6.1.3 Instrumentos

- Internet de fibra
- Libros web, documentos en línea
- Revistas
- Encuestas
- Ayudas técnicas

6.1.4. Presupuesto del Proyecto Integrador Curricular

Cuadro N° 3. Presupuesto

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
1	Internet	Hora	50	1,00	50,00
2	Computador portátil	Unidad	1	400,00	400,00
3	Cámara de celular	Unidad	1	250,00	250,00
4	Impresora	Unidad	1	200,00	200,00
5	Impresiones Informe de tesis	U/hojas	220	0,15	33,00
6	Impresión del perfil	Unidad	40	0,15	6,00
7	Anillado del perfil y propuesta	Unidad	6	1,50	9,00

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
8	Esferos	Unidad	4	0,40	1,60
9	Papel bond	Unidad	2	4,00	8,00
10	Empastado	Unidad	1	15,00	15,00
Sub Total					972,60
Imprevistos 10%					97,26
TOTAL					1069,86

Elaborado por: Sherly Lema Septiembre 2020

6.2. Ubicación del área de estudio.

El sitio de investigación se ubica en la Provincia de Napo, cantón Tena, como un grupo poblacional multiétnico y pluricultural, con una cantidad de habitantes de 60.880 representadas por el 61,75% perteneciente a la zona rural y el 38,3% en la zona urbana.

6.2.1 Aspecto socioeconómico

A pesar de que el turismo es la principal fuente económica de la ciudad del Tena, se destaca también la competencia de muchos emprendedores quienes han situado sus negocios en la prestación de servicios y comercio de productos diversos.

6.2.1.1 Ubicación política

El cantón Tena limita con los siguientes cantones:

- Norte: Archidona y Loreto (Orellana)
- Sur: Arosemena Tola, Baños (Tungurahua) y Arajuno (Pastaza)
- Este: Orellana (Orellana)
- Oeste: Latacunga (Cotopaxi), Salcedo (Cotopaxi) y Baños (Tungurahua)

6.2.1.2 Ubicación geográfica

La comunidad en estudio se encuentra en la ciudad de Tena que es la capital de la provincia de Napo, se ubicada en la región amazónica, a una latitud $0^{\circ}59'$ Sur y longitud $78^{\circ}09'$ Oeste. Situada junto a los ríos Tena, Pano y Misahuallí. El cantón Tena limita al norte con los cantones Archidona y Loreto, al sur con las provincias de Tungurahua, Pastaza y el cantón de la provincia de Napo Carlos Julio Arosemena Tola, al este con la provincia de Orellana y al oeste con la provincia de Cotopaxi y Tungurahua.

6.3. Tipos de investigación

Este proyecto de investigación utiliza una matriz de diseño asumido y se basa en la investigación campo y documental de acuerdo a los objetivos planteados.

6.3.1. Investigación de Campo.

En el lugar de estudio se identificará los puntos de muestreo, se tomará datos en el campo y se identificará el sitio para determinar la factibilidad de creación del té de Ishpingo.

6.3.2. Investigación documental

La investigación documental es aquella que facilita realizar la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, investigaciones, anuarios, normas ambientales, ordenanzas, etc.), lo que permitió establecer la revisión de literatura, metodologías, procedimientos a ser aplicados en el estudio de mercado, plan de marketing, así como también realizar la propuesta de un plan de negocios.

6.3.3. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva es considerada como un método que se dedica a obtener mucha información para a posteriores puedan ser cuantificadas analizadas e interpretadas estadísticamente la muestra poblacional.

Según (Martinez, 2019), La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación.

En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre.

6.4. Metodología para cada objetivo.

Los métodos de investigación según (Raffino, 2020) son actividades dedicada a la obtención de nuevo conocimiento o su aplicación para la resolución de problemas específicos, a través de un procedimiento comprensible, comunicable y reproducible. Puede dedicarse a distintas áreas del saber humano, e implicar distinto tipo de razonamientos y procedimientos, según el método de investigación elegido.

Estos métodos como tal son herramientas útiles a los investigadores en la búsqueda de información para obtenerlas, analizarlas, procesarlas y presentarlas al público.

6.4.1. Objetivo 1. Realizar un estudio de mercado, para la identificación de la factibilidad del té de ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.

6.4.1.1 Muestreo

Según (Ochoa, 2015), El muestreo es el proceso de seleccionar un conjunto de individuos de una población con el fin de estudiarlos y poder caracterizar el total de la población.

Otro escritor como (Shuttleworth, 2009) afirma que el muestreo tiene como idea tratar de tomar una sección representativa de la población, realizar el experimento y hacer la extrapolación de nuevo a la población en su conjunto.

En este apartado determinaremos el universo de la población que son alrededor de 60.880 personas ubicadas en el cantón Tena según los datos del (INEC, 2010)

La fórmula que se aplicará para este cálculo es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{NE^2 + Z^2 * p * q}$$

Además, describiremos el significado de cada una de las variables

n = Es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

N = Es el tamaño de la población total.

p = Posibilidad de éxito **0,5**

q = Probabilidad de fracaso **0,5**

Z² = Es el valor obtenido mediante niveles de confianza, es decir el 95% (**1.96**)

E² = Representa el límite aceptable de error muestral, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.05) el valor estándar usado en las investigaciones.

Entonces esto quedaría de la siguiente manera:

$$n = (1,96 \times 1,96) (0,5 \times 0,5) (60880) / (60880) (0,05)^2 + (1,96 \times 1,96) \times 0,5 \times 0,5$$

$$n = (3.8416) (0.25) (60880) / (60880) (0.0025) + (3.8416) (0.25)$$

$$n = (0.9604) (60880) / 152.2 + 0.9604$$

$$n = 58469.152 / 153.1604$$

$$n = 381.7511054$$

n = 382 tamaño de la muestra

6.4.1.2 Encuesta

La encuesta según (QuestionPro.com, 2019) es un método de investigación que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos. La encuesta se aplica ante la necesidad de probar una hipótesis o descubrir una solución a un problema, e identificar e interpretar, de la manera más metódica posible, un conjunto de testimonios que puedan cumplir con el propósito establecido.

6.4.2 Objetivo 2. Demostrar factibilidad comercial para la creación del té de ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.

6.4.2.1 Investigación estadística.

Esto permitirá manejar de una manera ordenada y secuencial los procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos que se recogerá a lo largo de la investigación. Los datos obtenidos serán minuciosamente analizados para posteriormente poder graficarlo e interpretarlos.

6.4.2.2. Investigación concluyente

Como su nombre lo indica es la que arroja los datos específicos requeridos para la toma de decisión del área de mercadeo.

El proceso de investigación concluyente es más estructurado y formal que el utilizado en una investigación exploratoria, ya que las muestras utilizadas en la investigación

concluyente son más grandes, lo que supone que son significativas en términos estadísticos logrando un análisis de datos que permiten un diseño concluyente de tipo cuantitativo (Gómez, 2016).

6.4.3. Objetivo 3. Elaborar una propuesta comercial del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.

Se utilizará los siguientes métodos propuestos para poder diseñar la propuesta, documento que será de gran utilidad para poder tener un bosquejo del funcionamiento de negocio propuesto.

6.4.3.1 Método Inductivo

Este método permitió el análisis de la información obtenida de diversos medios e instrumentos, para poder determinar las limitaciones e identificar las variables de influencia en este estudio.

El método inductivo según (Estrada, 2014) aduce que es una formacientífica que consiste en la manera de exhibir la manera de cómo los hechos particulares están conectados a un todo. Este método parte de la observación exacta de fenómenos particulares. La inducción llega a conclusiones empíricas sacadas de la experiencia.

6.4.3.2. Método deductivo.

Este método inicia su estudio de un todo hasta llegar a sus partes principales o específicas.

De la misma manera (Estrada, 2014) aporta a este importante tema aduciendo que el método deductivo: Es un tipo de razonamiento que lleva el estudio del caso de lo general a lo particular o de lo complejo a lo simple.

6.4.3.3. Método analítico

Este método nos permitió analizar e interpretar los resultados obtenidos.

Así lo dice (Raffino, 2019) que el método analítico: Consiste en la aplicación de la experiencia directa (lo propuesto por el empirismo) a la obtención de pruebas para verificar o validar un razonamiento, a través de mecanismos verificables como estadísticas, la observación de fenómenos o la replicación experimental. El método analítico es uno de los modelos propuestos en el Método científico.

