



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la elaboración y comercialización de infusiones de guayusa y hierbaluisa en el Cantón Lago Agrio Provincia de Sucumbíos.”

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración

AUTOR:

Dennis Richard Cabrera Mecias

TUTOR:

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti

D.M. Quito, 21 de Agosto 2022

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi familia, en especial a mi esposa que me apoyado todo este tiempo durante mis estudios a mi hijo por ser el pilar fundamental para salir adelante y continuar preparándome.

AGRADECIMIENTO

A todo el personal docente que por medio de su profesionalismo nos impartió sus conocimientos para poder llegar a este punto de poder culminar un objetivo planteado a inicios de la carrera, que fueron una guía no solo para impartirnos su catedra sino para enseñarnos como llegar a ser unos excelentes profesionales darnos los necesario para enfrentarnos a los problemas que se nos presenten en nuestra vida profesional.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a mi tutor de proyecto, quien con su conocimiento y su guía fue una pieza clave para que pudiera desarrollar cada etapa de este proyecto.

AUTORIA

Yo, **Dennis Richard Cabrera Mecias** autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Dennis Richard Cabrera Mecias

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

Ing. Juan Chiriboga

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Juan Chiriboga

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Ing. Juan Chiriboga** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. **Dennis Richard Cabrera Mecias** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- El Sr. **Dennis Richard Cabrera Mecias** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto De Factibilidad Para La Elaboración Y Comercialización De Infusiones De Guayusa Y Hierbaluisa En El Cantón Lago Agrio Provincia De Sucumbíos.”**, para optar por el título de, Tecnólogo en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. **Dennis Richard Cabrera Mecias**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto De Factibilidad**

Para La Elaboración Y Comercialización De Infusiones De Guayusa Y Hierbaluisa En El Cantón Lago Agrio Provincia De Sucumbíos”, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Dennis Richard Cabrera Mecias', is centered on the page.

Ing. Juan Chiriboga

Dennis Richard Cabrera Mecias

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
AUTORIA.....	IV
CERTIFICACIÓN	V
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
TABLA DE ILUSTRACIONES.....	XIV
Resumen.....	15
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	17
Creación de la empresa	17
Descripción de la empresa	17
Importancia.....	17
Características	18
Actividad	19
Tamaño y distribución de la empresa.....	20
Estudio arquitectónico.....	20
Estructura interna del establecimiento	20
Necesidades que satisfacer.....	21
Necesidad de Seguridad	22
Necesidad Social	22
Necesidad de Autorrealización	23
Necesidades Fisiológicas o básicas	23
Localización de la empresa	24
Filosofía empresarial.....	24
Misión.....	24
Visión.....	25
Objetivo.....	26
Objetivo General	26
Meta.....	26
Estrategias	27
Políticas.....	28

La empresa.....	28
Los trabajadores	28
F.o.d.a.....	29
Fortalezas.....	29
Oportunidades	30
Debilidades.....	30
Amenazas.....	30
Desarrollo organizacional	31
Tipo de Estructura.....	31
Nivel Gerencial	31
Nivel Operativo.....	31
Procesos Estratégicos	32
Procesos Operacionales.....	32
Formalización.....	33
Centralización – Descentralización.....	34
Integración.....	34
Organigrama empresarial.....	37
Funciones del personal.....	38
3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	41
Objetivo de mercadotecnia.....	41
Investigación de mercado.....	41
Modalidad.....	42
Plan de Muestreo.....	43
Ejemplo Encuesta.....	44
Análisis de las encuestas	45
Entorno empresarial	56
Microentorno.....	56
Macro entorno	61
Producto y servicio.....	64
Producto Esencial.....	65
Producto real.	65
Características	66
Calidad.....	66

Estilo.....	66
Marca.....	67
Producto aumentado.....	67
Plan de introducción al mercado.....	68
Distintivos y Uniformes.....	68
Área Administrativa y Operativa.....	68
Materiales de identificación.....	69
Imago tipo.....	69
Promoción.....	72
Contacto.....	72
Correspondencia.....	73
Negociación.....	73
Financiamiento.....	73
Tarjetas de presentación.....	73
Hojas membretadas.....	73
Riesgo y oportunidades del negocio.....	73
Fijación de Precios.....	74
Fijación de precios por receta estándar.....	74
Implementación del negocio.....	77
Arriendo del local.....	77
Equipos industriales.....	77
Equipos de computación.....	78
Muebles y enseres.....	78
Servicios básicos.....	79
Materiales de limpieza.....	80
Estudio arquitectónico.....	80
Estructura interna del establecimiento.....	81
4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	82
Servicio de Rentas Internas / SRI.....	82
Patente Municipal.....	82
Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCOSA.....	84
IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	84
5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	86

Objetivo de área	86
Impacto ambiental	87
Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Natural Herbs	87
Residuos.....	88
Atmósfera.....	88
Ruidos.....	89
Impacto social	90
Contrato digno.....	90
Beneficios empresariales.....	90
Medidas de seguridad.....	90
Cumplimiento de la legalidad	91
Parámetros externos	91
6 PROCESO FINANCIERO.....	92
Introducción	92
Activos Fijos	92
Activos diferidos	93
Capital de trabajo	93
Sueldos.....	95
Depreciación activos fijos.....	96
Amortizaciones	96
Tabla de amortización.....	97
Estructura capital.....	98
Punto de equilibrio	98
Costo de ventas	101
Flujo de caja	102
Calculo del TIR y el VAN	103
VAN (Valor Actual Neto).....	103
TIR (Tasa Interna de Retorno)	104
7 CONCLUSIONES.....	106
Recomendaciones.....	107
Referencias	109
8. ANEXOS	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Tlgo. Administración de Empresas.	38
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Vendedor / Conductor	39
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, operador	40
Tabla 4. Pregunta 1	45
Tabla 5. Pregunta 2	46
Tabla 6. Pregunta 3	47
Tabla 7. Pregunta 4	48
Tabla 8. Pregunta 5	49
Tabla 9. Pregunta 6	50
Tabla 10. Pregunta 7	51
Tabla 11. Pregunta 8	52
Tabla 12. Pregunta 9	53
Tabla 13. Pregunta 10	54
Tabla 14. Empresas productores de infusiones en el Ecuador	57
Tabla 15. Proveedores de Maquinaria.....	59
Tabla 16. Financiamiento publicidad.....	73
Tabla 17. Ficha tecnica de Infusiones de Té de hierbaluisa.....	75
Tabla 18.Ficha técnica de infusión de té de Guayusa	76
Tabla 19. Arriendo del local.....	77
Tabla 20. Equipos industriales	77
Tabla 21. Equipos de computación.....	78
Tabla 22. Muebles y enseres	78
Tabla 23. Equipos industriales de seguridad.....	78
Tabla 24. Suministros de oficina.....	79
Tabla 25. Servicios básicos.....	79
Tabla 26. Materiales de limpieza	80
Tabla 27. Activos Fijos.	92
Tabla 28. Activos diferidos	93
Tabla 29. Capital de trabajo	94
Tabla 30. Detalles de inversión.....	95
Tabla 31. Sueldos.....	95

Tabla 32. Depreciación de activos fijos	96
Tabla 33. Porcentaje Amortización.....	97
Tabla 34. Amortización.....	97
Tabla 35. Estructura de capital.....	98
Tabla 36. Costos fijos.....	99
Tabla 37. Margen de contribución	99
Tabla 38. Punto de equilibrio	101
Tabla 39. Ventas /costos	101
Tabla 40. Costo de ventas.	102
Tabla 41. Flujo de caja.....	103
Tabla 42. Valores del VAN que determina si un proyecto es viable.	104
Tabla 43. VAN/ TIR	105

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Esquema y distribución “Natural Herbs”	20
Ilustración 2. Pirámide de Maslow.....	21
Ilustración 3. Ubicación.....	24
Ilustración 4 Mapa de procesos de la Micro Empresa Natural Herbs”	33
Ilustración 5. Flujo de procesos de la elaboración de Guayusa.	35
Ilustración 6. Flujo de procesos de la elaboración del té de Hierbaluisa	35
Ilustración 7.Flujo de procesos de Ventas	36
Ilustración 8. Organigrama empresarial “Natural Herbs”.....	37
Ilustración 9. Pregunta 1, gráfico circular	45
Ilustración 10. Pregunta 2, gráfico circular.	46
Ilustración 11. Pregunta 3, gráfico circular.	47
Ilustración 12. Pregunta 4, gráfico circular.	48
Ilustración 13. Pregunta 5, gráfico circular.	49
Ilustración 14.Pregunta 6, gráfico circular.	50
Ilustración 15. Pregunta 7, gráfico circular.	51
Ilustración 16. Pregunta 8, gráfico circular.	52
Ilustración 17. Pregunta 9, gráfico circular.	53
Ilustración 18.Pregunta 10, gráfico circular.	54
Ilustración 19.Esquema micro entorno Natural Herbs	56
Ilustración 20. Esquema macro entorno Natural Herbs	61
Ilustración 21. Uniformes.....	68
Ilustración 22, Imago tipo	69
Ilustración 23 Anverso tarjeta de presentación	70
Ilustración 24. Reverso tarjeta de presentación	70
Ilustración 25, hoja membretada.....	71
Ilustración 26. Estructura del establecimiento.	81

Resumen

En el Ecuador las MYPYMES componen un alto porcentaje dentro del sector productivo del país, pero la crisis sanitaria por el COVID-19 afectó gravemente el sector manufacturero, el cual juega un papel muy importante para el análisis del factor económico en nuestro país a la hora de iniciar una empresa (Solano et al., 2017), de acuerdo al (Banco Central del Ecuador [BCE], 2021) el VAB de manufactura incremento en 1,1% para el año actual en relación al desempeño de industrias de fabricación.

Bajo este contexto, el presente proyecto busca el análisis de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de infusiones de guayusa y hierba luisa a base de materia prima natural proveniente de la Amazonia Ecuatoriana, ubicado en la Provincia de Sucumbíos cantón Lago Agrio.

En la actualidad el consumo de productos naturales ha incrementado gracias a sus grandes beneficios, sin embargo, en el caso de las infusiones la mayoría proviene de otras provincias de nuestro país o de exportaciones internacionales, esto da pie a que nuestra micro empresa pueda surgir dentro del mercado ya que nos posicionaríamos como una de las primeras en la localidad.

Por ello, la micro empresa Natural Herbs surge de la necesidad de promover una iniciativa única en mi cantón, con el beneficio hacia la población del consumo de un producto natural. Para que el proyecto se pueda llevar a cabo se ha considerado distintos procesos enfocados en conocer su factibilidad, primeramente se trabajó en la

organización empresarial de la entidad a través de la pirámide de Maslow según las necesidades, la misión y visión que se acople a los objetivos planteados, se generaron estrategias que permitan alcanzar la meta de la empresa, además de plantear un diseño de la estructura organizacional según los sectores estratégicos en los que se manejara la empresa.

Se estableció un proceso de investigación de mercado con la finalidad de conocer si nuestro público objetivo abarca un alto porcentaje de aceptación hacia el producto, el análisis técnico de los procesos productivos para la producción y comercialización de infusiones (Guayusa y Hierba Luisa), dentro de este apartado se realizó un análisis del entorno empresarial macro-micro. Además, el proceso de derecho empresarial que compone los aspectos legales (permisos, patentes, etc).

El proceso de impacto ambiental y social mediante el cual se regirá la empresa, una responsabilidad social corporativa, donde como empresa se debe proponer estrategias que tengan un impacto positivo hacia sus clientes y el desarrollo profesional de sus colaboradores. Por último, se realizó un análisis financiero para determinar la rentabilidad del proyecto mediante el TIR y VAN, mostrándose favorables para la creación de la empresa.

2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

“Natural Herbs” es una microempresa que surge de la necesidad de promover una iniciativa única en mi cantón, de la elaboración y comercialización de infusiones de hierbas naturales cultivadas en la localidad, con el beneficio hacia la población del consumo de un producto natural beneficioso para la salud. En la actualidad el consumo de productos naturales ha incrementado por sus grandes beneficios y la mayoría de estos productos proviene de otras provincias de nuestro país y en algunos casos de exportaciones internacionales, esto da pie a que nuestra micro empresa pueda surgir dentro del mercado ya que nos posicionaríamos como una de las primeras en la localidad en elaborar estos productos, abasteciendo a la pequeñas y grandes empresas dedicadas a la comercialización de productos de primera necesidad.

Descripción de la empresa

Importancia.

Según Balladares (2010) El uso de muchas plantas medicinales y aromáticas son un tema de mucha importancia en el Ecuador esto debido al cuidado de la salud por que estos se basan en compuesto que provienen de plantas y la población mundial depende de la medicina tradicional para suplir requerimientos de salud diarios. Las

plantas medicinales son vegetales que desarrollan principios activos, es decir, sustancias que ejercer una acción farmacológica ya sea esta beneficiosa o perjudicial su utilidad hace muchos años es servir como un medicamento para compensar la salud estas plantas tienden a disminuir o neutralizar el desequilibrio orgánico que es la enfermedad.

La micro empresa Natural Herbs bajo esta referencia de transformar plantas medicinales como lo es la guayusa y hierbaluisa en infusiones naturales, propone el beneficio en la salud de todos nuestros consumidores.

Características.

La microempresa “Natural Herbs” nace en Lago Agrio Sucumbíos, incursionando en la industria de producción y comercialización de infusiones de guayusa y hierbaluisa, con el fin de ayudar a las personas a prevenir enfermedades.

Responsabilidad social: La empresa, brinda una propuesta dentro del contexto de la salud, en la actualidad las personas optan por consumir productos naturales bajo esta necesidad se ofrece un producto natural para el cuidado de la salud.

Investigación e innovación: Natural Herbs buscara fortalecer sus estrategias constantemente adaptándose al mercado local, además contará con maquinaria adecuada para que el trabajo se realice de una manera eficaz y eficiente, además,

nuestro encargado de comercialización estará en contacto con nuestros proveedores atendiendo a sus necesidades.

Responsabilidad Ambiental: La empresa generará acciones que promuevan la preservación al medio ambiente ya que nuestro empaque será ecológico, amigable con el medio ambiente además tomar en cuenta que la materia prima es totalmente orgánica por lo tanto los residuos que se generan al finalizar la producción podrían servir como abono.

Profesionales apasionados con su trabajo: El personal de la empresa será considerado en la toma de decisiones para mejoras de la empresa, los empleados están bajo contrato individual de trabajo, con afiliación al seguro social y contarán con todos los derechos estipulados en el código de trabajo del Ecuador.

Actividad.

“Natural Herbs” es un establecimiento para la elaboración y comercialización de infusiones de Guayusa y Hierbaluisa, dentro del proceso de elaboración que se llevara a cabo propone la recepción de materia prima, selección, lavado, aireación, deshidratación, molido, empacado y almacenamiento. La comercialización del producto ya empaquetado se hará la entrega a través de nuestras unidades de transporte a cada sitio requerido por el cliente esto incluye grandes, pequeñas empresas dedicadas a la venta de estos productos.

Tamaño y distribución de la empresa

“Natural Herbs” es una microempresa que contará con las áreas de: desembarque, bodega, área de producción, control de calidad, Bodega de productos terminados, departamento de producción, departamento de comercialización y distribución, gerencia y sala de reuniones. (Ver Ilustración 1).

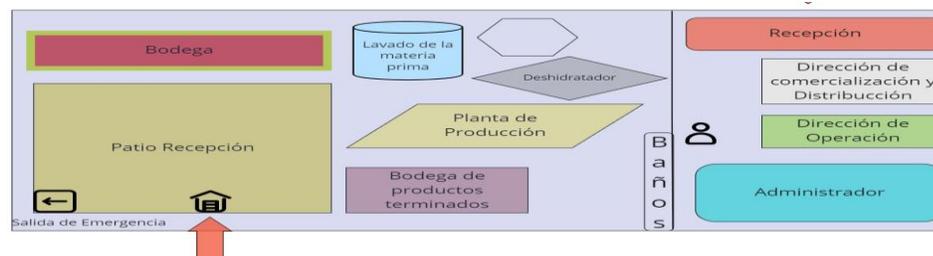
Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del “Natural Herbs” el espacio adecuado con instalaciones seguras en el área de producción por ello contamos con un personal ampliamente capacitado para cualquier imprevisto. Todas las áreas estarán adecuadas para el tamaño necesarias para que el proceso se lleve a cabo de la mejor manera.

