



**EMPRESA TSÁCHILA KYAMPO DEDICADA AL SECADO Y
COMERCIALIZACIÓN DE HIERBAS AROMÁTICAS Y MEDICINALES**
**COMPANY CHILÜLPE TSÁCHILA DEDICATED TO THE DRYING AND
COMMERCIALIZATION OF AROMATIC AND MEDICINAL HERBS.**

Diana Alexandra Alava Cruz¹

ing_diana23@yahoo.es

Cel.: 0982402162

Manuel Alexander Meza Loor²

ing_alexmeza27@hotmail.es

Cel.: 0961515160

Janeth Virginia Intriago Vera³

tintriago@hotmail.com

Cel.: 0989241059

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Diana Alexandra Alava Cruz, Manuel Alexander Meza Loor y Janeth Virginia Intriago Vera (2018):
"Empresa Tsáchila Kyampo dedicada al secado y comercialización de hierbas aromáticas y
medicinales", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (octubre 2018). En línea

[//www.eumed.net/rev/caribe/2018/10/empresa-comercializacion-hierbas.html](http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/10/empresa-comercializacion-hierbas.html)

¹ Ing. Agropecuaria. Magister en gestión de proyectos. Docente Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

² Ing. Agropecuario. Magister en gestión de proyectos. Docente Instituto Tecnológico Superior Calazacón.

³ Ing. en Administración de Empresas Públicas. Magister en Gestión en Talento Humano. Docente Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

RESUMEN

La presente investigación se realizó en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con el objetivo de determinar la prefactibilidad de una empresa Tsáchila dedicada al secado y comercialización de hierbas aromáticas y medicinales. Se realizó muestreo tipo cluster con encuestas dirigida a turistas que visitan la Comuna Tsáchila Chiguilpe. Se determinó mediante una evaluación económica y financiera que el presente proyecto es rentable, debido a la aceptación de los productos ofertados (hierbas aromáticas y medicinales deshidratadas) por parte de los turistas que acuden a la comuna Tsáchila Chiguilpe asegurando flujos positivos en años posteriores. Desde el punto de vista social, será de gran impacto ya que se fomentará la identidad cultural de la etnia Tsáchila, al dar relevancia y difundir los conocimientos herbolario que estos poseen ancestralmente, generándose fuentes de empleo directa o indirectamente en la comuna reduciendo la migración hacia la ciudad.

Palabras Clave: deshidratación, té, etnia, herbolaria, Tsáchilas.

SUMMARY

The present investigation was carried out in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas, with the objective of determining the pre-feasibility of a company. Tsáchila dedicated to the drying and commercialization of aromatic and medicinal herbs. A type of group was carried out with a survey aimed at tourists visiting the Tsáchila Chiguilpe Commune. It was determined through an economic and financial evaluation that the present project is profitable, due to the acceptance of the products offered (medicinal and dehydrated medicinal parts) by the tourists who accessed the commune. Tsáchila Chiguilpe assuring the positives in later years. From the social point of view, to be a great impact that already fosters the cultural identity of the Tsáchila ethnic group, by giving relevance and spreading the herbal knowledge that they possess ancestrally, generating sources of employment directly or indirectly in the community, reducing migration towards the city.

Keywords: dehydration, tea, ethnicity, herbalism, Tsáchilas.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, existe un gran número de hierbas aromáticas y medicinales deshidratadas en el mercado, cuyas capacidades medicinales están demostradas científicamente y contribuyen al buen funcionamiento del organismo.

El presente proyecto consiste en la creación de una empresa dedicada al secado y comercialización de hierbas aromáticas y medicinales como parte del rescate de una legendaria tradición de los Tsáchilas como un pueblo de shamanes, curanderos y vegetalistas que generará buen desarrollo económico reduciendo los cambios culturales especialmente en los jóvenes.

De lo anterior expuesto, nace la oportunidad de negocio en un área no incursionada aprovechando la gran afluencia turística para la promoción de la nueva empresa para la comuna Tsáchila, que se enfocaría en el secado y comercialización de hierbas aromáticas y medicinales, área excluida por la competencia y que será aprovechada en el presente proyecto.

2. DESARROLLO

Según Muenala , E. 2006., el turismo se está volviendo una actividad económica muy importante entre los Tsáchilas, los cuales están iniciando la explotación de los recursos paisajísticos naturales y sitios sagrados que poseen, así como el potencial de su riqueza cultural, a fin de desarrollar esta actividad desde perspectivas autogestionarias.

Según información recabada a través de entrevistas con técnicos del Ministerio de Turismo: Ing. Patricia Palacio e Ing. Diana Tutillo en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se reporta que actualmente esta entidad trabaja con las comunas Tsáchilas, cuya participación es de forma voluntaria en temas de capacitación en turismo sin inversión por parte del estado. Dichas funcionarias manifestaron que un claro ejemplo de proyecto turístico exitoso en las comunidades Tsáchilas, es la empresa Turística Tolón Pelé, la cual está integrada por 30 socios miembros de la

nacionalidad Tsáchila, cuyos objetivos son el rescate de la cultura Tsáchila y la promoción del turismo comunitario en la zona, como fuente de trabajo e ingresos económicos, siendo esta su principal competencia.