Es sumamente útil en campos de estudio novedosos e inexplorados, o en estudios de tipo descriptivo, dado que emplea herramientas que revelan relaciones esenciales y características fundamentales de su objeto de estudio.

6.5. Levantamiento de la información

El levantamiento de información para continuar con la línea base, se desarrolló en base a la siguiente metodología del estudio de factibilidad de creación del té de ishpingo se cumplirá con los siguientes aspectos:

- a) Elaboración de las fichas, encuestas.
- b) Selección de equipos e instrumentos que se utilizó en el levantamiento de información.
- c) Programación del trabajo en campo.
- d) Procesamiento de información.

G. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.

7. Primer Objetivo. Realizar el estudio de mercado.

7.1. Tabulación e interpretación de los datos

Una vez aplicado la encuesta se procedió a analizar los datos obtenidos para interpretarlos y graficarlos para tener una mejor percepción y comprensión sobre la información obtenida de toda la población. A continuación, iniciaremos a procesar la información y determinar si es factible la creación del té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.

Pregunta 1. ¿Qué edad tiene?

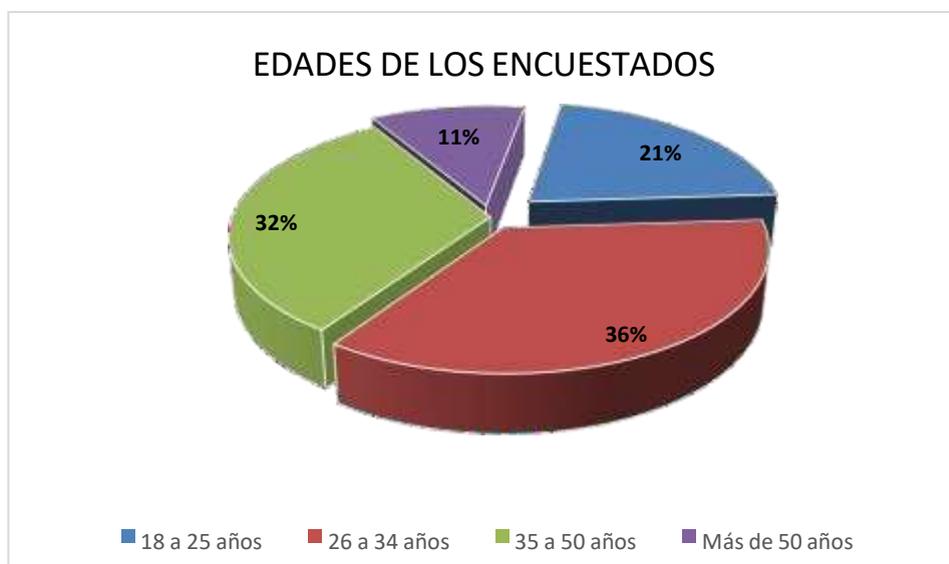
Tabla N° 1. Las edades de los encuestados

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 25 años	81	21,20
26 a 34 años	136	35,60
35 a 50 años	122	31,94
Más de 50 años	43	11,26
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 5. Edades de los encuestados



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

De los datos obtenidos en la encuesta, se puede notar que el 36% de encuestados manifestaron que tienen un rango de edad entre los 26 a 34 años, el 32% dijeron que tienen entre los 35 a 50 años, el 21% entre los 18 a 25 y el 11% tiene más de 50 años de edad, por lo que se identifica el mayor porcentaje de clientes potenciales son jóvenes y adultos.

Pregunta 2. ¿Cuál es su condición laboral?

Cuadro N° 4. La condición laboral.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado público o privado	196	51,31
Ama de casa	118	30,89
Independiente	41	10,73
Desempleado	27	7,07
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 6. Condiciones laborales



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

En este ítem se puede evidenciar que el 51% de los encuestados son empleados públicos o privados, el 31% también dijeron que son amas de casa, el 11% son independientes y el 7% son desempleados. Estos resultados demuestran que los empleados y amas de casa, así como personas independientes son nuestros clientes a quienes queremos llegar con nuestro producto.

Pregunta 3. ¿Cuál es su salario aproximadamente?

Cuadro N° 5. Salario aproximado

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
400 a 450 dólares	55	14,40
650 a 1000 dólares	170	44,50
500 a 600 dólares	110	28,80
Sin salario por desempleado	47	12,30
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 7. Salario aproximado



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

Se procedió a preguntar sobre el salario que reciben los encuestados, en la cual el 45% de ellos dijeron que reciben un sueldo de entre los 650 a 1000 dólares, el 29% manifestó que reciben entre 500 a 600 dólares, frente al 14% de encuestados quienes adujeron que tienen un salario de 400 a 450 dólares y el 12% están sin salario.

Pregunta 4. ¿Has comprado productos de té de cualquier tipo para tus bebidas?

Cuadro N° 6. Adquisición de productos de Té.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	310	81,15
NO	72	18,85
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 8. Adquisición de productos de té.



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

En esta pregunta el 81% de encuestados manifiestan que, si incluyen en su lista de compras la adquisición del té para su hogar, y el 19% simplemente no lo adquiere.

Pregunta 5. ¿Conoces la flor de ishpingo o canela amazónica y sus beneficios?

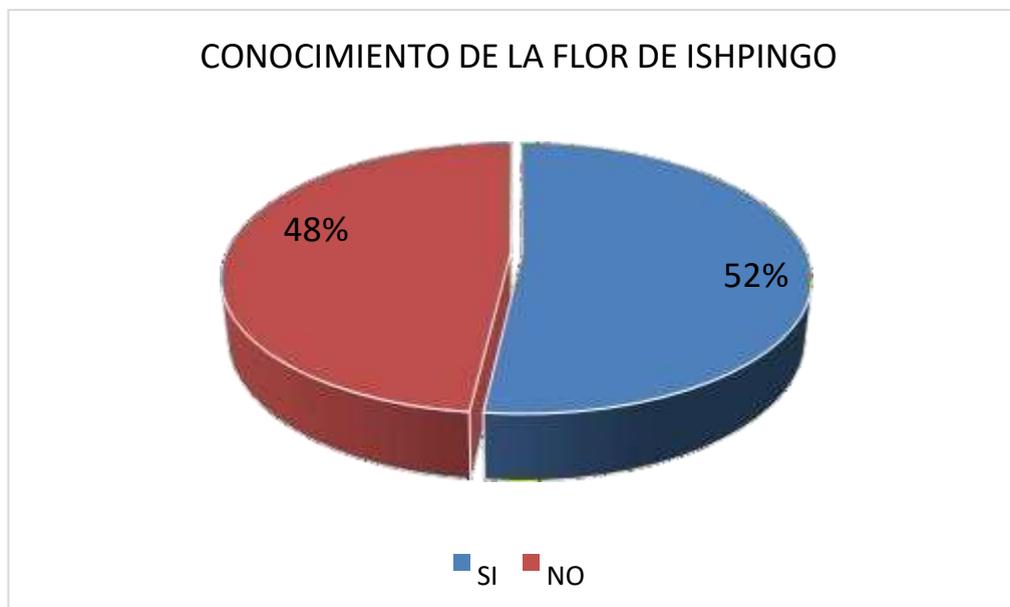
Cuadro N° 7. Conocimiento de la flor de Ishpingo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	198	51,83
NO	184	48,17
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 9. Conocimiento de la flor de Ishpingo.



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

El 52% de la población encuestada si conoce sobre la flor de ishpingo lo que muy positivo para nuestro estudio frente al 48% que no conoce sus beneficios.

Pregunta 6. ¿Te gustaría comprar Té de Ishpingo?

Cuadro N° 8. Gustos por comprar Té de Ishpingo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	345	90,31
NO	37	9,69
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 10. Gustos por comprar Té de Ishpingo



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

Del total de encuestados en la ciudad de Tena el 90% de ellos mencionaron que sí les gustaría comprar el producto frente al 10% que no esta de acuerdo. Con este resultado podemos decir que si es factible la creación del producto.

Pregunta 7. ¿Con que frecuencia te interesaría comprar té de ishpingo?