Estructura interna del establecimiento

Ilustración 1.

Esquema y distribución “Natural Herbs”



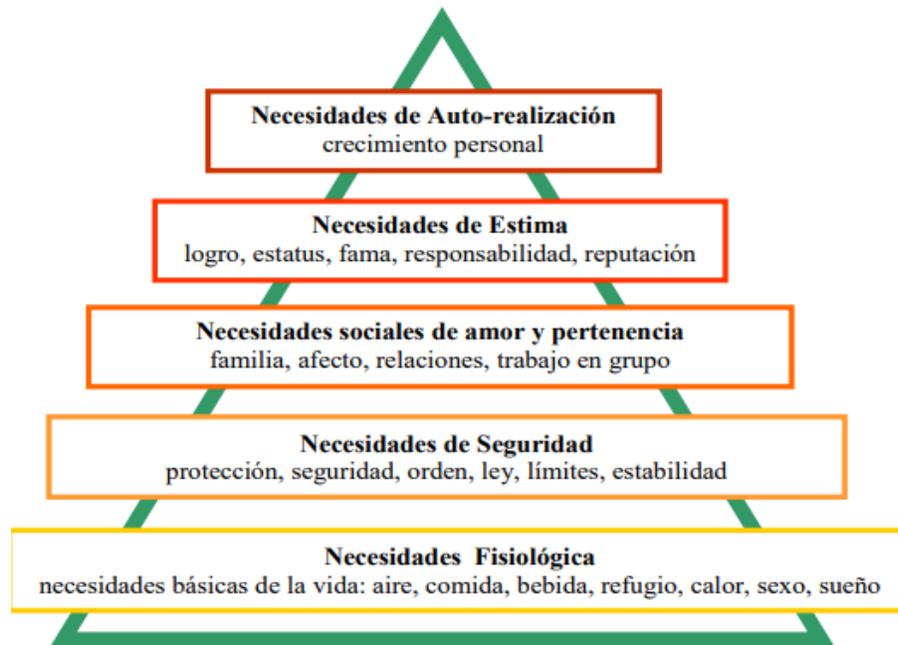
Nota: Descripción del esquema y distribución de la micro empresa Natural Herbs.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Necesidades que satisfacer

Ilustración 2.

Pirámide de Maslow.



Nota: Descripción pirámide de Maslow.

Fuente: (Chapman, 2007)

Maslow fue conocido como uno de los principales exponentes de la psicología humanista, la cual postula la salud mental a través de un modelo holístico-dinámico que plantea la jerarquía de las necesidades humanas conocida como la “pirámide de Maslow”, en la cual se contemplan las necesidades fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización para una vida plena” (Doubront & Doubront, 2020,p.3)

Según Doubront la pirámide de maslow explica el comportamiento del ser humano según sus necesidades.

Necesidad de Seguridad

La empresa está regida por protocolos de seguridad especialmente en el área de producción con personal altamente calificado para el uso de la maquinaria dentro del área con su equipo de protección, además la seguridad de los trabajadores se garantizará de acuerdo a los reglamentos y leyes vigentes en el Ecuador (Codificación del Código [CDC], 2012, p.8)

Necesidad Social

Estas necesidades se relacionan con nuestra sociedad en función de la relación social, participación y aceptación. Propone la satisfacción de estas necesidades a través de servicios y prestaciones que incluyen varias actividades (Abraham Maslow, 2004).

La microempresa busca una buena relación con los proveedores ofreciendo un producto de alta calidad manteniendo el profesionalismo. Con los trabajadores se busca que estén en un ambiente agradable y que sean valorados por la empresa para que ellos desarrollen el mayor potencial en el cumplimiento de sus actividades diarias

Necesidad de Autorrealización

Esta necesidad está caracterizada por mantener el deseo de llegar a ser cada vez una mejor persona en cualquier aspecto como el ser un buen profesional (Maslow, 1987).

“Natural Herbs” se encargará de que su personal siga preparándose, estudiando y aprendiendo por medio de capacitaciones, talleres y cursos constantes para mejorar tanto a nivel profesional como personal para poder desarrollar todo el potencial y alcanzar juntos el éxito.

Necesidades Fisiológicas o básicas.

Boeree (2006) afirma que las necesidades fisiológicas o básicas “Son de origen biológico y están orientadas hacia la supervivencia del hombre; se consideran las necesidades básicas e incluyen cosas como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio” (p.2).

“Natural Herbs” busca satisfacer las necesidades fisiológicas del ser humano en este caso la empresa está enfocada en la salud del cliente brindándole un producto completamente natural y beneficioso para su bienestar diario.

Localización de la empresa.

“Natural Herbs” estará ubicada en el cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos, Ecuador, Calle Fugones y s/n, barrio Lucha de los Pobres.

Ilustración 3.

Ubicación.



Nota: Ubicación de la Microempresa Natural Herbs en la provincia de sucumbíos Cantón Lago Agrio.

Fuente: (Google maps, 2022).

Filosofía empresarial.

Misión.

Según lo expuesto por Rivera (1991) establece que la misión “Es el propósito por el cual una organización existe. En general, la misión organizacional de una

empresa contiene información como, qué tipos de productos o servicios produce la organización, quienes son sus clientes, y qué valores importantes tiene” (p.6).

Según Rivera la misión organizacional en una entidad contiene información de los tipos de productos y servicios que va a producir esta, cuáles son sus clientes y que recursos importantes tiene.

Nuestra misión es ser una microempresa productora y comercializadora de infusiones naturales, a través de un producto de calidad que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de nuestros consumidores con un producto, precio cómodo al alcance de su bolsillo, además brindando el bienestar en su salud y de la misma manera no incurrir en daños para el medio ambiente.

Visión.

Según Rivera (1991) “La visión articula un panorama futuro realista, creíble y atractivo para la organización, una condición futura mejor de lo que ahora existe en muchos aspectos importantes.”(p.3). La visión está enfocada en proponer estrategias reales y atractivas para una organizacional en todos los aspectos.

En base a lo expuesto la empresa Natural Herbs en 5 años plantea convertirse en una microempresa referente líder, productora y comercializadora de infusiones a nivel local, donde nuestros clientes se sientan satisfechos por la calidez de su atención y los productos que ofrecemos de la mejor calidad.

Objetivos.***Objetivo General.***

- Crear un proyecto de factibilidad para la elaboración y comercialización de infusiones de Guayusa, hierbaluisa en el Cantón Lago Agrio Provincia de sucumbíos.

Objetivos Específicos.

- Realizar una encuesta de estudio de mercado para conocer la aceptación del producto en el Cantón Lago Agrio.
- Desarrollar estrategias innovadoras para la comercialización de las infusiones.
- Fortalecer el uso de herramientas tics para generar marketing de contenidos de la microempresa.
- Capacitar frecuentemente a los empleados para ofrecer un servicio y una atención al cliente de alto nivel.

Meta.

Creación de una micro empresa para la elaboración y comercialización de infusiones de guayusa y hierbaluisa en el Cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos, con un plan de gestión adecuado para posesionarse en el mercado local y tener una rentabilidad a largo plazo.

Estrategias.

Una estrategia conforma la metodología de lograr el alcance de un objetivo mediante un plan de acción el cual se compone por objetivos estratégicos para cada área de una organización. “La estrategia explica la manera en que, frente a sus rivales, una organización conseguirá un desempeño superior”. (Magretta, 2014,p.20).

- La organización establecerá estrategias de liderazgo en Costes así: Se mejorará los procesos de comercialización y de venta al público.
- También se establecerán estrategias de diferenciación como: crear promociones por compras mayoristas en beneficio a nuestros proveedores.
- Estrategias de enfoque: Centrarnos en segmentos del mercado donde nuestros clientes buscan las mejores opciones en la salud y nutrición al consumir nuestro producto.
- La empresa estará innovando frecuentemente de acuerdo a lo que requiera el mercado local con fin de adaptarse y mantener rentabilidad a largo plazo
- Conseguir el posicionamiento del producto dentro del mercado local para luego buscar nuevas áreas geográficas donde se pretende lograr su aceptabilidad.
- La empresa tendrá un plan de gestión (comercialización, canales de distribución, producto y financiero) que garantizará el buen funcionamiento de la misma para el logro de los objetivos planteados.

- Aumentar los clientes potenciales, penetración en el mercado: mediante publicidad dirigida utilizando las principales redes sociales y página web.

Políticas.

La empresa.

- El horario de trabajo será ejecutado desde las 08h00 a 17h00 de lunes a viernes.
- El pago del sueldo de los empleados se realizará cada fin de mes.
- Pago de proveedores de las hojas de llevar naturales se realizará cada semana.
- La limpieza de la planta se realizará todos los días al finalizar el proceso productivo.
- Brindar cursos de capacitaciones constantes a los trabajadores de la empresa.
- La empresa se manejará bajo leyes, criterios y normas vigentes por cualquier riesgo, accidente a sus trabajadores o los equipos dentro de la actividad productiva.

Los trabajadores.

- Los empleados de la planta de producción deben contar con su uniforme respectivo para salvaguardar su seguridad (overol, gorro, guantes).
- Cada empleado debe regirse bajo su responsabilidad y honestidad sin divulgar información relacionada con la empresa.
- Los trabajadores deben ser mayores de edad, reunir los requisitos para el puesto de trabajo, no tener impedimento legal.

- Ser puntuales y responsables, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidos.
- Asistir a las capacitaciones y cursos que se brinden en la empresa.

F.o.d.a.

El análisis F.O.D.A mediante el cual se realiza el análisis de los factores positivos y negativos dentro de cualquier organización con el fin de generar estrategias y acciones para la toma de buenas decisiones en beneficio de la empresa (Quizphe Morocho & Vinueza Ayala, 2015). En base a lo expuesto el análisis F.O.D.A para nuestra organización está compuesto de las siguientes:

Fortalezas.

- Producto Natural con beneficios para la salud del consumidor.
- Un equipo de trabajo capacitado y comprometido que está en constante actualización.
- Instrumentos y maquinaria de alta calidad que facilita el trabajo del personal.
- Comunicación constante con los proveedores.
- Control detallado del proceso de elaboración para asegurar su sabor y aroma.

Oportunidades

- Crecimiento de la demanda del producto Natural Herbs.
- Proveedores de materia prima cerca de la empresa.
- El alto interés de consumo del producto por sus beneficios para la salud.
- Apoyo financiero de entidades bancarias.

Debilidades

- Limitación de recursos económicos para implementación en la empresa.
- La difusión de las promociones y publicidad implica una inversión económica constante.
- Desventaja en el mercado por ser una empresa nueva.
- Falta de experiencia en el mercado de venta de infusiones.

Amenazas

- Nuevos competidores posesionados en la venta de infusiones.
- Inflación de los precios en la materia prima por problemas externos (Problemas políticos, problemas comerciales, emergencias sanitarias)
- Alza de precios en maquinarias, mobiliario y materia prima.
- Posicionamiento en el mercado de productos similares a nivel local.

Desarrollo organizacional.

Tipo de Estructura.

La estructura organizacional para (Nazareno, 2020) se define como la “designación de relaciones formales de subordinación, como el número de niveles en la jerarquía y el tramo de control de los gerentes y supervisores” (p.435) de esta forma se puede analizar con mayor esmero a las organizaciones. Bajo este concepto se propone un tipo de estructura para la microempresa.

En “Natural Herbs” la organización de la empresa será de tipo plana vertical bajo procesos (*Ver ilustración 4*), este tipo de estructura es eficiente en pequeños negocios ya que es de poca elaboración, departamentalización y su centralización en la toma de decisiones (Robbins & Judge, 2009). Estará estructurada de la siguiente manera dividida por procesos:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial

- Administrador

Nivel Operativo

- Vendedor / Conductor
- Operador 1

En este contexto esta estructura vertical se considera la adecuada para la microempresa “Natural Herbs” ya que esta se adapta a las características del negocio como la centralización de la autoridad para la toma de decisiones y la reducida formalización de las tareas.

Procesos Estratégicos

El propietario (administrador) encargado de la planificación estratégica, gestión administrativa y controles internos.

Procesos Operacionales

La gestión de limpieza será llevada por el colaborador al finalizar sus actividades.

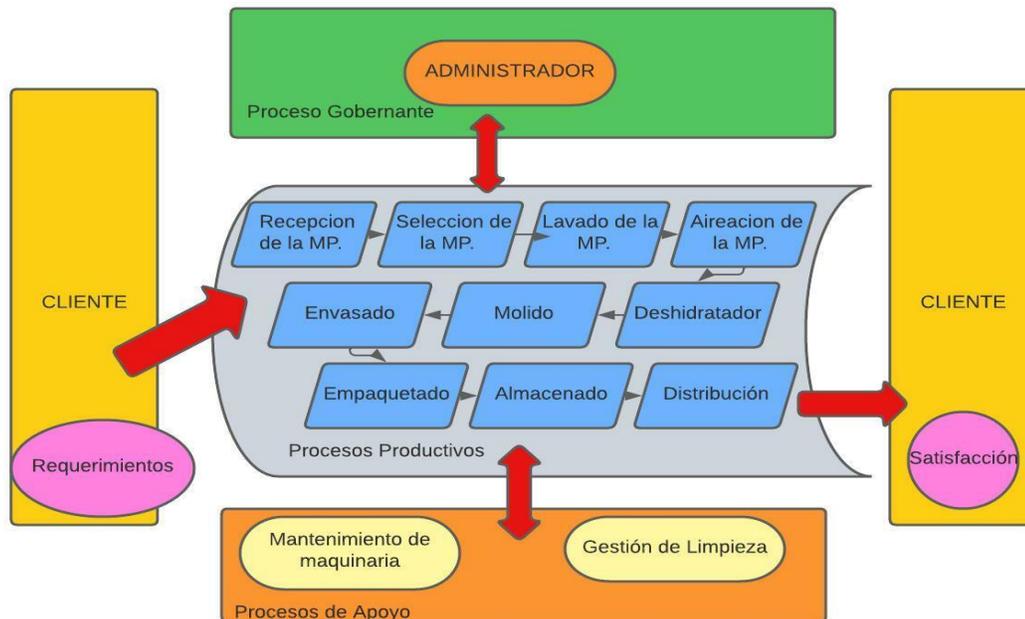
La gestión de mantenimiento de equipos, al igual que la gestión financiera será realizada por el administrador.

El conductor será el encargado de distribuir el producto terminado a nuestros proveedores.

El operador 1 será el encargado de la producción desde la recepción de la materia prima hasta el almacenamiento del producto terminado.

Ilustración 4.

Mapa de procesos de la Micro Empresa Natural Herbs



Nota: Descripción del mapa de procesos de la empresa Natural Herbs compuesto por procesos gobernantes, producidos y de apoyo.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Formalización

En su análisis Robbins (2009) define a “la formalización como el grado de estandarización de los puestos de trabajo dentro de una empresa, lo que le impide a los empleados tener comportamientos que vayan en contra de las reglas o políticas del establecimiento” (p. 525), bajo este régimen la micro empresa Natural Herbs propone:

La empresa estará orientada a procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, cumpliendo las leyes, ordenanzas y legislación

laboral. Su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, contando con todos los documentos necesarios y actualizados para el correcto funcionamiento de la empresa.

Centralización – Descentralización.

"Natural Herbs" centrará sus actividades en brindar una óptima atención al cliente, ofreciendo un servicio de calidad y personalizado, se centrará en la participación de todos los niveles para la toma de decisiones ya que si se incluyen propuestas u opiniones de todo el grupo empresarial podríamos tener un mejor manejo empresarial, todo esto contribuirá a la obtención de valor para el posicionamiento de la empresa.

La descentralización se dará en la delegación de funciones y la responsabilidad por áreas, como la organización de la empresa es plana vertical, cada trabajador responderá por su zona de trabajo, sin embargo, pueden aportar con ideas que ayuden en el crecimiento de la empresa.