Dicha empresa cuenta con zonas dedicadas a la demostración de la cultura Tsáchila, allí existen talleres de artesanías, telares, aulas para enseñanza del idioma Tsáfiqui, música, zonas de rituales shamánicos, senderos turísticos, zona hotelera, acceso a fuentes hídricas y pesca deportiva, que permiten a los visitantes tener contacto con la naturaleza. De lo anterior expuesto, nace la oportunidad de negocio para la comunidad Tsáchila Chiguilpe, que se enfocaría a turismo de salud, área excluida por la competencia.

3. METODOLOGÍA

En la investigación de mercado se utilizó un diseño concluyente descriptivo transversal, mismo que tuvo una fase exploratoria, en la que se determinó cual es la situación actual del Turismo en el Ecuador, utilizando para esto información tanto del Ministerio de Turismo, específicamente del documento Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador, así como también del Plan de vida de la Nacionalidad Tsáchila.

En la fase descriptiva de la investigación de mercado se estudió el segmento (Personas que gustan realizar turismo cultural) al que se pretende dirigir, para lo cual se planeó analizar 3 sectores que son muy importantes en el desarrollo del proyecto: Turistas, Comunidad y Entidades gubernamentales; para ello se elaboró una encuesta dirigida a turistas que visitan la Comuna Tsáchila Chiguilpe en el Cantón Santo Domingo, tomando un muestra tipo cluster, los resultados de las encuestas nos pueden dar pautas sobre el comportamiento turístico en el sector donde se tiene planeado implementar el proyecto y desde luego, tomar una decisión más acertada al respecto.

4. RESULTADOS

4.1 Estudio de mercado

a.- Resultado de comunidad

Al entrevistar al Gobernador Tsáchila Javier Calazacón sobre la percepción de la creación de una empresa Tsáchila dedicada a la deshidratación de hierbas aromáticas y medicinales en la Comuna Tsáchila Chiguilpe respondió que es una buena oferta, pues la mayoría de los turistas que acuden allí a parte de buscar actividades de recreación, desean conocer más sobre nuestras costumbres herbolarias, hecho que hasta la fecha no se ha dado en ninguna comuna Tsáchila debido a que no se cuenta con proyectos de este tipo.

b.- Resultado de entidades gubernamentales

Al visitar el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Santo Domingo de los Tsáchilas, y comentar sobre la idea de negocio con sus técnicos en beneficio de la Nacionalidad Tsáchila, mencionaron que esta entidad apoya este tipo de iniciativa a través de su Programa de Innovación Agrícola al financiarlo en su totalidad, además mencionan que este cumple con el Cambio de Matriz Productiva. Según criterios emitidos por la Ing. Diana Tutillo, Analista de Turismo GAD Provincial de SDT, sobre este proyecto es una gran oportunidad para la comuna para la diversificación de fuentes de ingresos. Estas comunas turísticas promueven muy poco sus servicios de medicina alternativa, por lo cual este proyecto beneficiará al rescate de su cultura herbolaria y dará alternativas de beneficio a sus usuarios. Además mencionan que estas comunas turísticas promueven muy poco sus conocimientos de medicina alternativa, por lo cual este proyecto beneficiará al rescate de su cultura herbolaria y dará alternativas de beneficio a sus turistas.

c. Resultados de las encuestas

1.- Característica de los consumidores.- El resultado de la pregunta más relevante de esta variable se observa en la figura 1, en la cual se puede apreciar que el 42% de los encuestados consumen hierbas aromáticas y medicinales en infusión o té de 1 a 2 veces por semana, el 37%

manifiestan que lo hacen más de 5 veces por semana, el 19% responden lo hace de 3 a 5 veces por semana y 2% no consumen infusión o té. Lo que establece que al producir hierbas aromáticas y medicinales deshidratadas estas deberán ajustarse a las características del consumidor y estos están definidas a través del consumo de té o infusión.

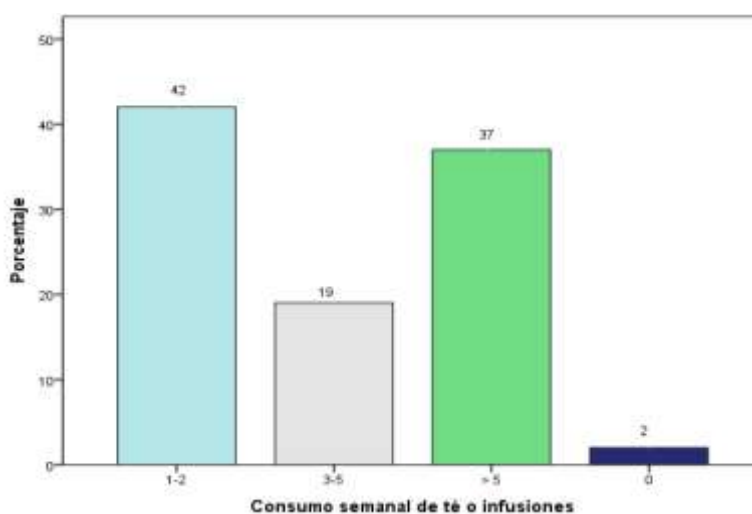


Figura 1. Consumo semanal de té o infusiones.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