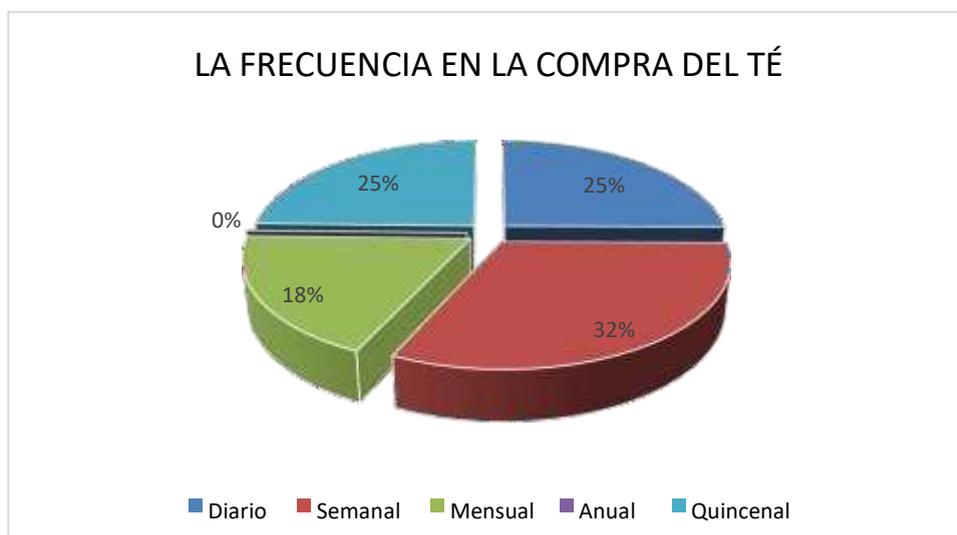
Cuadro N° 9. Adquisición de productos de Té.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	96	25,13
Semanal	121	31,68
Mensual	71	18,59
Anual	0	0,00
Quincenal	94	24,61
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 11. Frecuencia en la compra del té.



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

En esta pregunta los encuestados mencionan su interés por el Té de Ishpingo ya que el 32% dice que lo compraría semanalmente, el 25,13% diariamente, el 24,61% quincenalmente y el 18% mensualmente.

Pregunta 8. Del siguiente listado seleccione 2 características que le agradaría que se destaque en el té de Ishpingo.

Cuadro N° 10. Características del Té.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sabor	133	34,82
Precio	145	37,96
Aroma	25	6,54
Variedad	37	9,69
Presentación	42	10,99
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 12. Características que le agradaría del Té de Ishpingo.



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

Para la adquisición del Té de Ishpingo los encuestados consideran que las características más importantes son el precio (38%), sabor (35%) y presentación (11%).

Pregunta 9. ¿Qué precio cancelarías por el té de ishpingo?

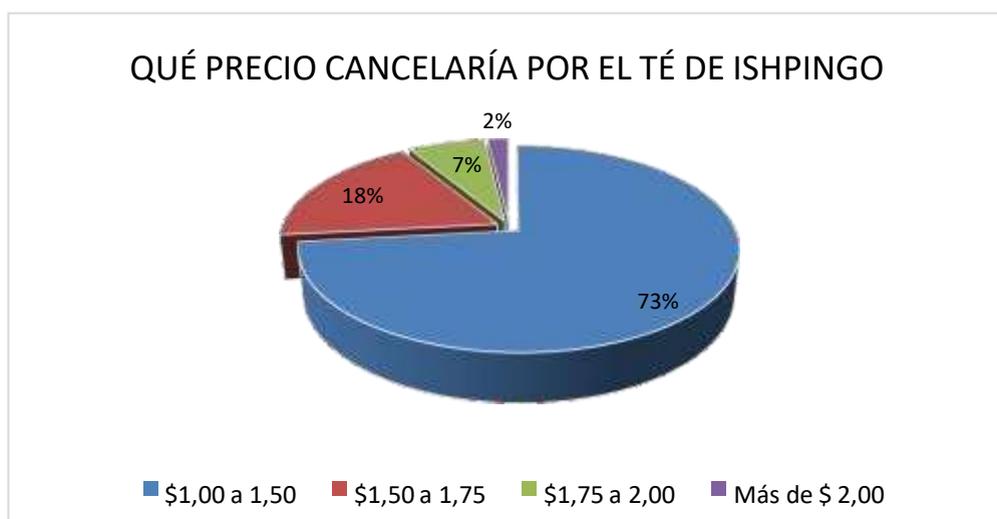
Cuadro N° 11. Precios por el Té de Ishpingo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,00 a 1,50	280	73,30
\$1,50 a 1,75	69	18,06
\$1,75 a 2,00	26	6,81
Más de \$ 2,00	7	1,83
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 13. Qué precio a cancelar por el té.



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

Los encuestados manifiestan que según su presupuesto el 73% pagaría un valor entre los \$1,00 a \$1,50, el 18% manifestó que pagaría desde \$1,50 a \$1,75. Con este resultado se puede determinar el precio de \$ 1,25 ctvs. para el proyecto.

Pregunta 10. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?

Cuadro N° 12. Presentación para el Té de Ishpingo.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Funda Plástica	135	35,34
Fundas biodegradables	65	17,02
Vidrio	21	5,50
Fundas Doypack metalizadas	132	34,55
Tarros de lata impermeable	29	7,59
TOTALES	382	100,00

Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Figura N° 14. Material de presentación para el Té de Ishpingo.



Elaborado por: Sherly Lema

Fuente: Encuesta realizadas a la población de Tena, septiembre 2020

Interpretación:

Los encuestados manifiestan en esta pregunta que el material de presentación del té debería ser con una funda plástica 35,34%, con fundas doypack metalizadas (34,55%) y fundas biodegradables (17%).

7.2. Objetivo 2. Demostrar factibilidad comercial para la creación del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.

Para demostrar la viabilidad del proyecto y llevar por delante esta idea se analizó e interpretó los resultados de cada una de los ítems propuestos en el instrumento, la encuesta formulada se aplicó a la población de la ciudad de Tena con un tamaño de la muestra de 382 personas. Al interpretar cada uno de los ítems los resultados obtenidos fueron bastante satisfactorios, puesto que el 90,31% de las personas están dispuestas a adquirir el producto y se muestran interesados por este producto innovador.

7.3. Objetivo 3. Elaborar una propuesta para la creación del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena

7.3.1 Título de la propuesta

Creación del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena.

7.3.2. Justificación

La propuesta de creación del Té de Ishpingo (*Ocotea quixos*) en la ciudad de Tena se elaboró por la necesidad de tener un emprendimiento que promueva ingresos económicos a la familia y sitios de empleo que permitan mejorar las condiciones de vida de la población, debido a las difíciles circunstancias que vive el país hacen que

las formas de sobrevivir sean este tipo de ideas de gente emprendedor con ganas de surgir en el mercado local y nacional.

7.3.3. Nombre de la empresa

El negocio figurará con la razón social: **Té de Ishpingo sabor a canela Amazónica**, la cual estará a disposición del Cantón Tena.

7.3.4. Beneficiarios

En este proyecto se considerará como los beneficiarios directos a toda la población de la ciudad de Tena, por ser la primera zona donde se va vender el producto y donde se va a informar sobre los beneficios que se obtienen con el consumo del té de Ishpingo.

7.3.5. Misión

Somos personas comprometidas en contribuir al desarrollo económico y social de los habitantes, ofreciendo un Té innovador que puedan satisfacer las expectativas de los clientes, quienes tienen la necesidad de probar el producto, pero elaborado con las normas de calidad y salubridad requeridas con el mejor precio de mercado.”

7.3.6. Visión

A mediano plazo llegar a ser una microempresa reconocida a nivel local y nacional ofreciendo el té de ishpingo de muy buena calidad que permita nivelarnos con la competencia.

7.3.7 Políticas de la empresa

- ✓ El cumplimiento de las normas y reglamentos vigentes en el cantón y país.
- ✓ Mantener precios competitivos acorde al mercado local.
- ✓ Incentivar al personal para promover capacitaciones continuas y asegurar la atención al cliente y el manejo adecuado de la administración de la microempresa.
- ✓ Cumplir con los acuerdos de pago con los proveedores y entidades financieras.
- ✓ Cumplir con el horario de trabajo establecido en cada una de las áreas de la empresa.

7.3.8 Objetivos de la propuesta

Establecer la estrategia comercial que abarca el análisis y selección de mercados objetivos, para la comercialización del té de Ishpingo

7.3.9 Proceso de producción del té

Recepción en flor: El producto debe ser recibido en forma de sombrero y su textura es muy parecida a la madera, el preseleccionado se lo realiza de acuerdo a las normas técnicas para cada especie, con olores diferentes deber ser rechazado.

