

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**PROPUESTA PARA EL LEVANTAMIENTO Y MEJORAMIENTO DE
PROCESOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA
PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA ISABRUBOTANIK S.A.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

ANDREA ELIZABETH PABÓN VENEGAS

DIRECTOR: MBA. ROBERTO ORDÓÑEZ

QUITO, ABRIL 2016

DIRECTOR:

MBA. Roberto Ordóñez

INFORMANTES:

Ing. Ramiro Soria

Ing. Bolívar Córdor

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mis padres, pues ellos me apoyaron y sentaron en mí los valores de responsabilidad, persistencia y deseos de superación.

A mi hermana, quien me ha acompañado a lo largo de estos años con motivación, lealtad y mucho amor.

A mi hija y mi esposo, quienes han sido el motor para la culminación de este trabajo.

Andrea

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la sabiduría, fé, fortaleza y constancia para cumplir este sueño.

A mis padres y hermana, quienes han creído en mí todo el tiempo e impulsado a cumplir este ideal.

A mi familia por apoyarme con los cuidados de mi hija mientras me dedicaba a elaborar este trabajo.

Al MBA. Roberto Ordoñez y al Ing. Marcelo Vega, MBA., por sus enseñanzas, sugerencias y orientación en este proyecto de investigación.

Andrea

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1 ANTECEDENTES, 4

- 1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS, 4
 - 1.1.1 Uso de las Esencias Naturales, 5**
 - 1.1.2 Situación en el Ecuador, 6**
- 1.2 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO, 10
- 1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO, 10

2 GENERALIDADES, 12

- 2.1 IDENTIFICACIÓN DEL ENTORNO, 12
 - 2.1.1 Industria a nivel mundial, 12**
 - 2.1.2 Evaluación del parque empresarial nacional, 39**
 - 2.1.3 Constitución de la empresa, 72**
- 2.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO, 75
- 2.3 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO, 88
 - 2.3.1 Visión, 88**
 - 2.3.2 Objetivos estratégicos, 88**
- 2.4 ESTRUCTURA, 89
 - 2.4.1 Descripción, 89**
 - 2.4.2 Organigrama organizacional actual, 90**
- 2.5 ENTORNO, 91
 - 2.5.1 Diagnóstico situacional, 91**
 - 2.5.2 Competidores, 94**
- 2.6 PRECONCLUSIONES, 101

3 MARCO TEÓRICO, 108

- 3.1 ESENCIAS NATURALES, 108
 - 3.1.1 Métodos de Extracción, 109**
 - 3.1.1.1 Extracción por prensado, estrujado o expresión, 110
 - 3.1.1.2 Extracción por destilación, 111
 - 3.1.1.3 Extracción por fermentación o por solventes orgánicos, 112
 - 3.1.1.4 Extracción por grasas, 114
 - 3.1.1.5 Extracción por dióxido de carbono en condiciones supercríticas, 115
- 3.2 ENFOQUE HACIA EL CLIENTE, 116
- 3.3 ORIENTACIÓN HACIA LOS PROCESOS, 117
 - 3.3.1 Definición de procesos, 117**
 - 3.3.2 Definición de valor agregado, 118**
 - 3.3.3 Beneficios de la administración por procesos, 119**

3.3.4	Herramientas básicas para el mejoramiento de procesos, 120
3.3.4.1	Lluvia de ideas, 120
3.3.4.2	Diagrama de Pareto, 121
3.3.4.3	Diagrama Causa – Efecto, 123
3.3.4.4	Matriz de priorización, 123
3.3.4.5	Rediseño de procesos, 124
3.3.5	Cadena de valor, 125
3.3.6	Tipos de procesos, 126
3.3.6.1	Procesos estratégicos o de administración, 126
3.3.6.2	Procesos operativos o primarios, 127
3.3.6.3	Procesos de soporte o de apoyo, 127
3.3.7	Flujos, 128
3.3.8	Manuales, 130
3.3.9	Indicadores, 133
4	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL, 136
4.1	HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS A UTILIZAR, 136
4.1.1	Entrevistas, 136
4.1.2	Diagramación levantamiento de procesos (AS IS), 139
4.1.3	Diagrama de causa efecto, 139
4.1.4	Análisis de valor agregado AVA, 141
4.2	DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS, 144
4.2.1	Cadena de valor, 144
4.2.1.1	Determinación de Cadena de valor, 144
4.2.2	Priorización de los procesos, 146
4.2.2.1	Lista maestra de procesos, 146
4.2.2.2	Enfoque ponderado de Selección (Matriz de priorización), 147
4.2.2.3	Tiempo de ciclo y análisis de costos, 149
5	PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LOS PRINCIPALES PROCESOS, 150
5.1	DIAGRAMACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO (TO BE), 150
5.1.1	Cadena de valor mejorada, 151
5.1.2	Lista maestra de procesos mejorados, 152
5.1.3	Diagramación de los procesos mejorados, 156
5.1.3.1	Cambios de estructura organizacional, 156
5.1.3.2	Diagramas de flujo, 157
5.1.3.3	Indicadores de gestión de procesos, 157
5.1.4	Formato manual de procesos y procedimientos, 157
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 163
6.1	CONCLUSIONES, 163
6.2	RECOMENDACIONES, 166
	GLOSARIO, 168
	REFERENCIAS, 174

ANEXOS, 179

- Anexo 1: Documentos de la empresa, 180
- Anexo 2: Fotografías de la empresa, 184
- Anexo 3: Diagramación procesos (AS IS), 188
- Anexo 4: AVA, 206
- Anexo 5: Diagramación propuesta (TO BE), 218
- Anexo 6: Indicadores de Gestión, 266
- Anexo 7: Formato manual de procesos y procedimientos, 271

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1: Importadores: Partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (valor miles usd), 15
- Tabla 2: Exportadores: Partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (valor miles usd), 16
- Tabla 3: Detalle de las exportaciones e importaciones de los países líderes del mercado: Partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; preparación de perfumería de tocador (porcentaje), 17
- Tabla 4: Lista de aceites esenciales más utilizados y sus principales productores, 22
- Tabla 5: Oferta de esencias naturales en Egipto, 27
- Tabla 6: Productos Young Living, 28
- Tabla 7: Distribuidores a Nivel Mundial Tisserand, 30
- Tabla 8: Productos Tisserand, 32
- Tabla 9: Comparativo entre las características de la industria de esencias naturales a nivel nacional versus las empresas referentes a nivel internacional, 38
- Tabla 10: Códigos Nandina (partidas arancelarias) que intervienen en la cadena productiva de esencias naturales, 41
- Tabla 11: Exportaciones e Importaciones – Partida Arancelaria 1804, 42
- Tabla 12: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 2101, 45
- Tabla 13: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 2403, 47
- Tabla 14: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 3301, 49
- Tabla 15: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 3302, 51
- Tabla 16: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 3805, 53
- Tabla 17: Valor Agregado Bruto, PIB - Sector Manufactura, 55
- Tabla 18: Cantidad de establecimientos sector manufactura, 57
- Tabla 19: Producción total, valor agregado, según divisiones (CIU) de actividad económica del 2010 (valores en dólares), 58
- Tabla 20: Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIU), 60
- Tabla 21: Códigos CIU (6 dígitos) que intervienen en la cadena productiva de esencias naturales, 61
- Tabla 22: Concentración productores de esencias naturales del Ecuador por cantón, 63
- Tabla 23: Ventas productores de esencias naturales – CIU D242900, 66
- Tabla 24: Ventas productores de esencias naturales – CIU D154901, 67
- Tabla 25: Productores de esencias naturales en Ecuador, 70
- Tabla 26: Equipo directivo Isabrubotanik S.A., 74
- Tabla 27: Información del contribuyente, 75
- Tabla 28: Información del expediente No. 36553, 76
- Tabla 29: Información General Isabrubotanik S.A., 77
- Tabla 30: Objetivos estratégicos, 88
- Tabla 31: Análisis FODA, 92
- Tabla 32: Información General Asociación Comunitaria Bolívar Tello Cano - Proyecto Palo Santo/UTPL, 95
- Tabla 33: Información General Rosa Adelaida Canelos Vargas Florasana, 96
- Tabla 34: Información general Fundación Chankuap recursos para el futuro, 97
- Tabla 35: Información general Fundación Familia Salesiana Salinas, 98
- Tabla 36: Información General el Artesan S.A., 99

Tabla 37: Información General Aromavida, 100

Tabla 38: Diagrama de Pareto - Problemas de pérdidas de historias clínicas - Tabla de frecuencias ordenadas, 122

Tabla 39: Matriz de selección respecto al entorno laboral del usuario interno, 124

Tabla 40: Personas con las que se realizaron las entrevistas, 138

Tabla 41: Análisis de Valor Agregado de los Procesos, 141

Tabla 42: Lista maestra de procesos actuales, 147

Tabla 43: Matriz de priorización, 148

Tabla 44: Procesos a mejorar, 149

Tabla 45: Lista maestra de procesos mejorados, 154

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1: Importadores: Partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (valor miles usd), 14
- Figura 2: Exportadores: partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (valor miles usd), 15
- Figura 3: Relación entre los principales importadores de productos en el ámbito de la belleza, el maquillaje y el cuidado de la piel con sus proveedores, 18
- Figura 4: Principales países exportadores de aceites esenciales / esencias naturales, 20
- Figura 5: Principales países importadores de aceites esenciales / esencias naturales, 21
- Figura 6: Países receptores de la exportación de aceites esenciales y resinoides del Ecuador, 23
- Figura 7: Países receptores de la exportación de aceites esenciales y resinoides del Ecuador, 24
- Figura 8: Aceites Esenciales en Egipto, 25
- Figura 9: Procesos de Calidad en la Empresa Young Living, 29
- Figura 10: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 1804, 43
- Figura 11: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 1804, 44
- Figura 12: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 2101, 45
- Figura 13: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 2101, 46
- Figura 14: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 2403, 47
- Figura 15: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 2403, 48
- Figura 16: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 3301, 49
- Figura 17: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 3301, 50
- Figura 18: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 3302, 51
- Figura 19: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 3302, 52
- Figura 20: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 3805, 53
- Figura 21: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 3805, 54
- Figura 22: Tendencia Valor Agregado Bruto, PIB -Sector Manufactura (miles de dólares), 56
- Figura 23: PIB por actividad económica 2013, 56
- Figura 24: Nivel de precios 2012-2013, 59
- Figura 25: Mapa del Ecuador - concentración productores de esencias naturales, 64
- Figura 26: Concentración de productores de esencias naturales a nivel nacional – Ciiu D1549, 65
- Figura 27: Concentración de productores de esencias naturales a nivel nacional – Ciiu D2429, 66
- Figura 28: Ventas anuales productores de esencias naturales – Ciiu D154901, 67
- Figura 29: Productores de esencias naturales – CIIU D154901, 68
- Figura 30: Mapa de distribución nacional del parque industrial de esencias naturales, 71
- Figura 31: Concentración de productores de esencias naturales a nivel nacional, 72
- Figura 32: Aceites Esenciales, 80
- Figura 33: Aceites corporales y para masajes, 81
- Figura 34: Ambientadores Naturales, 83
- Figura 35: Crema, 83
- Figura 36: Almohadillas herbales antiestrés, 84
- Figura 37: Sales de baño, 85
- Figura 38: Aceites Vegetales, 85

- Figura 39: Aseo Personal, 86
- Figura 40: Potpourri, 87
- Figura 41: Ubicación geográfica Isabrubotanik S.A., 87
- Figura 42: Organigrama organizacional actual, 90
- Figura 43: Ubicación Geográfica Asociación Comunitaria Bolívar Tello Cano - Proyecto Palo Santo/UTPL, 95
- Figura 44: Ubicación Geográfica Rosa Adelaida Canelos Vargas Florasana, 96
- Figura 45: Ubicación geográfica Fundación Chankuap recursos para el futuro, 97
- Figura 46: Ubicación geográfica Fundación Familia Salesiana Salinas, 98
- Figura 47: Ubicación geográfica Loor Mariseli del Rocio el Artesan, 99
- Figura 48: Ubicación geográfica Aromavida, 100
- Figura 49: Aceites Esenciales, 109
- Figura 50: Extracción por prensado, 111
- Figura 51: Equipo para destilación por corriente de vapor, 112
- Figura 52: Equipo para extracción por fermentación o por solventes orgánicos, 113
- Figura 53: Equipo para extracción por grasas, 114
- Figura 54: Equipo para extracción por dióxido de carbono en condiciones supercríticas, 115
- Figura 55: Modelo empresarial de proceso, 116
- Figura 56: Modelo de proceso, 118
- Figura 57: Diagrama de causa efecto específico para descubrir causas raíz de un evento adverso, 123
- Figura 58: Dimensiones de indicadores, 135
- Figura 59: Diagrama Causa Efecto, 140
- Figura 60: Cadena de Valor Actual, 144
- Figura 61: Cadena de Valor Mejorada, 151
- Figura 62: Estructura Organizacional Propuesta, 156

RESUMEN EJECUTIVO

Las esencias naturales o aceites esenciales tienen una larga trayectoria en la historia de la humanidad; inicialmente fueron Egipto, China, India, Arabia, Persia y Grecia, los primeros territorios en los que se utilizaron estos productos.

Dentro del entorno a nivel mundial la industria de las esencias naturales, se relaciona con el sector manufactura de cosméticos, farmacéutica, uso medicinal o terapéutico, limpieza, higiene, alimentos, fitosanitaria, tabaquera y productos dentales, entre otros. Las empresas de relevancia a nivel mundial que se pueden tomar como referencia son YOUNG LIVING (Estados Unidos), TISSERAND (Inglaterra); KANTA GROUP (India); AROMIUM (España); NATURA- BRASIL (Brasil); y algunas empresas de Egipto.

Actualmente las empresas dedicadas a esta industria en el Ecuador son Proyecto Palo Santo/UTPL (Zapotillo), Florasana (Puyo), Fundación Chankuap Recursos para El Futuro (Macas), Fundación Familia Salesiana Salinas (Salinas), Isabrubotanic S.A. (Ambato), El Artesan S.A. (Puerto Lopez) y Aromavida (Guayllabamba).

La empresa ISABRUBOTANIK S.A. es una microempresa dedicada a la extracción de aceites esenciales de plantas y elaboración de productos de origen natural vinculados a la limpieza, salud y bienestar de las personas, con procesos de producción amigables con el medio ambiente. Actualmente cuenta una planta de producción ubicada geográficamente en

la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, y con una oficina de ventas ubicada geográficamente en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha.

El objetivo general del presente estudio es desarrollar una propuesta para el levantamiento y mejoramiento de procesos para el fortalecimiento de la productividad de la Empresa ISABRUBOTANIK S.A.

Dentro del estudio se realiza el diagrama causa efecto en el que se observa que el problema principal al que se ve enfrentado la empresa ISABRUBOTANIK S.A. es que sus procesos se encuentran actualmente sin estandarizar o definir. El Análisis de Valor Agregado de los procesos que actualmente maneja la empresa refleja que existen procesos que contienen actividades que generan cuellos de botella, especialmente por demora entre actividades, debido a que no cuentan con herramientas tecnológicas que simplifiquen la generación de documentos y reportes.

Al identificar los principales problemas que tiene actualmente la empresa ISABRUBOTANIK S.A. se establecen mejoras en la cadena de valor, que resultan en la presentación de la propuesta de una lista maestra de procesos mejorados, diagramación de los mismos, cambios de la estructura organizacional, indicadores de gestión de los procesos y formato de un manual de procesos y procedimientos.

La propuesta de mejoramiento de procesos contribuirá en gran medida para el fortalecimiento de la productividad de la Empresa ISABRUBOTANIK S.A., al contar con una cadena de valor completa en la que mediante indicadores de gestión se asegure la medición, control y mejora de los procesos.

Se recomienda implementar los procesos que se proponen para que sea un aporte en los requisitos de instalación del sistema de BPM, aplicar la técnica de benchmarking de empresas internacionales que sean reconocidas a nivel mundial, elaborar el manual de procesos y procedimientos con el fin de que sea aprobado por las autoridades, y socializado a todo el personal de la empresa, aplicar técnicas de marketing que fortalezcan la imagen de la empresa y así captar nuevos mercados nacionales e internacionales, buscar el desarrollo de productos que no se encuentren en el mercado para tener una diferenciación marcada en varios segmentos identificados e implementar herramientas tecnológicas, principalmente una enfocada a la gestión contable que permita obtener información de manera inmediata y controlar las entradas y salidas de inventarios.

INTRODUCCIÓN

Dentro de la transformación de la Matriz Productiva del país se tiene como prioridad la incorporación de mayor valor agregado ecuatoriano. Como parte de las cadenas productivas seleccionadas para intervención por parte del Gobierno se encuentra la industria de esencias naturales, misma que forma parte de las industrias básicas de varios productos intermedios y finales.

En la actualidad la extracción de esencias naturales, de acuerdo a investigaciones realizadas, se concentra en distintas provincias del país, es decir es dispersa. Su ubicación geográfica tiene una relación directa a las esencias naturales que producen, debido a que la materia prima principal (semillas, cortezas, frutos, tallos, raíces o flores) para la producción de esencias naturales se encuentra en zonas rurales (plantaciones).

La existencia de pocas compañías dedicadas a esta actividad económica, determina que la participación que tiene cada uno de ellos es de suma importancia para el desarrollo de la industria de las esencias naturales.

La Empresa ISABRUBOTANIK S.A. es una empresa ecuatoriana ubicada dentro del sector agroindustrial, dedicada a la extracción de aceites esenciales y elaboración de productos de origen natural vinculados a la alimentación, limpieza, salud y bienestar de las personas, teniendo su centro de operaciones en la ciudad de Ambato. La misma funciona bajo actividades no estandarizadas, procesos incipientes, sin indicadores de gestión, debido a esto

no puede optimizar sus recursos en los procesos, pues no hay una planificación estratégica definida en la empresa.

La investigación pretende identificar ¿Cómo se encuentra constituida actualmente la industria de esencias naturales en el Ecuador?, ¿Qué ventaja competitiva tienen los productos que ofrece la empresa ISABRUBOTANIK S.A. frente a los que ofrecen otras empresas nacionales productoras de esencias naturales?, ¿Cuáles son los procesos ejecutados en la empresa ISABRUBOTANIK S.A. y cómo interactúan?, ¿Cuáles son las mejores prácticas y tendencias tecnológicas utilizadas actualmente por empresas líderes a nivel mundial dedicadas a la extracción y comercialización de esencias naturales?, ¿Qué procesos son los que deberán implementarse para fortalecer la productividad de la empresa ISABRUBOTANIK S.A.?, ¿Cuál será el impacto y los posibles resultados que tendrá la empresa ISABRUBOTANIK S.A. al implementar el mejoramiento de procesos propuesto?.

El Análisis de Valor Agregado de los procesos que actualmente maneja la empresa ISABRUBOTANIK S.A., refleja que existen macroprocesos y procesos que contienen actividades que generan cuellos de botella, especialmente por demora entre actividades, debido a que no cuentan con herramientas tecnológicas que simplifiquen la generación de documentos y reportes. Dichos procesos son Logística de compras, dentro de la cual se encuentra el proceso de Compras, Venta de mercadería y Despacho de mercadería; Contabilidad, dentro de la cual se encuentra el proceso de Declaración de impuestos; Producción, dentro de la cual se encuentra el proceso de Bodega; y Administración de nómina.

La aplicación de la propuesta de mejoramiento de procesos contribuirá en gran medida al fortalecimiento de la productividad de la Empresa ISABRUBOTANIK S.A., al contar con

una cadena de valor completa en la que mediante indicadores de gestión se asegure la medición, control y mejora de los procesos.

1 ANTECEDENTES

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Las esencias naturales o aceites esenciales tienen una larga trayectoria en la historia de la humanidad. Algunas fuentes coinciden, de acuerdo a los testimonios escritos, en que inicialmente fueron Egipto, China, India, Arabia, Persia y Grecia, los primeros territorios en los que se utilizaron estos productos. Los fines de entonces, concuerdan con los de ahora: salud, belleza, preparación de alimentos y en ceremonias religiosas. Su uso ceremonial enlazado con sus prácticas agrícolas y su cosmovisión en relación al tratamiento de la tierra, daban aún mayor valor a este producto.