2.- Percepción de los consumidores.- A continuación se detallará el resultado de la pregunta más relevante de esta variable. Dentro de la encuesta realizada a los turistas se estableció unas preguntas orientadas a descifrar valores con respecto a su intención de compra y el pago que está dispuesto a hacer el consumidor por adquirir hierbas aromáticas y medicinales para infusión o té. En la siguiente figura 2, se puede observar que el 80% de los turistas encuestados, si compraría hierbas aromáticas y medicinales para infusión o té, lo que nos permite enunciar que existe un segmento de turistas que demanda productos herbolarios para hacer infusiones o te de hierbas aromáticas y medicinales.

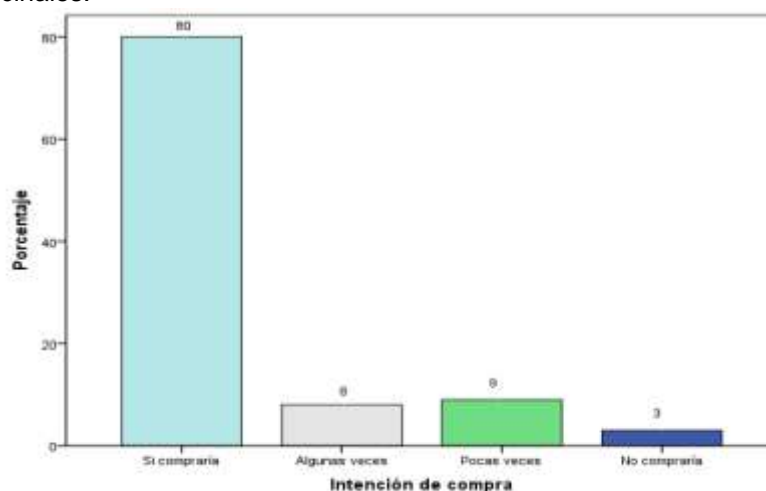


Figura 2. Intención de compra.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

3.- Necesidades de los consumidores.- A continuación se detallará el resultado de la pregunta más relevante de esta variable. En la figura 3, se aprecia que el 98% de los turistas encuestados consideran que si se deben promocionar los conocimientos herbolarios de hierbas aromáticas y medicinales para infusión o té. Este hecho, corrobora el apoyo de los turista hacia la conservación de costumbres herbolarias de la Nacionalidad Tsáchila.

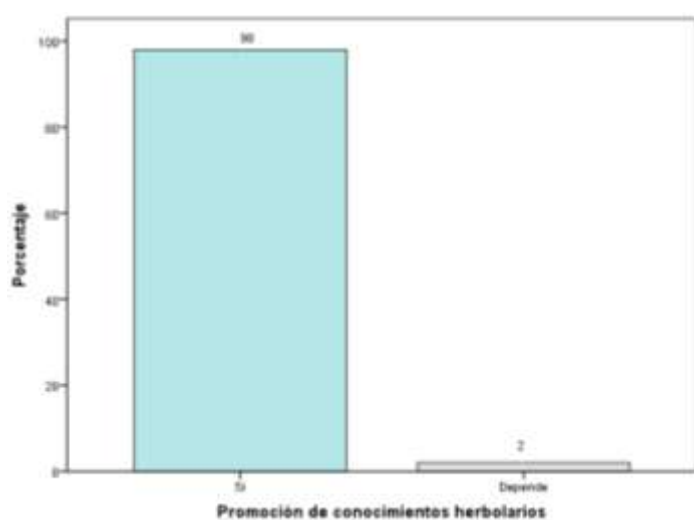


Figura 3. Intención de compra.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

4.- Características de la competencia.- A continuación se detallará el resultado de la pregunta más relevante de esta variable (Figura 4). Un aspecto importante de un estudio de mercado es el análisis de la competencia, hecho que para la comuna Tsáchila Chiguilpe la pone el competencia directa con otras 6 comunas Tsáchilas ubicadas en diferentes sectores geográficos dentro del Cantón Santo Domingo, que ofertan diferentes servicio en su mayoría. Es por ello, que se cuestionó a los turistas sobre la oferta de productos herbolario etiquetados en otra comunas, a los cual el 54% de los encuestados respondieron que No, al 41% si les ofrecieron pero su etiquetado era empírico y carente de información, el 5% restante opina que solo a veces se les oferto este tipo de producto.