Figura N° 15. Recepción de la flor de Ishpingo



Fuente: Fundación Chankuap

7.3.10. Limpieza y desinfección

Luego de la recepción del producto, hay que proceder a seleccionarlo, posterior a ello lo sumergimos en un escalador las hojas son tratadas con vapor de agua para eliminar su toxicidad con la dosis adecuada de desinfectante (producto de grado alimenticio certificado), escurrido y pasado al pre secado.

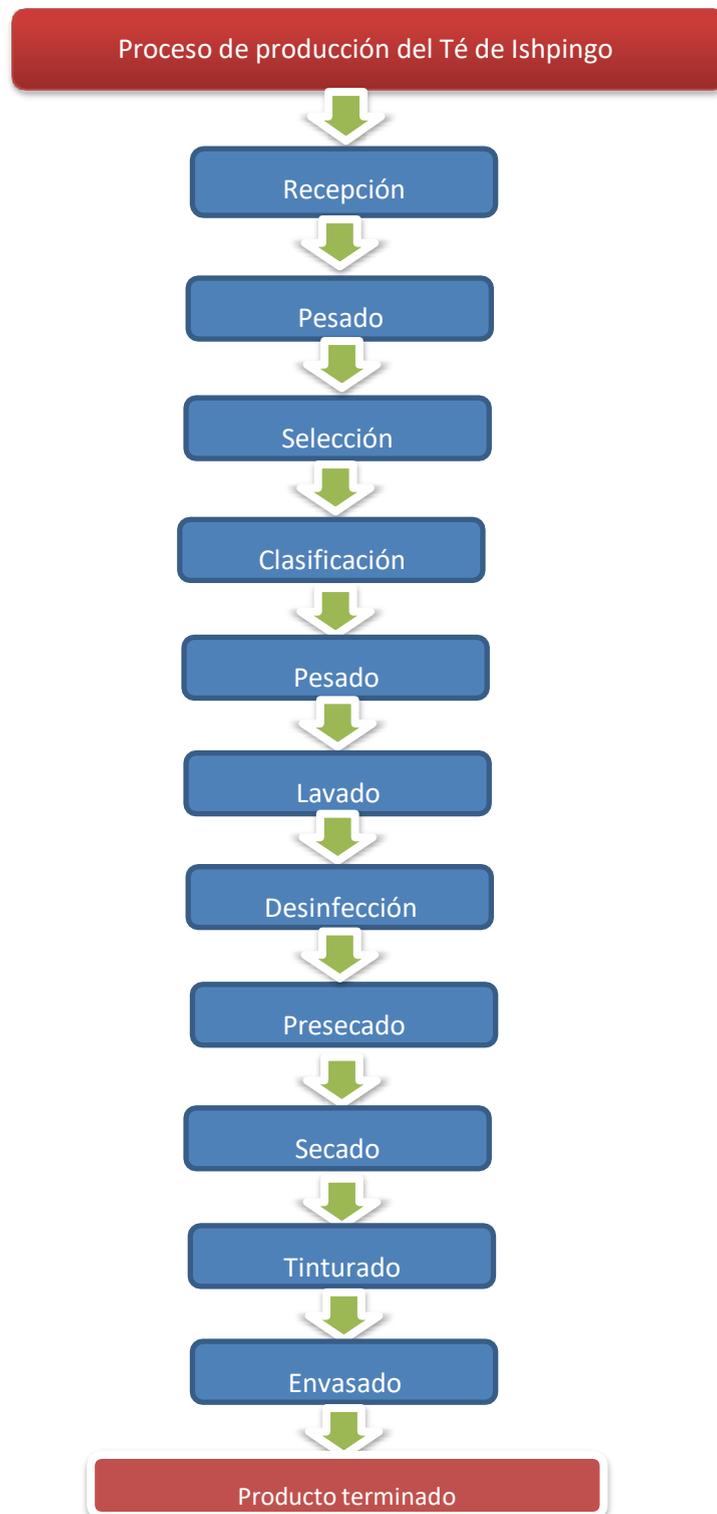
Las flores ya escaldadas se deben colocar en la bandeja del deshidratador. La bandeja del deshidratador se la coloca en el horno hasta el secado, teniendo en cuenta de no pasar de una temperatura de aire de 42°C.

Luego la planta deshidratada se muele se obtiene la harina. Si el Producto como será envasado en funditas filtrantes, debe ser molido en partículas que pasen por la malla No. 16

7.3.11. Proceso de producción de la materia prima

En la siguiente grafica detallaremos el proceso de producción del té de Ishpingo

Figura N° 16. Proceso de producción del Té de Ishpingo



7.3.12. De la presentación comercial del producto

Descripción del producto

- Té natural elaborado con la flor de Ishpingo

Presentación y empaque

- Para la presentación del producto utilizaremos una caja rectangular de 13X7cm, en la misma describiremos todos los beneficios que brinda nuestro producto, la tabla del contenido nutricional, el precio, número de registro sanitario y bla fecha de elaboración y caducidad.

De los sabores

- El producto en un inicio presentará 2 sabores: Ishpingo natural e Ishpingo limón.

De la marca

Nombre: Sherly wasi

Eslogan: Salud y vida natural

Del Logo

Figura N° 17. Logo del emprendimiento



7.4. Análisis de precios

El precio promedio del producto que ofertaremos será de \$1.25. Porque hay que considerar la capacidad de compra y los hábitos de consumo de los clientes. La microempresa propone este precio, basándose en los objetivos a cumplir en la asignación de precios:

El costo de producción del té Ishpingo, es de \$ 0.45 centavos; al ubicar ese precio, se está maximizando las utilidades 3 veces sobre su costo.

7.5. Estructura Organizacional

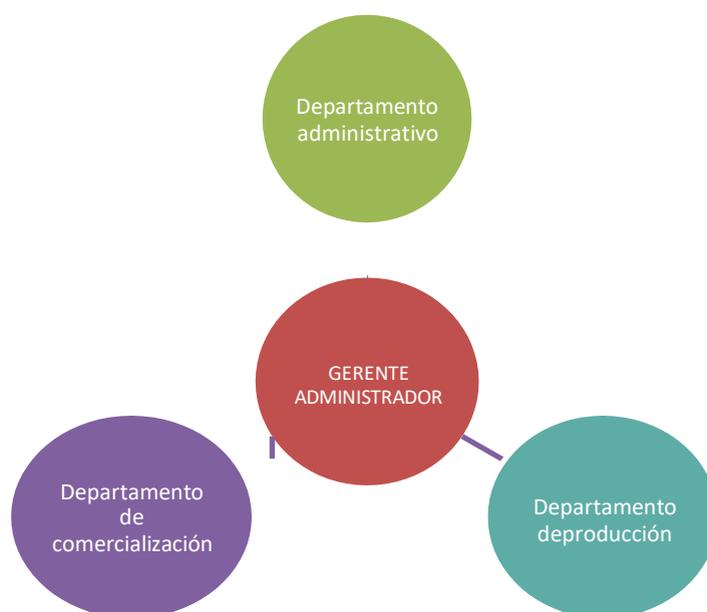
En este apartado definimos las funciones que debe cumplir cada uno de los integrantes del negocio. Para el inicio de actividades comerciales se creyó conveniente contar con un equipo de trabajo de 4 integrantes.

Cuadro N° 13. Equipo de trabajo.

CARGO	CANTIDAD DE PERSONAL
ADMINISTRADORA	1
CONTADOR	1
OPERARIOS	2
VENDEDOR	1
TOTAL	5

Elaborado por: Sherly Lema

7.5.1. Organigrama estructural



7.5.2. Manual de funciones.

Cuadro N° 14. Identificación del puesto de Administrador

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO
CARGO: ADMINISTRADOR 1
PERFIL
<ul style="list-style-type: none">• Género: Masculino o femenino• Edad: Entre los 25 a 40 años• Título: Poseer un título de tercer nivel. De preferencia en Administración de empresas con conocimientos en el área legal administrativa, legal y contable.• Experiencia mínima: 2 años• Buenas relaciones interpersonales con clientes, proveedores y personal.
TIPO DE CONTRATACIÓN
✓ A prueba y posteriormente indefinido.
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none">• Ser el representante legal de la empresa.• Solucionar problemas que se susciten en la empresa en el ámbito legal, administrativo y contable.• Organizar al personal y velar por el cumplimiento de las funciones.• Manejo de paquetes informáticos Access, proyectos y herramientas TIC.