Jesús Palá Paúl en el marco de su tesis doctoral explica como a pesar de que la producción inicia, sin lugar a dudas en Oriente, es en Occidente donde a través de métodos incipientemente científicos se logra la extracción de las esencias naturales o aceites esenciales. Los métodos iniciales como en el caso de Roma y Grecia consistieron en embotellar los frascos con flores y plantas para, con la ayuda del sol, se pueda extraer el aroma. También se incluye entre las prácticas pioneras el método de maceración, mismo que será descrito de forma detallada más adelante. Palá indica que fue Arnald de Villanova (1235-1311) el primero en describir detalladamente la destilación del aceite de trementina. Además, el autor considera que Arnald de Villanova fue el precursor de las farmacias medievales y post-medievales con sus “aguas destiladas de propiedades curativas”.

Por otro lado cabe mencionar que las especias como la canela, el incienso, mirra y sándalo eran muy valorados en las rutas comerciales incluso se podían intercambiar por oro. Sus usos fueron terapéuticos y también para lo que hoy conocemos como aromaterapia. Así mismo, con su uso se promovía la salud e higiene personal, tanto que en la llamada era del Oscurantismo en Europa fue por sus propiedades antibacteriales y fragantes. (Doterra, s.f.)

Más tarde, a través de Rene-Maurice Gattefosse, y el Dr. Jean Valnet se dio a conocer el uso terapéutico y medicinal de las esencias naturales, incluso utilizadas con soldados en la segunda guerra mundial. (Doterra, s.f.)

1.1.1 Uso de las Esencias Naturales

Las esencias naturales poseen innumerables usos, principalmente como materia prima para industrias como las que se detallan a continuación:

- Industria alimentaria
- Industria de licores
- Industria de productos de uso veterinario
- Industria fitosanitaria
- Industria de productos de higiene
- Industria farmacéutica y dental
- Industria de jabones
- Industria de ambientadores
- Industria de velas

- Industria tabacalera
- Industria de cosméticos y perfumería

1.1.2 Situación en el Ecuador

En el Ecuador en la actualidad las industrias mencionadas anteriormente utilizan como una de sus materias primas principales las esencias, ya sea por su fragancia, sabor o propiedades químicas; debido a los costos en que se incurren al utilizar esencias totalmente orgánicas y naturales en ocasiones las distintas empresas que forman parte de estas industrias utilizan productos similares (sustitutos) que incorporan fragancias químicas sintéticas y uso de aceite de petróleo con costos de producción muy bajos, además de la pésima calidad y cualidad del producto; caso contrario compiten con el mercado ecuatoriano en base a precios de venta al público excesivamente elevados al preferir esencias naturales importadas de países como Estados Unidos, Francia, India, Brasil, Italia, etc. para la elaboración de sus productos; a su vez existen empresas que más bien optan por la comercialización de productos finales importados que contengan esencias naturales, debido al costo superior de la mano de obra en el país, desacreditando a la industria nacional que se dedica al cultivo y extracción de esencias naturales.

Dentro de la transformación de la Matriz Productiva del país se tiene como prioridad la incorporación de mayor valor agregado ecuatoriano. Como parte de las cadenas productivas seleccionadas para intervención por parte del Gobierno se encuentra la industria de esencias naturales, misma que forma parte de las industrias básicas de varios productos intermedios y finales.

En la actualidad la extracción de esencias naturales, de acuerdo a la investigación realizada, misma que se presenta en el siguiente capítulo, se concentra en distintas provincias del país, es decir es dispersa. Su ubicación geográfica tiene una relación directa a las esencias naturales que producen, debido a que la materia prima principal (semillas, cortezas, frutos, tallos, raíces o flores) para la producción de esencias naturales se encuentra en zonas rurales (plantaciones).

La existencia de pocas compañías dedicadas a esta actividad económica, determina que la participación que tiene cada uno de ellos es de suma importancia para el desarrollo de la industria de las esencias naturales.

La Empresa ISABRUBOTANIK S.A. es una empresa ecuatoriana ubicada dentro del sector agroindustrial, dedicada a la extracción de aceites esenciales y elaboración de productos de origen natural vinculados a la alimentación, limpieza, salud y bienestar de las personas, teniendo su centro de operaciones en la ciudad de Ambato. La misma funciona bajo actividades no estandarizadas, procesos incipientes, sin indicadores de gestión, debido a esto no puede optimizar sus recursos en los procesos, pues no hay una planificación estratégica definida en la empresa.

Existe la necesidad de identificar la ventaja competitiva que tienen los productos que ofrece esta empresa, y determinar las mejores prácticas y tendencias tecnológicas utilizadas actualmente por empresas líderes a nivel mundial dedicadas a la extracción y comercialización de esencias naturales, para realizar un análisis de los procesos e implementar una mejora de los mismos bajo un

enfoque de fortalecimiento de la productividad en la Empresa ISABRUBOTANIK S.A.

En el aspecto teórico según Michael E. Porter de la Escuela de Negocios de Harvard, la ventaja competitiva debe ser comprendida analizando cada una de las actividades de una empresa y la forma en que interactúan, desde el punto de vista sistemático de Cadena de Valor.

Con el fin de realizar este estudio se aplicará el concepto de cadena de valor para poder conocer y analizar cada uno de los eslabones que componen la misma, para que sea posible comprender a detalle los procesos se debe tener claramente definida la planificación estratégica de la empresa, se pondrá en práctica principios de benchmarking, para comparar la organización con líderes de la industria de esencias naturales a nivel mundial, adoptando las mejores prácticas encontradas a lo largo de los dinamismos que ejecutan dichos líderes, y aplicar varias herramientas de calidad que permitan diseñar los procesos para mejorar la productividad de la empresa a través de un modelo de gestión por procesos.

Es necesario conocer los actores en la industria de las esencias naturales, sus tipologías, propiedades, usos y métodos de extracción para obtener las mismas, con el fin de comprender a cabalidad el entorno y procesos que se llevan a cabo para que sea posible el diseño de los procesos en el que se aproveche las oportunidades de mejora identificadas.

Se aborda el tema como un estudio exploratorio partiendo de que en el mercado actualmente existen pocas empresas nacionales que se dedican de igual manera a la extracción y comercialización de esencias naturales.

De acuerdo al estudio realizado de la empresa se identificará mediante el diagrama causa efecto los problemas o complicaciones que existan en la organización objeto de la investigación para proponer soluciones a los mismos bajo un enfoque de gestión por procesos.

Se realizará un estudio descriptivo para poder estudiar a detalle cada uno de los procesos de la empresa y se analizarán las relaciones entre algunas variables que inciden en la productividad con la finalidad de identificar las oportunidades de mejora dentro de la cadena de valor.

Para la recolección de datos se utilizarán formularios, investigación de mercado y observación de la ejecución de las actividades porque la única manera de tener información que refleje la situación actual de la empresa es con fuentes que estén viviendo el día a día con las actividades de la organización.

Adicionalmente como complemento en el análisis se obtendrá información de fuentes secundarias en los que se haya realizado investigación de temas que aporten al tema de estudio, además de teorías que se pondrán en práctica al momento de desarrollar la investigación, caracterización y diseño de un modelo que ayude a mejorar la gestión de la empresa.

En la práctica el desarrollo de este estudio brinda la solución a uno de los problemas actuales por los que atraviesa la empresa ISABRUBOTANIK S.A. dentro de la industria nacional de esencias naturales aportando en cierta medida para que se pueda convertir en líder industrial.

Adicionalmente fortalece el perfil profesional del autor ya que refuerza los conocimientos al poner en práctica varios temas revisados en el pensum universitario a lo largo de la carrera para lograr obtener el título de Ingeniera Comercial.

1.2 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO

Desarrollar una propuesta para el levantamiento y mejoramiento de procesos para el fortalecimiento de la productividad de la Empresa ISABRUBOTANIK S.A.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO

- Determinar cómo se encuentra constituida actualmente la industria de esencias naturales en el Ecuador.
- Identificar las ventajas competitivas tienen los productos que ofrece la empresa ISABRUBOTANIK S.A. frente a los que ofrecen otras empresas nacionales productoras de esencias naturales.
- Establecer los procesos ejecutados y sus interacciones en la Empresa ISABRUBOTANIK S.A.

- Investigar las mejores prácticas y tendencias tecnológicas utilizadas actualmente por empresas líderes a nivel mundial dedicadas a la extracción y comercialización de esencias naturales.
- Determinar los procesos que deberán implementarse para fortalecer la productividad de la empresa ISABRUBOTANIK S.A.
- Analizar el impacto y los posibles resultados que tendrá la empresa ISABRUBOTANIK S.A. al implementar el mejoramiento de procesos propuesto.

2 GENERALIDADES

2.1 IDENTIFICACIÓN DEL ENTORNO

2.1.1 Industria a nivel mundial

El segmento de mercado de los aceites esenciales o esencias naturales, se relaciona en primer lugar con la industria de cosméticos, seguida por otras, de acuerdo al volumen de ventas, tales como: la industria farmacéutica, de uso medicinal o terapéutico, la industria de limpieza, de higiene, de alimentos, fitosanitaria, tabaquera y productos dentales, entre otros.

Para la identificación de las áreas de oportunidad de negocios para la industria de aceites esenciales, también llamada de esencias naturales, a continuación se realiza un análisis del mercado de importaciones y exportaciones del sector de esencias y cosméticos, mismo que corresponde a la partida arancelaria *Capítulo 33 - aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética*. Dentro de esta partida arancelaria se encuentra la subpartida que corresponde a las esencias naturales denominada; *33.01 Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos» o «absolutos»; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los*

aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales. Estos datos servirán, para corroborar por una parte, la tendencia de la industria nacional de relacionar estratégicamente sus recursos con la industria de cosméticos. De esta manera se pretende analizar en contexto el comportamiento específico del mercado de aceites esenciales a nivel mundial e identificar las tendencias de consumo para contrastarlas con las actuales relaciones de la industria nacional con el mercado de cosméticos a nivel mundial.

Las cifras que provee Trade Map a nivel de la partida arancelaria Capítulo 33 correspondiente a *aceites esenciales y resinoides, preparaciones de perfumería, de tocador, o de cosmética*, son útiles para identificar los mercados de la industria cosmética, consumidor principal del mercado de aceites esenciales o esencias naturales, y por tanto, potencial consumidor de la producción de aceites esenciales que produce y producirá el país.

En la siguiente figura y tabla correspondiente se observa el comportamiento anual del mercado mundial de importaciones en este sector, el mismo que muestra un crecimiento promedio de 9,31% (entre el año 2003-2013).

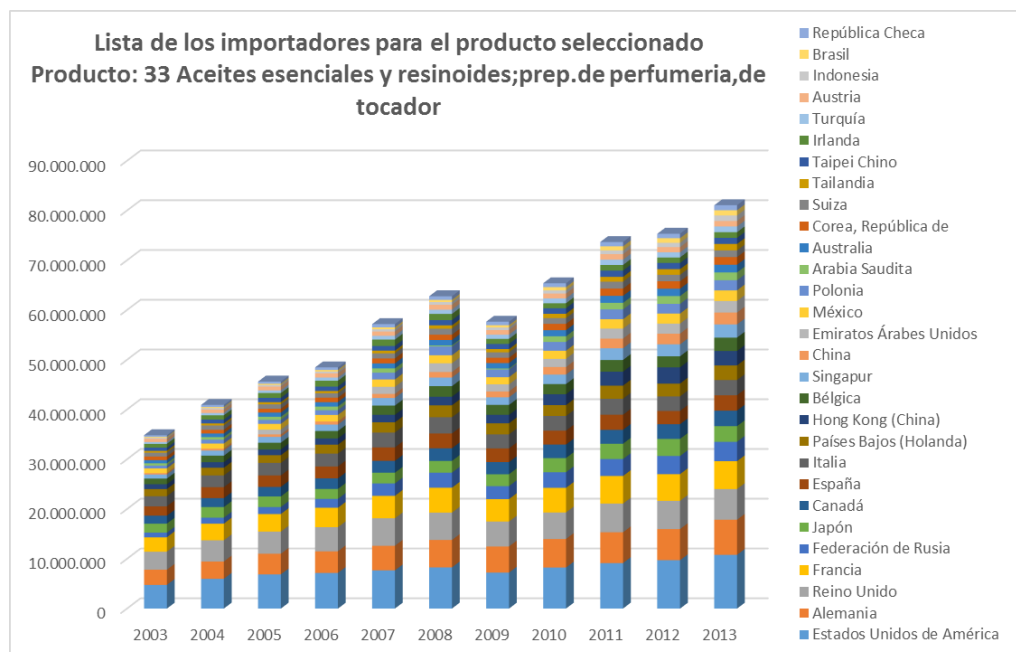


Figura 1: Importadores: Partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (valor miles usd)
Fuente: http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx

Tabla 1: Importadores: Partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (valor miles usd)

Lista de los importadores para el producto seleccionado Producto: 33 Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador											
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Estados Unidos de América	4.756.089	5.988.936	6.875.344	7.161.178	7.691.684	8.270.993	7.229.899	8.244.237	9.139.908	9.724.744	10.796.563
Alemania	3.055.742	3.479.233	4.151.180	4.351.678	4.934.778	5.516.533	5.260.067	5.739.525	6.200.105	6.253.227	7.067.426
Reino Unido	3.613.072	4.271.335	4.455.771	4.842.592	5.523.112	5.506.895	5.002.448	5.344.177	5.767.617	5.682.693	6.164.369
Francia	2.904.912	3.332.970	3.517.667	3.910.496	4.510.494	4.999.340	4.512.056	4.933.222	5.545.364	5.352.355	5.593.390
Federación de Rusia	933.398	1.206.301	1.418.707	1.784.395	2.496.261	3.022.837	2.604.501	3.153.482	3.403.735	3.656.790	3.901.067
Japón	1.810.130	2.120.146	2.121.028	2.001.004	2.162.046	2.351.804	2.393.694	2.840.770	3.071.738	3.439.160	3.156.680
Canadá	1.596.553	1.792.872	1.921.428	2.125.060	2.373.274	2.547.284	2.439.941	2.711.265	2.806.403	2.951.249	3.116.459
España	1.879.526	2.212.426	2.299.814	2.377.942	2.707.185	2.981.135	2.745.151	2.807.364	3.029.892	2.666.699	3.085.401
Italia	2.045.684	2.358.359	2.519.379	2.590.147	2.985.078	3.271.117	2.822.554	2.934.466	3.216.674	2.930.617	3.069.726
Países Bajos (Holanda)	1.435.516	1.541.101	1.560.601	1.798.656	2.059.367	2.391.311	2.223.344	2.199.351	2.634.375	2.568.858	2.925.098
Hong Kong (China)	960.297	1.120.508	1.138.827	1.264.348	1.499.753	1.729.769	1.705.248	2.163.392	2.799.232	3.264.216	2.901.604
Bélgica	1.137.748	1.308.994	1.364.369	1.485.242	1.854.617	2.118.922	1.998.454	2.058.835	2.357.542	2.224.086	2.694.904
Singapur	822.114	1.025.418	1.162.020	1.303.314	1.543.232	1.733.187	1.522.089	1.911.854	2.356.240	2.398.219	2.645.036
China	281.250	392.849	500.506	599.585	809.799	1.115.500	1.178.062	1.502.226	1.939.008	2.151.272	2.384.842
Emiratos Árabes Unidos			955.321		1.431.102	1.738.860	1.436.831	1.650.434	2.004.256	2.022.265	2.323.276
México	946.334	1.028.054	1.162.557	1.337.713	1.474.209	1.630.227	1.431.277	1.640.239	1.882.953	2.014.519	2.133.988
Polonia	564.875	757.080	798.967	938.251	1.367.520	1.765.735	1.541.232	1.759.117	1.976.715	1.946.961	2.033.279
Arabia Saudita	462.568	539.733	635.759	741.000	852.259	213.578	212.424	1.134.765	1.321.457	1.564.142	1.570.298
Australia	629.424	729.419	833.153	886.907	1.011.410	1.074.623	1.099.807	1.232.139	1.408.285	1.480.963	1.548.777
Corea, República de	726.989	726.020	790.932	897.891	991.334	1.081.181	1.051.827	1.265.393	1.460.346	1.494.762	1.546.452
Suiza	777.675	885.585	876.860	879.572	1.016.223	1.196.006	1.086.874	1.166.926	1.394.649	1.297.448	1.335.530
Tailandia	357.528	411.956	427.307	459.517	543.663	671.840	664.325	855.215	971.750	1.151.309	1.294.525
Taipei Chino	648.741	766.860	874.361	898.324	952.365	1.046.264	1.022.355	1.126.458	1.251.992	1.231.948	1.227.991
Irlanda	756.551	851.596	957.762	1.167.630	1.290.118	1.260.255	1.028.770	993.052	1.123.604	1.110.552	1.147.167
Turquía	358.096	471.573	530.726	629.134	754.550	844.665	839.551	984.293	1.071.449	1.027.870	1.141.574
Austria	669.213	694.894	778.300	855.251	862.012	987.372	937.657	961.983	1.108.589	1.050.408	1.104.432
Indonesia	193.125	289.575	320.152	358.537	435.556	555.888	515.140	641.945	752.540	861.738	1.101.495
Brasil	187.293	213.932	247.466	312.700	403.254	433.129	451.940	667.675	818.894	940.453	1.047.963
República Checa	332.527	417.677	434.452	519.808	641.427	729.332	701.325	761.315	868.473	885.296	1.018.337
OTROS	10.096.863	12.310.145	12.557.652	15.351.329	17.283.813	20.342.338	18.911.286	20.469.336	23.246.352	24.250.488	25.917.665
Total Mundial	44.939.833	53.245.547	58.188.368	63.829.201	74.461.495	83.127.920	76.570.129	85.854.451	96.930.137	99.595.307	106.995.314

Fuente: (Trade Map, s.f.)

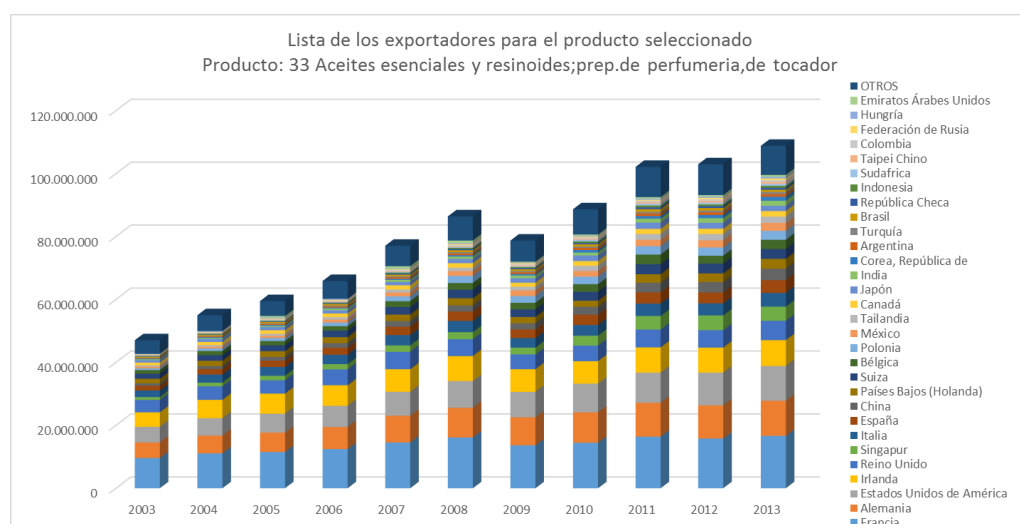


Figura 2: Exportadores: partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (valor miles usd)

Fuente: (Trade Map, s.f.)