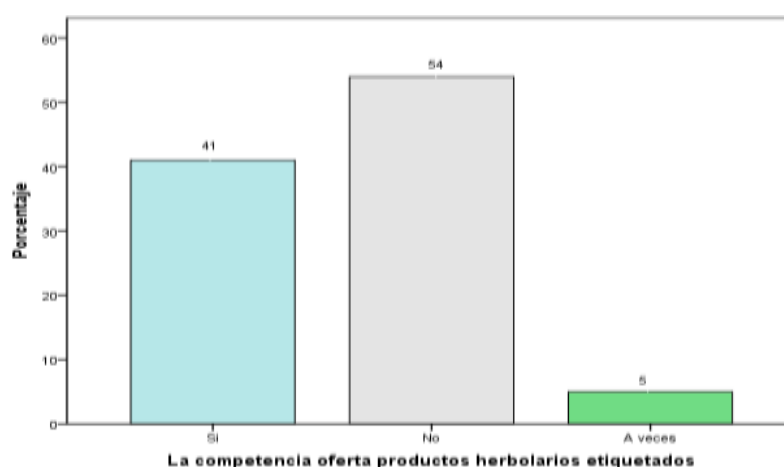


Figura 4. Oferta por parte de la competencia.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

Conclusiones:

- Los resultados muestran que los potenciales consumidores usan y conocen los beneficios del uso de hierbas aromáticas y medicinales en té o infusión al 85%.
- La intención de compra de los productos herbolarios fue de 80% y el 8% lo haría a veces.
- Se determinó que el 64% de los turistas encuestados piensan que el empleo de hierbas aromáticas y medicinales mejoraría su salud
- Los encuestados manifiestan que solo al 42% se le ofreció productos herbolarios en otras comunidades Tsáchilas.
- El 40% de los encuestados gastan menos de entre 50 y 100 \$ al mes en salud.
- Como ventaja competitiva se sugiere la inclusión de los conocimientos herbolarios de la etnia Tsáchila, en el té o infusión de hierbas aromáticas y medicinales.

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

a.- Ubicación.- La Empresa “Tsáchila Chigüilpe” se instalará en la Comuna Chigüilpe y se utilizará 71,65 m² destinados para infraestructura (Figura 5), lugar donde se procesará y controlará el producto.

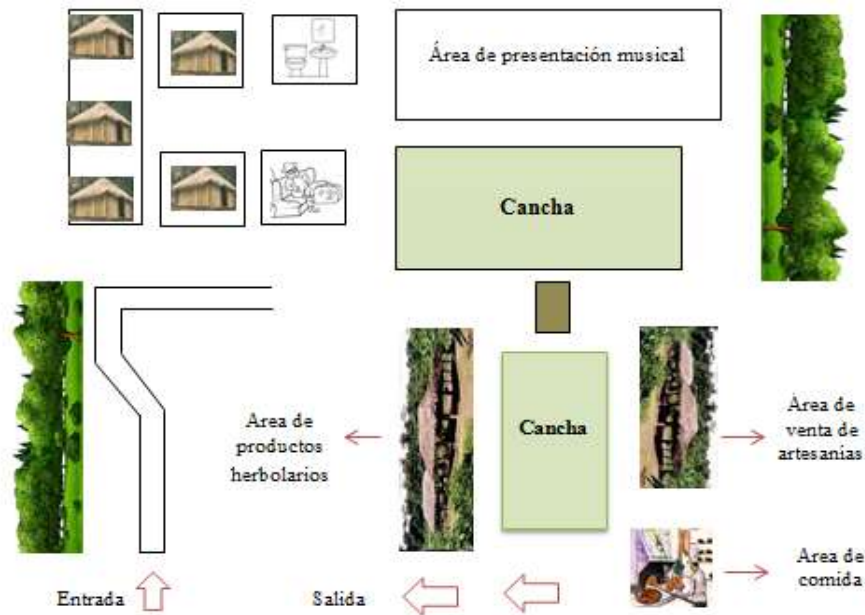


Figura 5. Oferta por parte de la competencia.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

b.- Infraestructura física.- La construcción que existe actualmente en el terreno es una choza mixta (Figura 6) (Caña guadua y de cemento), una pequeña bodega sin techo, contando con el servicio de agua potable y energía eléctrica, en este sector se construirá la planta para el normal funcionamiento en lo concerniente: espacios para la administración, bodega para almacenamiento de materias primas, laboratorio, baño, máquinas de deshidratación, empaque recepción de frutas, lavado, desinfección, vestidores y otra bodega para el almacenamiento del producto terminado.



Figura 6. Infraestructura actual en la Comuna Chigüilpe, destinada para la Empresa Tsáchila Chigüilpe.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).



Figura 7. Vista externa de la empresa Tsáchila Chigüilpe.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intríago, V. (2018).

c.- Proceso de producción.- En la figura 8, observaremos el proceso de deshidratación de hierbas aromáticas y medicinales que se llevara a cabo en la planta Tsáchila Chigüilpe.