Elaborado por: Sherly Lema

Cuadro N° 15. Identificación del puesto de Contador/a.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO
CARGO: CONTADOR/A
PERFIL
<ul style="list-style-type: none">• El Género: Masculino o femenino• La Edad: Entre los 20 a 35 años.• Título: Poseer un título de tercer nivel, ingeniería en Contabilidad.• Experiencia mínima: 1 año• Buenas relaciones interpersonales con clientes, proveedores y personal.
TIPO DE CONTRATACIÓN
A prueba.
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar la contabilidad de la empresa.• Llevar el registro de los activos de la empresa.• Manejar los balances y estados financieros y presentarlos de acuerdo a las normas de Contabilidad General.• Manejo de programas contables.• Toma de decisiones de financiamiento con el administrador.

Elaborado por: Sherly Lema

Cuadro N° 16. Identificación del puesto de Vendedor.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO
CARGO: Vendedor
PERFIL
<ul style="list-style-type: none">• El Género: Masculino o femenino• La Edad: De los 20 a 35 años.• Título: Bachiller.• Experiencia mínima: No necesita

TIPO DE CONTRATACIÓN
A prueba.
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar el producto • Realizar convenios con tiendas, supermercados, panaderías, etc. • Generar ventas a consumidores finales

Elaborado por: Sherly Lema

Cuadro N° 17. Cargo del operario.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO
CARGO: Operario
PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> • El Género: Masculino o femenino • La Edad: De los 20 a 35 años. • Título: Bachiller. • Experiencia mínima: No necesita
TIPO DE CONTRATACIÓN
A prueba.
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de la materia prima • Procesamiento de la materia prima • Elaboración de los productos • Empacado y almacenamiento

Elaborado por: Sherly Lema

7.6. Matriz FODA

Esta es una herramienta indispensable que permite mirar claramente las fortalezas y debilidades internas que posee el emprendimiento, así como las oportunidades y amenazas externas que pueden incidir en las actividades del microemprendimiento.

Cuadro N° 18. Matriz FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento a nivel administrativo y financiero. • Poca competencia en el sector favorece a nuestro negocio. • Únicos en el mercado por su producto innovador • 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediano índice poblacional en el sector. • Apoyo gubernamental con préstamos a emprendedores. • Pocos proveedores que ofrecen materia prima.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Personal con poca experiencia en este tipo de emprendimientos. • La ubicación del local no se encuentra en el sector urbano. • Poca participación en el mercado por poseer una sola sucursal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos precios de productos y suministros. • Aumento de impuestos y otras medidas económicas. • Bajos ingresos salariales de la población.

Elaborado por: Sherly Lema

7.7. Estudio legal para el funcionamiento

Es necesario establecer las normas, reglas y requisitos a conseguir para poder arrancar con el trabajo en el emprendimiento e ingresar a las actividades económicas cumpliendo a cabalidad con las obligaciones solicitadas por el estado ecuatoriano.

7.8. Permiso de funcionamiento.

Pues este documento es un requisito otorgado por la autoridad de salud de acuerdo a las exigencias de control y vigilancia Sanitaria. El trámite por primera vez se lo realiza en el ARCSA (Agencia Nacional de Control y Vigilancia Sanitaria).

En la ciudad de Tena el ARCSA zona 1 se encuentra ubicado en el Barrio Socoprón su dirección es Llanganates y Tena esquina, teléfono 062 999 170 ext 8200.

7.9. Requerimientos sanitarios de Norma INEN

Es importante tener en cuenta de que esta norma establece los tipos y define las características de calidad que debe poseer el Té. Entonces el sabor y el olor deben tener las características del producto fresco, libre de hongos, levaduras, sin sabor amargo, o cualquier otro sabor u olor extraño u objetable. El color debe ser uniforme, verde.

7.10. Estrategias de promoción

Para promover el reconocimiento en el mercado local, se propone el siguiente esquema que nos permitirá ganar imagen y confianza.

Té de Ishpingo, es un producto nuevo y tiene como objetivo llegar al mercado local y nacional de una manera innovadora y fresca, haciendo que los futuros clientes se sientan estrechamente involucrados con el crecimiento y se asiente la fidelidad a la marca de manera inmediata.

Se considerará aspectos como participación de promotoras, decoraciones, ofertas que benefician al cliente, degustaciones del producto, entrega de muestras, carteles, ubicación especial, entre otros.

Uno de los canales claves para promocionar el producto es el INTERNET. Los clientes encuentran respuestas a sus peticiones sin que haya ningún coste de impresión de catálogos para la compañía, además de poder hacer sus pedidos, simplemente dando sus nombres, direcciones y números de celular.

Las redes sociales y radios se han convertido en un canal principal para difundir diferentes productos de manera gratuita

7.11. Requisitos para el funcionamiento del local

Se necesitará cumplir con los siguientes requisitos para poder operar en el mercado:

- ✓ Formulario de solicitud del SRI con su respectiva copia del último pago de un servicio básico.
- ✓ Registro Único de Contribuyentes RUC.
- ✓ Permiso de los Bomberos pagando el valor de 20,79
- ✓ Instalar extintores y detectores de humo
- ✓ Informe de Inspección
- ✓ Permiso de uso de suelo

- ✓ Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- ✓ Declaración juramentada del representante legal del establecimiento
- ✓ Permiso de la Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario (únicamente para la categoría 1)
- ✓ Comprobante de Ingreso por Recuperación de Costos Anual por concepto de otorgamiento de Permiso de Funcionamiento.
- ✓ Patente municipal.

7.12. Análisis financiero

Este estudio corresponde a todo lo necesario para la instalación y funcionamiento de la planta, desde la adquisición de los equipos, materiales, herramientas y maquinaria hasta la estructura jurídica y organizativa del local.

La ingeniería de proyectos para la elaboración del Té de Ishpingo es muy importante ya que se realiza cálculos de inversión inicial, de los materiales y materia prima, los suministros, equipos y demás implementos para operar de manera legal.

7.12.1. Inversión

Los activos fijos del Té de Ishpingo, son presupuestados serán destinados a adquirir maquinaria los activos fijos se encuentran relacionados con la compra de equipos de cómputo, equipos de producción y equipos de oficina.

Cuadro N° 19. Maquinaria.

MAQUINARIA			
ARTÍCULO	CAN	C.U	CT
Tostadora Natural NT8	1	550,0	550,00
Molino	1	500,00	500,00
TOTAL			\$ 1.050

Elaborado por: Sherly Lema

Cuadro N° 20. Equipos de computo

EQUIPO DE CÓMPUTO			
ARTÍCULO	CAN	C.U	CT
Laptop Hp	1	450,00	450,00
Impresora Epson	1	200,00	200,00
Total			650,00

Elaborado por: Sherly Lema

Cuadro N° 21. Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA			
ARTÍCULO	CAN	C.U	CT
Escritorio	2	150,00	300,00
Sillas	6	7,00	42,00
Archivador	1	70,00	70,00
Total			412,00

Elaborado por: Sherly Lema

Cuadro N° 22. Equipo de producción

EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
ARTÍCULO	CAN	C.U	CT
Mesa de acero inoxidable	1	200,00	200,00
Cubetas de aluminio	4	20,00	80,00
Romanas	2	30,00	60,00
Balanza	2	25,00	50,00
Tina Plástica de 100 lt.	3	35,00	105,00
Tamizador de madera	2	25,00	50,00
Cilindro de gas	2	60,00	120,00
Total			665,00

Elaborado por: Sherly Lema

7.13. Fuentes de financiamiento

La financiación del proyecto se lo realizará al 100% en la siguiente manera.
El 50% el socio y el 50% de la entidad financiera local.

7.14. Recursos humanos y sueldos.

Cuadro N° 23. Cuadro de sueldos.

Cargo	Sueldo	XIII	XIV	vacaciones	Fondo De reserva	Aporte patronal	Total adicional	Total, del mes	Costo total
Administrador	500	41,67	28,33	20,83	41,67	60,75	193,25	500	693,25
Contador	400	33,33	28,33	16,67	33,33	48,60	160,27	400	560,27
Operario 1	400	33,33	28,33	16,67	33,33	48,60	160,27	400	560,27
Operario 2	400	33,33	28,33	16,67	33,33	48,60	160,27	400	560,27
TOTAL	1700	141,67	113,33	70,83	141,67	206,55	674,05	1700	2374,05

Elaborado por: Sherly Lema

7.15 Gastos de Constitución

Cuadro N° 24. Gastos pagados por anticipado

GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	TOTAL
Permiso de uso de suelo	\$ 180,00
Patente Municipal	\$ 10,00
Permiso de Bomberos	\$ 100,00
Permiso del ARCSA	\$ 350,00
Servicio de Rentas Internas	\$ 8,00
TOTAL	\$ 648,00

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

7.16 Presupuesto de ingresos

Este presupuesto está conformado por todos los recursos que se percibirán durante el año 2021 y esta proyectada por 5 años obteniendo un resultado favorable.