Tabla 2: Exportadores: Partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (valor miles usd)

Lista de los exportadores para el producto seleccionadoProducto: 33 Aceites esenciales y resinoides;prep.de perfumeria,de tocador											
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Francia	9.614.048	11.083.997	11.519.599	12.446.238	14.559.240	16.122.240	13.652.459	14.451.943	16.397.784	15.784.983	16.640.370
Alemania	4.972.455	5.647.427	6.163.442	7.030.617	8.481.286	9.452.377	8.903.937	9.681.461	10.763.740	10.549.679	11.172.864
Estados Unidos de América	4.940.626	5.516.433	6.015.800	6.717.631	7.613.509	8.484.091	8.087.629	9.094.291	9.596.696	10.412.173	11.050.693
Italia	4.595.116	5.834.005	6.381.820	6.524.413	7.172.363	7.939.589	7.197.080	7.161.674	7.976.535	7.942.768	8.207.652
Reino Unido	3.937.126	4.318.308	4.247.210	5.063.792	5.531.470	5.345.265	4.697.422	4.953.391	5.691.014	5.543.976	6.129.798
Singapur	917.110	1.151.058	1.418.038	1.670.257	2.025.685	2.238.095	2.136.842	3.140.054	4.313.233	4.664.755	4.499.254
Italia	2.072.367	2.566.421	2.779.466	2.960.688	3.306.148	3.601.879	3.042.892	3.393.581	3.945.336	3.862.763	4.380.075
España	1.481.616	1.766.572	2.026.489	2.230.962	2.651.882	2.971.932	2.762.232	3.278.661	3.563.297	3.453.988	4.036.927
China	761.251	929.597	1.200.608	1.466.820	1.792.679	1.948.937	1.937.112	2.494.011	3.029.071	3.299.935	3.620.700
Países Bajos (Holanda)	1.498.450	1.699.596	1.810.392	1.878.560	2.058.951	2.271.806	2.005.391	1.951.350	2.720.945	2.772.284	3.167.669
Suiza	1.607.916	1.762.481	1.865.686	2.108.859	2.394.810	2.697.588	2.377.518	2.819.879	3.189.289	3.075.842	3.097.580
Bélgica	1.159.245	1.320.853	1.351.965	1.417.393	1.844.510	2.155.788	2.128.568	2.416.714	3.072.352	2.532.526	2.945.209
Polonia	568.545	822.867	964.669	1.166.079	1.533.708	2.264.052	2.160.090	2.435.222	2.651.775	2.615.617	2.833.446
México	498.425	536.165	676.492	917.507	1.253.009	1.484.694	1.785.165	1.776.648	2.036.462	2.281.139	2.544.886
Países Bajos	466.060	532.368	655.965	731.851	930.766	1.088.584	1.143.857	1.636.107	1.835.687	2.013.493	1.996.723
Canadá	833.245	992.779	1.135.773	1.206.691	1.329.475	1.452.369	1.293.503	1.512.506	1.642.034	1.652.237	1.749.987
Japón	782.784	927.920	975.183	1.024.875	1.113.227	1.335.131	1.436.039	1.771.154	1.977.620	1.875.845	1.677.207
India	272.409	313.339	388.921	529.886	609.232	779.994	858.494	900.580	1.234.867	1.479.272	1.619.624
Corea, República de	196.101	280.401	294.903	313.580	341.103	412.341	464.486	824.907	860.877	1.028.367	1.276.977
Argentina	179.767	237.412	319.264	375.550	459.243	512.590	541.309	657.384	776.794	796.083	790.060
Paraguay	153.503	203.187	256.755	306.866	361.008	448.339	418.251	492.057	558.728	621.234	705.881
Brasil	277.447	318.029	379.634	462.522	524.226	618.756	564.574	691.356	823.013	776.268	697.604
República Checa	119.695	150.268	182.346	239.312	367.685	411.090	366.037	454.848	603.327	587.684	666.520
Indonesia	156.322	189.486	206.892	215.561	286.427	368.481	341.161	468.773	591.385	584.731	604.105
Sudafrica	150.738	155.879	198.643	219.991	220.027	245.972	223.499	491.703	577.632	568.795	603.654
Taipei Chino	187.009	201.252	182.330	210.015	231.701	278.067	280.879	358.793	452.589	528.677	594.126
Colombia	93.951	129.746	180.414	244.896	323.641	438.419	428.790	399.173	489.615	527.237	564.876
Federación de Rusia	94.069	123.863	156.851	201.088	261.940	308.493	292.877	260.755	296.895	472.845	559.559
Hungría	124.530	249.465	281.411	313.775	258.301	291.714	238.400	251.530	349.753	348.407	551.328
Emiratos Árabes Unidos			522.308		717.374	731.079	225.847	396.774	464.712	502.289	549.714
OTROS	4.317.377	5.034.324	4.739.925	5.659.166	6.504.580	7.689.681	6.717.262	8.029.437	9.642.160	9.789.751	9.263.544
Total Mundial	47.029.303	54.995.498	59.479.194	65.855.441	77.059.206	86.389.433	78.709.602	88.646.717	102.125.217	102.945.643	108.798.612

Fuente: (Trade Map, s.f.)

Nótese que Estados Unidos constituyendo el mayor importador al mismo tiempo ocupa el tercer lugar en exportaciones de los productos que componen la partida arancelaria Capítulo 33: *aceites esenciales y resinoides; preparación de perfumería de tocador*. Fenómeno parecido ocurre con Francia, Alemania, Reino Unido e Italia quienes comparten los diez primeros lugares tanto en exportaciones como en importaciones en el sector. Sin embargo, aunque esta información provee un panorama amplio del mercado, es necesario analizar de forma detallada cómo se comporta la industria en cada país de manera que se pueda identificar las oportunidades que tiene la industria nacional.

Tabla 3: Detalle de las exportaciones e importaciones de los países líderes del mercado: Partida arancelaria capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; preparación de perfumería de tocador (porcentaje)

Sub Producto 33: aceites esenciales y resinoides; preparación de perfumería de tocador	EEUU		Francia		Alemania		Reino Unido		Italia	
	Porcentaje de Importaciones	Porcentaje de exportaciones	Porcentaje de Importaciones	Porcentaje de exportaciones	Porcentaje de Importaciones	Porcentaje de exportaciones	Porcentaje de Importaciones	Porcentaje de exportaciones	Porcentaje de Importaciones	Porcentaje de exportaciones
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, exc	28%	35%	21%	40%	31%	29%	35%	30%	31%	35%
Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (incluidas las disoluciones	25%	16%	42%	12%	14%	18%	17%	15%	26%	3%
Perfumes y aguas de tocador.	20%	15%	9%	31%	25%	20%	17%	15%	15%	25%
Preparaciones capilares.	8%	12%	8%	8%	9%	15%	11%	10%	11%	17%
Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodo	7%	11%	10%	6%	13%	12%	12%	19%	10%	13%
Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o abs	7%	5%	6%	2%	4%	1%	4%	3%	2%	2%
Preparaciones para higiene bucal o dental, incluidos los polvos y crem	4%	5%	4%	1%	4%	5%	4%	8%	5%	4%

Fuente: (Trade Map, s.f.)

En la Tabla 3 se evidencia que la actividad que genera mayor dinamismo en la industria es aquella que está relacionada con la subpartida 33.04: *Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros*. Se realiza este análisis considerando un rango de datos de importaciones y exportaciones desde el 2003 al 2013. Francia no sigue este patrón, alcanzando un promedio del 42% de importaciones en el área de *mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (incluidas las disoluciones alcohólicas) a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas* que corresponde a la subpartida 33.02.

En cuanto al flujo de intercambios hay una directa interacción entre los principales importadores y exportadores en este ámbito, como se evidencia en el siguiente figura.

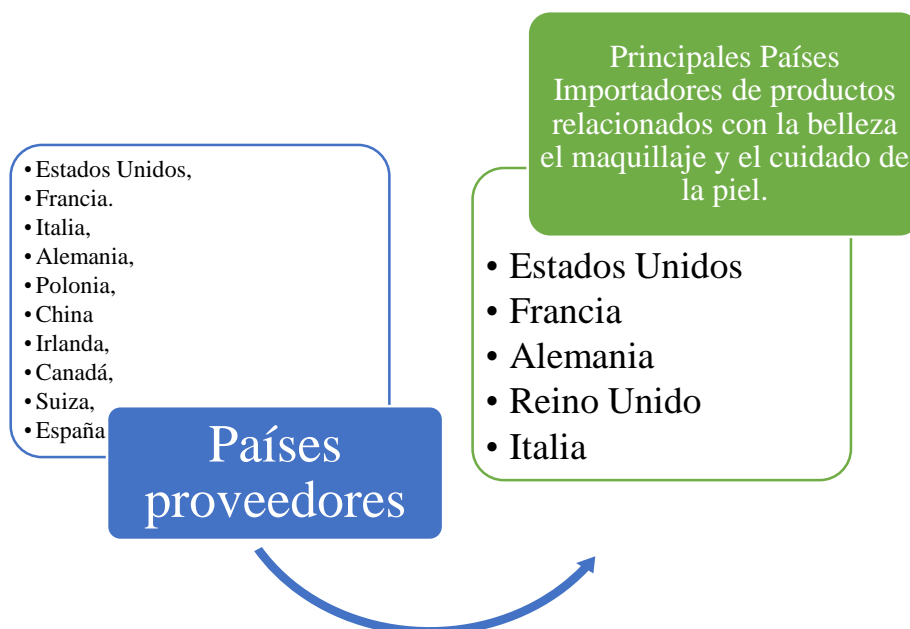


Figura 3: Relación entre los principales importadores de productos en el ámbito de la belleza, el maquillaje y el cuidado de la piel con sus proveedores

Fuente: (Trade Map, s.f.)

Es así que la industria con más potencial económico para la explotación de aceites esenciales como materia prima, al momento se concentra en Estados Unidos, Europa Occidental y China.

Por otro lado, en la lista de países exportadores se suman India y Brasil, por la dinámica de la producción de *aceites esenciales o esencias naturales* (ver Figuras 4 y 5), y la naturaleza de la cadena de valor de esta industria. A diferencia de la industria de belleza y maquillaje, el proceso de esta industria

inicia con la siembra y cosecha de las plantas, para luego proceder a la destilación de las esencias. Dicha extracción, por ejemplo, se da en gran medida de forma artesanal. Finalmente se realiza su comercialización. La industria de belleza y maquillaje está obligada a cumplir estándares internacionales, a través de procesos productivos que utilicen tecnología de punta e investigación constante. De allí la diferencia en cuanto al nivel de inversión entre una y otra industria.

De igual manera, el porcentaje de ventas de *aceites esenciales* aún es incipiente. En promedio representa el 3% de la partida arancelaria Capítulo 33: *aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética*, mientras que la industria de *belleza y maquillaje* representa el 30%, seguida de la industria de *Perfumes y aguas de tocador* con el 20%.

Los países que importan aceites esenciales / esencias naturales en su mayoría son los mismos que lideran la industria de belleza, maquillaje y cuidado de la piel. Mientras que, en el caso de las exportaciones de esencias naturales quien encabeza la lista es la India, y se suma a las potencias reconocidas como Estados Unidos Francia, Reino Unido y China a Brasil, país que cuenta con una variada producción de aceites esenciales (Ver Figuras 4 y 5), resultado de la gran biodiversidad de su territorio.

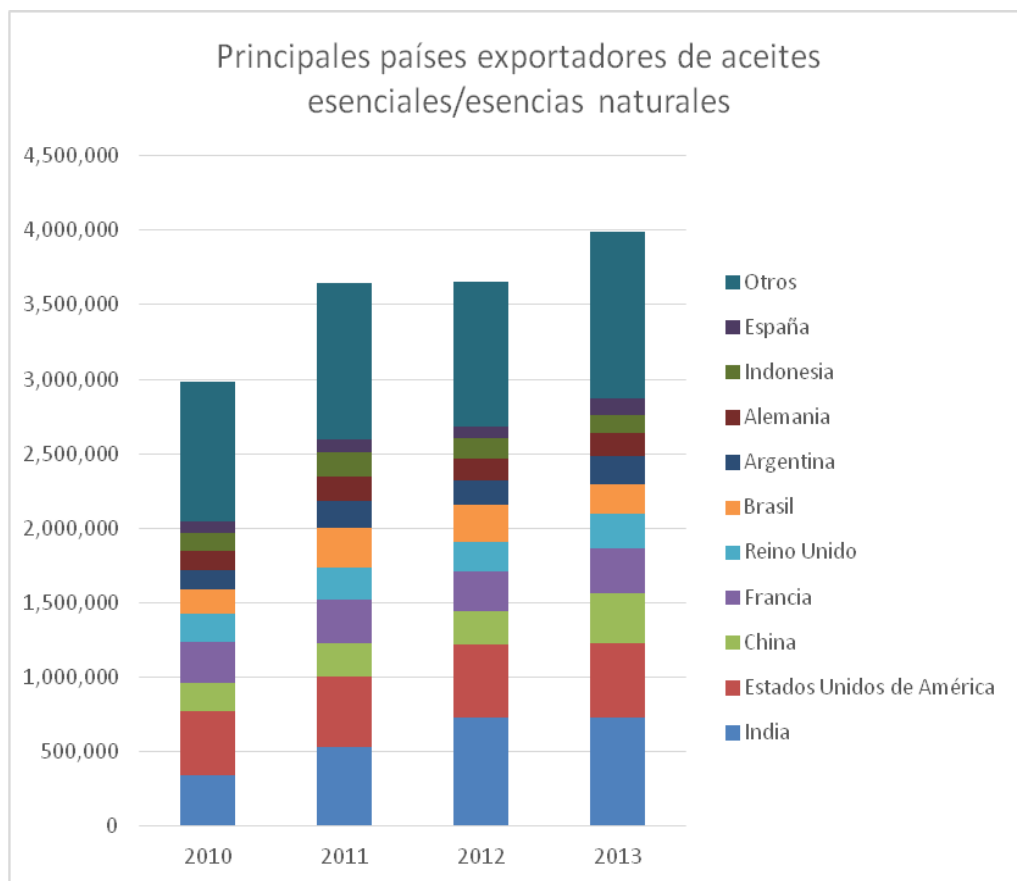


Figura 4: Principales países exportadores de aceites esenciales / esencias naturales

Fuente: (Trade Map, s.f.)

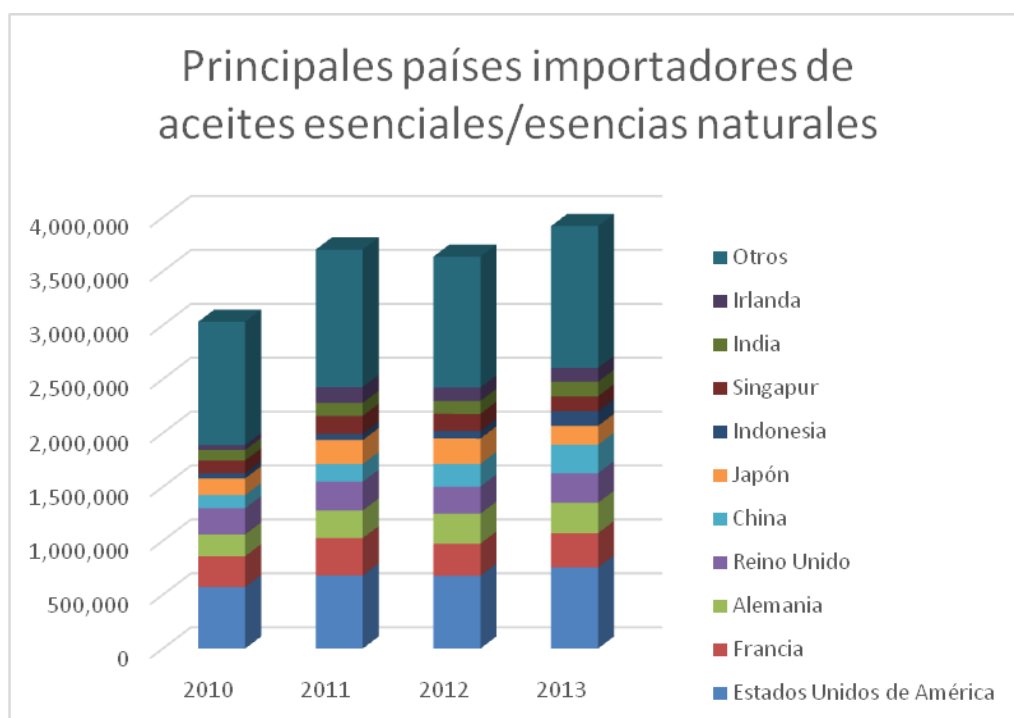


Figura 5: Principales países importadores de aceites esenciales / esencias naturales

Fuente: (Trade Map, s.f.)

Los datos provistos por Trademap se desprenden de las partidas presupuestarias con las que cada país registra sus movimientos, tanto en exportaciones como en importaciones. Sin embargo es importante considerar que existen movimientos que no corresponden a su código arancelario o se pueden llevar a cabo por canales no oficiales. Así mismo, se debe tomar en cuenta que los datos referentes a las exportaciones no dan cuenta del país que produce el producto. Un ejemplo cercano es la dinámica de la empresa Young Living, empresa estadounidense que cuenta con campos de producción en varios países del mundo, incluyendo el Ecuador.

En este sentido, según un estudio realizado por el Trade and Industrial Policy Strategies (TIPS) y la Australian Agency for International Development

(AUSAID) sobre la industria de aceites esenciales o esencias naturales afirma que: se estima que el 65% de la producción del mundo emana de países en vías de desarrollo. El mayor consumidor es Estados Unidos (40%), Europa Occidental (30%) y Japón (7%). Si bien los Estados Unidos, como un todo, domina el mercado mundial de importaciones y exportaciones, ningún país de este bloque figura de forma individual en la lista de los principales productores. La mayoría de los principales países productores tienen grandes poblaciones con gran apetito interno de aceites esenciales. Han invertido enormemente en la formación científica y técnica, y tienen negocios de exportación bien desarrollados. (...) La industria de los aceites esenciales es dinámica como los gustos y preferencias de los consumidores que cambian día a día. Los 10 principales cultivos en términos de producción rodean el 80% del total del mercado mundial de aceites esenciales. (Tips & AusAid SADC Trade)

Tabla 4: Lista de aceites esenciales más utilizados y sus principales productores

The most utilised essential oils and major producers	
Product	Country
Orange	Australia, Brazil, Dominican Republic, Israel, Italy and USA.
Commint	Brazil, China, India, Japan, N. Korea, Paraguay, Taiwan and Thailand.
Eucalyptus (cineole-type)	Australia, Austria, Brazil, China, India, Paraguay, Portugal, South Africa and Spain.
Citronella	China, India and Vietnam.
Peppermint	Australia, China, Italy, Japan and USA.
Lemon	Argentina, Australia, Brazil, Greece, Spain, Italy, USA and Peru.
Eucalyptus (citronellal-type)	Australia, Austria, Brazil, China, India, Paraguay, Portugal, South Africa and Spain.
Clove leaf	Brazil, Indonesia, Madagascar, Sri Lanka and Tanzania.
Cedarwood (U.S.)	USA
Litsea cubeba	China
Sassafras	Brazil and the USA
Lime	Brazil, China, Cuba, Ghana, Haiti, Ivory Coast, Jamaica, Mexico and Peru.
Spearmint	Argentina, Australia, Brazil, Bulgaria, China, Egypt, France, Hungary, Japan, Korea, Morocco, New Zealand, Paraguay, Romania, Russia, Taiwan, the UK, the USA and Yugoslavia.
Cedarwood	China

Source: <http://www.hort.purdue.edu/newcrop/proceedings1993/v2-620.html>

Fuente: (SADC Trade, s.f.)

De acuerdo a los datos provistos por el Trademap y el Banco Central, el Ecuador ha incrementado las exportaciones en un promedio del 4% (período 2010 al 2013) en la sub partida presupuestaria 33.01 *Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos» o «absolutos»; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.* En contraste con la información provista por las empresas que laboran en el campo de la producción de aceites esenciales en el país, se identificó que del universo de las empresas entrevistadas el 67% exporta aceites esenciales. El destino principal son los Estados Unidos con 50%, seguido de Italia con el 33% y en menor porcentaje, países como: Canadá, Brasil, Francia, Chile, Holanda, Polonia, República Checa, Alemania, Suiza, España, Corea, Turquía, México y Costa Rica.



Figura 6: Países receptores de la exportación de aceites esenciales y resinoides del Ecuador

Fuente: Encuestas realizadas a productores de esencias naturales

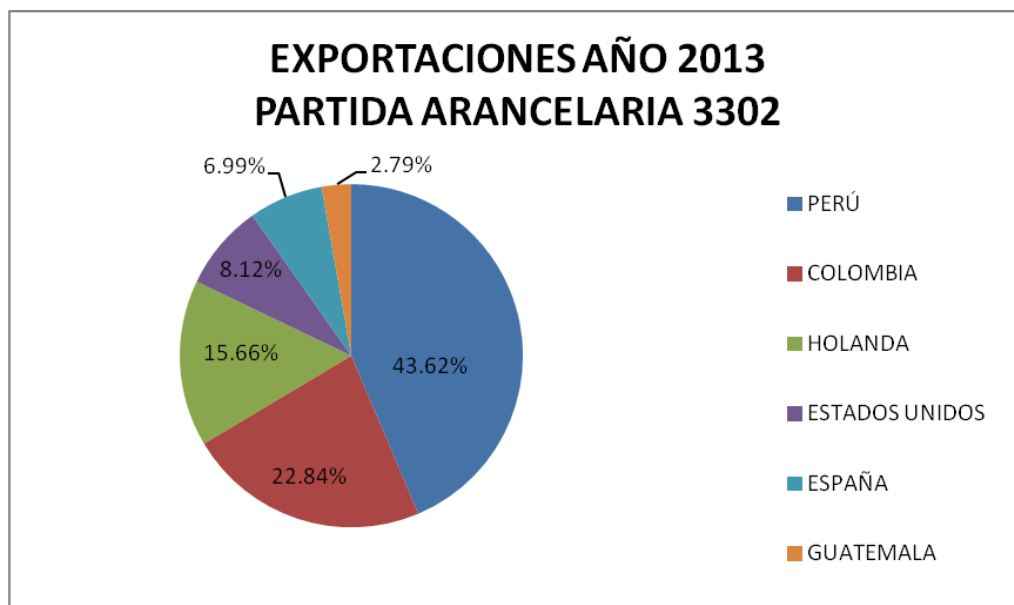


Figura 7: Países receptores de la exportación de aceites esenciales y resinoides del Ecuador

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

A nivel mundial dentro de la industria de aceites esenciales se tiene varios líderes mundiales que sobresalen por sus buenas prácticas entre los cuales se pueden detallar los siguientes:

EMPRESAS PRODUCTORAS DE ESENCIAS NATURALES Y PERFUMES EN EGIPTO

Antiguamente en Egipto los perfumes eran muy distintos ya que estaban elaborados en base a aceites o grasas y en algunos casos se utilizaba el vino para aligerar los perfumes fuertes. A nivel mundial tienen gran renombre los perfumes egipcios principalmente por las recetas que quedaron registradas en las paredes de los templos, mismos que eran conocidos como “laboratorios”.