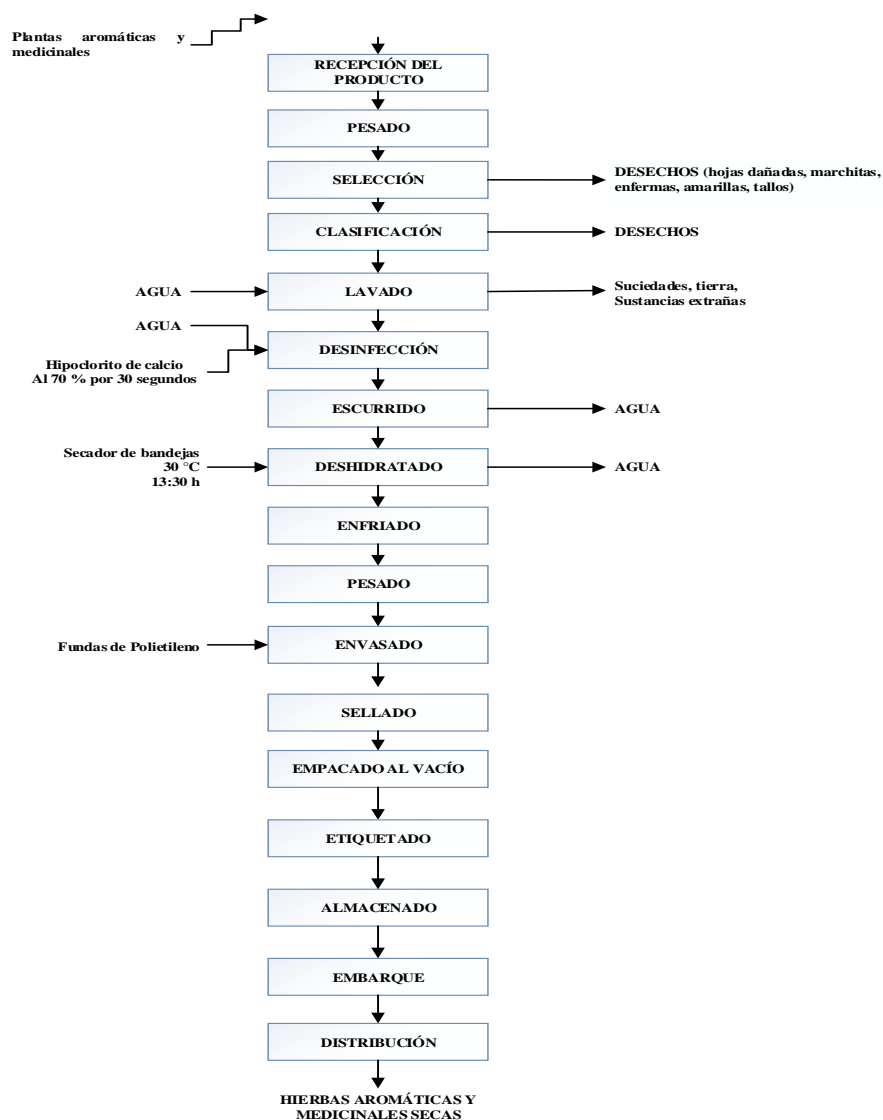


Figura 8. Diagrama de procesos.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

4.3 PLAN DE MARKETING

La segmentación del mercado permitió identificar a los consumidores, a quienes se direccionará el producto para la comercialización, los cuales son los turistas de la Comuna Tsáchila Chiguilpe. En el presente proyecto se tomó en cuenta tres variables que son: geográfica, demográfica y por comportamiento.

a.- Producto.- Se estableció productos con características aromáticas y medicinales demandas por los turistas en el estudio de mercado para ser deshidratados y que son cultivados en forma artesanal. Los productos propuestos son: Achiote, Matico, Albaca, Escancel,

b.- Logo propuesto.- El logo de la empresa, se describe a continuación: la silueta de un Tsáchila, donde resalta el tocado del cabello el cual es propio, y exclusivamente de los hombres, modelada con achiote, quedando el cabello de color rojo. El hombre Tsáchila, acompaña al cabello pintado, con una pequeña corona de algodón "misilf" de forma circular, que se la pone sobre del cabello.



Figura 9. Logo propuesto.

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

c.- Slogan.- El slogan agrupa todas las características de la empresa, invitando a todos los turistas a adquirir una planta medicinal.

EMPRESA TSÁCHILA "CHIGUILPE"
Tradicionalmente natural

d.- Forma de presentación.- La forma de presentación de las hierbas aromáticas y medicinales será en empaque de 20 g, 50 g y 100 g establecido mediante encuesta de mercado, con envoltura semitransparente en la parte delantera permitiendo visualizar el contenido. En la parte posterior, se incluye información sobre el uso de las hierbas aromáticas y medicinales.



Figura 10. Logo propuesto.**Fuente:** Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

e.- Precio.- Los precios de las hierbas aromáticas y medicinales están entre 1 y 3 dólares, precios que fueron fijados en base al análisis de encuesta realizado y al referencial que maneja la competencia en cierto tipo de plantas medicinales diferente a las que se pretende ofertar. Además el precio puede variar, dependiendo del tipo de planta medicinal.