Integración

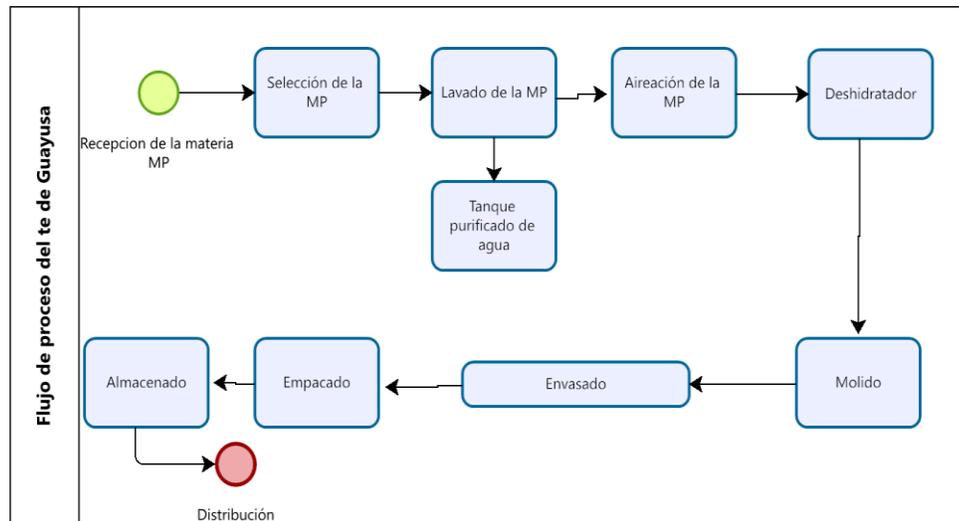
La integración organizacional se centrará en los colaboradores bajo el control y supervisión de una figura de poder, en nuestro caso el propietario este proceso permitirá llevar un control de cada una de las áreas, identificando la interrelación

entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades.

(Ver ilustración 5,6 y 7).

Ilustración 4.

Flujo de procesos de la elaboración de Guayusa.

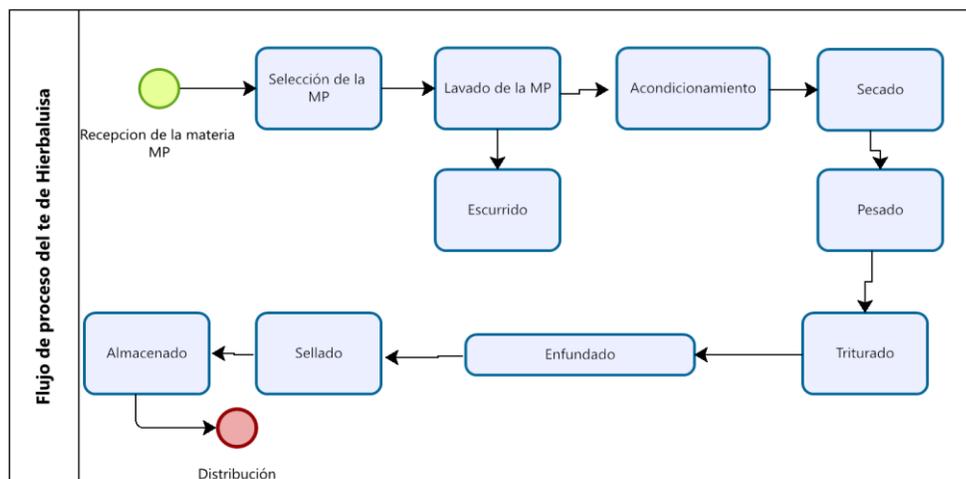


Nota: Descripción de flujo de proceso para la producción de Guayusa.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Ilustración 5.

Flujo de procesos de la elaboración del té de Hierbaluisa.

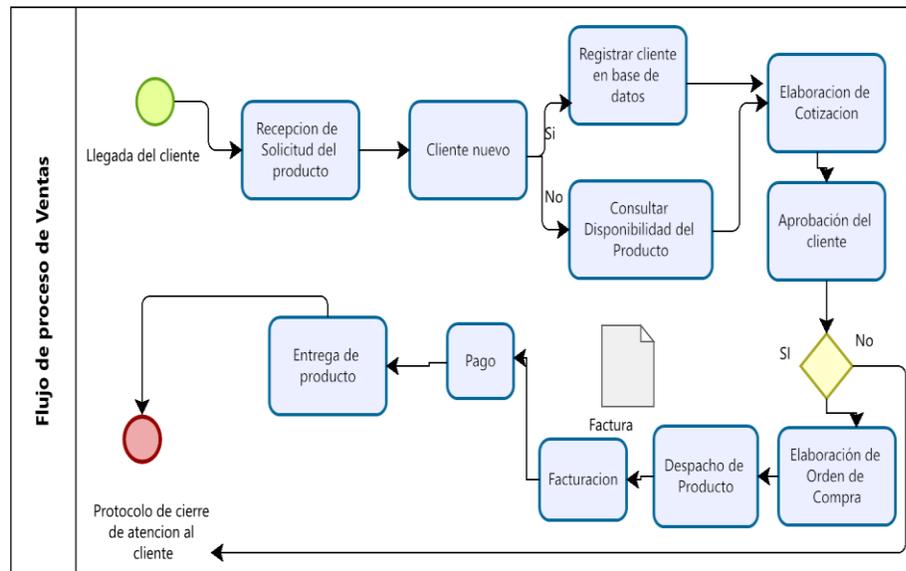


Nota: Descripción de flujo de proceso para la producción de Hierbaluisa.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Ilustración 7.

Flujo de procesos de Ventas.

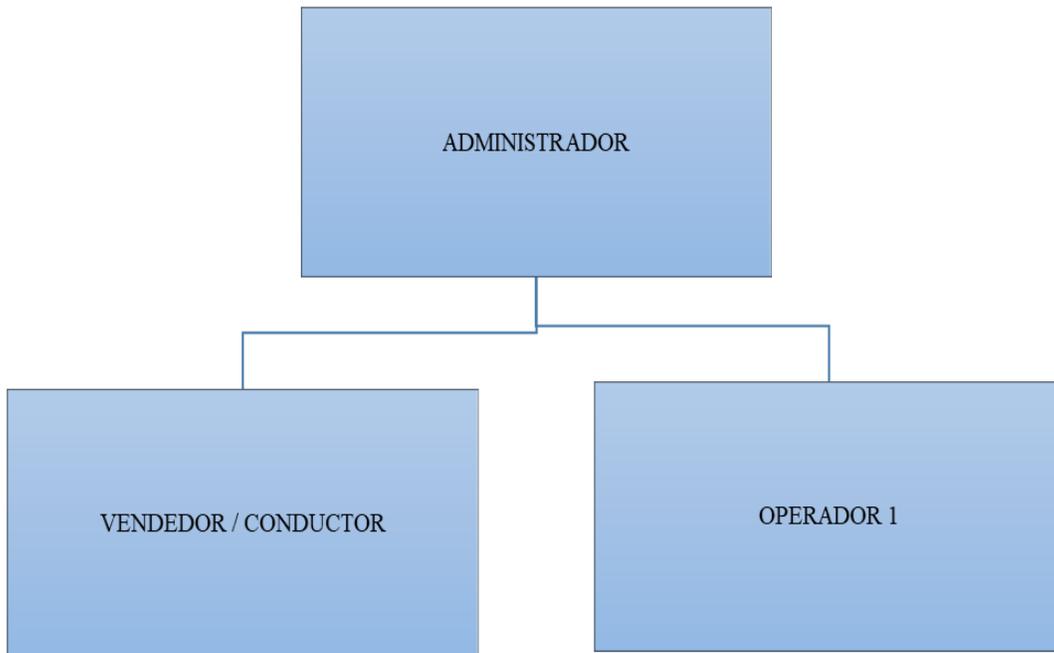


Nota: Descripción de flujo de proceso para la cadena de venta de la microempresa Natural Herbs.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Organigrama empresarial.**Ilustración 8.**

Organigrama empresarial “Natural Herbs”



Nota: Descripción de estructura empresarial desde el nivel gobernante hasta el nivel de apoyo.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Funciones del personal

Detalles generales del puesto de Administrador.

Empresa	Natural Herbs
Unidad administrativa	Nivel Gobernante
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, responsable de comprar los materiales, insumos, trato con proveedores, Atención al cliente.
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos
Remuneración	\$ 675

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1.

Méritos aspectos a considerar del Administrador.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración.	1 año de experiencia	Dominio de procesos contables, manejo de inventario, atención al cliente.	Puntualidad Respeto Adaptabilidad, Atención al cliente. Creatividad, Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo, Planificación y organización. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Detalles generales del puesto de Vendedor / Conductor

Empresa	Natural Herbs
Unidad administrativa	Área operativa
Misión del puesto	Entrega de producto terminado a diferentes lugares del Cantón Lago Agrio.
Denominación del puesto	Vendedor / Conductor de vehículo Pesado.
Rol del puesto	Atención al cliente, Ejecución de procesos.
Remuneración	\$ 425

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2.

Méritos aspectos a considerar, Vendedor / Conductor.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller Conductor Profesional tipo E	Al menos 2 años de experiencias de conductor.	Atención al cliente. Manejo a la defensiva. Manejo de inventarios.	Adaptabilidad. Atención al cliente. Respeto Comunicación. Puntualidad Compromiso. Decisión. Tolerancia al estrés. Honestidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Detalles generales del puesto de Operador

Empresa	Natural Herbs
Unidad administrativa	Área operativa
Misión del puesto	Operar de manera correcta los equipos, mantener el lugar de trabajo limpio.
Denominación del puesto	Operador
Rol del puesto	Ejecución de procesos.
Remuneración	\$ 425

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3.

Méritos aspectos a considerar, operador.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	Al menos 1 años de experiencias	Atención al cliente. Experiencias en operar maquinaria deshidratadora, envasadora, etiquetadora etc.	Atención al cliente. Respeto Comunicación. Puntualidad Compromiso. Decisión. Honestidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Elaborado por: Dennis Cabrera

3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Un objetivo de mercadotecnia se basa en satisfacer los deseos, necesidades y expectativas de los consumidores, buscando posicionarse en el mercado para generar ingresos favorables en la empresa (Fischer De La Vega & Espejo, 2011).

Lograr el reconocimiento de la marca a nivel local, poniendo énfasis en la relación salud – bienestar de nuestros consumidores, todo esto para aumentar nuestros clientes potenciales a través del uso del marketing digital especialmente en redes sociales.

Investigación de mercado

Malhotra,(2004) define “La investigación de mercados es la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de problemas y oportunidades de marketing”(p.7).

Para la investigación de mercado para la micro empresa Natural Herbs se realizó una técnica cuantitativa a través de encuestas para conocer la conducta de

aceptación del producto en nuestra localidad, se espera que los resultados sean representativos al universo de la muestra al cual pertenece estos individuos, la información obtenida de esta muestra aleatoria será examinada mediante análisis estadístico y matemáticos

La segmentación del mercado se realiza en base a una observación directa en los supermercados de la ciudad de Lago Agrio, en los cuales se ha evidenciado que las compras de infusiones oscilan entre 1 y 3 cajas de infusiones por compra de canasta familiar. Para mantener la secuencia de planificación de nuestro emprendimiento, se realizó un análisis macro y micro al entorno de nuestro público objetivo. El objetivo principal de nuestra encuesta es conocer la aceptación del mercado a la propuesta de valor, además la demanda potencial e insatisfecha.

Modalidad.

La recolección de datos se la realizo mediante encuestas online durante una semana se envió en link correspondiente a 100 personas de acuerdo a nuestra segmentación de mercado, la encuesta consto de 10 preguntas cerradas.

Plan de Muestreo.

En este trabajo de investigación se realizó mediante la aplicación Forms, en el presente año, se consideró la población de la provincia de Sucumbíos cantón Lago Agrio con 48562 habitantes de los cuales nuestra segmentación de mercado esta dirigidas a personas que cuidan de su salud por ello solo se tomó en cuenta a los ciudadanos de la localidad que habitan en el centro de la ciudad considerando una persona por hogar, es decir, 135 personas como muestra para la aplicación de las encuestas.

Se realizó mediante un tipo de muestreo probabilístico según Velasco & Martínez, (2017) “es una técnica de muestreo en donde los individuos de la población son elegidos aleatoriamente y cada uno cuenta con la misma probabilidad positiva de ser elegidos y formar parte de la muestra”(p.3), este tipo de muestreo es considerado muy eficiente y recomendable para investigaciones.

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula (Torres et al., 2006 p.11):

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{129,654}{1,2954}$$

$$n = 100$$

Análisis de las encuestas

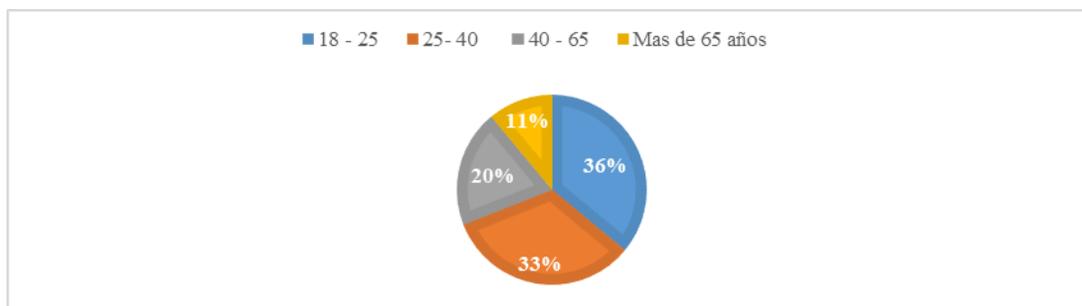
Tabla 4.

Pregunta 1.

¿Rango de Edad que se encuentra?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
18 - 25	36	36 %
25 - 40	33	33 %
40 - 65	20	20%
Más de 65 años	11	11%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Dennis Cabrera

Ilustración 9.



Elaborado por: Dennis Cabrera

Análisis: De los 100 encuestados manifestaron en su mayoría que son jóvenes de 18 a 25 años representando un 36 % de consumidores de infusiones, seguido por el 33 % que tienen una edad de 25 a 40 años, el 20 % representa a las edades de 40 a 65 y el 11% indica a las personas más de 65 años que consumirían infusiones.

De acuerdo a los resultados se podría decir que el consumo de nuestros productos tendría una alta aceptación en personas jóvenes, esto puede deberse que conocen los beneficios que brindan las infusiones naturales.

Tabla 5.*Pregunta 2.*

¿Usted compraría infusiones producidas en nuestra Localidad (Lago Agrio)? Si su respuesta es sí continúe con el cuestionario de lo contrario finalice la encuesta?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	96	96 %
No	4	4 %
TOTAL	100	100%

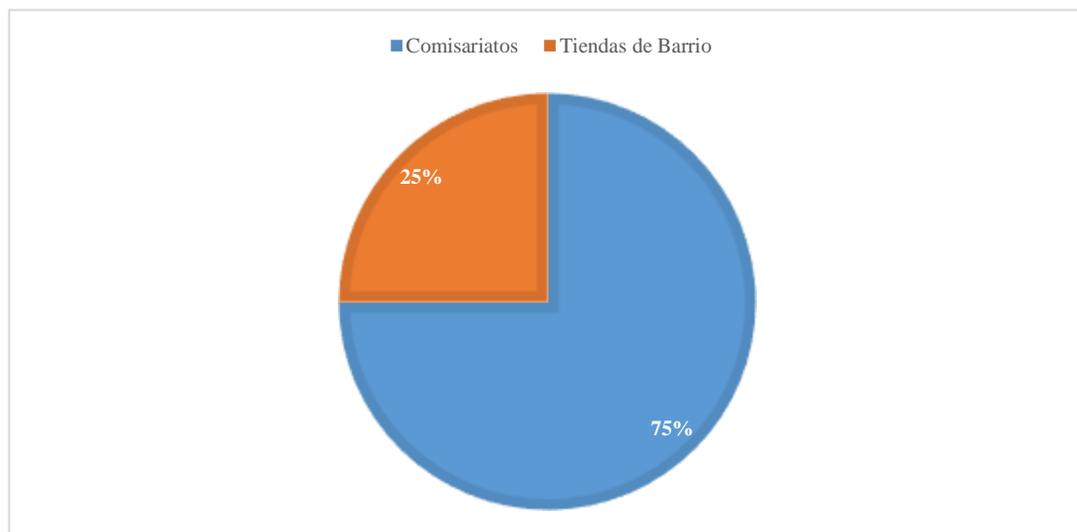
Elaborado por: Dennis Cabrera**Ilustración 10.****Elaborado por:** Dennis Cabrera

Análisis: De los 100 encuestados el 96 % si consumirían infusiones producidas en la localidad (Lago Agrio) y solo el 4 % de las personas no consumirían, es decir, que dentro de nuestra segmentación de mercado en su mayoría estarían dispuestos a comprar los productos de infusiones de Natural Herbs y ese pequeño porcentaje correspondería a las personas que talvez consuman otras bebidas.