Figura 8: Aceites Esenciales en Egipto

Fuente: (Tikum Ioga i Salut, s.f.)

En varias industrias se tiene como referencia a los antiguos egipcios por la importancia que daban a su aspecto físico como se puede notar en el uso de vestidos, pelucas, joyas, el maquillaje, ungüentos y perfumes. Estos últimos se utilizaban para hidratación en esta zona calurosa, luego fueron añadiendo aceites esenciales a los mismos, por placer, y en parte para disimular el olor a rancio que tendrían los aceites y grasas. Los perfumes y ungüentos se utilizaban en los ritos de los templos, con lo que su popularidad se incremento y empezaron a comerciar en tierras internacionales.

El clima de Egipto es propicio para el cultivo de innumerables tipos de flores y plantas aromáticas silvestres, también se incluyeron especies llevadas de otras tierras como Valle del Nilo y en los oasis por ejemplo.

Egipto es conocido por tener las mejores esencias en todo el mundo, son mezcla de miles de flores, concentradas al 100 %, hay esencias para perfumar la casa, y

otras curativas, para aliviar diferentes enfermedades como el reumatismo, artritis, resfriados, gripes, dolores de cabeza.

En el antiguo Egipto el conocimiento de los siete aceites sagrados, alcanzaba el acceso a profundos misterios espirituales, como el efecto de los siete aceites sagrados sobre los siete chakras físicos, según las escuelas ocultas de conocimiento místico-espiritual consideran además la existencia de siete aceites sagrados para los siete chakras áureos o etéricos, localizados en el aura de los seres e interdependientes de los siete chakras físicos.

Los aceites esenciales son desde su origen en Egipto utilizados en la aromaterapia, misma que representa una forma de medicina alternativa en la que se utilizan los extractos de plantas para el tratamiento curativo de ciertas enfermedades, en los que se deben inhalar los mismos. (Aromaterapia egipcia)
(Todo de Egipto)

Tabla 5: Oferta de esencias naturales en Egipto

ESENCIAS DE FLORES	AROMATERAPIA USO INTERIOR	AROMATERAPIA USO EXTERIOR
Rosas	Aceite negro seed	Menta
Chipre	Aceite de cebolla	Bergamon
Jazmín de verano	Aceite de Berros	Eucalipto
Heliotropo	Aceite de Ajo	Musk
Jazmín de invierno	Aceite de comino	Madera de sándalo
Lilas del valle	Aceite de lechuga	Ámbar real
Gardenia	Aceite de sésamo	Lavanda
Vainilla	Aceite de Alcaravea	Frankincense
Mimosa		Flor de la naranja
Limón		Mirra
Flor de Loto		
Narciso		
Papiro		
Pera dulce		
Violeta		
Flores del desierto		

Fuente: (Todo de Egipto, s.f.)

YOUNG LIVING

Una de las empresas que se destaca en la industria de aceites esenciales/ esencias naturales es Young Living (Young Living essential Oils). Esta nace en Estados Unidos en 1993 con la extracción de aceites esenciales o esencias naturales como lavanda, menta, melisa, salvia y muchas otras plantas. Los primeros campos de producción fueron en Utah e Idaho, pero impulsada por la creciente demanda de aceites esenciales puros, su empresa se expande con oficinas en Australia, Europa, Canadá, Japón y Singapur, y también a través de granjas de cultivo en: Simiane - Francia; Salalah - Omán y Guayaquil - Ecuador. Además cuentan con

socios que son cuidadosamente examinados para garantizar la calidad de la producción.

Además del departamento de producción, esta empresa cuenta con un Consejo de Asesoramiento Científico conformado por psicólogos y médicos de varias partes del mundo. Incluye como estrategia de ventas a consultores que comercializan los productos al consumidor final. Para ellos, Young Living cuenta con material bibliográfico y audiovisual denominado “herramientas y material de apoyo” en donde además de la información de los productos, sus propiedades y usos, se incluyen estrategias de negocios. Además, se propone un plan de compensación basado en el pago de bonos, en pirámide para incentivar a los miembros.

Los productos que oferta Young Living se clasifican en tres categorías:

Tabla 6: Productos Young Living

Aceites esenciales y mezclas,	<ul style="list-style-type: none"> • Mezclas de aceites esenciales • Dispensadores Roll-on • Aceites para masajes • Herramientas para los aceites esenciales: dispensadores decorativos, etc. • Collection: aceites esenciales para tratamientos específicos.
Belleza	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidado facial • Baño y cuidado corporal
Hogar	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza natural: productos de limpieza • Comida: productos con cerezas salvajes • Salud familiar: aceites para niños y adultos • Accesorios: dispensadores, etc.

Fuente: (Young Living, s.f.)

Young Living cuenta con un monitoreo e investigación constante para garantizar un producto de calidad, que va desde la selección de las semillas hasta el sello, como se muestra en la siguiente figura:

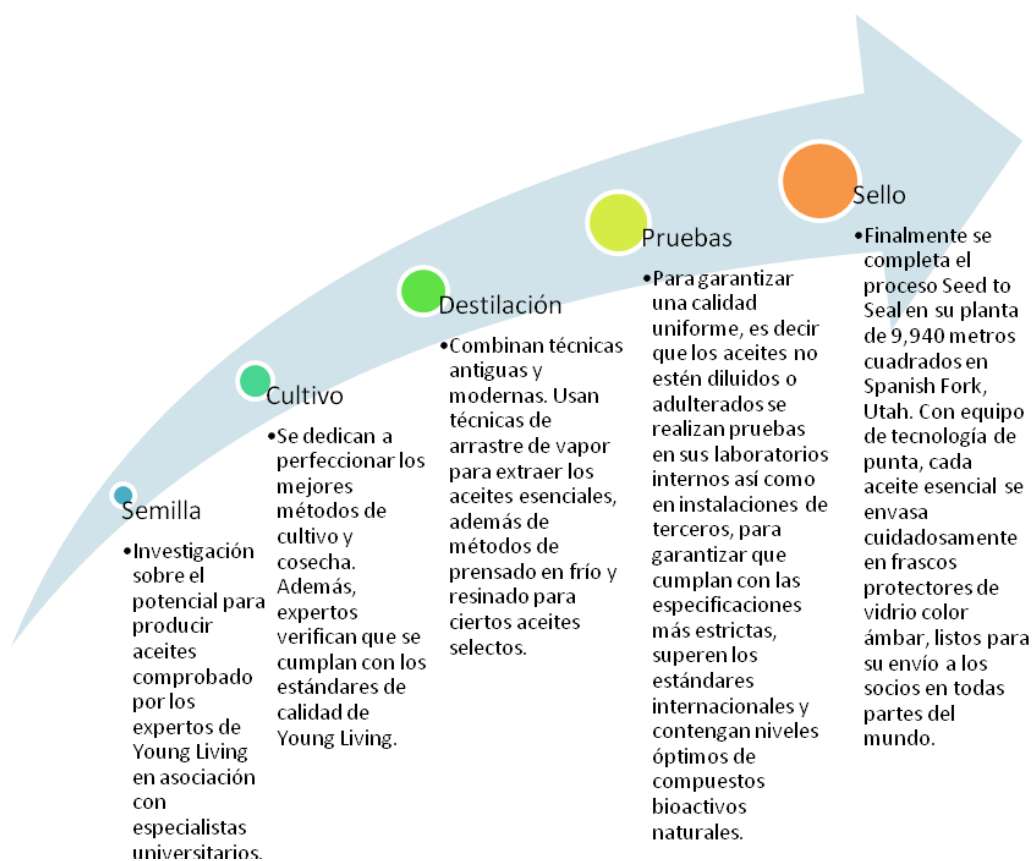


Figura 9: Procesos de Calidad en la Empresa Young Living

Fuente: (Young Living, s.f.)

TISSERAND (Tisserand Aromatherapy)

En 1974, su fundador Robert Tisserand inicia la fabricación de aceites esenciales para masajes terapéuticos de forma artesanal en su casa en Londres, Inglaterra. Ahora Tisserand ofrece sus productos de forma directa y también a través de distribuidores en todo el mundo:

Tabla 7: Distribuidores a Nivel Mundial Tisserand

PAÍS	DISTRIBUIDOR
AUSTRALIA:	Oborne Health Supplies
AUSTRIA:	Valora Trade Austria GmbH & Co KG
BELGIUM:	First T&B Benelux
BULGARIA:	ET Lubov - Lubov Petrova
BRASIL:	Tisserand Aromatherapy Brazil - Grupo Essence
CANADA:	Lotus Light Natural Body Care
CHINA:	Shyang Tsuen International Co., Ltd.
CHIPRE:	Simply Essential Clinical Aromatherapy Medical Spa
REPUBLICA CHECA:	Profimed S.R.O
GRECIA:	Tisserand Aromatherapy
HONG KONG:	Dermal Wellness (HK) Limited
ISLANDIA:	Bergfell EHF
JAPON:	Sun Farm Shoji Co. Ltd
KOREA:	AromaKorea
LUXEMBURGO:	First T&B Benelux
MALAYSIA:	EIG Dermal Wellness (HK) Limited
MEXICO:	Shaktili Aromaterapia SA de CV
HOLANDA:	First T&B Benelux
NUEVA ZELANDA:	Arrow Beauty
NORUEGA:	Norges NaturmedisinSentral as
OMAN:	Muscat Pharmacy & Stores LLC
REPUBLICA DE IRLANDA:	Natural Medicine Company Ltd
ESLOVENIA:	Ana-Cveta D. O. O
SINGAPURE:	EIG Dermal Wellnesse (S) Pte
TAIWAN:	Shyang Tsuen International Co., Ltd.
THAILANDIA:	EIG Dermal Wellness (Thai) Co Ltd
EMIRATOS ARABES UNIDOS:	Supernature LLC
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA:	Lotus Light Natural Body care
VENEZUELA:	Botica Natural Pangea

Fuente: <http://www.tisserand.com/>

Elaborado por: ANDREA ELIZABETH PABON VENEGAS

La empresa afirma ofrecer productos 100% orgánicos, cultivados en terrenos que no han sido contaminados con fertilizantes y son cosechados éticamente. Se asegura que no se mantiene las esencias por mucho tiempo en stock para garantizar su frescura, además se afirma que son recomendados por profesionales de la aromaterapia. Por otra parte, manifiestan que sus esencias son de especies botánicas conocidas para lograr una máxima fragancia.

Los productos están organizados en las siguientes categorías:

Tabla 8: Productos Tisserand

Latest Additions	<ul style="list-style-type: none"> • Perfumes roll-on de diferentes fragancias.
Aromatherapy	<ul style="list-style-type: none"> • Aceites Esenciales. • Equipo para Aromaterapia: dispensadores, difusores y contenedores. • Aromaterapia en roll-on. • Mezclas de aceites esenciales para vaporizaciones.
Massage	<ul style="list-style-type: none"> • Aceites para masajes corporales. • Aceites esenciales puros.
Bath & Body	<ul style="list-style-type: none"> • Productos para el cuidado de manos y cuerpo. • Tratamientos para la piel. • Desodorantes. • Regalos: paquetes con diferentes productos en un mismo aroma. • Urban Spa. • Productos para el baño y ducha. • Cuidado del cabello. • Perfume para la piel. • Productos para el cuidado del hogar.
Inspired By National Trust	<ul style="list-style-type: none"> • Aceites para el baño. • Eau de Toilette. • Lociones para manos y cuerpo. • Jabón para manos. • Perfume en roll-on. • Sprays para habitaciones. • Línea de sachets.

Fuente: (Tisserand, s.f.)

Tisserand ofrece los siguientes tipos de aceites esenciales:

Orgánicos.- son aquellos cuyas plantaciones están libres de fertilizantes, herbicidas o pesticidas, en su lugar, afirman usar métodos que cuidan el ecosistema y mantienen la salud de las plantas. Además se asegura que las plantas no han sufrido modificaciones genéticas ni radiación. Se indica que los

estándares internacionales son establecidos por IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), que también acredita a muchos organismos de certificación, por ejemplo, la Asociación de Suelos o el francés Ecocert.

Silvestres-artesanales.- Son aquellos que se derivan de plantas que no se cultivan, sino se obtienen en su hábitat natural, silvestre. A pesar de que no son orgánicos, ellos no han sido contaminados por productos químicos sintéticos (pesticidas, fertilizantes, etc.) y crecen en condiciones favorables para la salud de la planta. Su elaboración artesanal la hace sostenible.

Más que un tipo de aceite Tisserand afirma realizar un “cosecha ética” refiriéndose a una forma de cultivo sostenible en la que la planta no se cosecha de manera agresiva, evitando que la especie se agote. Esto, especialmente cuando se trata de un árbol o planta de crecimiento lento. Por ello incluyen procesos de reforestación en sus actividades.

Por otro lado, Tisserand ofrece otra combinación de esencias clasificadas en las siguientes tipologías:

- En casa
- Piel mixta
- Desintoxicación
- Para piel seca y madura
- Estación fría

- Deportes
- Piel
- Viajes y sol
- Trabajar y estudiar
- Sensual

Tisserand ofrece una amplia información respecto a la aromaterapia enlazándola con el uso y manejo de los aceites esenciales. Además, cuenta con una base de datos de terapeutas, con sus calificaciones y prueba de su experiencia en el sector incluyendo una lista de precios.

KANTA GROUP (Kanta Enterprises Pvt. Ltd.)

El grupo de empresas Kanta se origina en el 1971 a través de la Compañía Química Kanta cuyo fundador es el Sr. J. K. Gupta, ahora Presidente del grupo, tercera generación del negocio familiar.

La infraestructura de la empresa actualmente se encuentra en Noida (Uttar Pradesh) a 20km. de Delhi en India. La compañía actualmente se dedica a la producción y exportación de una amplia gama de aceites esenciales, aislamientos, resinoides y las oleorresinas de especias, compuestos de perfumería, esencias, aceite esencial rectificado y productos químicos aromáticos, hierbas.

La constante investigación ha dado como resultado la diversificación de las empresas del grupo y por tanto su crecimiento ha sido constante en las últimas cuatro décadas.

Kanta tiene una gran capacidad de producción. Poseen vasos de reacción que funcionan de acuerdo a estándares internacionales y un hidro-generador para procesar. La empresa indica que sus productos han sido aprobados y aceptados por los clientes más exigentes en el mercado internacional, de las industrias farmacéuticas, sabores y fragancias, cosméticos, confiterías y bebidas suaves.

La empresa cuenta con ultramodernos tanques de acero inoxidable con condensadores y colectores. La producción responde a requerimientos y especificaciones de los clientes.

La empresa cuenta con un laboratorio que facilita que esta se mantenga en la vanguardia e innovación de sus productos. Esto en respuesta a los requerimientos y opiniones de los clientes.

El laboratorio contiene el siguiente equipamiento:

- 1.- Espectrometría de masas / cromatografía de gases
- 2.- Cromatografía de gases
- 3.- Rotación óptica
- 4.- Índice de refracción
- 5.- P.H. Metro

6.- Refracción Molecular

7.- Solubilidad, punto de fusión, punto de ebullición, punto de inflamación y humedad, reporte de contenido, etc.

El grupo cuenta con un Departamento de Control de Calidad que se encarga del seguimiento de todos los procesos desde la etapa de adquisición de la materia prima hasta la entrega de los productos al consumidor.

AROMIUM (Aromium)

Aromium es una empresa española, distribuidora de aceites esenciales a nivel nacional. Afirma seleccionar los mejores aceites esenciales tanto de agricultura ecológica como convencional con productos procedentes de todo el mundo. Los proveedores con los que trabaja esta empresa, son productores certificados.

Aromium se define como “mayorista de aceites esenciales puros”, es decir, que los productos que ofertan están libres de Parabenos y Fenoxietanol (conservantes químicos,) perfumes de síntesis y otros derivados petroleoquímicos. Además de la gran variedad de aceites esenciales, la empresa ofrece artículos, consejos y asesoramiento a través de la tienda on-line para todas aquellas personas o empresas que estén interesadas en incursionar en el sector.

Adicional a las esencias naturales, la empresa cuenta con una línea de cosméticos denominada “Cosmética Bio” en la que se ofertan cremas con diferentes propiedades y complementos alimenticios “Lucyvital” cuyos componentes

ayudan a perder peso, quemar grasas, o contienen vitaminas que contribuyen al cuidado de la salud.

A diferencia de las empresas antes mencionadas esta empresa oferta Hidrolatos.

“El hidrolato es el agua usada para la destilación de los aceites esenciales, posee un poco de aceite esencial de la propia destilación, elementos hidrosolubles y oligoelementos. En ningún caso es agua a la que se le ha añadido un poco de aceite esencial (el aceite esencial no se disuelve en agua). Es apropiado su uso tanto dermatológico como alimenticio como higiénico” (Aromium).

También la empresa ofrece: difusores, envases de vidrio y cajas para guardar los aceites esenciales. Así mismo, a disposición se encuentra información sobre 180 patologías con indicaciones y consejos para la aplicación de aromaterapia.

NATURA- BRASIL

Es una de las empresas que nuestras fuentes de información la ha referido de forma recurrente. Sin embargo, a diferencia de las empresas anteriormente descritas, no se trata de una empresa que se dedique a la producción o comercialización de aceites esenciales sino a la fabricación y comercialización de productos naturales: cosméticos, fragancias y productos de higiene personal.

Las ventas se realizan de forma directa y a través de distribuidores. Natura ofrece capacitación a emprendedores, a pequeños agricultores y a familias

extractivistas. Para ello, cuentan con redes de consultoras internacionales. Natura tiene franquicia en Argentina, Colombia y México. Además tienen operaciones Internacionales con Chile y Perú.

Es importante realizar un comparativo estratégico de los líderes en el sector seleccionado.

Tabla 9: Comparativo entre las características de la industria de esencias naturales a nivel nacional versus las empresas referentes a nivel internacional

INDUSTRIA NACIONAL	REFERENTES INTERNACIONALES
Maquinaria Artesanal: Alambiques	Tecnología de punta de acuerdo a estándares internacionales.
Baja capacidad de producción	Laboratorios de producción con capacidades industriales.
Poca variedad de productos: producción de aceites esenciales, esencias naturales para la industria alimenticia, inciensos y productos cosméticos.	Diversidad de oferta.
La producción es limitada.	Producción y comercialización mayorista.
Mercado Nacional e internacional limitado. Dificultad en el cumplimiento de la normativa interna para la comercialización en ambos niveles.	Porcentaje de ventas exitosas a nivel nacional e internacional.
La cadena de comercialización no es personalizada, se realiza directamente con el intermediario, a través de cadenas de supermercados y a empresas comercializadores a nivel internacional.	Capacitación y acompañamiento en la cadena de comercialización a minoristas o ventas directas: distribuidores y franquicias.
El 50% de las empresas entrevistadas indica que no invierte en publicidad.	Despliegue de marketing y relaciones públicas internacionales.

INDUSTRIA NACIONAL	REFERENTES INTERNACIONALES
A nivel nacional no se cuenta con certificaciones para productores o es mínima.	Identificación de productores certificados.
Las empresas que exportan cuentan con certificación orgánica como valor agregado.	Certificaciones de calidad de los productos y de los procesos de la empresa.
Investigación incipiente.	Investigación desarrollada y diversificada. Las empresas cuentan con centros de investigación interna y adicionalmente realizan controles externos.