4.4 ESTUDIO AMBIENTAL

El proyecto consiste en el proceso de constitución y puesta en marcha de la empresa “Tsáchila Chigüilpe”, dedicada al secado y comercialización hierbas aromáticas y medicinales.

El sector cuenta con las condiciones favorables para llevar a cabo la actividad de secado y comercialización de hierbas aromáticas y medicinales. Se contratará mano de obra local, se dispone de espacio físico para la construcción de la planta de deshidratación con todos los servicios básicos, acompañado de los cambios sugeridos y procesos para obtener un producto de excelente calidad, acorde a la necesidad desde el traslado de la materia prima, hasta el producto terminado.

a.- Posibles impactos ambientales.- El listado de componentes e indicadores ambientales que podrían ser afectados por la implementación del proyecto, empresa Chigüilpe dedicada al secado y comercialización de hierbas aromáticas y medicinales, en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 1. Listado ambiental.

COMPONENTE/ELEMENTO/INDICADOR AMBIENTAL			Si	No	Probable
FÍSICO	Clima	Efectos locales de calentamiento, nieblas		x	
	Aire	Ruido	x		
		Polvo	x		
		Gases	x		
	Agua	Interferencia con los patrones de drenaje			x
		Contaminación del agua			x
	Suelo	Contaminación del suelo			x
BIÓTICO	Flora	Desaparición de cubierta vegetal existente			x
		Efectos del polvo y humos en la flora	x		
		Cambios en el hábitat		x	
	Fauna	Molestias a la fauna	x		
		Especies en peligro de extinción		x	
	Ecosistemas	Áreas Protegidas			x
		Zonas ecológicas sensibles		x	
HUMANO	Sociales	Tiempos de viaje	x		
		Plusvalía	x		
		Calidad de vida	x		
		Empleo y mano de obra	x		
		Generación de expectativas	x		
		Quejas de ciudadanía	x		

		Protestas y oposición ciudadana		x	
		Salud pública			x
	Paisaje	Propuesta de paisajismo	x		
		Equilibrio del entorno		x	
	Activos Materiales	Diseño de invernadero y áreas de recreación.	x		
		Mejora de infraestructura comercial	x		
		Propiedades y Viviendas	x		

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

4.5 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

a.- La inversión inicial.- Está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto. Para la realización del proyecto es necesario realizar una inversión aproximada de \$ 143.713,66 USD en los siguientes rubros:

Tabla 2. Inversión inicial.

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Desembolso inicial de la inversión						
Construcción	\$ 19.493,35					
Terreno	\$ 5.000,00					
Muebles y enseres	\$ 1.256,00					
Equipo de computación	\$ 1.050,00					
Equipo de producción	\$ 9.253,35					
Gastos de constitución	\$ 1.550,00					
Gastos de preoperacionales	\$ 1.750,00					
Capital de trabajo	\$ 104.360,96					
Inversión inicial	\$ 143.713,66					

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

b.- Financiamiento.- La inversión requerida se financiará de la siguiente manera: 3,48% equivalente a la aportación del terreno y 96,52% a través del Gobierno Nacional.

✚ Capital externo: \$ 138.713,66 - 96,52%

✚ Capital propio: \$ 5000,00 – 3,48%

c.- Ingresos.- Los ingresos del proyecto se han supuesto de acuerdo a los precios de venta (2,00\$) que han sido proyectados, dichos precios han sido calculados tomando como referencia los precios obtenidos en el estudio de mercado realizado.

Tabla 3. Ingresos proyectados.

Detalle	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Venta de hierbas aromáticas y medicinales.	\$ 153.600	\$ 156.672	\$ 159.805	\$ 163.002	\$ 166.262
Total	\$ 153.600	\$ 156.672	\$ 159.805	\$ 163.002	\$ 166.262

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

d.- Criterios de evaluación

1.- Valor Actual Neto (VAN).- Una vez realizada la evaluación a un horizonte de 5 años y con una tasa de descuento del 12%, nos da un Valor Actual Neto (VAN) de USD \$ 195.464,26, con lo que concluimos que el proyecto es viable económicamente, ya que los ingresos futuros cubrirán la inversión efectuada en el año cero, por lo que se puede concluir que es una buena opción de inversión.

Tabla 4. Valor Actual Neto.

VAN		
TMRA (%)	12,00	
Años		
0	\$	(143.713,66)
1	\$	84.283,26
2	\$	41.784,21
3	\$	42.554,98
4	\$	43.340,81
5	\$	44.981,98
VAN		\$ 195.464,26

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

2.- Tasa Interna de Retorno (TIR).- De igual forma la Tasa Interna de Retorno, al ser superior a la tasa de descuento del 12% utilizada en nuestro análisis nos confirma la rentabilidad del proyecto y por ende su viabilidad económica.

Tabla 5. Tasa Interna de Retorno.