En definitiva, la creación de la empresa Natural Herbs con los resultados arrojados en esta pregunta se puede decir que se posesionaria muy bien en el mercado debido a la alta aceptación del producto y a los beneficios que brindan en su salud.

Tabla 6.*Pregunta 3.*

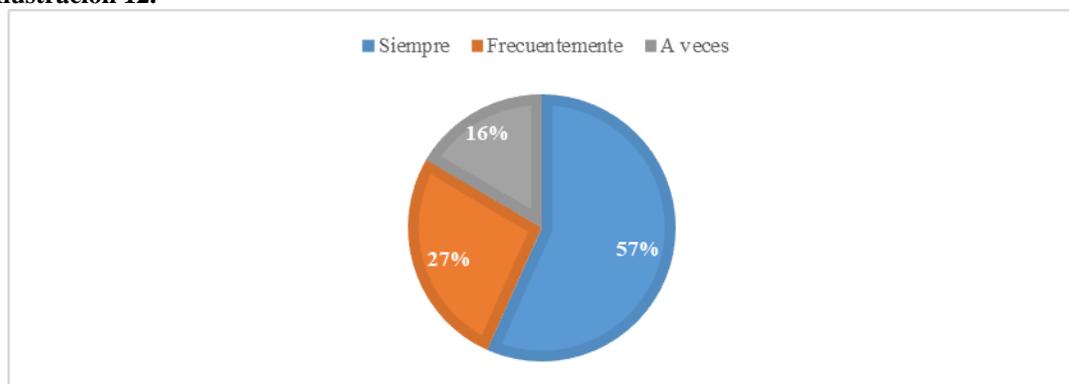
¿En qué lugares frecuenta su compra?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Comisariatos	75	75
Tiendas de barrio	25	25
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Dennis Cabrera**Ilustración 11.****Elaborado por:** Dennis Cabrera

Análisis: De las 100 personas encuestadas en el Cantón de Lago Agrio se logró determinar que el 75 % respondió que compra en comisariatos, mientras el 25 % lo realiza en tiendas de barrio, esto nos da una idea de que nuestros intermediarios que son los comisariatos registrarían un buen porcentaje en sus ventas de nuestros productos ofertados.

Tabla 7.*Pregunta 4.*

¿Con que frecuencia consume infusiones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Siempre	55	57
Frecuentemente	26	27
A veces	16	16
TOTAL	97	100%

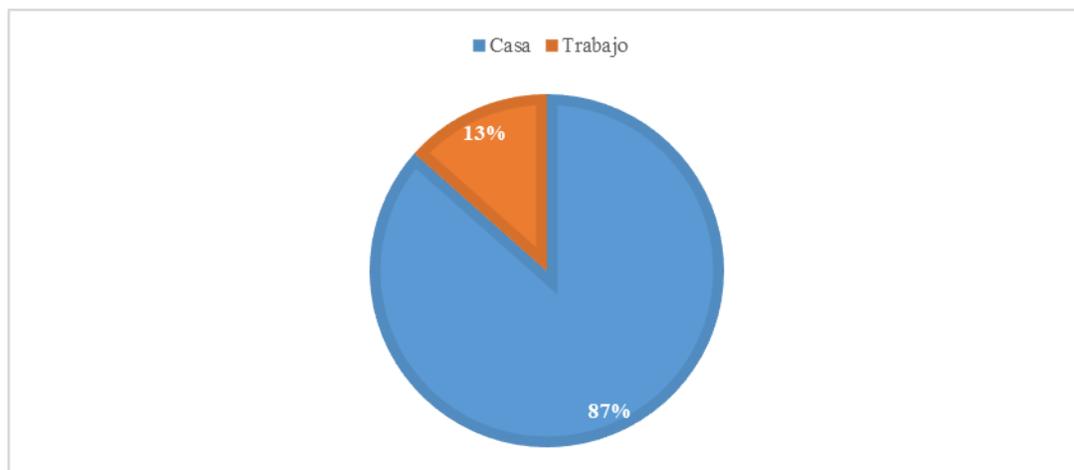
Elaborado por: Dennis Cabrera**Ilustración 12.****Elaborado por:** Dennis Cabrera

Análisis: De las personas encuestadas la frecuencia que consumen infusiones el 57 % consume siempre, el 27% consume de forma frecuente y el 16% representa a las personas que consumen a veces, tal como nos indica estos resultados tenemos un alto consumo de infusiones esto puede deberse que son productos naturales y no contienen químicos dañinos para la salud. El porcentaje que no consume las infusiones tal vez no conozca de su beneficio.

Estos resultados nos posibilitan la oportunidad de promocionar nuestros productos y de esta manera mantener una participación más alta en el mercado.

Tabla 8.*Pregunta 5.*

¿Dónde consume las infusiones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Casa	84	87
Trabajo	13	13
TOTAL	97	100%

Elaborado por: Dennis Cabrera**Ilustración 13.****Elaborado por:** Dennis Cabrera

Análisis: De las personas encuestadas en el Cantón Lago Agrio se determinó que el 87% del consumo de infusiones lo realiza en los domicilios, mientras que el 13% del consumo de las infusiones se da en los trabajos. Esto hace referencia a que el grupo de encuestados prefieren consumir infusiones en sus hogares, ya sea para desayunar o mediante una conversación.

En base a estos resultados la micro empresa Natural Herbs estaría dispuesta a realizar campañas para promocionar nuestros productos y que conozcan mejor sobre sus beneficios.

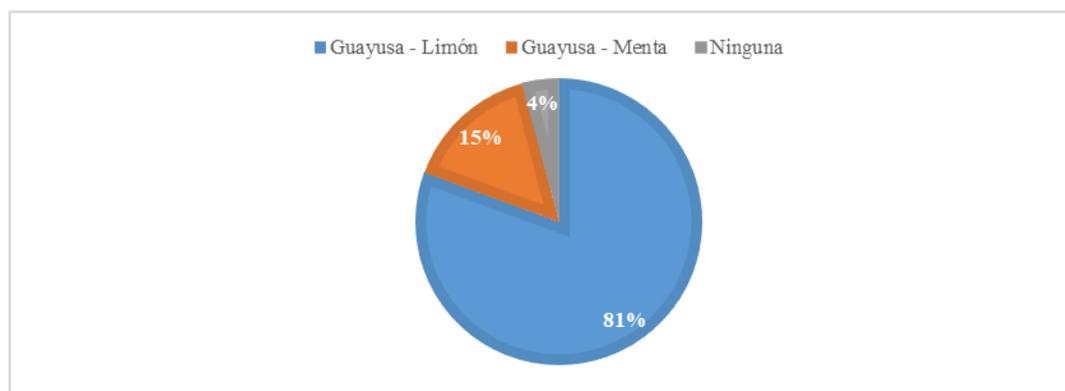
Tabla 9.

Pregunta 6.

¿Qué combinaciones de infusión de guayusa le gustaría probar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Guayusa – Limón	79	81
Guayusa – Menta	15	15
Ninguna	4	4
TOTAL	98	100%

Elaborado por: Dennis Cabrera

Ilustración 14.



Elaborado por: Dennis Cabrera

Análisis: De las personas encuestadas el 81 % prefiere guayusa con limón, el 15 % consumiría guayusa con menta y el 4 % no consumiría ninguna. Estos resultados nos indica una buena aceptación para la guayusa con limón esto puede

deberse a que las personas ya conocen el sabor del limón y es más frecuente en sus hogares y talvez las otras combinaciones no sean de su agrado. En definitiva, estos resultados nos dan a conocer que podríamos promocionar el producto con otras combinaciones a través de pruebas en los comisariatos para que las personas degusten el sabor y se decidan por otras combinaciones.

Tabla 10.

Pregunta 7.

¿Usted tomaría infusiones de Guayusa y Hierbaluisa?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	89	93
No	7	7
TOTAL	96	100%

Elaborado por: Dennis Cabrera

Ilustración 15.



Elaborado por: Dennis Cabrera

Análisis: De las personas encuestadas un 93% de la segmentación de mercado estaría dispuesto a tomar infusiones de guayusa y hierbaluisa y un 7% no está de

acuerdo, esto nos indica que nuestro proyecto de factibilidad dentro de la localidad está bien direccionado hacia nuestros posibles clientes.

Conociendo estos resultados la Empresa Natural Herbs tendría una alta aceptación en el mercado y propondría para ese mínimo porcentaje que no consumiría el producto realizar promociones para que conozcan los beneficios de las infusiones de guayusa y hierbaluisa y se animen a probar.

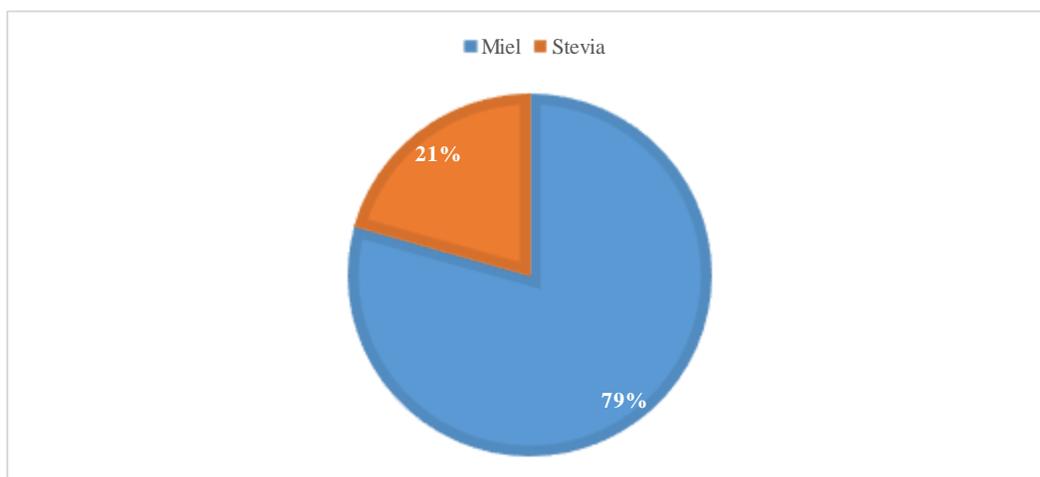
Tabla 11.

Pregunta 8.

¿Con que endulzante le gustaría consumir las infusiones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Miel	77	79
Stevia	20	21
TOTAL	97	100%

Elaborado por: Dennis Cabrera

Ilustración 16.



Elaborado por: Dennis Cabrera

Análisis: De todos los encuestados el 79 % consumiría el Té de Guayusa y hierbaluisa endulzada con miel, mientras el 21 % de la segmentación de mercado prefiere con Stevia.

Los resultados arrojan la preferencia de guayusa con miel debido a que esta tiene algunos beneficios, además su sabor les parece agradable. Por ellos la micro empresa se centraría en poner sobres gratuitos en las cajas de infusiones con endulzados con Stevia para que nuestros clientes puedan degustar de su sabor.

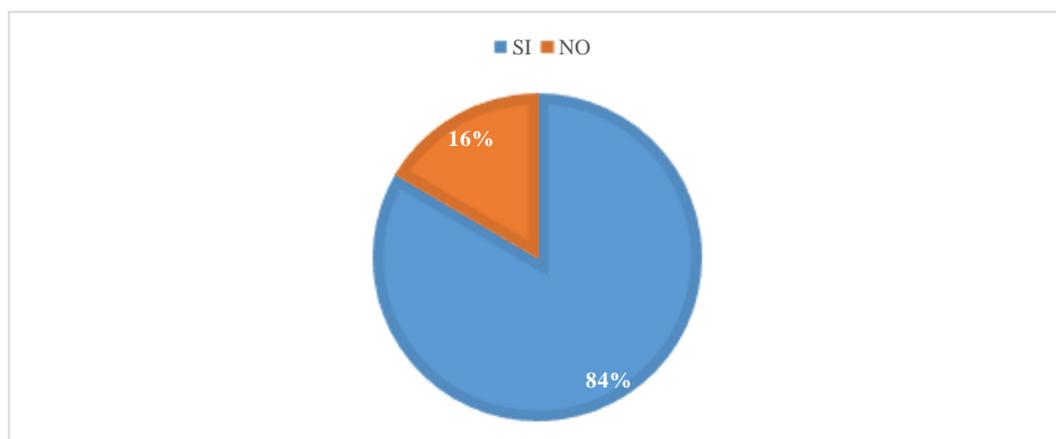
Tabla 12.

Pregunta 9.

¿Conoce las propiedades del té de plantas medicinales?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	81	84
No	16	16
TOTAL	97	100%

Elaborado por: Dennis Cabrera

Ilustración 17.



Elaborado por: Dennis Cabrera

Análisis: De las 97 personas que contestaron la encuesta el 84 % conoce las propiedades de los Té de plantas medicinales y el 16 % de las personas no conocen sus propiedades que son beneficiosas para su salud.

Estos resultados arrojan que en su mayoría las personas están al tanto de las propiedades de las plantas medicinales ya que son muy usadas y reconocidas por su aprovechamiento en la salud, para ese poco porcentaje que no conoce de las propiedades la empresa Natural Herbs tendrá como objetivo dar a conocer sus beneficios a través de marketing digital

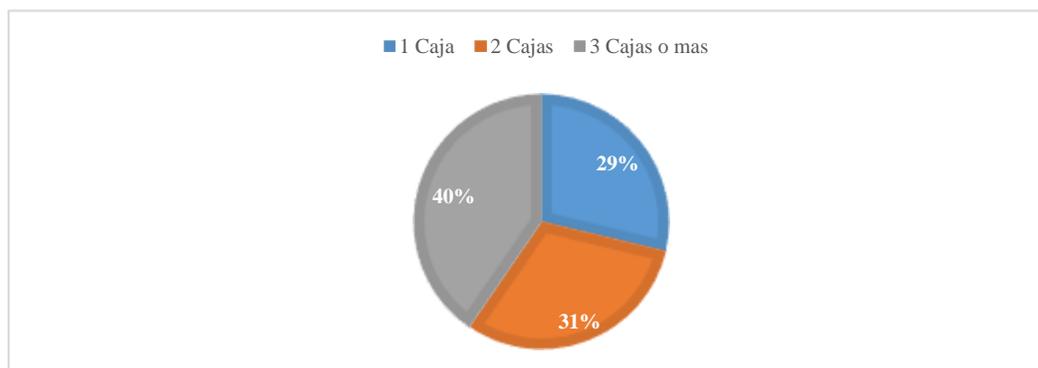
Tabla 13.

Pregunta 10.

¿Cuántas cajas de infusiones usted compraría en el mes?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 Caja	27	29
2 Cajas	29	31
3 Cajas o mas	38	40
TOTAL	94	100%

Elaborado por: Dennis Cabrera

Ilustración 18.



Elaborado por: Dennis Cabrera

Análisis: De todos los encuestados el 29 % consumiría al mes una caja de infusiones, el 31 % consumiría 2 cajas y el 40 % consumiría 3 cajas o más por mes.

Esto nos indica que las personas prefieren consumir infusiones naturales más que otros productos y en sus compras mensuales estarían dispuestos a llevar tres cajas al mes para cubrir sus requerimientos, por consiguiente la micro empresa estaría en contacto frecuente con sus intermediarios para abastecer sus locales y que no falte el producto.

Análisis General.

En el análisis e interpretación de datos de la encuesta a 100 personas se planteó un análisis comprensivo y articulado de los datos registrados mediante análisis estadísticos. Los diferentes resultados que se presentaron nos mostraron las características generales y específicas de nuestro público objetivo.

En las encuestas se demuestran que la infusión tiene una alta demanda en el mercado local, las infusiones de guayusa y hierbaluisa tienen una aceptación del 93 % respecto a nuestro público objetivo, de la misma manera el proyecto de factibilidad es viable con un 96 % de aceptación a la compra de infusiones producidas en nuestra localidad, por ello tenemos una perspectiva mayor a la producción y comercialización en el mercado.