2.1.2 Evaluación del parque empresarial nacional

Según ISABRUBOTANIK S.A. las variables que en gran medida afectan al desarrollo de su empresa dentro de la industria son el empleo, la política fiscal, el entorno social, el talento humano, las políticas comerciales y tratados de libre comercio, programas gubernamentales, marco legal y regulativo, políticas bancarias de acceso al crédito, el contrabando, el flujo de remesas y el tema de seguridad jurídica.

Las esencias naturales intervienen dentro del sector de Industrias manufactureras. Se presenta un detalle de la incidencia dentro de la economía ecuatoriana en términos de balanza comercial, producción, empleo y comportamiento de precios.

Para realizar de igual forma el análisis de la concentración de empresas en el sector y producción en dólares de la industria y sus relacionadas, con sus respectivos aportes económicos, se tomó como base la información de las

importaciones y exportaciones (SENAE) y del Portal del Banco Central del Ecuador (BCE). Para esto se acude al Directorio de partidas arancelarias (Código NANDINA).

Tabla 10: Códigos Nandina (partidas arancelarias) que intervienen en la cadena productiva de esencias naturales

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA (CÓDIGO NANDINA)	DESCRIPCIÓN PARTIDA ARANCELARIA
Esencias naturales (Producción)	1804	Manteca, grasa y aceite de cacao
	2101	Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; chicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados
	2403	Los demás tabacos y sucedáneos del tabaco, elaborados; tabaco “homogeneizado” o “reconstituido”; extractos y jugos de tabaco.
	3301	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los “concretos” o “absolutos”; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpenicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.
	3302	Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (incluidas las disoluciones alcohólicas) a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas.
	3805	Esencias de trementina, de madera de pino o de pasta celulósica al sulfato (sulfato de trementina) y demás esencias terpenicas procedentes de la destilación o de otros tratamientos de la madera de coníferas; dipenteno en bruto; esencia de pasta celulósica al bisulfito (bisulfito de trementina) y demás paracimenes en bruto; aceite de pino con alfa-terpineol como componente principal.

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

Con el fin de comprender de mejor manera la interacción de la balanza comercial en la industria se analiza tanto las importaciones y exportaciones relacionadas a la producción y comercialización de aceites esenciales en el país.

CÓDIGO: 1804
DESCRIPCIÓN PARTIDA ARANCELARIA: Manteca, grasa y aceite de cacao
EXPORTACIONES/IMPORTACIONES
Destino de esencias naturales (CÓDIGO 1804): Total por países en miles de dólares

Tabla 11: Exportaciones e Importaciones – Partida Arancelaria 1804

AÑO	EXPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	IMPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	SUPERAVIT O DEFICIT (MILES DE DÓLARES)
2009	236,56	-	236,56
2010	224,34	-	224,34
2011	223,51	-	223,51
2012	290,18	-	290,18
2013	601,23	-	601,23

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

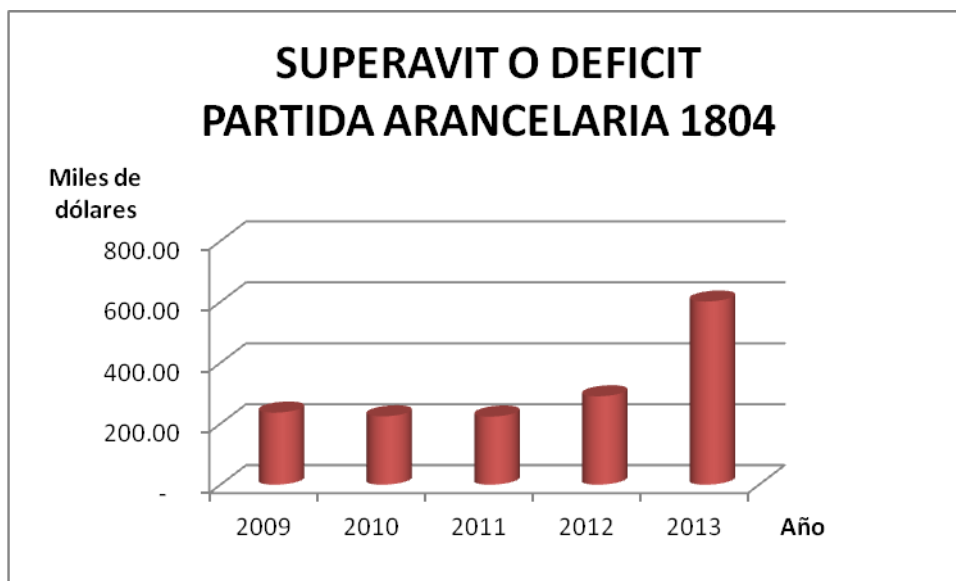


Figura 10: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 1804

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En base a la información de la base de datos que maneja el Banco Central del Ecuador se puede observar que dentro de la partida arancelaria 1804 a partir del año 2009 hasta el año 2011 se mantiene casi el mismo nivel de superávit, en tanto que en el año 2012 empieza a aumentar en gran medida, mismo que en el año 2013 alcanzó un valor FOB de 601,23 miles de dólares.

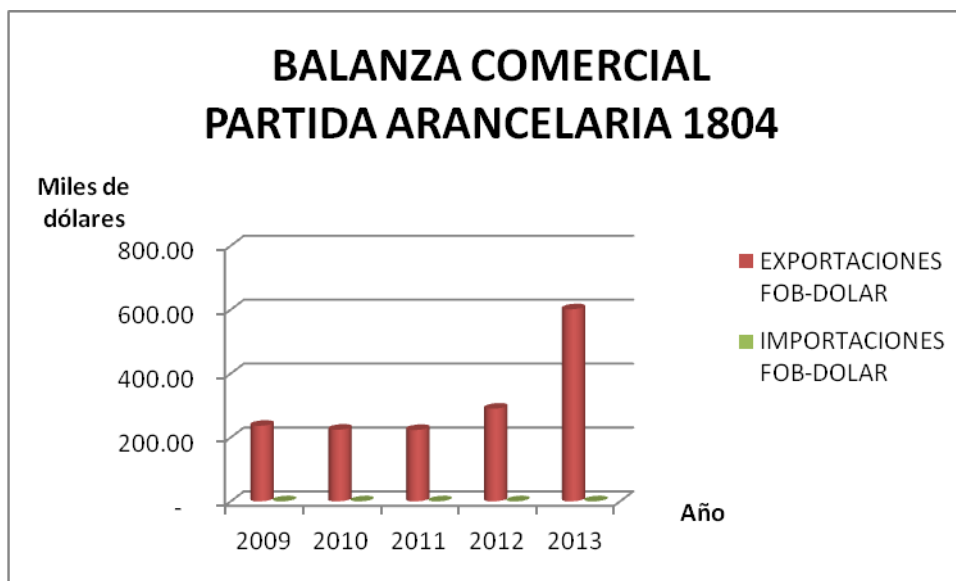


Figura 11: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 1804

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En el Figura 11, se puede observar que dentro de la partida arancelaria 1804 sigue existiendo una diferencia entre lo que se importa y lo que se exporta, a pesar de que para el año 2013 las exportaciones alcanzaron un valor FOB de 601,23 miles de dólares.

CÓDIGO: 2101
DESCRIPCIÓN PARTIDA ARANCELARIA: Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; chicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados
EXPORTACIONES/IMPORTACIONES
Destino de esencias naturales (CÓDIGO 2101): Total por países en miles de dólares

Tabla 12: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 2101

AÑO	EXPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	IMPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	SUPERAVIT O DEFICIT (MILES DE DÓLARES)
2009	92.746,59	14.734,02	78.012,57
2010	104.642,81	14.970,48	89.672,33
2011	143.157,11	15.029,43	128.127,68
2012	185.579,17	17.111,43	168.467,74
2013	189.862,36	18.469,61	171.392,75

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

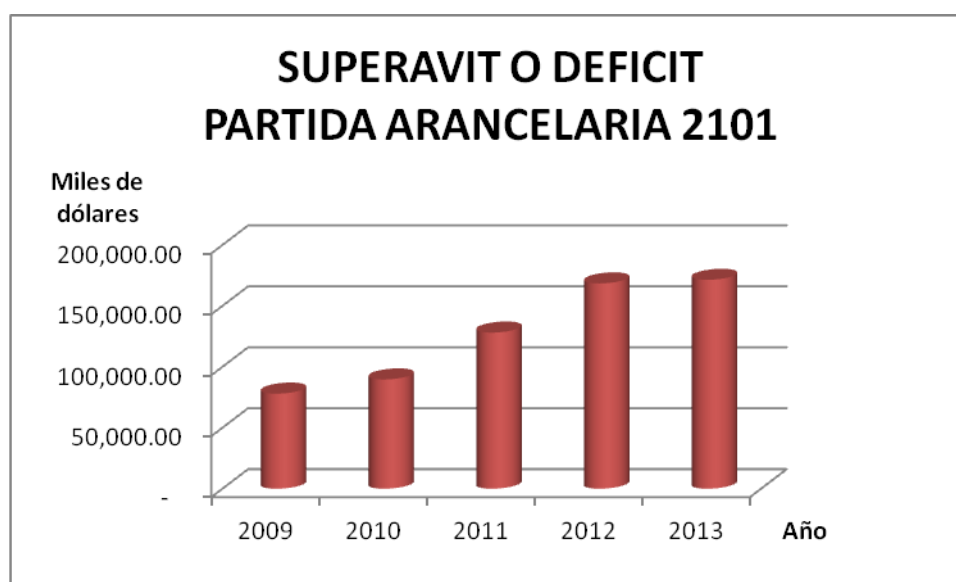


Figura 12: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 2101

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En base a la información de la base de datos que maneja el Banco Central del Ecuador se puede observar que dentro de la partida arancelaria 2101 existe una tendencia al aumento del superávit en la balanza comercial, mismo que en el año 2013 alcanzó un valor FOB de 171.392.75 miles de dólares.

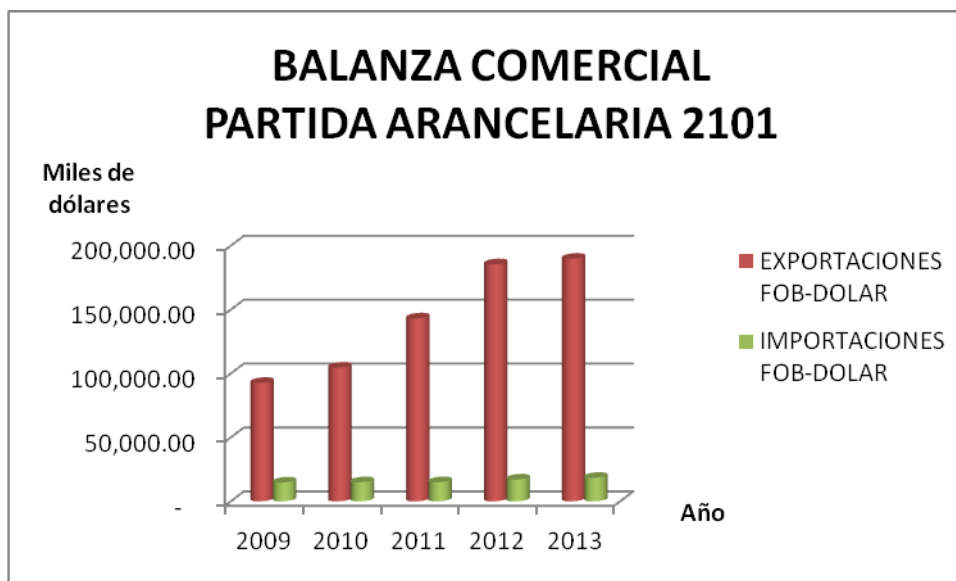


Figura 13: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 2101

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En la Figura 13 se puede observar que dentro de la partida arancelaria 1804 sigue existiendo una diferencia entre lo que se importa y lo que se exporta, a pesar de que para el año 2013 las exportaciones alcanzaron un valor FOB de USD 189.862,36 miles de dólares.

CÓDIGO: 2403
DESCRIPCIÓN PARTIDA ARANCELARIA: Los demás tabacos y sucedáneos del tabaco, elaborados; tabaco “homogeneizado” o “reconstituido”; extractos y jugos de tabaco.
EXPORTACIONES/IMPORTACIONES
Destino de esencias naturales (CÓDIGO 2403): Total por países en miles de dólares

Tabla 13: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 2403

AÑO	EXPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	IMPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	SUPERAVIT O DEFICIT (MILES DE DÓLARES)
2009	356,91	622,75	(265,84)
2010	1.161,10	998,23	162,87
2011	1.932,86	927,89	1.004,97
2012	-	369,23	(369,23)
2013	0,04	844,03	(843,99)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

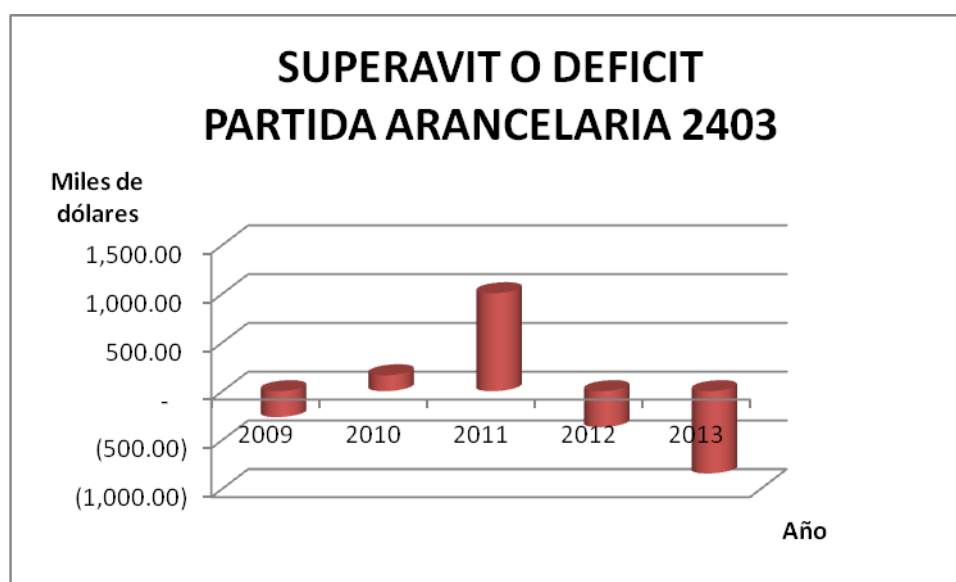


Figura 14: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 2403

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En base a la información de la base de datos que maneja el Banco Central del Ecuador se puede observar que dentro de la partida arancelaria 2403 existe un comportamiento irregular en la balanza comercial, en el año 2013 existe un déficit que alcanza el valor FOB de 843,99 miles de dólares.

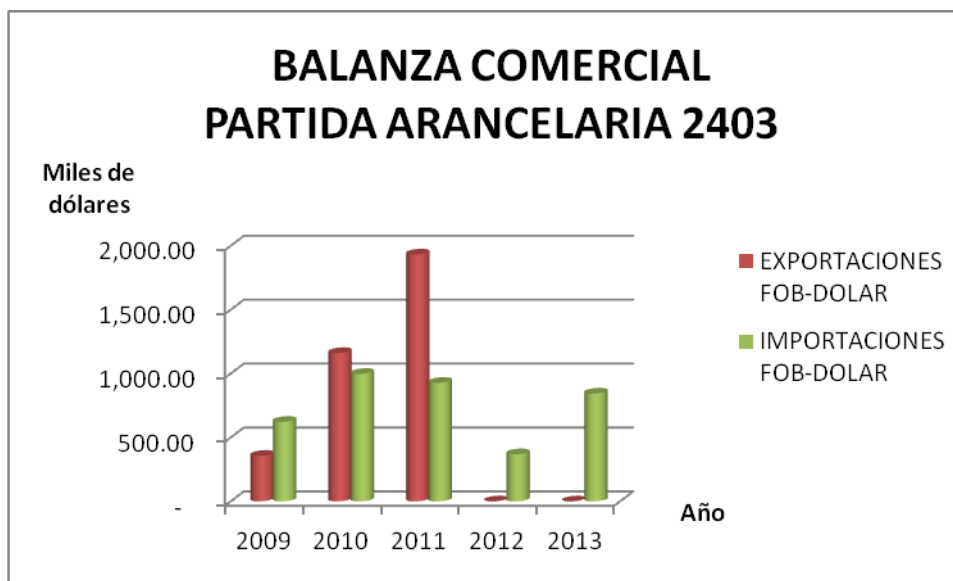


Figura 15: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 2403

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En la Figura 15 se puede observar que dentro de la partida arancelaria 2403 existe un comportamiento irregular entre lo que se importa y lo que se exporta, en el año 2012 decae totalmente el valor de las exportaciones, en tanto que las importaciones en el año 2013 alcanzan un valor FOB de 844,03 miles de dólares.

CÓDIGO: 3301
DESCRIPCIÓN PARTIDA ARANCELARIA: Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos» o «absolutos»; resinoides; oleorresinas de Extracción; disoluciones concentradas de aceites Esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias Análogas, obtenidas por enflorado o maceración; Subproductos terpénicos residuales de la Desterpenación de los aceites esenciales; destilados Acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.
EXPORTACIONES/IMPORTACIONES
Destino de esencias naturales (CÓDIGO 3301): Total por países en miles de dólares

Tabla 14: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 3301

AÑO	EXPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	IMPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	SUPERAVIT O DEFICIT (MILES DE DÓLARES)
2009	239,40	2.485,12	(2.245,72)
2010	389,82	2.589,34	(2.199,52)
2011	661,98	2.997,89	(2.335,91)
2012	274,05	1.087,59	(813,54)
2013	272,63	1.090,04	(817,41)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

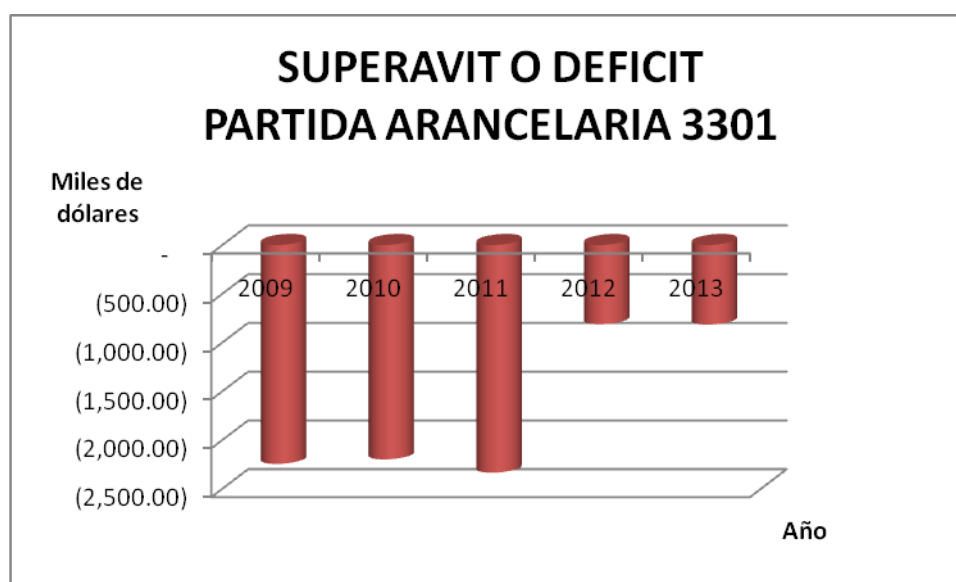


Figura 16: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 3301

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En base a la información de la base de datos que maneja el Banco Central del Ecuador se puede observar que dentro de la partida arancelaria 3301 a partir del año 2012 disminuye en gran medida el valor del déficit en la balanza comercial, hasta el año 2013 el déficit alcanza un calor FOB de 817,41 miles de dólares.