TMRA (%)	12,00	
Años		
0	\$	(143.713,66)
1	\$	84.283,26
2	\$	41.784,21
3	\$	42.554,98
4	\$	43.340,81

5	\$	44.981,98
TIR		27%

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

Luego de este análisis económico – financiero estamos en condiciones de decir que es factible invertir en este proyecto, debido a que el flujo de caja y los criterios de evaluación (VAN y TIR), nos indican que esta opción de inversión es rentable.

4.6 EVALUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA

El proyecto pretende generar fuentes de trabajo entre los miembros de la comuna Tsáchila Chiguilpe y a la vez impulsar el turismo de salud en el cantón, bajo la marca Kiyampo.

Este proyecto quiere darle más relevancia a la actividad turística enfocado en la preservación de la identidad cultural de los miembros de la Nacionalidad Tsáchila, los cuales se han dedicado ancestralmente a la herbolaria y en la actualidad se han visto la pérdida de los mismo por incursionar en actividades diferentes a estas y en muchos casos se ha dado la migración hacia la ciudad.

El proyecto está destinado a ofertar productos herbolarios a través de la creación de la Empresa Tsáchila Chiguilpe dedicada a la deshidratación y comercialización de hierbas aromáticas y medicinales, a través de la marca Kiyampo. Además generará la participación conjunta de entidades gubernamentales como la Gobernación Tsáchila, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas.

A continuación se reporta el flujo de caja social con su respectivos indicadores económicos - sociales

Tabla 6. Evaluación socio – económica sin proyecto.

Detalle	Nº beneficiarios
Beneficiarios con oportunidades de negocio (**)	323
Beneficiarios sin oportunidades de negocio	36
Total beneficiarios Potenciales	359

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ingresos sin oportunidades de negocio		\$ 400,00	\$ 460,00	\$ 529,00	\$ 608,35	\$ 699,60
Beneficios sin oportunidades de negocio		\$ 14.360,00	\$ 16.514,00	\$ 18.991,10	\$ 21.839,77	\$ 25.115,73
Total Beneficios		\$ 14.760,00	\$ 16.974,00	\$ 19.520,10	\$ 22.448,11	\$ 25.815,33
Egresos						
Costos de operación (sin oportunidades de negocio)		\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 242,00	\$ 266,20	\$ 292,82
Total Egresos		\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 242,00	\$ 266,20	\$ 292,82
Utilidad antes de impuestos		\$ 14.560,00	\$ 16.754,00	\$ 19.278,10	\$ 22.181,92	\$ 25.522,51
Inversión pública	\$ (80.000,00)					
Flujo de caja para inversión social	\$ (80.000,00)	\$ 14.560,00	\$ 16.754,00	\$ 19.278,10	\$ 22.181,92	\$ 25.522,51

Indicadores evaluación social SIN proyectos	
VAN SOCIAL (12%, 5 años)	-\$ 11.342,88
RENTABILIDAD SOCIAL TIR, 5 años	7%

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

Tabla 7. Evaluación socio – económica con proyecto.

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ingresos con oportunidades de negocio		\$ 800,00	\$ 920,00	\$ 1.058,00	\$ 1.216,70	\$ 1.399,21
Beneficios con oportunidades de negocio		\$ 287.200,00	\$ 330.280,00	\$ 379.822,00	\$ 436.795,30	\$ 502.314,60
Total Beneficios		\$ 288.000,00	\$ 331.200,00	\$ 380.880,00	\$ 438.012,00	\$ 503.713,80
Egresos						
Costos de operación (con oportunidades de negocio)		\$ 107.568,55	\$ 111.281,28	\$ 112.390,36	\$ 113.537,28	\$ 114.723,56
Total Egresos		\$ 107.568,55	\$ 111.281,28	\$ 112.390,36	\$ 113.537,28	\$ 114.723,56
Utilidad antes de impuestos		\$ 180.431,45	\$ 219.918,72	\$ 268.489,64	\$ 324.474,72	\$ 388.990,24
Inversión pública	\$ (143.713,66)					
Flujo de caja para inversión social	\$ (143.713,66)	\$ 180.431,45	\$ 219.918,72	\$ 268.489,64	\$ 324.474,72	\$ 388.990,24

Indicadores evaluación social CON proyectos	
VAN SOCIAL (12%, 5 años)	\$ 928.271,91
RENTABILIDAD SOCIAL TIR, 5 años	143%

Fuente: Alava, D., Meza, A. e Intriago, V. (2018).

CONCLUSIONES

Santo Domingo de los Tsáchilas, es una provincia en una posición geoestratégica privilegiada, no solamente es la conexión de la Costa a la Sierra o de la Sierra a la Costa, sino que está en un punto con distancias equidistantes a los principales puertos y aeropuertos del país y está situada en una zona geográfica, probablemente unas de las más importantes del país en temas de producción y productividad, esta bañado por dos principales cuencas hídricas del Ecuador, es por ello que existe gran afluencia de turistas destacándose el turismo cultural, de allí una ventaja que debe ser aprovechada por la Nacionalidad Tsáchila.