Cuadro 25: Presupuesto de ingresos

AÑO	2021	2022	2023	2024	2025
Cajas de Ishpingo	\$ 21.400,00	\$ 22.470,00	\$ 23.593,50	\$ 24.773,18	\$ 26.011,83
Precio de venta \$	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Total Ingresos	\$ 42.800,00	\$ 44.940,00	\$ 47.187,00	\$ 49.546,35	\$ 52.023,67

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

7.16 Inversión de activos

Cuadro 26: Inversión de activos

INVERSIÓN DE ACTIVOS

ARTÍCULO	CAN	C.U	CT	TOTAL
MAQUINARIA				\$ 1.050,00
Tostadora Natural NT8	\$ 1,00	\$ 550,00	\$ 550,00	
Molino	\$ 1,00	\$ 500,00	\$ 500,00	
EQUIPO DE CÓMPUTO				\$ 650,00
Laptop Hp	\$ 1,00	\$ 450,00	\$ 450,00	
Impresora Epson	\$ 1,00	\$ 200,00	\$ 200,00	
MUEBLES Y ENSERES				\$ 412,00
Escritorio	\$ 2,00	\$ 150,00	\$ 300,00	
Sillas	\$ 6,00	\$ 7,00	\$ 42,00	
Archivador	\$ 1,00	\$ 70,00	\$ 70,00	
EQUIPO DE PRODUCCIÓN				\$ 665,00
Mesa de acero inoxidable	\$ 1,00	\$ 200,00	\$ 200,00	
Cubetas de aluminio	\$ 4,00	\$ 20,00	\$ 80,00	
Romanas	\$ 2,00	\$ 30,00	\$ 60,00	
Balanza	\$ 2,00	\$ 25,00	\$ 50,00	
Tina Plástica de 100 lt.	\$ 3,00	\$ 35,00	\$ 105,00	
Tamizador de madera	\$ 2,00	\$ 25,00	\$ 50,00	
Cilindro de gas	\$ 2,00	\$ 60,00	\$ 120,00	
TOTAL				\$ 2.777,00

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

7.1.7 Depreciación

La utilización diaria de la mayoría de componentes del activo fijo en el proceso productivo produce un normal desgaste de los mismos. este desgaste se denomina depreciación que será tomada en cuenta para efectos contables.

Cuadro 27: Depreciación

DEPRECIACIÓN POR EL MÉTODO DE LÍNEA RECTA

ARTÍCULO	Años de vida útil	Porcentaje (%) de depreciación	Valor total	Depreciación anual (año/vid. Util)	Total depreciación acumulada	Valor residual
MAQUINARIA						
Tostadora Natural NT8	10	10%	\$ 550,00	\$ 55,00	\$ 275,00	\$ 275,00
Molino	10	10%	\$ 500,00	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 250,00
EQUIPO DE CÓMPUTO						\$ -
Laptop Hp	5	33.33%	\$ 450,00	\$ 90,00	\$ 450,00	\$ -
Impresora Epson	5	33.33%	\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 200,00	\$ -
MUEBLES Y ENSERES						\$ -
Escritorio	10	10%	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Sillas	10	10%	\$ 42,00	\$ 4,20	\$ 21,00	\$ 21,00
Archivador	10	10%	\$ 70,00	\$ 7,00	\$ 35,00	\$ 35,00
EQUIPO DE PRODUCCIÓN						\$ -
Mesa de acero inoxidable	10	10%	\$ 200,00	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Cubetas de aluminio	10	10%	\$ 80,00	\$ 8,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Romanas	10	10%	\$ 60,00	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Balanza	10	10%	\$ 50,00	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Tina Plástica de 100 lt.	10	10%	\$ 105,00	\$ 10,50	\$ 52,50	\$ 52,50
Tamizador de madera	10	10%	\$ 50,00	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Cilindro de gas	10	10%	\$ 120,00	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL				\$ 4.112,40	\$ 1.713,50	\$ 1.063,50

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

7.1.8 Estructura de financiamiento

El financiamiento consiste en determinar la consecución del dinero necesario para el financiamiento de la empresa y quien ha de facilitarla, es decir, se busca la obtención de recursos o medio de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

Cuadro 28: Aplicación de recursos

COSTOS POR AÑO				
RUBRO	MESES/ UNIDAD	VAL/ UNIT	SUBTOTAL	TOTAL
COSTOS FIJOS TOTALES				\$ 31.351,42
MANO DE OBRA				
Administrativo				\$ 15.042,24
Administrador	12	\$ 693,25	\$ 8.319,00	
Contador	12	\$ 560,27	\$ 6.723,24	
Producción				\$ 13.446,48
Operario 1	12	\$ 560,27	\$ 6.723,24	
Operario 2	12	\$ 560,27	\$ 6.723,24	
Servicios básicos				\$ 720,00
Agua	12	\$ 30,00	\$ 360,00	
Luz eléctrica	12	\$ 30,00	\$ 360,00	
Local				\$ 1.800,00
Arriendo	12	\$ 150,00	\$ 1.800,00	
Depreciaciones				\$ 342,70
COSTOS VARIABLES TOTALES				\$ 10.560,00
INSUMOS Y MATERIALES				
Ishpingo (Ocotea quixos) (saco)	400	\$ 5,00	\$ 2.000,00	
Cajas (de 25 unidades)	21400	\$ 0,20	\$ 4.280,00	
Otros (etiquetas y otros)	21400	\$ 0,20	\$ 4.280,00	
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES				\$ 41.911,42

TOTAL= GASTOS DE INVERSIÓN + COSTOS FIJOS +COSTOS VARIABLES	\$ 45.736,42
--	---------------------

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

7.1.9 Costos de Capital

El aporte inicial del inversionista es de \$3.825,00

Cuadro 29: Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
Institución	Porcentaje	Monto
Propio	100%	\$ 3.825,00

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

7.2.0 Inversión Inicial

La inversión inicial determina la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha el proyecto de negocio, se debe tener en claro en que se va a invertir y calcular todos los gastos que esta requiera.

Cuadro 30: Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
INVERSIÓN INICIAL FIJA		<u>\$2.777,00</u>
MAQUINARIA	\$ 1.050,00	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 650,00	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 412,00	
EQUIPO DE PRODUCCIÓN	\$ 665,00	
GASTOS POR ANTICIPADO		<u>\$ 648,00</u>
GASTOS DE ARRANQUE	\$ 648,00	-
CAPITAL DE TRABAJO		<u>\$ 400,00</u>
TOTAL INVERSIÓN		\$3.825,00

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

8.1 Estados Financieros Iniciales Y Projectados

Los estados financieros básicos y para la aplicación en el estudio financiero debemos armar el flujo de efectivo proyectado, tanto como balance general y el estado de resultados.

- Estado de Resultados.
- Estado de Flujos de Efectivo.
- Estado de Situación o Balance General.

8.1.2 Estado de resultados

La finalidad del análisis del estado de resultados es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, es decir el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtiene restando al ingreso todos los costos que incurran en la planta y lo impuestos que deba pagar

Cuadro 28: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
CUENTA	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS					
(+) Ventas	\$ 42.800,00	\$ 44.940,00	\$ 47.187,00	\$ 49.546,35	\$ 52.023,67
(-) Costo de ventas	\$ 10.560,00	\$ 11.088,00	\$ 13.305,60	\$ 15.966,72	\$ 19.160,06
(=) Utilidad bruta	\$ 32.240,00	\$ 33.852,00	\$ 33.881,40	\$ 33.579,63	\$ 32.863,60
GASTOS DE OPERACIÓN					
(-) Costos fijos	\$ 31.351,42	\$ 31.351,42	\$ 31.351,42	\$ 31.351,42	\$ 31.351,42
(=) Utilidad operativa	\$ 888,58	\$ 2.500,58	\$ 2.529,98	\$ 2.228,21	\$ 1.512,18
UTILIDAD NETA	\$ 888,58	\$ 2.500,58	\$ 2.529,98	\$ 2.228,21	\$ 1.512,18

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

8.1.3 Balance De Situación

El balance general consta de activo (pertenece material o inmaterial de la empresa), pasivo (obligación o deuda con terceros) y capital (dinero o títulos propiedad de los accionistas).