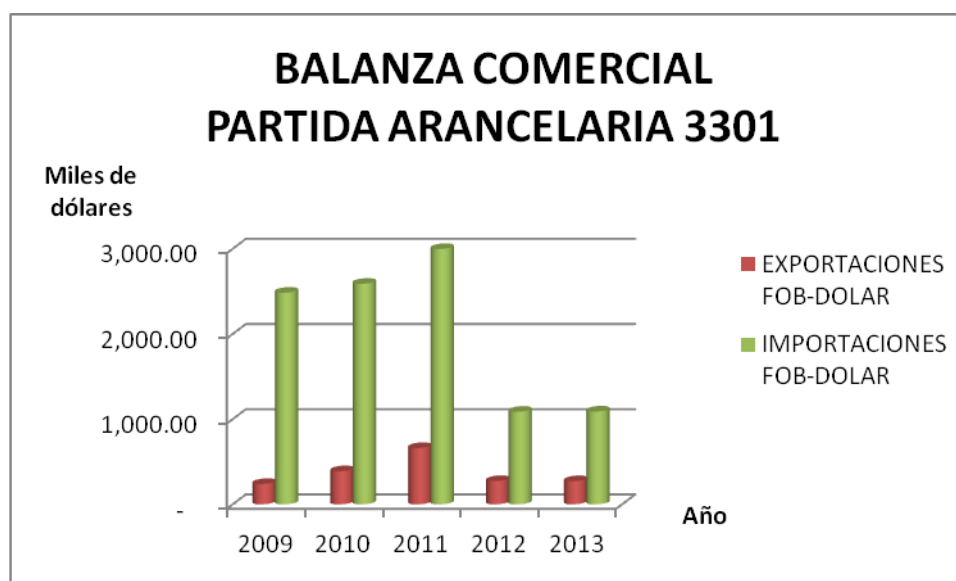


Figura 17: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 3301

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En la Figura 17 se puede observar que dentro de la partida arancelaria 3301 sigue existiendo una gran diferencia entre lo que se importa y lo que se exporta, a pesar de que para el año 2012 y 2013 disminuyen al mismo nivel tanto las exportaciones como las importaciones, para el año 2013 las importaciones alcanzan el valor FOB de 1.090,04 miles de dólares.

CÓDIGO: 3302
DESCRIPCIÓN PARTIDA ARANCELARIA: Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (incluidas las disoluciones alcohólicas) a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas.
EXPORTACIONES/IMPORTACIONES
Destino de esencias naturales (CÓDIGO 3302): Total por países en miles de dólares

Tabla 15: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 3302

AÑO	EXPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	IMPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	SUPERAVIT O DEFICIT (MILES DE DÓLARES)
2009	1.321,49	25.779,39	(24.457,90)
2010	535,70	30.923,37	(30.387,67)
2011	1.147,27	30.625,81	(29.478,54)
2012	504,23	29.468,02	(28.963,79)
2013	437,83	31.542,56	(31.104,73)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

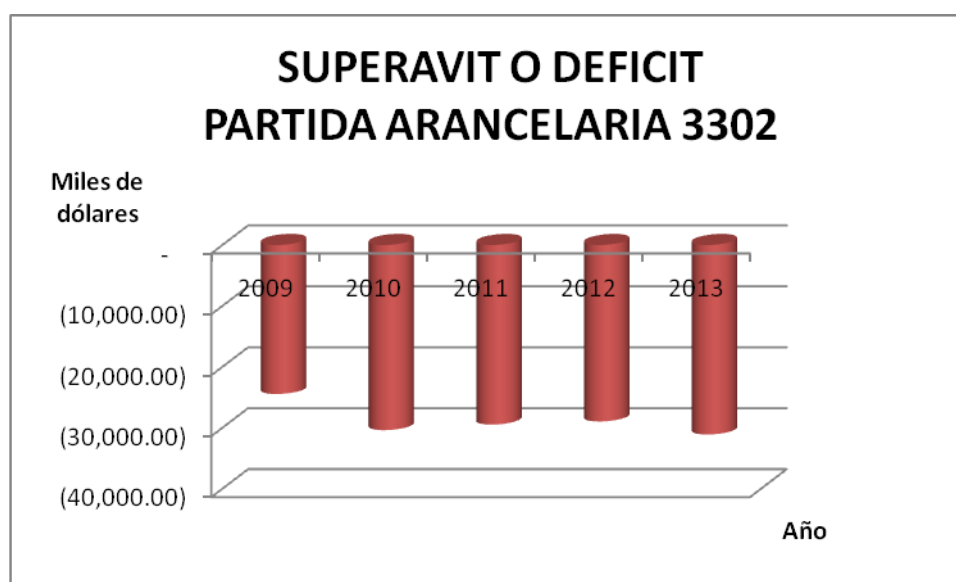


Figura 18: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 3302

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En base a la información de la base de datos que maneja el Banco Central del Ecuador se puede observar que dentro de la partida arancelaria 3302 a partir del año 2010 incrementa el valor del déficit en la balanza comercial, mismo que en el año 2013 alcanzó un valor FOB de 31.104,73 miles de dólares.

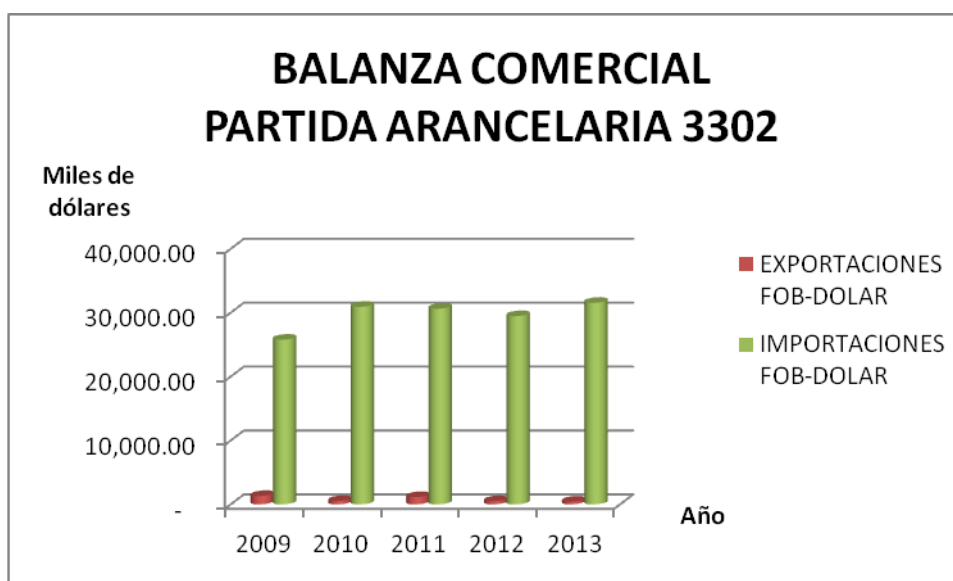


Figura 19: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 3302

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En la Figura 19 se puede observar que dentro de la partida arancelaria 3302 sigue existiendo una diferencia entre lo que se importa y lo que se exporta, en el año 2013 las importaciones alcanzaron un valor FOB de 31.542,56 miles de dólares, mientras que las exportaciones son sumamente bajas.

CÓDIGO: 3805
DESCRIPCIÓN PARTIDA ARANCELARIA: Esencias de trementina, madera de pino o de pasta celulósica al sulfato (sulfato de trementina) y demás esencias terpénicas procedentes de la destilación o de otros tratamientos de la madera de coníferas; dipenteno en bruto; esencia de pasta celulósica al bisulfito (bisulfito de trementina) y demás paracimenes en bruto; aceite de pino con alfa-terpineol como componente principal.
EXPORTACIONES/IMPORTACIONES
Destino de esencias naturales (CÓDIGO 3805): Total por países en miles de dólares

Tabla 16: Exportaciones e importaciones– partida arancelaria 3805

AÑO	EXPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	IMPORTACIONES FOB-DÓLAR (MILES DE DÓLARES)	SUPERAVIT O DEFICIT (MILES DE DÓLARES)
2009	-	219,01	(219,01)
2010	-	434,88	(434,88)
2011	-	540,37	(540,37)
2012	7,57	444,71	(437,14)
2013	99,99	556,48	(456,49)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

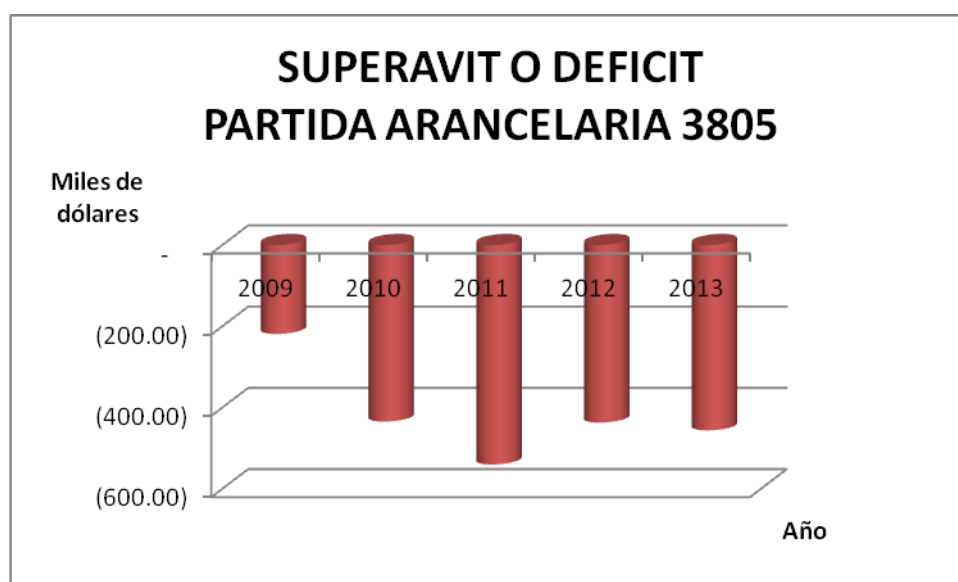


Figura 20: Superavit o deficit balanza comercial – partida arancelaria 3805

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En base a la información de la base de datos que maneja el Banco Central del Ecuador se puede observar que dentro de la partida arancelaria 3805 a partir del año 2011 incrementa el valor del déficit en la balanza comercial, a partir del año 2012 disminuye hasta alcanzar en el año 2013 el valor FOB de 456,49 miles de dólares.

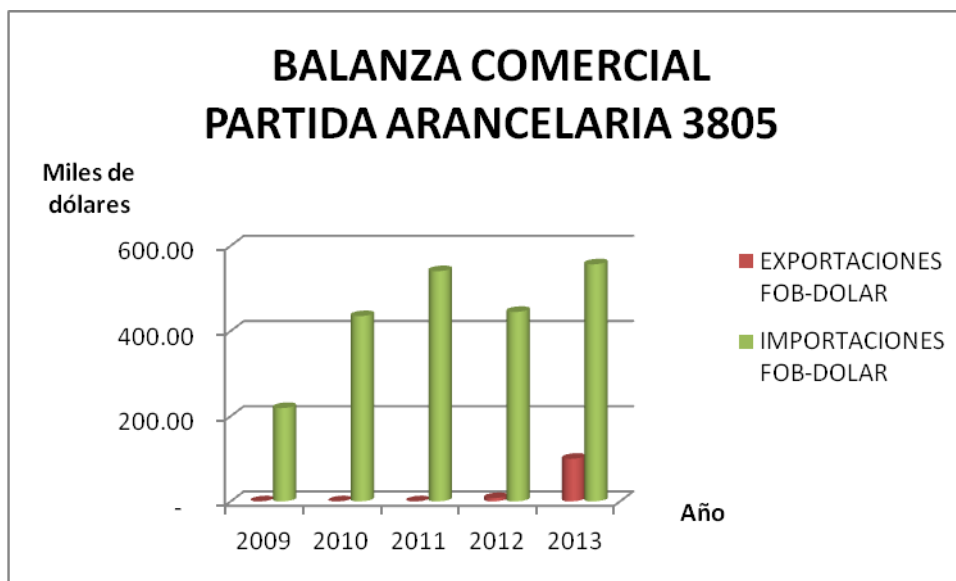


Figura 21: Exportaciones e importaciones – partida arancelaria 3805

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

En la Figura 21 se puede observar que dentro de la partida arancelaria 3805 sigue existiendo una diferencia entre lo que se importa y lo que se exporta, a pesar de que para el año 2013 las exportaciones alcanzaron un valor FOB de 99,99 miles de dólares.

Tabla 17: Valor Agregado Bruto, PIB - Sector Manufactura

AÑO	VALOR AGREGADO BRUTO (MILES DE DÓLARES)
2001	3.928,87
2002	4.176,34
2003	4.345,47
2004	4.621,15
2005	5.136,67
2006	5.742,83
2007	6.077,12
2008	7.447,39
2009	7.699,19
2010	8.601,69
2011	9.670,45
2012	10.785,49
2013	11.453,63

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

El valor agregado bruto que se alcanza dentro del Sector Manufactura en el año 2013 es de 11.453,63 miles de dólares.

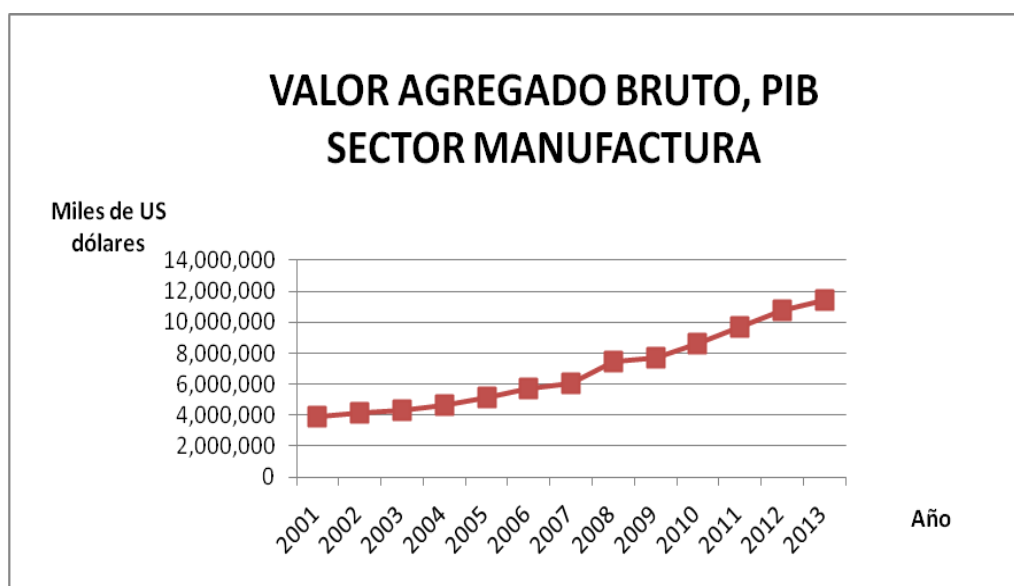


Figura 22: Tendencia Valor Agregado Bruto, PIB -Sector Manufactura (miles de dólares)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

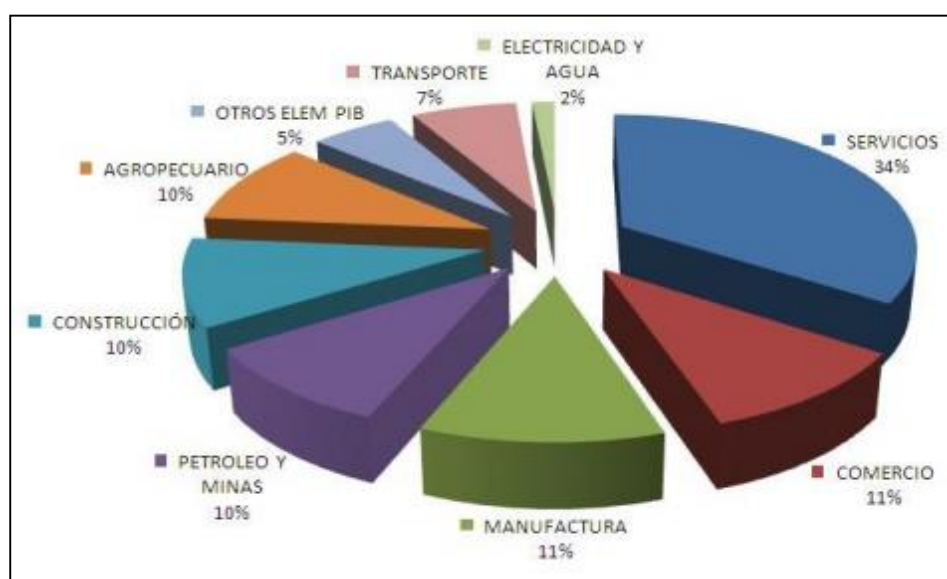


Figura 23: PIB por actividad económica 2013

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

El sector de la industria manufacturera representa el 11% del Producto Interno Bruto en el año 2013 al igual que el sector comercio.

Tabla 18: Cantidad de establecimientos sector manufactura

CÓDIGO	NOMBRE DE PROVINCIA	No. ESTABLECIMIENTOS SECTOR MANUFACTURA
1	AZUAY	4.886
2	BOLÍVAR	353
3	CAÑAR	894
4	CARCHI	361
5	COTOPAXI	1.353
6	CHIMBORAZO	1.799
7	EL ORO	1.802
8	ESMERALDAS	824
9	GUAYAS	9.350
10	IMBABURA	1.821
11	LOJA	1.731
12	LOS RIOS	1.418
13	MANABI	2.684
14	MORONA SANTIAGO	440
15	NAPO	212
16	PASTAZA	305
17	PICHINCHA	11.737
18	TUNGURAHUA	2.773
19	ZAMORA CHINCHIPE	316
20	GALAPAGOS	89
21	SUCUMBIOS	362
22	ORELLANA	262
23	SANTO DOMINGO	1.388
24	SANTA ELENA	671
90	ZONA NO DELIMITADA	36
TOTAL		47.867

Fuente: Censo Económico 2010

En el Censo Económico del año 2010 se totalizo el valor de 47.867 establecimientos que operan en el Sector Manufactura, como se mencionó anteriormente dentro del presente documento, en el Clasificador Internacional

Industrial Único que utiliza el Servicio de Rentas Internas (SRI) la letra D corresponde a Industrias Manufactureras, las actividades relacionadas a la extracción de esencias naturales son Elaboración de otros productos alimenticios N.C.P. (D1549), Elaboración de productos de tabaco (D1600) y Fabricación de otros productos químicos N.C.P. (D2429), por lo que las empresas dedicadas a la obtención de esencias naturales se considera que se encuentran dentro del Sector Manufactura en el país.

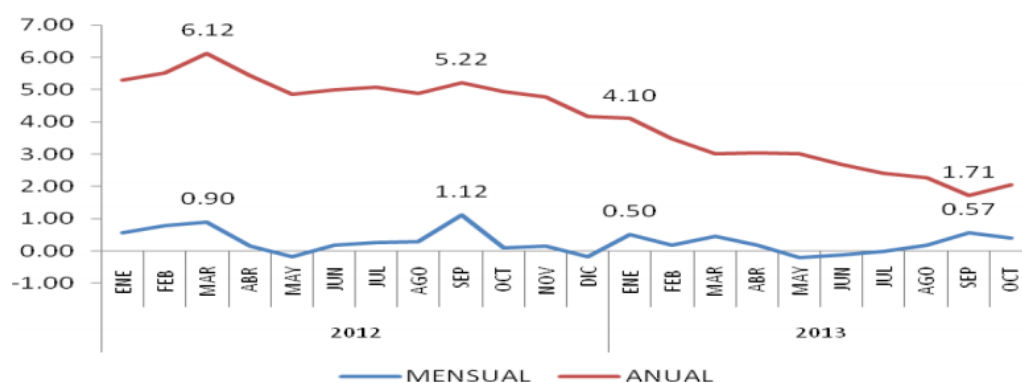
Tabla 19: Producción total, valor agregado, según divisiones (CIU) de actividad económica del 2010 (valores en dólares)

DIVISIONES CIU	ACTIVIDAD ECONÓMICA	PRODUCCIÓN TOTAL	VALOR AGREGADO A PRECIOS PRODUCTOR
	TOTAL	27.121.503.820	10.877.992.702
	MINERÍA	3.884.868.033	3.234.074.432
06	EXTRACCIÓN DE PETRÓLEO CRUDO Y GAS NATURAL	3.814.643.934	3.196.684.808
07	EXTRACCIÓN DE MINERALES METALÍFEROS	49.142.372	29.502.817
08	EXPLOTACIÓN DE OTRAS MINAS Y CANTERAS	21.081.727	7.886.807
	MANUFACTURA	23.236.635.787	7.643.918.270
10	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	7.958.683.879	2.857.351.693
11	ELABORACIÓN DE BEBIDAS	931.989.048	322.750.997
12	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO	34.743.872	7.415.418
13	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	379.292.790	128.320.679
14	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	240.738.188	102.216.713
15	FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS	168.701.351	62.570.705
16	PRODUCCIÓN DE MADERA Y FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA Y CORCHO, EXCEPTO MUEBLES; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PAJA	321.144.924	126.476.168
17	FABRICACIÓN DE PAPEL Y DE PRODUCTOS DE PAPEL	986.831.045	299.663.580
18	IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN DE GRABACIONES	314.387.579	123.749.053
19	FABRICACIÓN DE COQUE Y DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DEL PETRÓLEO	5.065.923.806	1.345.879.384
20	FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS	1.220.331.767	533.251.432
21	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, SUSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUCTOS BOTÁNICOS DE USO FARMACÉUTICO	279.731.922	117.300.323
22	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO	1.244.137.975	467.129.382
23	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS	1.116.884.087	474.399.955
24	FABRICACIÓN DE METALES COMUNES	893.824.441	291.278.479
25	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO	480.024.722	150.481.653
26	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE INGENIERÍA, ELECTRÓNICA Y ÓPTICA	24.826.576	4.561.067
27	FABRICACIÓN DE EQUIPO ELÉCTRICO	427.355.220	95.183.573
28	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO NCP	76.180.965	22.746.034
29	FABRICACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, REMOLQUES Y SEMIRREMOLQUES	818.444.017	16.201.910
30	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE EQUIPOS DE TRANSPORTE	16.657.952	9.234.740
31	FABRICACIÓN DE MUEBLES	182.994.073	61.538.266
32	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	52.805.589	24.217.057

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Dentro de la División de Fabricación de Sustancias y Productos Químicos la Producción Total representa el 5.25% dentro de la Actividad Económica Manufactura, mientras que el Valor Agregado a Precio Productor representa el 6.97%.