Se puede concluir que 96 personas de 100 consumirían infusiones producidas a nivel local compradas en supermercados y las consumirían siempre en sus hogares, y una alternativa a la combinación de guayusa fue aceptable guayusa limón, nuestro

público objetivo le gustaría consumir infusiones con miel. En base al conocimiento de las propiedades medicinales de las infusiones respondieron 84 % que si conocen de sus beneficios y estarían dispuestos a consumir 3 cajas o más al mes.

Entorno empresarial

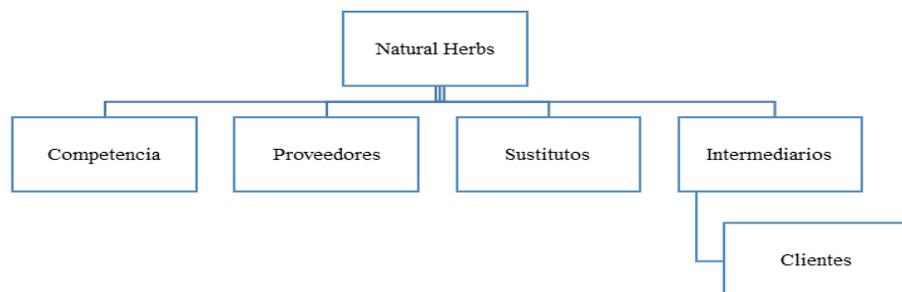
Las empresas tienen una tonalidad cambiante y para Fernández, (2016) el entorno empresarial es “el funcionamiento y gestión a un conjunto de factores de carácter económico, político, socio-cultural, jurídico-legal, ambiental y tecnológico” (p.1), en este entorno influyen las políticas públicas de cada país. El análisis del entorno empresarial de Natural Herbs se evaluará en base a:

Microentorno

Natural Herbs considera su micro entorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo, su valoración se realizará de acuerdo al esquema propuesto.

Ilustración 19.

Esquema micro entorno Natural Herbs.



Nota: Micro entorno de la micro empresa Natural Herbs.

Elaborador por: Dennis Cabrera

Competencia directa

Para Aramendia,(2020),la competencia directa se trata de “el número de actores en el mercado que son capaces de producir un producto igual al de nuestra empresa”(p.20),esto podría ser en calidad o innovación.

La competencia directa de la empresa se evaluará en base:

- Ubicación de la empresa
- Categoría de Productos

Se estableció un recorrido por el lugar donde estará ubicado la micro empresa Natural Herbs y no se encontró competidores directos, en nuestra ciudad no existe empresas productoras y comercializadoras de infusiones naturales. Sin embargo, los comisaritos de nuestra localidad ofertan distintas marcas de infusiones de empresas nacionales quienes serian la competencia directa, entre estas están:

Tabla 14.

Empresas productoras de infusiones en el Ecuador.

Empresa	Producto
Industria Lojana de Especería ILE.C.A	Infusiones de Hierbaluisa Infusiones de Horchata Infusiones de Menta Infusiones de Manzanilla Infusiones de Toronjil Infusiones de Cedrón
Tippytea	Infusiones de Guayusa Infusiones de Menta Infusiones de Hierbaluisa

	Infusiones de Hierba buena Infusiones de anís Infusiones de Flores de Manzanilla Infusiones de Manzanilla y miel Infusiones de Toronjil
--	---

Elaborado por: Dennis Cabrera

Competencia indirecta

La competencia indirecta para Porter, (2015) son “aquellas empresas con capacidad de entrar a competir con las pertenecientes a un subsector determinado” (p.62), por ello se consideró que dentro de nuestra localidad podríamos mencionar como competencia indirecta a los emprendedores que producen bebidas embotelladas de guayusa y están son comercializadas en las pequeños mini Marquet y tiendas de nuestra ciudad. Estas empresas son:

- Yaku Guayusa
- Té de Guayusa

Sustitutos

Para Castro et al., (2003) los sustitutos son “aquellos que pueden aparecer y cubrir las mismas necesidades que satisfacen los productos que actualmente existen en el mercado”(p.62), estos productos serian alternativos.

Después del análisis en base a la calidad del producto no se encuentra sustitutos para la micro empresa Natural Herbs.

Proveedores

Para Aramendia, (2020), los proveedores se definen como “las empresas que proporcionan recursos a nuestra empresa para producir los bienes y servicios”(p.19), en base al producto o servicio que se oferte.

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales que rige la microempresa Natural Herbs se presentan los siguientes proveedores:

Proveedores de maquinaria, materia prima e insumos para la producción de infusiones.

Tabla 15.

Proveedores de Maquinaria.

Proveedor de Maquinaria		
Porveedor	Fiabilidad y beneficios	Productos
Comercial Barreto	Productos de calidad Entrega de productos en el establecimiento Varios años de experiencia	Molino Pulverizador Balanza Industrial Envasadora para las bolsas del te Etiquetadora Deshidratador
Proveedores de materia prima		
Agricultores de la localidad	Producto de calidad Varios años de experiencia	Hojas de guayusa Hojas de hierba luisa
Proveedores de insumos papel filtrante, cajas y publicidad		
Imprenta Nuñez	Productos de calidad Entrega de productos en el establecimiento Varios años de experiencia	Hojas Menbretadas Tarjetas de presentacion Cajas pegables

Grafimpac S.A	Productos de calidad Entrega de productos en el establecimiento Varios años de experiencia	Papel Filtrante
Sonapal.	Productos de calidad Entrega de productos en el establecimiento Varios años de experiencia	Materiales de Oficina

Elaborado por: Dennis Cabrera

Intermediarios

Para Aramendia, (2020) los intermediarios se refieren “al grupo de empresas que ayudan a la producción, distribución y venta de bienes y servicios de una organización”(p.20), esto en base a su segmentación de mercado o público objetivo.

Natural Herbs al ser una empresa productora de infusiones los intermediarios principales serán los comisariatos de la localidad, mini Marquet, tiendas de barrio, dentro de estos establecimientos nuestros clientes podrán adquirir el producto.

Clientes

Los clientes son nuestra segmentación de mercado para la cual está dirigida nuestro producto.

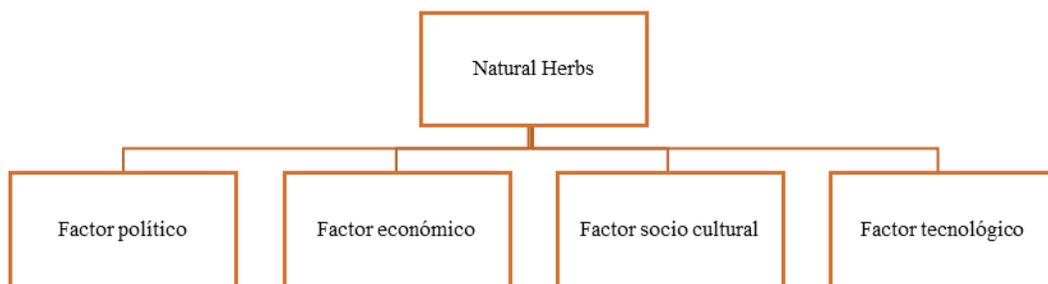
Natural Herbs es una microempresa dirigida a familias y personas que cuidan de su salud consumiendo infusiones naturales una alternativa a otros productos que contienen mucha azúcar añadida.

Macro entorno

Son aquellos factores sobre los que Natural Herbs no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento. Su análisis se realizará en base a sus componentes propuestos.

Ilustración 20.

Esquema macro entorno Natural Herbs.



Nota: Aquí podemos observar el esquema del macro entorno que utilizara la micro empresa Natural Herbs.

Elaborado por: Dennis Cabrera

Factor Político.

Para Camacho Marín et al., (2016) los factores políticos se “refieren al uso del poder, en relación con los gobiernos nacionales, departamentales, locales, los órganos de representación y las decisiones políticas normas, leyes que regulan el sector de trabajo, comercio, reglamentos, sistemas de gobierno” (pp.41), a los que se tendrá que regir una empresa de acuerdo a sus intereses.

Natural Herbs en este factor tomara en cuenta a la “ley orgánica de la economía popular y solidaria” la cual se enfatiza en fortalecer la economía popular y solidaria con otros sectores del estado, además potenciar las practicas que se desarrollan en comunidades, pueblos y nacionalidades en relación a sus economías productivas (Coro Rocano & López Paucar, 2013).

También estará alineada al RIMPE (Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares) es el nuevo régimen tributario a partir de este año, también se contara con la normativa de la economía popular y solidaria. En definitiva, la empresa realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador que se asocien a la actividad productiva de la empresa.

Factor Económico.

El factor económico de una empresa según Camacho Marín et al., (2016) se “relaciona con el comportamiento de la economía, el flujo del dinero, bienes y servicios, tanto a nivel nacional como internacional”(p.38),de este análisis puede depender el desarrollo de una empresa.

En el Ecuador las MYPYMES son consideradas muy importante dentro del sector económico, bajo este contexto el sector manufacturero juega un papel muy importante para el análisis del factor económico en nuestro país, a la hora de iniciar una empresa (Solano et al., 2017), por ello es interesante que se conozcan datos

estadísticos que se manejan en el sector de manufactura según el (Banco Central del Ecuador [BCE], 2021) el VAB de manufactura incremento en 1,1% para el año actual en relación al desempeño de industrias de fabricación.

Entonces se ve una pequeña recuperación en el ámbito económico, sin embargo, Natural Herbs está y estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el país.

Factor Sociocultural.

En el análisis de factor sociocultural de una empresa, Camacho Marín et al., (2016) menciona que “estos factores afectan el modo de vivir de la gente, sus valores, su educación, sus principios éticos, creencias, gustos y actitudes frente al consumo”(pp.38).

Dentro de este factor Natural Herbs se enfoca en un producto relacionado con la salud, ya que es un producto natural sin químicos agregados a esto se le suma que la materia prima es autóctona de la provincia tomando y estaríamos tomando en cuenta a los pequeños a agricultores de nuestra localidad.

En el ámbito tradicional tiene un valor agregado el consumo de infusiones para un desayuno, fuente de energía o simplemente para disfrutar en familia en un día frío.

Factor Tecnológico.

El análisis de la influencia los factores tecnológicos en una empresa permiten la identificación de tecnología innovadora para los procesos de producción, gestión y apoyo en la administración de una organización (Camacho Marín et al., 2016).

En la actualidad la tecnología ha evolucionado de forma sorprendente a nivel mundial y Ecuador no es la excepción, con esta evolución en los procesos tecnológicos podemos ser más eficientes en la producción mediante la adquisición de maquinaria óptima para el proceso de infusiones que cumplan con todos los estándares de calidad.

Además, tendremos a nuestra disposición aplicaciones tecnológicas con las que podemos trabajar para de forma más directa receptando pedidos, trabajando en línea y mediante nuestro canal de distribución llevar el producto.

Producto y servicio.

Según Kotler & Armstrong, (2012), define al producto como “cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.”(p.3), este producto debe ser innovador a atrayente para el cliente objetivo.

El servicio para Kotler & Armstrong, (2012) se conceptualiza como “un producto que consiste en actividades, beneficios, o satisfacciones que se ofrecen en

venta, y que son esencialmente intangibles no tienen como resultado la propiedad de algo” (p.4), son el resultado del trabajo que realiza una empresa en conjunto con sus colaboradores.

Natural Herbs es un microempresa dedicada a la elaboración de infusiones de Guayusa y Hierbaluisa se enfoca básicamente en la producción, agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de producción que hacen énfasis en el uso óptimo de técnicas, métodos de seguridad, calidad e innovación, además realiza la comercialización del producto terminado a través de su canal de transporte, hacia los establecimientos que solicitan el producto.

Producto Esencial.

El producto esencial para Hidalgo, (2014) “es lo que realmente compra el cliente, es decir el beneficio o servicio básico del producto”(s.p), en nuestro caso es la satisfacción fisiológica de alimento que brinda las infusiones naturales hacia el cliente.

Producto real.

Para Hidalgo, (2014), un producto real se compone de “diferentes características: calidad, precio, marca, empaque, nombre, funcionalidad, etc”(s.p).

Natural Herbs ofrecerá un producto terminado en caja con logotipos de la empresa compuesta por 25 bolsas de infusiones del sabor que prefiera este puede ser de Guayusa o Hierbaluisa.

Características.

Para el expendio de productos se considerará productos de calidad garantizando la seguridad al cliente final, un correcto empaquetado y un buen manejo en la higiene como se registra en la gráfica correspondiente al flujograma de producción y comercialización de Guayusa y Hierbaluisa (Ilustración 5,6 y 7).

Calidad.

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Temperaturas de almacenamiento.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas .
- Análisis de puntos críticos de control.

Estilo.

Natural Herbs maneja un estilo de salud, fusionando el bienestar del cliente al consumo de infusiones naturales.

Marca.

Para Kotler et al., (2001) la marca es “un nombre, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, cuyo propósito es designar los bienes o servicios de un fabricante o grupo de fabricantes, y diferenciarlos del resto de los productos y servicios de otros competidores”(p.10),se considera la insignia por la cual se reconoce a la empresa.

Natural Herbs es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso “natural”, haciendo referencia al origen de la materia prima, y Herbs, significa “hierba” aludiendo su nombre en conjunto a infusiones de hierbas naturales para el consumo sin químicos agregados, empresa que busca satisfacer los requerimientos de los clientes objetivos con un producto natural que cuida de su salud y bienestar.

Producto aumentado.

Para Hidalgo, (2014), un producto aumentado se define como “aspectos como la garantía, el servicio postventa, el crédito, la entrega, la instalación del producto”(s.p),estas características son esenciales para la microempresa que brindara un servicio y producto de calidad, a precios accesibles y con el gran beneficio de salud.

Plan de introducción al mercado.**Distintivos y Uniformes.***Área Administrativa y Operativa.*

Todo el personal usará una camiseta y pantalón proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- Camisa Jhean azul
- Pantalón Jhean azul

Ilustración 21.*Uniformes.*

Materiales de identificación.

Imago tipo.

Ilustración 22.

Imago tipo.



Elaborador por: Dennis Cabrera

Elementos a destacar:

- El logotipo del establecimiento “Natural Herbs”
- El eslogan de la empresa “Cuida tu salud”
- La imagen de la hojas representando a la naturaleza.
- Los colores usados:
 - Color verde claro de fondo.
 - Color verde fuerte, significa un producto amigable con el medio ambiente.
 - Blanco para resaltar las letras.
- El Isotipo es claro en resaltar el cuidado de la salud y bienestar del cliente.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa.

Ilustración 23.

Anverso tarjeta de presentación.



Elaborador por: Dennis cabrera

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del propietario, correo electrónico, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 24.

Reverso tarjeta de presentación.



Elaborador por: Dennis cabrera

Hoja membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 25, hoja membretada



Elaborador por: Dennis Cabrera

Canal de distribución y puntos de ventas.

El canal de distribución y punto de venta físico de Natural Herbs es su establecimiento ubicado en la ciudad de Lago Agrio provincia de Sucumbíos Av Quito km 8 y calle Fugones.

Promoción.

- El principal canal de promoción serán las redes sociales, página web y WhatsApp.
- Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.
- Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

Contacto.

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Redes Sociales

Correspondencia.

- A través de mail corporativo.

Negociación.

- Directa en el establecimiento con cita previa.
- A través de videoconferencia. (Zoom).
- Vía telefónica.

Financiamiento.**Tabla 16.***Financiamiento publicidad.*

Tarjetas de presentación.	150 Unidades	\$ 5.00
Hojas membretadas.	100 Unidades	\$ 5.00
TOTAL.		\$ 10.00
TOTAL ANUAL.		\$ 120.00

Nota: Esta tabla muestra los gastos en publicidad anual no incluye IVA.

Elaborador por: Dennis Cabrera

Riesgo y oportunidades del negocio.

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, Natural Herbs puede estar relacionado con el factor económico del país por ello es interesante que se conozcan datos estadísticos que se manejan en el sector de manufactura si estos aumentan o suben cada año, por lo que la fijación de precios en nuestro producto y servicio

dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el país. De esta forma podríamos manejarnos mejor como empresa y tomar decisiones adecuadas en su beneficio.