Cuadro 31: Balance General

BALANCE GENERAL		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
Caja	\$	1.048,00
Bancos	\$	2.777,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		<u>\$3.825,00</u>
ACTIVOS NO CORRIENTES (FIJOS)		
Maquinaria	\$	1.050,00
Equipo de computo	\$	650,00
Equipo de oficina	\$	412,00
Equipo de producción	\$	665,00
Depreciación	\$	342,70
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		<u>\$3.119,70</u>
TOTAL ACTIVOS		<u>\$6.944,70</u>
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		
Cuentas por pagar		
TOTAL PASIVOS CORRIENTES		
TOTAL PASIVO		<u>\$ -</u>
PATRIMONIO		
Capital	\$	6.944,70
TOTAL PATRIMONIO		<u>\$6.944,70</u>
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>\$6.944,70</u>

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

8.1.4 Flujo de Efectivo

La proyección de flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio porque la evaluación del mismo se efectúa sobre los resultados que en él se determinen.

Cuadro 32: Flujo de efectivo

DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingresos x ventas		\$ 42.800,00	\$ 44.940,00	\$ 47.187,00	\$ 49.546,35	\$ 52.023,67
Valor residual						\$ 1.063,50
TOTAL INGRESOS		\$ 42.800,00	\$ 44.940,00	\$ 47.187,00	\$ 49.546,35	\$ 52.023,67
COSTOS FIJOS						
Mano de obra calificada						
Administrador		\$ 8.319,00	\$ 8.319,00	\$ 8.319,00	\$ 8.319,00	\$ 8.319,00
Contador		\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24
Mano de obra no calificada						
Operario 1		\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24
Operario 2		\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24	\$ 6.723,24
Servicios básicos						
Agua		\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Luz eléctrica		\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Local						
Arriendo		\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Depreciación						
Maquinaria		\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00
Equipo de computo		\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00
Muebles y enseres		\$ 41,20	\$ 41,20	\$ 41,20	\$ 41,20	\$ 41,20

Equipo de producción		\$ 66,50	\$ 66,50	\$ 66,50	\$ 66,50	\$ 66,50
TOTAL COSTOS FIJOS		\$31.351,42	\$31.351,42	\$31.351,42	\$31.351,42	\$31.351,42
COSTOS VARIABLES						
Ishpingo (Ocotea quixos) (saco)		\$ 2.000,00	\$ 2.100,00	\$ 2.520,00	\$ 3.024,00	\$ 3.628,80
Cajas (de 25 unidades)		\$ 4.280,00	\$ 4.494,00	\$ 5.392,80	\$ 6.471,36	\$ 7.765,63
Otros (etiquetas y otros)		\$ 4.280,00	\$ 4.494,00	\$ 5.392,80	\$ 6.471,36	\$ 7.765,63
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ 10.560,00	\$ 11.088,00	\$ 13.305,60	\$ 15.966,72	\$ 19.160,06
INVERSION INICIAL						
Capital de trabajo	\$ 400,00					
Maquinaria	\$ 1.050,00					
Equipo de computo	\$ 650,00					
Equipo de oficina	\$ 412,00					
Equipo de producción	\$ 665,00					
Gatos anticipados	\$ 648,00					
FLUJO DE FONDOS NETO	\$ -3.825,00	\$ 888,58	\$ 2.500,58	\$ 2.529,98	\$ 2.228,21	\$ 1.512,18

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

9.1 Cálculo del TIR y VAN

Cuadro 33: VAN

RUBRO	Inversión Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS NETO	\$ -3.825,00	\$ 888,58	\$ 2.500,58	\$ 2.529,98	\$ 2.228,21	\$ 1.512,18
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ -3.825,00	\$ 793,37	\$ 1.993,45	\$ 1.800,79	\$ 1.416,07	\$ 858,05
VAN (VF/(1+i)^n)						\$ 3.036,73

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

Cuadro 34: TIR

RUBRO	Inversión Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS NETO	\$ -3.825,00	\$ 888,58	\$ 2.500,58	\$ 2.529,98	\$ 2.228,21	\$ 1.512,18
TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)						38%

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

La TIR (Tasa Interna Retorno), es del 38 %, e indica que corresponde a la rentabilidad que obtendrá el inversionista y al ser mayor que la pasiva el proyecto es rentable.

El VAN (Valor Actual Neto), es de \$ 3.036,73 por lo tanto mayor a cero, implica que el proyecto es viable para su realización.

9.1.2 Punto de Equilibrio

Cuadro 35: Valores

DATOS	VALORES
Precio de Venta Unitario	\$ 2,00
Unidades a producir	21400
Costo Variable Unitario	\$ 0,49
Costos Fijos	\$ 31.351,42
Costos Variables	\$ 10.560,00
Punto de equilibrio en cantidades	20810
Punto de equilibrio monetario	\$ 41.620,37

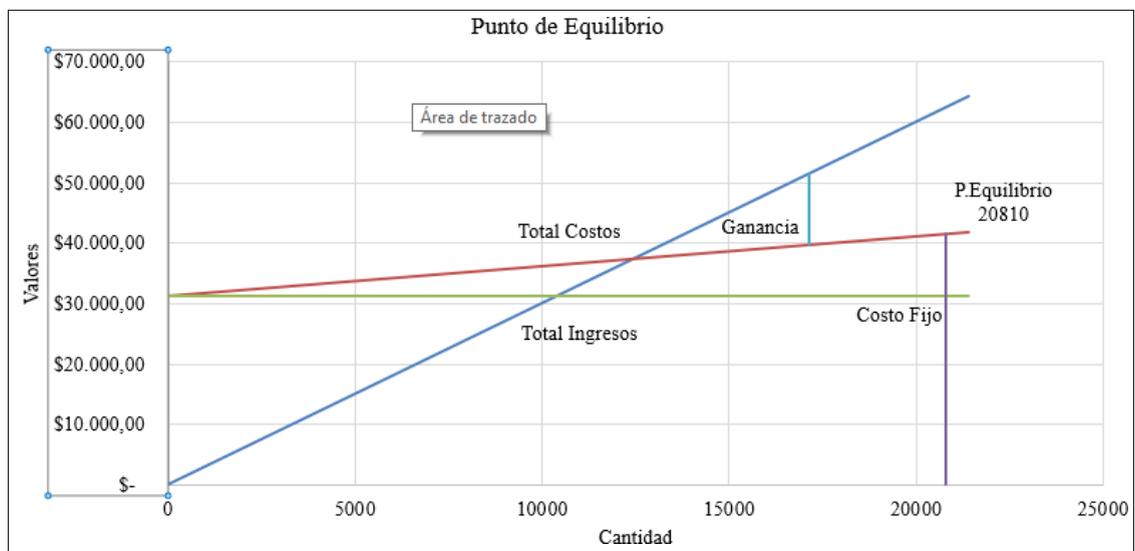
Elaborado por: Sherly Lema, 2020

Cuadro 36: Ganancia

Cantidad	Total Ingresos	Total Costos	Costo Fijo	P.Equilibrio	Ganancia
0	\$ -	\$31.351,42	\$31.351,42		
21.400	\$ 42.800,00	\$41.911,42	\$31.351,42		
20810				0	
20810				\$41.620,37	
17120					\$39.799,42
17120					\$34.240,00

Elaborado por: Sherly Lema, 2020

Figura 18: Punto de equilibrio



Elaborado por: Sherly Lema, 2020

El punto de equilibrio es \$41.620,37 unidades, lo que quiere decir que después de vender ese número de unidades se habrán cubierto los costos fijos y el margen de contribución en su totalidad.

H. CONCLUSIONES

- ✓ A partir del análisis de la metodología y la aplicación de la encuesta a los habitantes de la ciudad del Tena, se pudo comprobar la importancia de elaborar el Té de Ishpingo ya que el 90,31% de los encuestados manifiestan que si están interesados en comprar el producto.

- ✓ Es factible la ejecución del proyecto de elaboración del Té de Ishpingo ya que en el estudio de mercado aplicado a la población objetivo el 81% manifestaron que son consumidores de té de diferentes marcas, dejando de manifiesto que existen las condiciones y demanda suficiente para exponer al mercado este producto innovador.