Figura 24: Nivel de precios 2012-2013



Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

Elaborado por: Corporación Financiera Nacional (CFN)

Se determina geográficamente a las empresas que incidan en el 80% de ventas del sector, se utiliza como referencia la codificación para la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas CIIU, mismo que es empleado por el Servicio de Rentas Internas (SRI), el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) y la Superintendencia de Compañías.

Dentro de la industria de esencias naturales, la extracción de las mismas constituye una fuente de materia prima para grandes industrias en el Ecuador. En la determinación de la estructura modular se utiliza el Código de la Industria de esencias naturales de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) relacionadas. Se acudió a la clasificación utilizada por el Servicio de Rentas Internas (SRI), misma que se

encuentra publicada en su portal. En ella se encontraron precisiones de la descripción de la cadena productiva de esencias naturales, requeridas para esta investigación.

Tabla 20: Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIU)

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
A	AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA
B	PESCA
C	EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS
D	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
E	SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA
F	CONSTRUCCIÓN
G	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMÉSTICOS.
H	HOTELES Y RESTAURANTES
I	TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES.
J	INTERMEDIACIÓN FINANCIERA
K	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER
L	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA
M	ENSEÑANZA
N	ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD
O	OTRAS ACTIVIDADES COMUNITARIAS SOCIALES Y PERSONALES DE TIPO SERVICIOS
P	HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMÉSTICO
Q	ORGANIZACIONES Y ÓRGANOS EXTRATERRITORIALES
R	BAJO RELACIÓN DE DEPENDENCIA SECTOR PRIVADO
S	BAJO RELACIÓN DE DEPENDENCIA SECTOR PÚBLICO

Fuente: Clasificador Internacional Industrial Único, Servicio de Rentas Internas (SRI)

Tabla 21: Códigos CIU (6 dígitos) que intervienen en la cadena productiva de esencias naturales

ESLABÓN	CÓDIGO CIU (6 DÍGITOS)	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD ECONÓMICA	DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DE ESENCIAS NATURALES
Producción de esencias naturales	D1549.00	Elaboración de extractos, esencias o concentrados de té.	Elaboración de esencias o concentrados de té.
	D1549.01	Elaboración de extractos, esencias de concentrados de café preparados a base de café: (café soluble).	Elaboración de esencias a base de café.
	D1600.09	Elaboración de otros productos de tabaco: extractos y esencias de tabaco, etc.	Elaboración de otros productos de tabaco: esencias de tabaco.
	D2429.00	Fabricación de aceites y grasas modificados químicamente (oxidación, polimerización, etc., aceites esenciales).	Fabricación de aceites y grasas modificados químicamente (aceites esenciales).

Fuente: Clasificador Internacional Industrial Único, Servicio de Rentas Internas (SRI)

La clasificación anterior detalla las actividades económicas relacionadas a la producción de esencias naturales en el país, útil para efectos de análisis de la concentración de empresas en el sector, y producción en dólares de la industria y sus relacionadas con sus respectivos aportes económicos. Se utiliza el Código CIU a 6 dígitos para realizar un análisis más específico respecto a fabricación y elaboración de esencias naturales.

Para el análisis de la concentración de empresas en el sector y producción en dólares de la industria y sus relacionadas con sus respectivos aportes económicos, se tomó como base la información que se encuentra registrada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas.

Dentro de la localización geográfica de productores de esencias naturales en el Ecuador según fuentes primarias se obtiene que en la actualidad la producción de esencias naturales en el Ecuador se concentra en las provincias de Guayas y Pichincha, siendo las ciudades de Quito y Guayaquil donde se concentra la mayor parte de su producción. En la actualidad, dentro del territorio nacional, existen 25 productores de esencias naturales, tratándose tanto de personas naturales como jurídicas.

En la siguiente tabla se puede observar los productores de esencias naturales del Ecuador, ubicados por cantón.

Tabla 22: Concentración productores de esencias naturales del Ecuador por cantón

CIU	PROVINCIA	CANTÓN	RUC	RAZÓN SOCIAL
D1549	AZUAY	CUENCA	0190326217001	COMERCIO E INDUSTRIA CAFÉ CUBANITO CICACU CIA. LTDA.
		SANTA ISABEL	0190313018001	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CAFÉ DE SANTA ISABEL ASOPROCSI
	BOLIVAR	GUARANDA	1801406255001	VÁSCONEZ CHÁVEZ MAURO ARLEZ
	CARCHI	TULCÁN	0400567210001	ROSALES RAMOS BYRON GERMÁN
	COTOPAXI	LATACUNGA	0500073267001	PAZ Y MIÑO FABARA NILA NOEMÍ ROSARIO
	EL ORO	HUAQUILLAS	0700851025001	MALDONADO ALBERTINA DE JESÚS
		PIÑAS	0703188557001	LOAYZA VALAREZO NELSON GUSTAVO
	GUAYAS	GUAYAQUIL	0906114343001	MANCHENO LYNCH ANA ISABEL
			0906410873001	VINUEZA RODRÍGUEZ RITA ELENA
			0916833775001	GÓMEZ KOCHER ADOLFO CHRISTIAN
			0911390565001	TORBAY VINCES JULIO CÉSAR
		SAN JACINTO DE YAGUACHI	0992306564001	GUSNOBE S.A.
	IMBABURA	ANTONIO ANTE	1003092382001	NIETO ROSALES MARCO ANTONIO
	LOJA	CATAMAYO	1101760526001	VALLADARES CAMPOVERDE HUMBERTO ULBIO
		CHAHUARPAMBA	0703721472001	ALVARADO SÁNCHEZ LEONARDO VICENTE
		LOJA	0101416055001	CARRIÓN ASTUDILLO RAÚL AUGUSTO
	PICHINCHA	QUITO	1792454646001	ECUABARISTA CIA. LTDA.
			1792191998001	ECUACAFEGOLD S.A.
			1711673739001	TOBAR CORDOVEZ JOSÉ EDUARDO
			1001597960001	ESCOBAR HERRERA ENA MARIELA
1704671518001			MÁRMOL ESPARZA GALO RENÉ	
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	1100039955001	BUSTAMANTE CELI MARCO ANTONIO	
TUNGURAHUA	BAÑOS DE AGUA SANTA	1600246167001	ORTIZ DÍAZ GONZALO JESÚS	
D2429	GUAYAS	GUAYAQUIL	0991306242001	INFITECA S.A.
	SANTA ELENA	LA LIBERTAD	0905482618001	RÁMIREZ LABORDE JACQUELINE
	PICHINCHA	QUITO	1792021227001	LABORATORIOS PLUSLOIN COMPAÑÍA LIMITADA

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

En la siguiente figura se puede observar un mapa del Ecuador en el cual se identifican las provincias donde se producen esencias naturales.

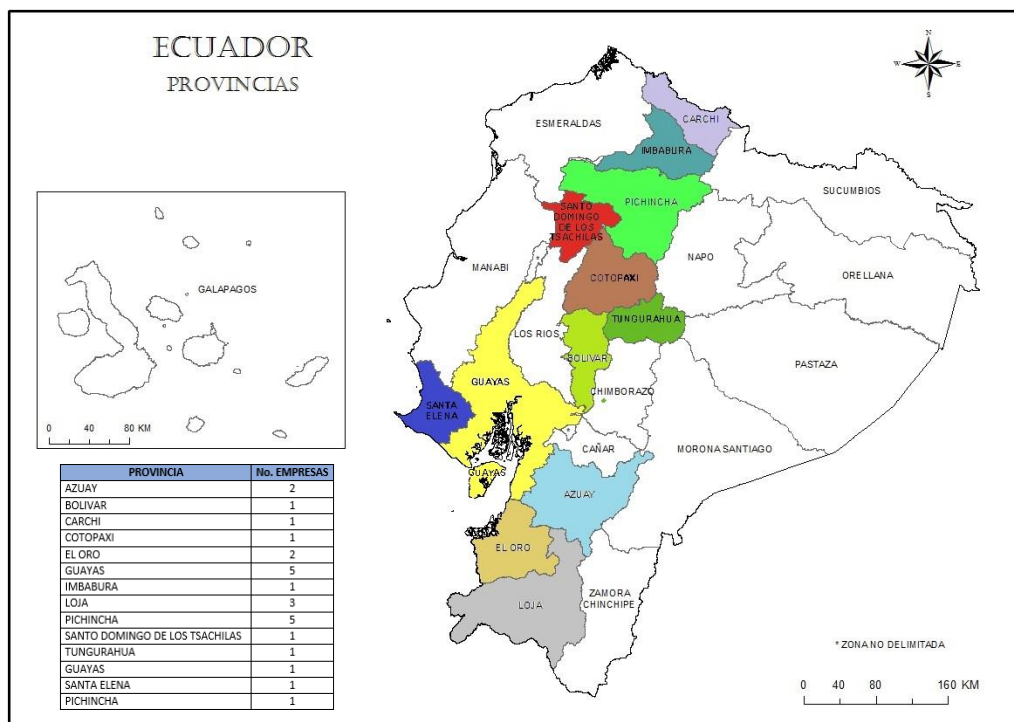


Figura 25: Mapa del Ecuador - concentración productores de esencias naturales

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

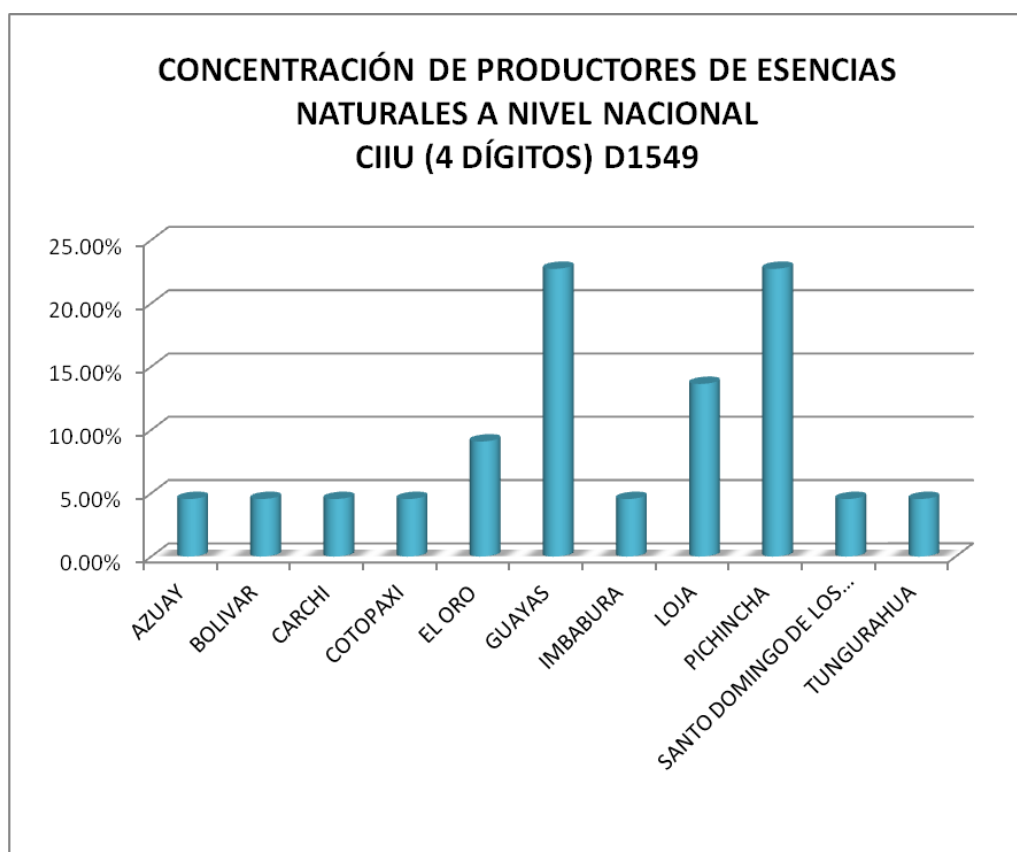


Figura 26: Concentración de productores de esencias naturales a nivel nacional – Ciiu D1549

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Como se puede observar en la Figura 26 que se presenta la mayor cantidad de productores de esencias naturales en base al CIIU D1549 se encuentran en la Provincia de Pichincha y en la Provincia del Guayas.

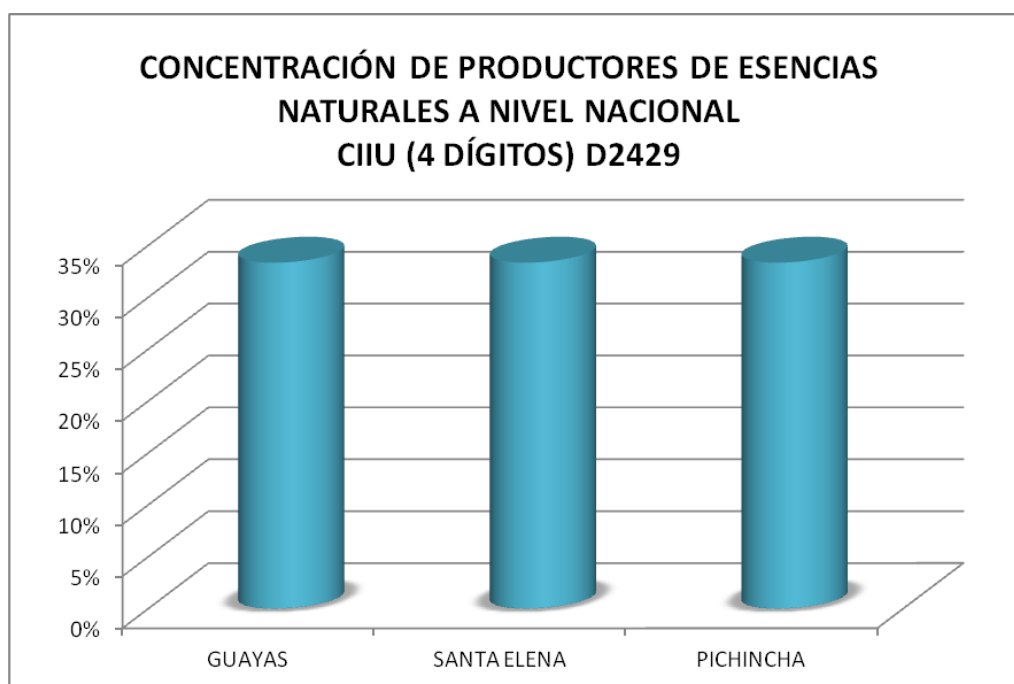


Figura 27: Concentración de productores de esencias naturales a nivel nacional – Ciu D2429

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Como se puede observar en la Figura 27, es igual la proporción en donde se encuentran los productores de esencias naturales en base al CIU D2429, en las Provincias de Guayas, Santa Elena y Pichincha.

Tabla 23: Ventas productores de esencias naturales – CIU D242900

CIU (6 DÍGITOS)	D242900
DESCRIPCIÓN	FABRICACIÓN DE ACEITES Y GRASAS MODIFICADOS QUÍMICAMENTE (OXIDACIÓN, POLIMERIZACIÓN, ETC., ACEITES ESENCIALES).

AÑO	VENTAS (MILES DE DÓLARES)	NÚMERO DE PRODUCTORES
2009	\$ -	1

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

En base a la información de la base de datos que maneja el Servicio de Rentas Internas (SRI) se puede observar que dentro de la actividad económica con CIU D242900 se encuentra registrado un solo ente, cuyas ventas están registradas en cero.

Tabla 24: Ventas productores de esencias naturales – CIU D154901

CIU (6 DÍGITOS)	D154901
DESCRIPCIÓN	ELABORACIÓN DE EXTRACTOS, ESENCIAS DE CONCENTRADOS DE CAFÉ PREPARADOS A BASE DE CAFÉ: CAFÉ SOLUBLE.

AÑO	VENTAS (MILES DE DÓLARES)	NÚMERO DE PRODUCTORES
2009	\$ 1.711,51	3
2010	\$ 1.744,93	3
2011	\$ 10.028,43	3
2012	\$ 6.897,54	3
2013	\$ 1.839,41	3

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

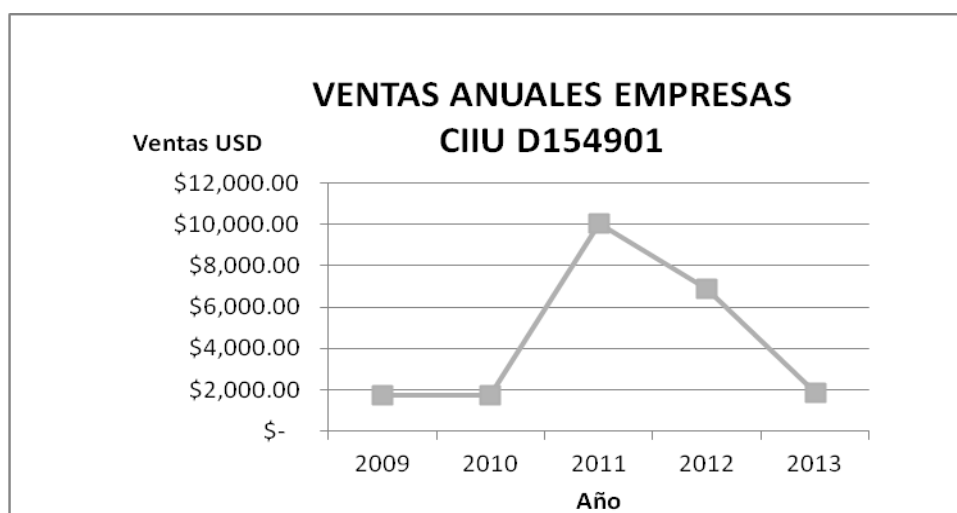


Figura 28: Ventas anuales productores de esencias naturales – Ciu D154901

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

En base a la información de la base de datos que maneja el Servicio de Rentas Internas (SRI) se puede observar que dentro de la actividad económica con CIU D154901, la tendencia de las ventas a partir del año 2009 es ascendente pero en el año 2011 empieza a disminuir en gran medida.