La oportunidad más grande que tiene Natural Herbs es la de posicionarse en el mercado ya que el producto a ofertar es de consumo para el día a día de las familias, esto puede ser debido a un comportamiento de consumo responsable de bienes naturales y nutritivos, nuevos estilos de vida basados en salud y sustentabilidad de la sociedad en la actualidad.

Fijación de Precios.

Fijación de precios por receta estándar.

Los precios han sido calculados para una caja con 25 unidades de infusiones. Se toma en cuenta el costo de la materia prima para producir infusiones, y la referencia es el costo por gramos del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad

- IVA
- Costo de servicio

En la tabla 17 se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final de la caja de infusión.

- **Ficha técnica de Infusión de té de Hierba luisa**

Tabla 17.

Ficha tecnica de Infusiones de Té de hierbaluisa

		FICHA TECNICA DE PRODUCCION			
		RECETA ESTANDAR DE COSTOS			
Nombre del producto:		Natural Herbs Té de Hierbaluisa		Codigo: 001	
Ingredientes	Medida	Costo (Gr)	Cantidad	Total	
Hierba luisa	Gramos	\$ 0,0007	25	\$ 0,02	
Papel de filtro 6x6 cm	U	\$ 0,0016	25	\$ 0,04	
Hilo de algodón (16cm,)	U	\$ 0,0020	25	\$ 0,05	
Etiqueta (3.5 cm x 2.5)	U	\$ 0,0004	25	\$ 0,01	
Papel sobre envoltura exterior (8 x 8,5 cm)	U	\$ 0,0012	25	\$ 0,03	
Cajas de infusiones (8,5 x 9) cm	U	\$ 0,10	1	\$ 0,10	
FOTOGRAFIA				Total bruto	\$ 0,25
				10% imprevistos	\$ 0,06
				Total neto	\$ 0,30
				Gasto de fab. 15%	\$ 0,05
				Factor costo	
				33,33%	\$ 0,10
				M.O. 45%	\$ 0,14
				G. Admin 12%	\$ 0,04
				45% utilidad	\$ 0,14
				Subtotal	\$ 0,75
				12% IVA	\$ 0,09
10% servicio	\$ 0,08				
Total	\$ 0,92				

Elaborador por: Dennis Cabrera

- **Ficha técnica de Infusión de té de Guayusa**

Tabla 18.

Ficha técnica de infusión de té de Guayusa.

		FICHA TECNICA DE PRODUCCION		
		RECETA ESTANDAR DE COSTOS		
Nombre del producto:		Natural Herbs Té de Guayusa		Codigo: 002
Ingredientes	Medida	Costo (Gr)	Cantidad	Total
Guayusa	Gramos	\$ 0,0009	25	\$ 0,02
Papel de filtro 6x6 cm	U	\$ 0,0016	25	\$ 0,04
Hilo de algodón (16cm,)	U	\$ 0,0020	25	\$ 0,05
Etiqueta (3.5 cm x 2.5)	U	\$ 0,0004	25	\$ 0,01
Papel sobre envoltura exterior (8 x 8,5 cm)	U	\$ 0,0012	25	\$ 0,03
Cajas de infusiones (8,5 x 9) cm	U	\$ 0,10	1	\$ 0,10
FOTOGRAFIA			Total bruto	\$ 0,25
			10% imprevistos	\$ 0,06
			Total neto	\$ 0,31
			Gasto de fab. 15%	\$ 0,05
			Factor costo 33,33%	\$ 0,10
			M.O. 45%	\$ 0,14
			G. Admin 12%	\$ 0,04
			45% utilidad	\$ 0,14
			Subtotal	\$ 0,77
			12% IVA	\$ 0,09
			10% servicio	\$ 0,08
Total	\$ 0,94			

Elaborador por: Dennis Cabrera

Implementación del negocio.

Arriendo del local.

Tabla 19.

Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$200	\$1200	\$2400

Elaborador por: Dennis Cabrera

Equipos industriales.

Tabla 20.

Equipos industriales.

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Deshidratador	1	\$10,000.00	\$10,000.00
Molino	1	\$5,000.00	\$5,000.00
Balanza industrial	1	\$4,500.00	\$4,500.00
Envasadora de te	1	16,900.00	16,900.00
Etiquetadora	1	\$3,250.00	\$3,250.00
Palas	2	\$8.50	\$17.00
TOTAL			\$36,667.00

Elaborador por: Dennis Cabrera

Equipos de computación

Tabla 21.

Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora marca HP	1	\$575.00	\$575.00
Impresora EPSON Stylus	1	\$200.00	\$200.00
TOTAL			\$775.00

Elaborador por: Dennis Cabrera

Muebles y enseres

Tabla 22.

Muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio estaciones de trabajo	2	\$100.00	\$200.00
Sillas ergonómica ejecutiva	2	\$59.00	\$118.00
Archivadores aéreos	2	\$85.00	\$170.00
Estantería metálica	5	\$95.00	\$475.00
TOTAL			\$963.00

Elaborador por: Dennis Cabrera

Equipos industriales de seguridad.

Tabla 23.

Equipos industriales de seguridad.

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	2	\$18.00	\$36.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas)	5	\$2.00	\$10.00

de bioseguridad, extintor, aforo)			
TOTAL			\$ 46.00

Elaborador por: Dennis Cabrera

Suministros de oficina.

Tabla 24.

Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$3.40	\$3.40
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	1	\$0.45	\$0.45
TOTAL			\$21.04
TOTAL ANUAL			\$252.48

Elaborador por: Dennis Cabrera

Servicios básicos

Tabla 25.

Servicios básicos.

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$10.00
Luz	\$50.00

Teléfono	\$10.00
Internet	\$28.00
TOTAL	\$98.00
TOTAL ANUAL	\$1,176.00

Elaborador por: Dennis Cabrera

Materiales de limpieza

Tabla 26.

Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
Cloro 1 Gal	1	\$4.95	\$4.95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$12.00
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Pala recogedor	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$64.69
TOTAL ANUAL			\$776.28

Elaborador por: Dennis Cabrera

Estudio arquitectónico

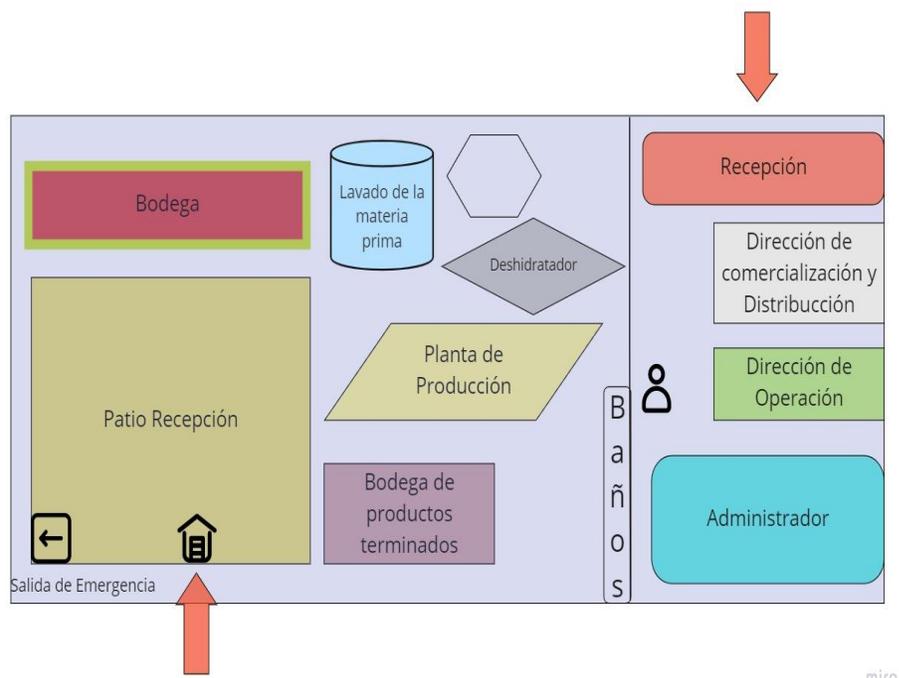
Se toma en cuenta para el diseño de la empresa la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa. En el área de producción, se ha considerado el espacio que necesitará el operador para moverse con tranquilidad en el

cumplimiento de sus actividades. Se han agregado espacios específicos para bodega, patio de recepción, además tendremos un área administrativa con oficinas para recepción de documentos.

Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 26.

Estructura del establecimiento.



Elaborador por: Dennis Cabrera

4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los tramites y permisos pertinentes, acorde a la legislación ecuatoriana en Sucumbíos.

Servicio de Rentas Internas / SRI

Para legalizar la empresa Natural Herbs y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos:

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público
- Los contribuyentes que se inscriban en el RUC a partir de enero de 2022 y que cumplan las condiciones para sujetarse al RIMPE iniciarán sus actividades bajo este último régimen.

Patente Municipal

El trámite tiene como objetivo emitir la Patente Municipal y su respectivo Stiker a todas las personas que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias, artesanales, de transporte y profesionales u otras

actividades económicas domiciliadas o con establecimiento dentro de Sucumbíos
(Tramites, 2022)

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso la Municipalidad de Lago agrio. Los requisitos que se solicitan son:

- Formulario de solicitud para registro de patente
- Copia de cédula de identidad
- Copia de certificado de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
- En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas obligadas a llevar contabilidad
- Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente).

Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCOSA

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCOSA, se debe cancelar un valor de \$96, y los requisitos que solicitan son (Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria[ARCOSA], 2022):

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (Instituto Ecuatoriano de Acción Social [IESS], 2022) el procedimiento que se debe llevar a cabo compone los siguientes pasos:

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.

- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Objetivo de área

Cuando hablamos de desarrollo podemos decir que va de la mano con estabilidad y modernización, sin embargo, no solo se habla de un crecimiento económico o material también tiene que ver con la realización plena del ser humano, pero para que esta idea avance necesitamos un medio ambiente sano y sostenible, porque de ahí es donde se obtiene los recursos (Espinoza, 2001). Dentro de este contexto también ingresa la responsabilidad social corporativa, donde como empresa se debe proponer estrategias que tengan un impacto positivo hacia sus clientes y el desarrollo profesional de sus colaboradores según Observatorio de RSC, (2014).

La responsabilidad social está determinada por la manera en cómo las organizaciones manejan sus actividades tomando en cuenta el impacto que éstas tienen respecto a la sociedad y el entorno en el que se desenvuelven., además implica el cumplimiento con la legislación bajo la que se rigen, de acuerdo al Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (Acosta-Véliz et al., 2018, p.107).

Natural Herbs en su constitución como microempresa dentro del sector manufacturero puede generar impactos ambientales y sociales pero, puede aportar numerosas soluciones al objeto de mitigar el impacto perjudicial. La producción de infusiones de hierbas naturales ocasiona efecto mínimo sobre el medio ambiente. Este

incluye la combinación de programas eficientes, prácticas y soluciones innovadoras, equipos y productos sostenibles.

Es por eso que el compromiso de cumplir de forma exigente aquellas disposiciones legales ambientales vigentes aplicables a esta actividad, así como de los requisitos que la organización suscriba. La reducción de los impactos ambientales derivados del uso, el consumo de agua y de energía y a gestión inadecuada de los residuos, es la tarea central de la política de protección ambiental.

Se controlará en Natural Herbs el cumplimiento de la protección ambiental con el fin de verificar el buen funcionamiento de dicha protección y adecuar los objetivos y metas a la naturaleza y magnitud de los impactos ambientales provocados por las actividades, productos y servicios.

Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Natural Herbs.

Los problemas de tipo medioambiental que Natural Herbs identifica pueden dividirse fundamentalmente en cuatro campos:

- Residuos
- Consumo de Agua y Electricidad

- Atmósfera
- Ruidos

Residuos

- Productos de limpieza para el aseo de la maquinaria.
- Desechos de la ejecución de limpieza (trapos sucios, filtros, suciedad extraída,).
- Residuos urbanos (papeles, cartones, envoltorios,)

Consumo de electricidad y Agua.

La maquinaria para la producción de infusiones consumen mucha energía y al momento de realizar la limpieza del establecimiento i no se realiza un control del agua se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.

Atmósfera.

La contaminación atmosférica, en la actualidad es la contaminación muy relevante en el sector de la industria, sin embargo nuestra empresa al realizar un

proceso de producción pequeño no generara grandes impactos en la atmosfera. El tipo de contaminación atmosférica más común que genere nuestra empresa seria:

- Emisiones difusas.

Ruidos.

La contaminación fundamental por ruidos es debida a la utilización de máquinas y vehículos destinados a la ejecución de producción y comercialización de infusiones. En estos casos en cuanto a niveles de ruido hay que tener en cuenta:

- Niveles de ruido máximos permitidos a las máquinas y vehículos (determinado por Directivas CE y Reales Decretos).
- Niveles de ruido máximos marcados por las ordenanzas municipales.
- El ruido es una contaminación ambiental difícil de cuantificar y de eliminar ya que en el mismo intervienen varios aspectos.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por Natural Herbs.

- Utilizar los productos y maquinaria más respetuosos con el medio ambiente y la salud laboral.
- Evitar el desperdicio innecesario el agua y electricidad de acuerdo al lema Reducir, reciclar y reutilizar.

- Reutilizar los desechos que se generan en la producción de infusiones para su uso como abono orgánico.

Impacto social

El impacto ambiental en Natural Herbs se realizara según parámetros internos (Bienestar de los trabajadores) y externos (clientes objetivo).

Parámetros internos

Contrato digno

- Se garantizará buenas condiciones laborales de todos sus colaboradores, con todos los beneficios de ley.
- Pago puntual de salarios

Beneficios empresariales

- Flexibilidad horaria
- Incentivos por productividad fidelizando a los colaboradores ya sea con: día libre en sus cumpleaños
- Permisos de salidas

Medidas de seguridad

- Se garantizará un espacio seguro y agradable de trabajo.
- Se proporcionará de las herramientas necesarias para velar la seguridad de los colaboradores.
- Se dará capacitaciones sobre medidas de seguridad.
- Se manejará pausas activas para cuidar de la salud mental.

Cumplimiento de la legalidad

- Se dará el cumplimiento de todas las normas legales que aplique en el correcto funcionamiento

Parámetros externos

- Estándares de calidad en productos a expender.
- Trato cordial y respetuoso a los colaboradores y a su vez ellos transmitan este trato a sus clientes.
- Se tratará de trabajar con proveedores que tengan políticas de responsabilidad social.

6 PROCESO FINANCIERO

Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera de la micro empresa “Natural Herbs”.

Activos Fijos

Los activos fijos para Chong et al., (2021) son “los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido”(p.22), un activo fijo es necesario para el funcionamiento de una empresa y estos pueden ser edificios, vehículos, quipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles, sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$57608,78 (*Ver tabla 27*).

Tabla 27.

Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Edificio	\$ 0
vehículo	\$ 14.990,00
Equipos Ind./ seguridad	\$ 40.298,00
Equipos de Computación	\$ 1.029,00
Muebles - enseres	\$ 1.291,78
TOTAL	\$ 57.608,78

Elaborado por: Dennis Cabrera

Activos diferidos

Los activos fijos para Fuentes, (2015) “están formados por los gastos de constitución y gastos operacionales”(p.76),es decir, son todos los gastos o inversiones que se hacen para establecer una empresa.

Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que en este caso, los gastos legales serán de \$750, el permiso de funcionamiento de \$50,00 y las patentes municipales de \$50,00 lo que nos da un total de activos diferidos de \$850,00 (Ver tabla 28).

Tabla 28.

Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos legales	\$ 750
Permisos de funcionamiento	\$ 50
Patentes municipales	\$ 50
Total	\$ 850

Elaborado por: Dennis Cabrera

Capital de trabajo

El capital de trabajo según Palomeque, (2008) “se refiere a los activos circulantes de una firma. El término ‘circulante’ quiere decir aquellos activos que la compañía espera convertir en efectivo en un periodo menor a un año” (p.161), es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda

realizar sus operaciones con normalidad, esto incluye pago de salarios, servicios públicos, arrendamientos etc.

En lo que concierne al establecimiento, mensualmente tenemos un costo de sueldos \$ 1799,51; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$98,00; materiales de oficina \$37,24; material de limpieza \$ 64,69; alquiler local \$200,00; gastos de publicidad de \$ 7,83; materia prima \$ 166,67 y gastos financieros \$ 494,24. Dando un total de gasto mensual de \$2868,17. Este valor fue multiplicado por 12 meses que se estipula el capital de trabajo dando como un total de \$34418,09 (*Ver tabla 29*).