- ✓ El Té de Ishpingo o canela amazónica es un producto original y de buena calidad por la cantidad de beneficios saludables, características que hacen que los consumidores se interesen y lo ubiquen en su canasta de alimentos.

- ✓ Según la propuesta planteada se concluye que la producción del Té de Ishpingo, puede tener una buena participación de mercado local y nacional a corto plazo y con la publicidad propuesta, se podrá extender a los mercados internacionales.

I. RECOMENDACIONES

- ✓ Es necesario establecer parámetros de comercialización y promoción adecuadas, para que la población conozca las características del producto y se apropie de las propiedades que brinda al consumirla.
- ✓ Implementar una unidad básica de producción y comercialización del Té de Ishpingo en la ciudad de Tena, para lograr cubrir la demanda insatisfecha de la población.
- ✓ Se necesita establecer políticas de comercialización y atención adecuada a los consumidores del Té de Ishpingo a través de canales directos que permitan una disminución del precio de ventas de tal manera que estimule al consumo local y nacional de un producto saludable y económico.
- ✓ A posteriores será necesario el diseño de un plan de marketing que permita dinamizar la divulgación del producto y de esta manera se proponga trabajar en mercados más grandes.

J. BIBLIOGRAFÍA

- Andrés, S. (2017). Tasa Interna de Retorno TIR. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- BBVA. (Marzo de 2018). ¿Qué es la inversión? Obtenido de <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Belamaric, R. (2004). Nuevas Formas Organizativas. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/rab/rab.doc>
- Castro, A. M. (2009). Proyectos de inversión, evaluación y formulación. México: McGraw Hil.
- CreceNegocios. (septiembre de 2019). Que son el Valor Actual Neto y la Tir. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/van-y-tir/>
- Da Silva, E. (agosto de 2018). Que es y como se hace un estudio de mercado. Obtenido de <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>
- Ecuadorencifras. (2010). Actividades economicas de la población. Recuperado el miércoles de febrero de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/napo.pdf>
- Espinoza, R. (2019). Segmentación de mercado, concepto y enfoque. Obtenido de <https://robertoespinoza.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque>
- Estrada, C. (junio de 2014). Método Inductivo y Deductivo. Obtenido de <https://es.slideshare.net/pikaragabriela/metodologa-de-la-investigacin-35727551>
- Explorable.com. (Nviembre de 2009). Población de la Investigación. Obtenido de <https://explorable.com/es/poblacion-de-la-investigacion>
- GAD Tena, M. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/15600002700

01_PDOT%20ACT%202014_DIAGNOSTICO_sigad2%20sug_senplades1
_BD_20-02-2015_08-58-05.pdf

- Galan, J. (junio de 2015). Estudio de mercado. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Gómez, I. (mayo de 2016). Investigación Concluyente. Obtenido de <http://miscelaneaescrita.blogspot.com/2016/05/la-investigacion-concluyente.html>
- Gonzanama, P. (abril de 2014). Promoción y comercialización de productos. Obtenido de <https://es.slideshare.net/GozanamaGozanama/importancia-de-estudio.del.mercado>
- INEC. (2010). Datos estadísticos. Obtenido de <https://tena.gob.ec/index.php/tena/datos-estadisticos>
- INEC. (2010). Fascículo provincial de Napo. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/napo.pdf>
- INEC. (2010). Resultados Censo de Población. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Ing. Chirinos, A. (. (2018). Ejemplos de variable dependiente. Obtenido de <https://www.ejemplos.cc/variable-dependiente/>
- Jaramillo, P. (2018). Ishpingo canela amazónica . Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16710/1/T-UCE-0015-ODO-055.pdf>
- Kokemuller, N. (febrero de 2016). Ejemplos de segmentación de mercado. Recuperado el miércoles de febrero de 2020, de <https://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-segmentacin-de-mercado-5520.html>
- Le-Fort.org. (Mayo de 2016). ISHPINGO O CANELA AMAZÓNICA. Obtenido de <https://www.le-fort.org/el-ishpingo/#:~:text=Algo%20de%20Historia&text=En%201539%20una%20expedici%C3%B3n%20espa%C3%B3lola,%C3%A1rboles%20de%20Ishpingo%20que%20hab%C3%ADan>.
- Lema, T. (2019). Flujos Financieros. Tena: Instituto Tecnológico Superior Tena.

- Martínez, C. (2019). INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Martyn, S. (2008). Variables de investigación. Obtenido de <https://explorable.com/es/variables-de-investigacion>
- Medina, A. (2010). Planeamiento Estratégico. Obtenido de <http://planeameinto-estrategico.blogspot.com/2010/04/la-importancia-de-la-cadena-de-valor.html>
- Miguitama, M. (2019). Estudio de Mercado. Tena: Instituto Superior Tena.
- Moncayo, C. (2015). Calculo de la relación costo beneficio. Recuperado el 12 de Febrero de 2020, de <https://www.incp.org.co/relacion-beneficiocosto-por-que-es-importante-tenerla-en-cuenta-para-la-planeacion-de-un-proyecto/>
- Montero, M. (Diciembre de 2017). Qué es el punto de equilibrio. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>
- Ochoa, C. (Febrero de 2015). El muestreo: qué es y por qué funciona. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-que-es-porque-funciona>
- Padilla, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Peiro, A. (2015). Demanda. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Perez, J. (2009). Punto de equilibrio. Obtenido de <https://definicion.de/punto-de-equilibrio/>
- Perez, J. (2013). Definición de Prefactibilidad. Obtenido de <https://definicion.de/prefactibilidad/>
- Plaza, J. (Octubre de 2014). Viabilidad Financiera. Obtenido de <https://prezi.com/qcqhllwokehty/viabilidad-financiera/>
- Porto, J. (2012). Definición de competencia. Obtenido de <https://definicion.de/competencia/>
- QuestionPro. (2020). Segmentación Geográfica. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/Segmentacion-geografica.html>
- QuestionPro.com. (2019). Qué es una encuesta. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

- Raffino, M. (diciembre de 2019). Competencia. Obtenido de <https://concepto.de/competencia/>
- Raffino, M. (diciembre de 2019). Método Analítico. Obtenido de <https://concepto.de/metodo-analitico/>
- Raffino, M. (12 de febrero de 2020). Métodos de investigación. Recuperado el jueves de 27 de 2020, de <https://concepto.de/metodos-de-investigacion/>
- Restrepo, M. (octubre de 2017). Que es la TIR y para que sirve. Obtenido de <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3718561-que-tir-para-sirve>
- Rodriguez, A. (2013). Fundamentos de Mercadotecnia. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/1364.zip>
- Rojas, G. (Septiembre de 2016). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/325418296/Calculo-de-la-demanda-actual>
- Romero, D. (abril de 2017). Plan de Marketing. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>
- School, E. B. (enero de 2018). VAN: Qué es y para qué sirve. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/van-que-es-y-para-que-sirve/>
- Shuttleworth, M. (Febrero de 2009). Martyn Shuttleworth. Obtenido de Martyn Shuttleworth
- Sinnaps. (2019). Analisis de la oferta y demanda de una Pymes. Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/analisis-de-la-oferta-y-la-demanda>
- Trejo, R. (2008). Recursos basicos de una empresa. Obtenido de <http://reginadetrejo.blogspot.com/2008/08/recursos-basicos-de-empresa.html>
- Ucañan, R. (Febrero de 2015). Calculo de la relación Beneficio Coste. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/>
- Unesco.org. (2017). Árbol de problemas. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/%20cultural-diversity/diversity-of-cultural%20expressions/tools/policy-guide/planificar/diagnosticar/arbol-de->

8.- Del siguiente listado seleccione 2 características que le agradaría que se destaque en el té de ishpingo.

Sabor () Cantidad () Variedad ()
Presentación () Precio () Disponibilidad ()

9.- ¿Qué precio cancelaría por el té de ishpingo en una caja con 25 sobres y un peso neto de 33gr?

\$1,60 () \$ 2,00 () \$ 2,50 ()
Más de \$ 2,50 ()

10.- ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del producto?

Funda Plástica () Vidrio () Tarros de lata impermeable ()
Fundas biodegradables () Fundas Doypack metalizadas ()

Gracias

Anexo 2. Imagen de la semilla ishpingo (Ocotea quixos)



Fuente de la imagen:

Anexo 3. Empaque del producto



Fuente de la imagen: creación propia