En la actualidad existen empresas turísticas Tsáchilas, que promocionan servicios y recorridos en territorio de las comunidades Tsáchilas dando a conocer sus costumbres y tradiciones. Pero no poseen productos representativos que puedan transferir su identidad cultural.

Existen muchos proyectos por parte de entidades gubernamentales, que han cubiertos aspectos diferentes o complementarios al productivo como: viales, estructuras de drenaje menor, educativo (Escuela del Milenio), entre otras, y que han obligado a los miembros de las Comunidades Tsáchilas a migrar a la ciudad en busca de fuentes de empleo.

El presente proyecto es una nueva opción productiva para la Nacionalidad Tsáchila, en sí la Comuna Tsáchila Chiguilpe, quienes han proporcionado la información primaria la el estudio de mercado, mismos que han corroborado la necesidad imperiosa de implementar este tipo de proyectos innovadores en la cual interviene entidades gubernamentales como el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca al financiarlos.

La evaluación económica y financiera podemos concluir que el presente proyecto es rentable, debido al consumo de té o infusiones de hierbas aromáticas y medicinales por parte de los turistas que acudan a la comuna Tsáchila Chiguilpe o a las demás comunas de la Nacionalidad Tsáchila asegurando flujos positivos en años posteriores.

Los parámetros utilizados para realizar la evaluación confirman esta apreciación; Valor Actual Neto (VAN) es positivo, en otras palabras se recuperará el valor total de la inversión. La Tasa Interna de Retorno demuestra que el proyecto es rentable ya que es mayor que la tasa de descuento utilizada.

El Estudio de Impacto Ambiental arrojo un resultado favorable ya que la construcción de la obra física se realizará con materiales propios de la zona, respetando la identidad cultural de la etnia Tsáchila, los efectos sobre el medio ambiente serán minimizados con el plan de mitigación de riesgos propuesto.

Desde el punto de vista social, será de gran impacto ya que se fomentará la identidad cultural de la etnia Tsáchila, al dar relevancia y difundir los conocimientos herbolario que esto poseen ancestralmente, generándose fuentes de empleo directa o indirectamente en la comuna reduciendo la migración hacia la ciudad.

Se espera captar nuevos segmentos de mercado e incentivar a centros de medicina alternativa en el cantón Santo Domingo a optar por la comercialización de las hierbas aromáticas y medicinales deshidratadas bajo la marca Kiyampo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre & Pozo. (2011). "ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA DESHIDRATADORA DE HIERBAS AROMÁTICAS EN LA PARROQUIA DE SAN BLAS, CANTÓN URCUQUI". 70. Urcuqui, Ibarra, Ecuador: Universidad Técnica del Norte. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/733/1/03%20AGI%20290%20TESIS.pdf>
- Arantegui, J. (17 de Octubre de 2011). Deshidratación. 1,2,3. Recuperado el 3 de Agosto de 2014, de http://web.udl.es/usuaris/w3511782/Procesado_de_Alimentos/13._Secado_files/Deshidratacion.pdf
- Branagan, A. (28 de Enero de 2012). Clasificación de los envases. Recuperado el 3 de Agosto de 2014, de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:uwvy->

- t2KJlwJ:disenodeenvasesyembalajes.blogspot.com/2012/01/los-envases-se-clasifican-segun.html+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- Casal, J. y. (2003). <http://www.mat.uson.mx/>. Obtenido de Rev. Epidem. Med. Prev.: [http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20\(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta\)/TiposMuestreo1.pdf](http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta)/TiposMuestreo1.pdf)
- García, M. (Junio de 2008). Manual de Manejo: Cosecha y Poscosecha del tomate de árbol. Bogotá, Colombia: Produmedios. Recuperado el 3 de Agosto de 2014, de <http://corpomail.corpoica.org.co/BACFILES/BACDIGITAL/54898/54898.pdf>
- Gómez, D., & Vásquez, M. (7 de Julio de 2011). Postcosecha. Honduras: PYMERURAL y PRONAGRO. Recuperado el 3 de Agosto de 2014, de <http://www.sitrural.cl/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/postcosecha.pdf>
- Hebotechia.com.ar. (2004). Secado de hierbas aromáticas y medicinales. Argentina. Recuperado el 12 de Septiembre de 2014, de <http://www.hebotechia.com.ar/poscosecha-secadoMaquinas.htm>
- Meneses, E. (12 de Diciembre de 2013). Transformación de plantas aromáticas en infusiones. 77,78. Caldas, Antioquia, Colombia: Corporación Universitaria Lasallista. Recuperado el 3 de Agosto de 2014, de http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/935/1/Trasformacion_plantas_aromaticas_infusiones.pdf
- Sánchez, R. (Enero de 2009). *Diagnóstico y Recomendación de Políticas Técnicas Ambientales para el consejo Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Recuperado el 24 de Abril de 2015, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1148/1/CD-2623.pdf>
- Torres, H. (2 de Febrero de 2011). *Comuna Chigüilpe*. Recuperado el 12 de Abril de 2015, de <http://tsachila.blogspot.com/2011/02/comuna-chiguilpe.html>