Tabla 29.

Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	\$ 1799,51
Servicios Básicos	\$ 98,00
Material oficina	\$ 37,24
Material limpieza	\$ 64,69
Servicio auto	\$ 0,00
Alquiler local	\$ 200,00
Publicidad	\$ 7,83
Adquisición de materia prima	\$ 166,67
Gastos financieros	\$ 494,24
Total Mensual	\$ 2868,17
Total por 12 meses	\$ 34418,09

Elaborado por: Dennis Cabrera

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 12 meses de la empresa es de \$92876,87. (Ver tabla 30).

Tabla 30.

Detalles de inversión.

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	\$ 57608,78
ACTIVO DIFERIDO	\$ 850
CAPITAL DE TRABAJO /12M	\$ 34418,09
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 92876,87

Elaborado por: Dennis Cabrera

Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (Ver tabla 31).

Tabla 31.

Sueldos.

		ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA + ICC	DECIMO 4°	DECIMO 3°	GASTO SUELDOS ANUAL	GASTO SUELDO MENSUAL
PERSONAL	SUELDOS							
Administrador – Supervisor	675	8100	765,45	984,15	425	675	9418,70	784,89
Vendedor / Conductor	425	5100	481,95	619,65	425	425	6087,70	507,31
Operador	425	5100	481,95	619,65	425	425	6087,70	507,31
TOTAL	1525	18300	1729,35	2223,45	1275	1525	21594,10	1799,51

Elaborado por: Dennis Cabrera

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$21594,10 anual.

Depreciación activos fijos.

La depreciación de activos fijos se define como el gasto de operación del negocio, este mecanismo reconoce la pérdida de valor que, a tenido un bien o un activo debido a su uso con el paso del tiempo, este activo genera ingresos a la empresa, pero así mismo tiene una vida útil (Chávez , 2017).

En esta tabla 32, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, Vehículos 5 %, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$5251,44.

Tabla 32.

Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	40298	10%	4029,80
Edificio	0	20%	0
Vehículos	14990	5%	749,50
Equipos de Computación	1029	33,33%	342,97
Muebles y Enseres	1291,78	10%	129,18
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			5251,44

Elaborado por: Dennis Cabrera

Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$170,00, ya que el monto por constitución equivale a \$850,00 (*Ver tabla 33.*)

Tabla 33.*Porcentaje Amortización.*

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	\$ 850	20%	170

Elaborado por: Dennis Cabrera**Tabla de amortización**

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$42363,04 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 34).

Tabla 34.*Amortización.*

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	42363,04			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	42363,04
1	12339,66	5.930,83	6.408,83	35.954,21
2	12339,66	5.033,59	7.306,07	28.648,14
3	12339,66	4.010,74	8.328,92	20.319,23
4	12339,66	2.844,69	9.494,97	10.824,26
5	12339,66	1.515,40	10.824,26	0,00

Elaborado por: Dennis Cabrera

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 42363,04 llegando al año 5, el pago de interés de \$1515,40 y a su vez el pago capital de \$10824,26 para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

Estructura capital

La estructura de capital para Arias, (2022) “muestra la forma en que la empresa financia sus inversiones. Es la combinación de los recursos propios, representada por su patrimonio neto, y de los recursos ajenos, representados por la deuda a largo y corto plazo”(p.1).La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$ 50183,00 que equivale a una estructura del 54%; costo 15% con una tasa de descuento de 8,1 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$ 42363,04 con una estructura del 46% , el costo es del 14 % que otorga el 6,4 % de tasa de descuento; con un total de inversión de \$92876,87 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 14,49 % valor indicador de la factibilidad de la empresa (Ver tabla 35.)

Tabla 35.

Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	50183,00	54%	15%	8,1%	
Capital Financiero	42363,04	46%	14%	6,4%	
TOTAL INVERSIÓN	92876,87	100%		14,49%	TMAR

Elaborado por: Dennis Cabrera

Punto de equilibrio

En la siguiente tabla N37, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y para Torres, (1996) “son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad, sino que permanecen invariables ante esos

cambios” (p.3). El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$ 2264,18 (*Ver tabla 36*)

Tabla 36.

Costos fijos.

Costos Fijos	
Materia prima	166,67
Arriendo	200
Sueldos	1799,51
Ser. Básicos	98
TOTAL	2264,18

Elaborado por: Dennis Cabrera

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para la micro Empresa Natural Herbs se tomó en cuenta los valores de la producción del Té de guayusa. Entonces el precio de producción es \$0,77 ctvs, el valor del costo sería \$0,25 ctvs, por lo que el margen de contribución será de \$ 0,52 ctvs. (*Ver tabla 37*).

Tabla 37.

Margen de contribución

Té de Guayusa			
PRECIO	\$ 0,77		
COSTO	\$ 0,25		
GANANCIA	\$ 0,52	MARGEN DE CONTRIBUCION	

Elaborado por: Dennis Cabrera

El punto de equilibrio para es el nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero, por debajo de ese nivel de actividad la

empresa tendría pérdidas. Pero si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendría beneficios (Ahuanari Ramírez, 2019).

En la tabla 38, se puede observar que se debera realizar 4354 ventas de cajas de infusiones mensuales, es decir 145 ventas de cajas de infusiones diarias para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 39 se puede observar que las ventas proyectadas estimadas en base a los resultados obtenido en la encuesta de la pregunta Nro.-2 y 7, dando un promedio del 94,5 % de grado de aceptabilidad y consumo, a este resultado se realiza un increento considerando un esenario futuro con una alta demanda una vez pocisionado de un 131,64 % dando un total del 226,14 % lo cual permitira alcanzar ganancias a largo plazo, para ello el valor resultante en ventas seria de 14200 cajas de infusiones de guayusa.

Las ventas proyectadas para la empresa Natural Herbs de 14200 infusiones se alcanzaran aplicando las estrategias plateadas en el proyecto, ademas estas ventas serian posibles ya que la empresa cubriría la alta demanda de infusiones en supermercados, comisariatos, tiendas de barrio, mini market a nivel local, y si es posible se ampliaría la demanda para los demas cantones de la provincia de Sucumbíos.

Tabla 38.*Punto de equilibrio.*

	NUMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	4354	0,77	3352,7
COSTO	4354	0,25	1088,5
GASTO			2264,2
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Elaborado por: Dennis Cabrera**Tabla 39.***Ventas /costos.*

VENTAS PROYECTADAS			
14200	10934	131208	ventas
14200	3550	42600	costo

Elaborado por: Dennis Cabrera**Costo de ventas**

Los costos de venta se producen en la venta del producto o servicio, se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N40 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$32424,83 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$40234,92.

Tabla 40.*Costo de ventas.*

FLUJODE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$131.208,00	\$135.157,36	\$139.225,60	\$143.416,29	\$147.733,12
COSTO DE VENTAS		\$42.600,00	\$43.882,26	\$45.203,12	\$46.563,73	\$47.965,30
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$88.608,00	\$91.275,10	\$94.022,48	\$96.852,56	\$99.767,82
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$21.594,10	\$22.244,08	\$22.913,63	\$23.603,33	\$24.313,79
SERVICIOS BASICOS		\$1.176,00	\$1.211,40	\$1.247,86	\$1.285,42	\$1.324,11
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		\$1.223,16	\$1.259,98	\$1.297,90	\$1.336,97	\$1.377,21
ALQUILER AUTO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
ALQUILER		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
PUBLICIDAD		\$2.400,00	\$2.472,24	\$2.546,65	\$2.623,31	\$2.702,27
DEPRECIACIONES		\$5.251,44	\$5.251,44	\$5.251,44	\$5.251,44	\$5.251,44
AMORTIZACIONES		\$170,00	\$170,00	\$170,00	\$170,00	\$170,00
UTILIDAD OPERATIVA		\$56.793,30	\$58.665,96	\$60.594,99	\$62.582,09	\$64.628,99
GASTOS FINANCIEROS		\$5.930,83	\$5.033,59	\$4.010,74	\$2.844,69	\$1.515,40
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$50.862,47	\$53.632,37	\$56.584,25	\$59.737,39	\$63.113,60
BASE IMPOSITIVA		\$18.437,65	\$19.441,73	\$20.511,79	\$21.654,81	\$22.878,68
UTILIDAD NETA		\$32.424,83	\$34.190,64	\$36.072,46	\$38.082,59	\$40.234,92

Elaborado por: Dennis Cabrera**Flujo de caja**

El flujo de caja para Rodríguez, (2014) “es la sistematización de la información sobre la inversión inicial, inversión durante la etapa de operación, los ingresos y egresos operacionales y de producción, y el valor de rescate del proyecto”(s.p).Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$31.347,44 mientras que para el 5 año esta aumentará a \$34.832,10 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (*Ver tabla 41*).

Tabla 41.*Flujo de caja.*

FLUJO DE CAJA						
	\$0,00	\$1,00	\$2,00	\$3,00	\$4,00	\$5,00
UTILIDAD OPERATIVA		\$56.793,30	\$58.665,96	\$60.594,99	\$62.582,09	\$64.628,99
DEPRECIACION		\$5.251,44	\$5.251,44	\$5.251,44	\$5.251,44	\$5.251,44
AMORTIZACION		\$170,00	\$170,00	\$170,00	\$170,00	\$170,00
- BASE IMPOSITIVA		\$18.437,65	\$19.441,73	\$20.511,79	\$21.654,81	\$22.878,68
- GASTOS FINANCIEROS		\$5.930,83	\$5.033,59	\$4.010,74	\$2.844,69	\$1.515,40
- PAGO CAPITAL		\$6.408,83	\$7.306,07	\$8.328,92	\$9.494,97	\$10.824,26
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$0,00
+ CAPITAL DE TRABAJO						\$0,00
- REPOSICION DE ACTIVOS				\$0,00		
= FLUJO NETO DE CAJA	\$92.876,87	\$31.437,44	\$32.306,01	\$33.164,99	\$34.009,07	\$34.832,10

Elaborador por: Dennis Cabrera**Calculo del TIR y el VAN**

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

VAN (Valor Actual Neto)

El Valor Actual Neto de un proyecto para Mete, (2014) “es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos”(p.2). El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto.(ver tabla 42) El VAN trae el valor presente de todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es rentable

cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$23.281,57; por lo tanto, el negocio es factible.

Tabla 42.

Valores del VAN que determina si un proyecto es viable.

VAN = 0	No Genera ganancias ni perdidas
VAN > 0	Es rentable (proyecto viable)
VAN < 0	No es rentable(proyecto no viable)

Elaborador por: Dennis Cabrera

TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0 (Mete, 2014,p.2).

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 22,54 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 14,49% con el TMAR (Ver tabla 43).

Tabla 43.*VAN/ TIR.*

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	23.281,57
TIR	22,54%
TMAR	14,49%

Elaborado por: Dennis Cabrera

7 CONCLUSIONES

La adecuada organización de una empresa es esencial, brinda los métodos adecuados para el uso eficiente de los medios de la empresa, Natural Herbs se organizó en niveles de acuerdo a las actividades semejantes para tener un control efectivo sobre el personal.

El proceso de investigación de mercado para la empresa, nos permitió conocer público objetivo hacia el cual estaría dirigido nuestro proyecto a través de un plan de muestreo probabilístico mediante encuestas que resultaron factibles para la creación de la empresa, además un análisis del entorno empresarial (macro-micro) con la finalidad de presentar un producto final acorde a las necesidades del cliente.

El proceso empresarial para Natural Herbs determino los derechos y obligaciones atribuibles para la creación de la misma, este proceso impulsa a la actividad económica, guía a la organización para su mejor funcionamiento ayudando a regular las micro, pequeñas y grandes empresas.

Natural Herbs propuso un impacto ambiental mínimo, con propuestas equilibradas y sostenibles para el proceso de producción y comercialización de infusiones. Por consiguiente, en el impacto social se propuso estrategias en beneficio a satisfacer las necesidades del cliente y también beneficios laborales para nuestros colaboradores, como organización para tener éxito en nuestras operaciones comerciales priorizamos la responsabilidad social y ambiental para nuestra microempresa.

El análisis financiero se consideró como una herramienta clave para este proyecto ya que a través de este se analizó el desempeño económico, para la factibilidad de creación de la microempresa, en el caso de nuestra micro empresa el valor del VAN es \$ 26.772,14 y del TIR es de 23,65 % podemos concluir que nuestro proyecto es viable.

Recomendaciones.

- Para conocer la factibilidad para crear una empresa, como parte fundamental se necesita realizar un estudio de mercado que nos permita conocer los clientes objetivos, además un análisis financiero para proyectar ventas y costos de la producción y comercialización de nuestro producto.
- Se recomienda realizar una estructura organizacional para jerarquizar las áreas en las que trabajara los colaboradores, de esta forma se puede manejar mejor una organización y actuar adecuadamente en la toma de decisiones.
- Se sugiere una evaluación constante del mercado sobre la demanda de infusiones, para incursionar en al mercado con un producto mejorado y de calidad.
- Es importante elaborar estrategias de marketing que posibiliten un lazo con nuestros clientes, para que conozcan y se familiaricen con nuestro producto y valoren los beneficios que les ofrece.

- Es recomendable una diferenciación con los demás competidores con la finalidad de generar ventaja competitiva en el mercado.

Referencias.

- Acosta-Véliz, M., Lovato-Torres, S., & Buñay-Cantos, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105–117
- Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria. (2022). *INICIO ARCSA*. <https://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Ahuanari Ramírez, L. S. (2019). *El punto de equilibrio en la finanzas como herramienta para la toma de decisiones de la Empresa Fibra Textil. SA*
- Aramendia, G. Z. (2020). *Fundamentos de marketing*. Editorial Elearning, SL.
- Arias, E. (2022). *Estructura de capital - Qué es, definición y concepto | 2022 | Economipedia*
- Balladares Rubio, M. A. (2010). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de bebidas aromáticas medicinales al mercado colombiano*
- BCE. (2021). *Cuentas Nacionales Trimestrales Resultados Tercer Trimestre 2021*. 32.
- Boeree, C. G. (2006). Abraham Maslow: 1908-1970. *Personality Theories*, 11, 1–5.
- Camacho Marín, O. I., Galindo Castillo, J. S., & Villarreal Benavides, L. C. (2016). *Influencia que han tenido los factores del microentorno y macroentorno en el desarrollo económico de las cooperativas agrícolas ubicadas en el departamento de Cundinamarca durante los años 2001 al 2011*
- Castro, J. J. S., Suárez, O. M., & Baena, E. (2003). EL ENTORNO EMPRESARIAL Y LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS. *Scientia et Technica*, 3(23), 61–66
- Chapman, A. (2007). *Maslows Hierarchy of Needs. Documento en línea recuperado el 15 de abril de 2011*
- Chávez Chappa, J. E. (2017). *Depreciación de Activos Fijos y el Impuesto a la Renta en la empresa Doga Ingeniera y Construcción SAC, periodo 2017*
- Chong, E., Quevedo, M. I., Chávez, M., & Bravo, M. (2021). *Contabilidad financiera intermedia: estados financieros y análisis de las cuentas del activo, pasivo y patrimonio*. Universidad del Pacífico
- CODIFICACION, E. L. A. S., & DEL CODIGO, D. E. L. T. (2012). Código del Trabajo. *CODIGO DEL TRABAJO. QUITO, PICHINCHA, ECUADOR*. Obtenido de <Http://Www.Trabajo.Gob.Ec/Wpcontent/Uploads/2017/07/C%20%20CODIGO-DE-TRABAJO.Pdf>

- Coro Rocano, L. V., & López Paucar, E. B. (2013). *Propuesta de factibilidad para la producción y comercialización de infusiones de guayusa en la parroquia de Bomboiza del cantón Gualaquiza, provincia de Morona Santiago*
- Doubront, M. A., & Doubront, L. G. (2020). Impacto del contexto económico, social y político de Venezuela en el docente universitario. Análisis desde la Pirámide de Maslow. *Dissertare Revista De Investigación En Ciencias Sociales*, 5(2), 1–15.
- Espinoza, G. (2001). Fundamentos de evaluación de impacto ambiental. *Banco Interamericano De Desarrollo–Bid. Centro De Estudios Para El Desarrollo–Ced Santiago–Chile*
- Fernández, L. H. (2016). Entorno y empresa. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 22(2), 6–7
- Fischer De La Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2011). *Mercadotecnia*. McGraw Hill Educación
- Fuentes Herrera, C. A. (2015). *Plan de negocios para la creación de un centro de atención medica familiar a domicilio para los adultos mayores en el cantón Quevedo, año 2014*. Quevedo: UTEQ
- Hidalgo, J. (2014). *Los tres niveles de los productos que ofrecemos a los clientes – Blog de José Hidalgo Solís*. 2014. <https://marcandoanálisis.com/2014/06/18/los-tres-niveles-de-los-productos-que-ofrecemos-a-los-clientes/>
- Instituto Ecuatoriano de Acción Social. (2022). *IESS - INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL*. <https://www.iess.gob.ec/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Productos, servicios y marcas: creación de valor para el cliente. *Marketing*, 222–257
- Kotler, Philip, Cámara, D., Cruz, I., & Grande, I. (2001). *Dirección de mercadotecnia. Edición del milenio*. México.: Editorial Prentice Hall
- La Superintendencia de Compañías, V. y S. (2016). *Inicio*. 2016
- Magretta, J. (2014). Para entender a Michael Porter. *Guía Esencial Hacia La Estrategia y La Competencia (Trad. José C. Pecina Hernández)* México: Grupo Editorial Patria SA de CV
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Pearson educación
- Maslow, Abraham. (2004). Jerarquía de necesidades. *México: Quetzal*
- Maslow, Abrahán. (1987). Teorías de la motivación. *Carlos López*, 7
- Mete, M. R. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como

- herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides et Ratio-Revista de Difusión Cultural y Científica de La Universidad La Salle En Bolivia*, 7(7), 67–85
- Nazareno-Véliz, I. T. (2020). Estudio de las estructuras organizacionales y su contribución a la sostenibilidad de las PYMES en Esmeraldas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de La Investigación y Publicación En Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 5(16), 428–450
- Observatorio, R. S. C. (2014). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*. España: Observatorio RSC.
- Palomeque, M. P. (2008). Administración del capital de trabajo. *Perspectivas*, 21, 161–172
- Porter, M. E. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria
- Quizphe Morocho, L. R., & Vinueza Ayala, M. S. (2015). *Estudio de factibilidad para la producción de infusiones de té de hierbas aromáticas con endulzante natural stevia y distribución por parte de la asociación hierbas aromáticas de Cayambe en la ciudad de Quito*
- Rivera, O. (1991). Los conceptos de: misión, visión y propósito estratégico. *Universidad de Deusto, España*
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). Comportamiento organizacional. Decimotercera edición. *México: Editorial Pearson Educación*
- Rodríguez, G. (2014). Flujo de caja. *Actualidad Empresarial*, 308
- Solano, J. S., Mogro, S. M. C., & Sánchez, M. I. A. (2017). Análisis del entorno competitivo en el que operan las MIPYMES del sector manufacturero en Ecuador. *Revista Empresarial*, 11(44), 53–62
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2006). Tamaño de una muestra para una investigación de mercado. *Boletín Electrónico*, 2, 1–13
- Torres, S. A. (1996). *Contabilidad de costos*. Mc Graw Hill
- Tramites, P. de. (2022). *EMISIÓN DE PATENTE MUNICIPAL | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios*. <https://www.gob.ec/gadmc-sucumbios/tramites/emision-patente-municipal>
- Velasco, M., & Martínez, M. (2017). Muestreo probabilístico y no probabilístico. *Licenciatura En*

8. ANEXOS

Anexo 1.

1. Reporte de similitud Turnitin.

The screenshot shows a Turnitin similarity report with the following details:

- Identificación de reporte de similitud:** oid:11830:162320270
- NOMBRE DEL TRABAJO:** PROYECTO DE FACTIBILIDAD DENNIS C ABRERA- listo.docx
- RECUENTO DE PALABRAS:** 15092 Words
- RECUENTO DE CARACTERES:** 83844 Characters
- RECUENTO DE PÁGINAS:** 117 Pages
- TAMAÑO DEL ARCHIVO:** 5.9MB
- FECHA DE ENTREGA:** Aug 23, 2022 6:06 PM GMT-5
- FECHA DEL INFORME:** Aug 23, 2022 6:11 PM GMT-5
- 26% de similitud general**
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.
- Breakdown of Similarity:**
 - 26% Base de datos de Internet
 - 3% Base de datos de publicaciones
 - Base de datos de Crossref
 - Base de datos de contenido publicado de Crossref

ANEXO 2

Encuesta.

Proyecto de Factibilidad para la elaboración y Comercialización de Infusiones.

Soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico Internacional (ITI), estoy realizando esta encuesta para conocer gustos y preferencias de consumidores de infusiones.

1. ¿Rango de Edad que se encuentra?

- 18-25 años
- 25-40 años
- 40-65 años
- Más de 65 años

2. ¿Usted compraría infusiones producidas en nuestra Localidad (Lago Agrio) Si su respuesta es sí continúe con el cuestionario de lo contrario finalice la encuesta?

SI

NO

3. ¿En qué lugares frecuenta su compra?

Comisariatos
Tiendas de barrio

4. ¿Con que frecuencia consume infusiones

Siempre
Frecuentemente
A veces

5. ¿Dónde consume las infusiones?

Casa
Trabajo

6. ¿Qué combinaciones de infusión de guayusa le gustaría probar?

Guayusa – Limón
Guayusa – Menta
Ninguna

7. ¿Usted tomaría infusiones de Guayusa y Hierbaluisa?

SI
NO

8. ¿Con que endulzante le gustaría consumir las infusiones?

Miel
Stevia

9. ¿Conoce las propiedades del té de plantas medicinales?

SI
NO

10. ¿Cuántas cajas de infusiones usted compraría en el mes?

1 Caja
2 Cajas
3 Cajas o más

forms.office.com/pages/designpagev2.aspx?lang=es-ES&origin=OfficeDotCom&route=Start&sessionId=848eead0-5fd4-4cb1-b26b-b66fde4506328sub...

Proyecto de Factibilidad para la elaboración y Comercialización de Infusiones. - Guardado

Vista previa Tema Recopilar respuestas

Preguntas

2. ¿Usted compraría infusiones producidas en nuestra Localidad(Lago Agrio)? Si su respuesta es si continúe con el cuestionario de lo contrario finalice la encuesta. (0 punto)

[Más detalles](#)

SI	96
NO	4

Respuestas 100

96 (96%)

Preguntas

3. ¿En que lugares frecuente su compra? (0 punto)

[Más detalles](#) [Información](#)

Comisariatos	72
Tiendas de barrio	24

Preguntas

4. ¿Con que frecuencia consume infusiones? (0 punto)

[Más detalles](#) [Información](#)

Escribe aquí para buscar

30°C 14:24 24/8/2022

Proyecto de Factibilidad para la elaboración y Comercialización de Infusiones. - Guardado

Vista previa Tema Recopilar respuestas

forms.office.com/pages/designpagev2.aspx?lang=es-ES&origin=OfficeDotCom&route=Start&sessionId=848eead0-5fd4-4cb1-b26b-b66fde4506328sub...

Proyecto de Factibilidad para la elaboración y Comercialización de Infusiones. - Guardado

Vista previa Tema Recopilar respuestas

Preguntas

1. ¿Rango de Edad que se encuentra? (0 punto)

[Más detalles](#) [Información](#)

18-25 años	36
25-40 años	33
40-65 años	20
mas de 65 años	11

Respuestas 100

Respuestas	Tiempo medio para finalizar	Estado
Revisar respuestas		
Publicar puntuaciones		
Abrir en Excel		

Preguntas

2. ¿Usted compraría infusiones producidas en nuestra Localidad(Lago Agrio)? Si su respuesta es si continúe con el cuestionario de lo contrario finalice la encuesta. (0 punto)

[Más detalles](#)

SI	96
----	----

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows

ANEXO 3

Proformas de proveedores

Proveedor de Maquinaria.



DISTRIBUIDORA BARRETO

SUCUMBOS / LAGO AGRIO / NUEVA LOJA / SPENCER
174 Y FRANCISCO DE ORELLANA

7 DE Agosto DEL 2022

RUC 1711600120001

PARA: DENNIS RICHARD CABRERA MECIAS

Objeto de compra: ADQUISICIÓN DE EQUIPOS

Proforma 72

ITEM	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UND	CANT	V.U	V.T
1	Molino Pulverizador	U	1	\$ 5.300,00	\$ 5.300,00
2	Balanza Industrial	U	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
3	Envasadora para las bolsas del te	U	1	\$ 16.812,00	\$ 16.812,00
4	Etiquetadora	U	1	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00
5	Deshidratador 5	U	1	\$ 10.509,00	\$ 10.509,00
6	Palas	U	2	\$ 8,50	\$ 17,00
SUBTOTAL					\$ 40.238,00
12 %					
SUBTOTAL					\$ -
0%					
IVA 12%					\$ 4.828,56
TOTAL					\$ 45.066,56

PLAZO DE ENTREGA: 08 DIAS LABORABLES

GARANTIA: 12 MESES POR DEFECTO DE FABRICACION.

VIGENCIA DE OFERTA: 15 DIAS LABORABLES

FORMA DE PAGO: CONTRAENTREGA / EFECTIVO/TRANSFERENCIA

Firma
Jhonny Barreto
Ruc: 1711600120001

Proveedor de materia prima.

Ángel calapucha	Proveedor de Guayusa
José Grefa	Proveedor de Hierbaluisa

Proveedores de insumos papel filtrante, cajas y publicidad

Imprenta Nuñez

	IMPRESA NUÑEZ Calle 9 de mayo y Venezuela Nuñez_200@hotmail.com	PROFORMA	Fecha 07-08-2022
			N° de Proforma 100109

Ciente

Nombre del cliente: Dennis Cabrera
Dirección : Av Quito KM 8
Teléfono : 0969576658
Email : dennis_1995_ca@hotmail.com

Descripción	Unidades	Precio Unitario	Precio
Hojas Membretadas	100	\$0,05	5.00
Tarjetas de presentacion	125	\$0.04	5.00
Total			10.00
Observaciones / Instrucciones de pago:			
IVA 12 %			1.20%
TOTAL FACTURA			11.20

ANEXO 4. Distintivos y Uniformes

Uniformes

CAMISA DE TRABAJO JEAN CON CINTA REFLECTIVA



Ropa De Trabajo Con Cinta Reflectiva

U\$S 14

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)
- Entrega a acordar con el vendedor
El Inca, Quito
[Ver costos de envío](#)

Talle:



Color: Azul

PANTALÓN DE TRABAJO JEAN CON CINTA REFLECTIVA



Nuevo | 26 vendidos

Pantalón Jean Con Cinta Reflectiva

U\$S 14

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)
- Entrega a acordar con el vendedor
El Inca, Quito
[Ver costos de envío](#)

Talle:



Color: Azul

ANEXO 5. Implementación de negocio.

Equipos de computación

Computadora de escritorio



Nuevo | 998 vendidos

Computadora Cpu I5 10ma 8 Gb De Ram Ssd240 Led 19 Hd

U\$S 580

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (9899 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Copiadora Ricoh



Reacondicionado | 31 vendidos

Impresora Copiadora Ricoh Mp 301 B/n Duplex Original (Reacondicionado)

U\$S 449

Hasta 1 cuotas
VISA
[Más información](#)

Envío gratis a todo el país
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (196 disponibles)

Muebles y enseres

Escritorio estaciones de trabajo



Nuevo

Escritorios Tipo L, casilleros ,muebles De Oficina

U\$S 199⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Pedro Moncayo, Pichincha
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

¡Última disponible!

Sillas ergonómicas ejecutiva



Nuevo | 39 vendidos

Silla De Oficina Ejecutiva Gi-
ratoria Ergonomica Incluido
Iva

U\$S 55

Hasta 1 cuotas



Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (6 disponibles)

Archivadores aéreos



Archivador Aereo Con
Puerta Ovalada Con
Formica

\$153.40

Ancho 90 cm/Alto 45 cm/Fondo 45 cm

PTAR000004

- 1 +

AÑADIR AL CARRITO

Categorías: LÍNEA MÉDICA, OFICINA

Estantería metálica



Nuevo | 103 vendidos

Estanterías
Industrial, perchas, cajoneras,
Muebles De Oficina

U\$S 95

Publicación pausada

Información sobre el vendedor

Ubicación

Pedro Moncayo, Pichincha

MercadoLíder Gold

¡Es uno de los mejores del sitio!

Equipos industriales y de seguridad

Extintor (polvo seco) 10 Lb



Nuevo

Extintor Pqs 10 Lbs

U\$S 25

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (15 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Suministros de oficina

SONAPAL

LAGO AGRIO - ECUADOR

Fecha: 07/ 08/ 2022

N.º DE PROFORMA: 32

Datos del cliente	
Cliente:	Dennis Cabrera
Cedula:	2100381777
Dirección:	[Vía Quito Km 8
Teléfono:	0969576658

Cantidad	N.º de referencia	Descripción	Precio unitario	Descuento	Totales
1		Papel bond, 1 resma	\$3.40		\$3.40
1		Grapadora	\$4.50		\$4.50
1		Grapas (caja)	\$1.15		\$1.15
1		Caja 3 resaltadores	\$1.80		\$1.80
3		Caja x 25 Esferos BIC (rojo, azul, negro)	\$5.80		\$17.40
1		Perforadora	\$3.00		\$3.00
2		Libreta	\$0.57		\$1.14
20		Carpeta de cartón	\$0.22		\$4.40
1		Tijera	\$0.45		\$0.45
Total					\$ 37.24
12 % de IVA					\$ 4.48
Total					41.71

Materiales de limpieza

SONAPAL

LAGO AGRIO - ECUADOR

Fecha: 07/ 08/ 2022

N.º DE PROFORMA: 33

Datos del cliente	
Cliente:	Dennis Cabrera
Cedula:	2100381777
Dirección:	[Vía Quito Km 8
Teléfono:	0969576658

Cantidad	N.º de referencia	Descripción	Precio unitario	Descuento	Totales
1		Escoba de cerda pequeña	\$3.50		\$3.50
1		Trapeador	\$7.00		\$7.00
1		Cloro 1 Gal	\$4.95		\$4.95
1		Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	\$12.00		\$12.00
1		Fundas basura industriales (10 unidades)	\$1.75		\$1.75
1		Pala recogedor	\$2.50		\$2.50
1		Jabón líquido manos 1 Gal	\$5.99		\$5.99
4		Papel higiénico jumbo 200 metros	\$1.00		\$4.00
2		Toalla de papel	\$3.50		\$7.00
1		Alcohol antiséptico gel 1 Gal	\$9.50		\$9.50
				Total	\$58.19
				12 % de IVA	\$ 6.98
				Total	\$ 65.17

Precio vehiculo



Cityvan C31
desde \$14.990




Dimensiones y Capacidades	
Largo (mm)	4920
Ancho (mm)	1655
Alto (mm)	1960
Altura del Suelo (mm)	190
Capacidad de carga (kg)	1245
Capacidad de pasajeros	2
Capacidad del tanque de gasolina (gal)	14,5

Motor y Transmisión	
Tipo de Motor	DIK15
Cilindrada	1,5L
Potencia	115 hp
Torque	145 Nm
Transmisión	Montaña: SMT
Tracción	Eje trasero
Cadena de distribución	

Suspensión, Frenos y Dirección	
Suspensión frontal	MacPherson Independiente
Suspensión trasera	Barras de 6 barras
Tipo de frenos	Disco frontales (ventilados) y traseros de tambor.
Sistema de frenos	ABS
Control Electrónico de Estabilidad	ESP
Freno de mano	Mecánico
Tipo de dirección	Asistida electrónicamente

Equipamiento	
Doble Airbag	Piloto y Copiloto
Llantas	185/80/R14
Aros	Acero
Asientos de piloto y copiloto	Ajustables en 4 direcciones
Radio táctil	
Cámara de retro	
Cámara de grabación Frontal	
Sistema de radio de 2 parlantes	
Aire acondicionado	
Neblineros Frontales	
Neblineros Traseros	
Llaves llaves y alias	
Encendedor de cigarrillos	
Espejo retrovisor anti-reflejo	