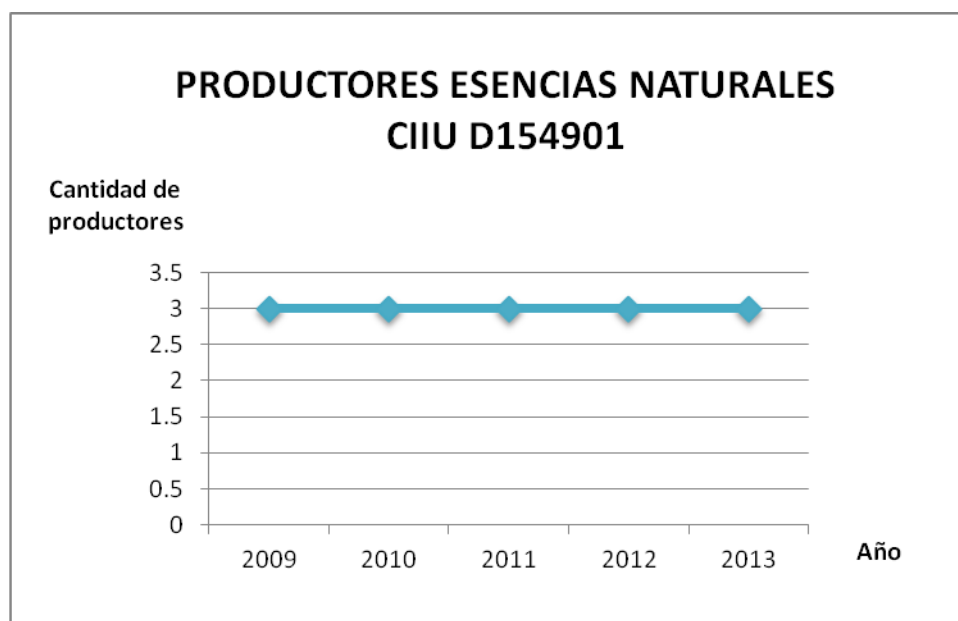


Figura 29: Productores de esencias naturales – CIU D154901

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

De acuerdo a la información de la base de datos que maneja el Servicio de Rentas Internas (SRI) se puede observar que dentro de la actividad económica con CIU D154901 se encuentran registradas en cada año, a partir del año 2009 y hasta el año 2013, tres empresas productoras de esencias naturales, información que no refleja la realidad en el país debido generalmente a la informalidad con la que trabajan los productores de aceites esenciales.

Se procedió a realizar una investigación minuciosa de las personas naturales o jurídicas que tienen un CIU registrado no relacionado directamente a la

extracción de esencias naturales pero como actividad económica principal si realizan dicha actividad económica obteniendo como resultado el establecimiento de una lista que se presenta a continuación:

Tabla 25: Productores de esencias naturales en Ecuador

RUC	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL / NOMBRE PROYECTO / NOMBRE PROGRAMA	CIUDAD	PROVINCIA	ESTADO ACTUAL
1191747972001	Asociación Comunitaria Bolívar Tello Cano	Proyecto Palo Santo/UTPL	Zapotillo	Loja	En operación
1718515412001	Canelos Vargas Rosa Adelaida	Florasana	Puyo	Pastaza	En operación
1490005842001	Fundación Chankuap Recursos para El Futuro	-	Macas	Morona Santiago	En operación
0291501583001	Fundación Familia Salesiana Salinas	-	Guaranda	Bolívar	En operación
1891726755001	Isabrubotanik S.A.	-	Ambato	Tungurahua	En operación
1391816316001	El Artesan S.A.	El Artesan	Puerto López	Manabí	En operación
1711909174001	Christine Muriel Chemin	Aromavida	Guayllabamba	Pichincha	En operación
1790821862001	Agrotrading Cía. Ltda.	Agrotrading	Quito	Pichincha	Cerrada recientemente
2191719533001	Proankichwas Cía. Ltda.	-	Lago Agrio	Sucumbíos	Cerrada recientemente
1791890892001	Sisacuma Cía. Ltda.	-	Quito	Pichincha	Cerrada recientemente

En la actualidad la extracción de esencias naturales, de acuerdo a la información encontrada en la investigación, se concentra en distintas provincias del país, es decir es dispersa. Su ubicación geográfica tiene una relación directa a las esencias naturales que producen, debido a que la materia prima principal (semillas, cortezas, frutos, tallos, raíces o flores) para la producción de esencias naturales se encuentra en zonas rurales (plantaciones).

En la siguiente figura se puede observar un mapa del Ecuador señalando las provincias donde se encuentran presentes los entes productores de esencias naturales:

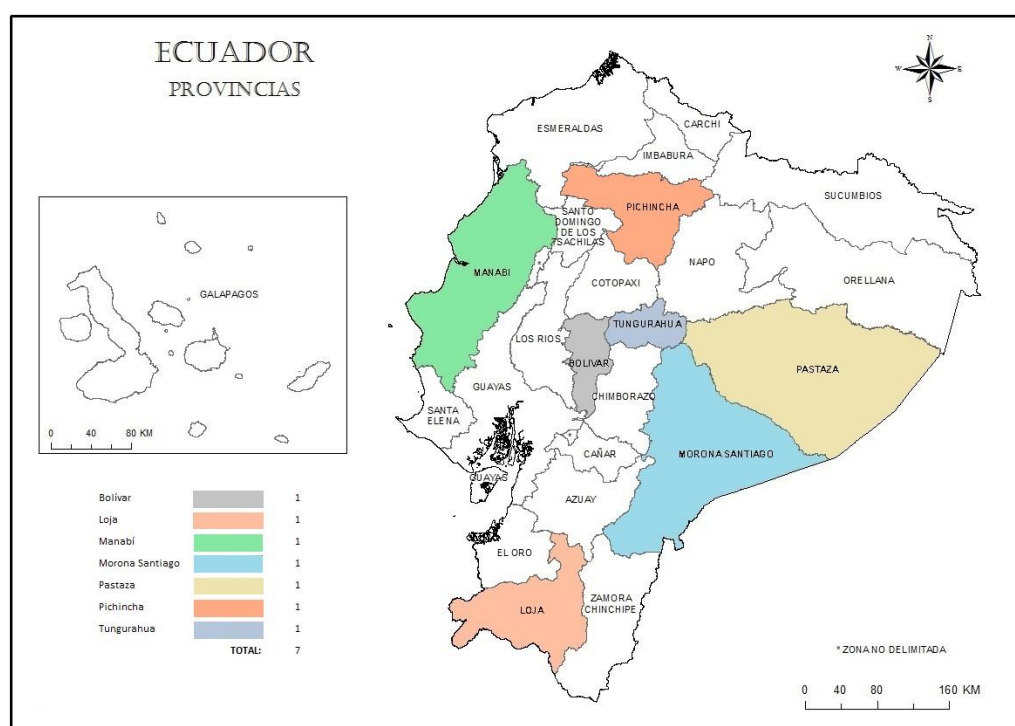


Figura 30: Mapa de distribución nacional del parque industrial de esencias naturales

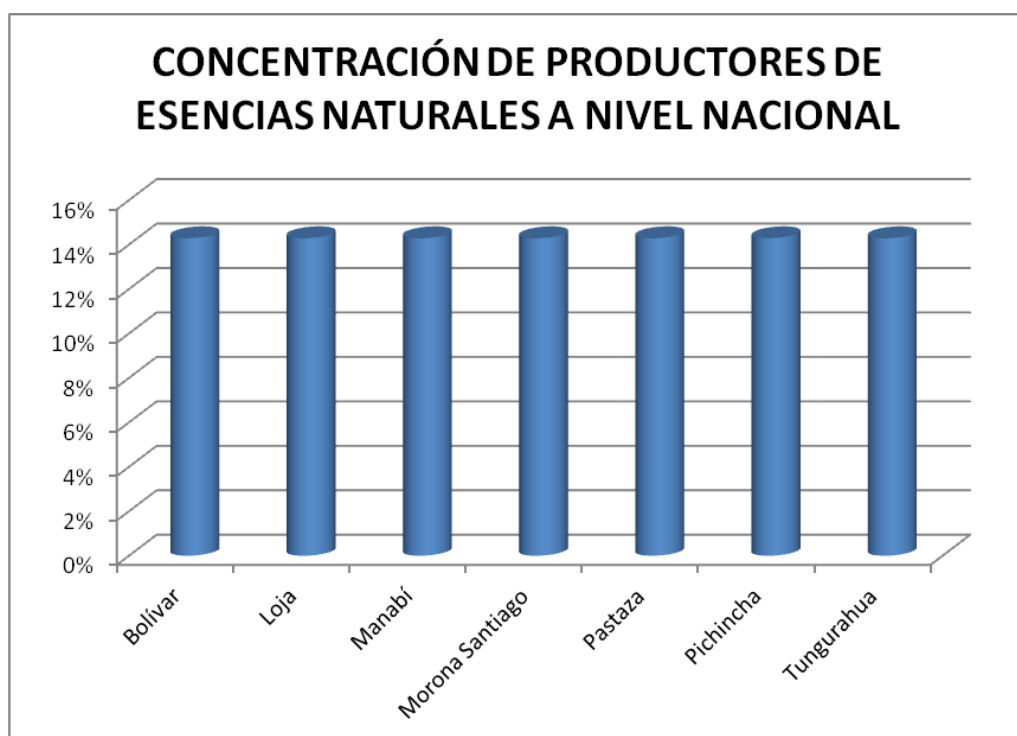


Figura 31: Concentración de productores de esencias naturales a nivel nacional

Las provincias en las cuales se encuentran ubicadas los entes productores de esencias naturales: Bolívar, Loja, Pastaza, Manabí, Morona Santiago, Pastaza, Pichincha y Tungurahua, existiendo un total de 7 empresas que operan en la actualidad en la industria de esencias naturales en el país.

2.1.3 Constitución de la empresa

Como antecedentes es necesario mencionar que el Dr. Román Rodríguez inició la extracción de aceites esenciales como un pasatiempo en el año 1999, una práctica de química artesanal en casa utilizando un regalo de su padre Rafael, un pedazo de tubo del oleoducto transecuatoriano al que adaptó a manera de olla de presión y en donde se obtenían los aceites esenciales que únicamente les obsequiaba a amigos y familiares.

Su hermana Rafaela Rodríguez, Directora Comercial de la empresa familiar, asegura que la iniciativa surgió como un experimento hecho por el Dr. RER. NAT., PH.D. Román Rodríguez, su creador, cuando buscando crear un obsequio novedoso para sus amigos empezó a hacer una extracción del aceite esencial de eucalipto, al presentarles a los mismos sugirieron convertir su idea en un proyecto.

Rafaela en una entrevista realizada por la Agencia de Noticias especializada en propiedad intelectual menciona "Mi hermano empezó a sacar aceites esenciales de otras variedades de plantas y de ahí fueron surgiendo nuevas ideas. Luego de culminar su PhD, regresó de Alemania con la idea de generar productos naturales porque en Europa estos son más valorados. Entonces, empezamos a hacer aceites para masajes relajantes, sales de baño y gel antibacterial".

En el año 2006, luego de retornar al país al haber retornado cuando finalizó sus estudios post-grado, y en base a la experiencia europea con la demanda de productos de origen natural, decide retomar la actividad y dar un valor agregado a los aceites esenciales.

Por lo que se estableció la empresa ISABRUBOTANIK S.A. de manera oficial en el año 2008 dentro del sector agroindustrial, como microempresa de origen ambateño dedicada a la extracción de aceites esenciales de plantas y elaboración de productos de origen natural vinculados a la limpieza, salud y bienestar de las personas, con procesos de producción amigables con el medio ambiente.

ISABRUBOTANIK S.A. esta legalmente constituida desde el 9 de junio de 2008, por medio de escritura pública ante el Dr. Franklin Villalba, Notario Octavo del Cantón Ambato. Está sujeta al control de la Superintendencia de Compañías con el expediente número 36553 y registrada en el Registro Mercantil con el número 3115, el 23 de junio de 2008.

ISABRUBOTANIK S.A. tiene 5 accionistas y un capital suscrito de \$54.000. Se registra en el Servicio de Rentas Internas (SRI) con el RUC 1891726755001, está calificada como Pequeña Industria con certificación número DRMA-T0081 otorgada por el Ministerio de Industrias y Productividad, y afiliada a la Cámara de la Pequeña Industria del Tungurahua.

Los accionistas realizaron varios préstamos en la banca privada, mismos que han ido ascendiendo hasta alcanzar una suma aproximada de \$120.000, inversión que corresponde a la planta y maquinaria utilizada.

El equipo directivo de ISABRUBOTANIK S.A. está conformado por:

Tabla 26: Equipo directivo Isabrubotanic S.A.

Nombre	Cargo	Fecha Nombramiento	Período en años	Fecha registro mercantil	No. Registro mercantil
ARANCIBIA SORIA MIRARI YOSUNE	PRESIDENTE	27/03/2015	2	13/05/2015	386
RODRIGUEZ MAECKER ROMAN NICOLAY	GERENTE GENERAL	27/03/2015	2	12/05/2015	383

Fuente: Superintendencia de Compañías

Según Román Rodríguez, en este punto fue indispensable realizar los trámites de registro respectivos en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), pues su recién creada empresa requería de una marca registrada que los respalde frente a posibles casos de copia, que les permita dar a conocer sus productos y que les posibilite la comercialización de los mismos. Su fundador asegura que "La marca está registrada y eso es un respaldo para que no se nos roben la marca". (Agencia de noticias especializadas en propiedad intelectual)

2.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La empresa ISABRUBOTANIK S.A. con RUC 1891726755001, está sujeta al control de la Superintendencia de Compañías con el expediente número 36553, actualmente cuenta una planta de producción ubicada geográficamente en la Av. Indoamérica Km. 6, Parroquia Izamba, Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, y con una oficina de ventas ubicada geográficamente en la Calle Toledo N24-205 y Cordero, Sector La Floresta, Ciudad de Quito, Provincia de Pichincha.

Tabla 27: Información del contribuyente

Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de Contribuyente	Otro
Tipo de Contribuyente	Sociedad
Obligado a llevar Contabilidad	SI
Actividad Económica Principal	PRODUCCIÓN DE ACEITES VEGETALES
Fecha de inicio de actividades	23-06-2008
Fecha actualización	30-09-2011


Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Tabla 28: Información del expediente No. 36553

Expediente:	36553	RUC:	1891726755001	Fecha de constitución:	23/06/2008
Plazo social:	23/06/2038	Tipo de compañía:	ANÓNIMA	Nacionalidad:	Ecuador
Oficina de control:	Ambato	Situación legal:	ACTIVA	Ciudad:	Ambato
Provincia:	Tungurahua	Cantón:	AMBATO	Intersección:	N.A.
Calle:	Av. Indoamerica Km. 6		S/N	Barrio:	El Pisque – La Unión
Teléfono:	032436166	Fax			
Capital suscrito:	54.000,00	Capital autorizado:	108.000,00	Valor x acción:	10.00
CIU:	G4630.23	Objeto social:	PRODUCCIÓN DE ESPECIES VEGETALES, MEDICINALES, COSMÉTICAS, FARMACEÚTICAS		

Fuente: Superintendencia de Compañías

Tabla 29: Información General Isabrubotanic S.A.

Razón Social	Número de RUC	Logotipo
ISABRUBOTANIK S.A.	1891726755001	

Localización			
PROVINCIA	CIUDAD	PARROQUIA	DIRECCIÓN
TUNGURAHUA	AMBATO	IZAMBA	AV. INDOAMÉRICA KM. 6

Teléfonos:	Convencional	Planta industrial	032436166	Celular:	0992715399
		Oficina Ventas	022230147		0995126862
Persona de contacto:	Román Rodríguez Maecker			Mail:	info@isabru.com
Tiempo en el mercado	Seis años			Sector Industrial:	Agroindustria
Actividad principal de la empresa	Extracción de aceites esenciales y aceites vegetales no tradicionales				
Actividades secundarias de la empresa	Elaboración de productos naturales con aceites esenciales y aceites vegetales no tradicionales: aceite vegetal comestible de ajonjolí tostado; aceite vegetal comestible de girasol aromatizado naturalmente con aceite esencial de: albahaca, naranja, limón, jengibre, romero; aceite virgen de: ajonjolí, macadamia, almendras, linaza, sachá inchi, maní; gel antibacterial para manos, sales de baño; aceite corporal y para masajes; crema facial nutritiva, jabón líquido; hidrolatos faciales. Todos los productos de Isabrubotanic S.A. contienen únicamente aceites esenciales puros. Están libres de fragancias sintéticas.				
Nombre del Representante Legal:	Román Rodríguez		E-mail:	romanikolay@hotmail.com	
Facebook:	Isabrubotanic S.A. Tienda de alimentos naturales		Página web:	www.isabru.com	

ISABRUBOTANIK S.A., incursionó en el mercado cosmético a través de la distribución de productos a SPAs de la zona y por medio de un acuerdo comercial con

Corporación La Favorita a través de la cadena de supermercados Supermaxi. Luego de introducirse al mercado cosmético, extendió su producción a derivados de los aceites esenciales que producía. Rafaela Rodríguez afirma que como son extractores de aceites esenciales no tradicionales, derivan aceites alimenticios como el de ajonjolí, sachá inchi, entre otros, los productos se realizan utilizando materias primas totalmente naturales.

Al momento, ISABRUBOTANIK S.A. maneja dos líneas de producción: la cosmética y una línea de aceites comestibles, todos derivados de los aceites extraídos, según explica Rodríguez, por medio de un proceso de destilación (aceites esenciales) y los aceites vegetales por medio de prensado en frío.

En ISABRUBOTANIK S.A. se manejan distintas categorías de productos, mismas que se detallan a continuación:

- Aceites esenciales

Los aceites esenciales que produce la empresa son 100% puros, es decir, no contienen gomas, resinas y terpenos, lo que garantiza su excelente estabilidad y calidad.

La empresa ofrece varios aceites esenciales, se detallan a continuación según su aroma:

Herbáceos: eneldo, romero, tomillo, citronella, árbol de té, hierba luisa, mejorana, cedrón, salvia clara.

Cítricos: lima, limón, naranja, toronja, petitgrain, mandarina.

Florales: lavanda, manzanilla.

Leñosos: pino, ciprés, canela, palo santo

Picantes: clavo, jengibre, pimienta dulce, pimienta negra

Balsámicos: eucalipto, eucalipto aromático, anís.

Mentolados: menta, hierba buena

Sus cultivos orgánicos de algunas especies les permiten obtener aceites esenciales libres de residuos de agroquímicos sintéticos.

“Los aceites esenciales de fuentes vegetales no disponibles en el medio (como por ejemplo pachulí, sándalo, olíbano, ylang-ylang) se obtienen de proveedores internacionales, estrictamente seleccionados, garantizando su calidad y pureza”.

(www.isabru.com, 2015)



Figura 32: Aceites Esenciales

Fuente: (Isabru, s.f.)

- Aceites Corporales y para masajes

Se preparan con una base de aceites de ajonjolí, girasol, almendras, aceite de flores de caléndula, a la que añaden cantidades una mezcla de aceites esenciales, según la formulación deseada:

- Aceite corporal de lavanda y manzanilla
- Aceite corporal de romero y limón
- Aceite corporal de jengibre y naranja

- Aceite para masajes calmante
- Aceite para masajes romance
- Aceite para masajes relajante muscular
- Aceite para masajes rejuvenecedor de pies
- Aceite para masajes reductor de celulitis



Figura 33: Aceites corporales y para masajes

Fuente: (Isabru, s.f.)

- Ambientadores Naturales

Cambian de ánimo y aromatizan la casa, el lugar de trabajo o deporte, se preparan con una base de agua mineral a la que añaden cantidades específicas de aceites esenciales, según la formulación deseada:

- Ambientador calmante
- Ambientador para estudiar
- Ambientador refrescante
- Ambientador para manejar
- Ambientador para aliviar el estrés
- Ambientador para estar alerta
- Ambientador para levantar el ánimo
- Ambientador atmósfera relajante
- Ambientador magnetizador



Figura 34: Ambientadores Naturales

Fuente: (Isabru, s.f.)

- Cremas

Leche facial a base de aceite de ajonjolí virgen, aceite de aguacate y cera de abejas.



Figura 35: Crema

Fuente: (Isabru, s.f.)

- Almohadillas herbales antiestrés

En tela de puro algodón hidrófilo, rellenas con semillas y hojas y flores secas de plantas aromáticas. Tienen en presentación almohadillas aromáticas y almohada herbal antifaz.



Figura 36: Almohadillas herbales antiestrés

Fuente: (Isabru, s.f.)

- Sales de baño

Están elaboradas con sal marina y sal de montaña, a la que se le añaden cantidades específicas de aceites esenciales, según la formulación deseada:

- Sales de baño de ciprés y toronja
- Sales de baño de lavanda y mandarina
- Sales de baño de ylang ylang y naranja



Figura 37: Sales de baño

Fuente: (Isabru, s.f.)

- Aceites Vegetales

El aceite vegetal comestible saborizado está elaborado a base de aceite de girasol al que se le ha agregado aceite esencial 100% puro, para brindar un aroma y sabor específicos. Los aromas disponibles que se ofrecen son:

- Albahaca
- Jengibre
- Limón
- Naranja
- Romero



Figura 38: Aceites Vegetales

Fuente: (Isabru, s.f.)

- Aseo Personal

El jabón líquido de tocador y el gel antibacterial para manos son producto que sirven para la higiene personal, ya que están elaborados con aroma natural a base de mezclas de aceites esenciales. En su composición lleva agentes naturales como la glicerina que humecta la piel y evita la sensación de resequead.



Figura 39: Aseo Personal

Fuente: (Isabru, s.f.)

- Potpourri

El potpourri es una mezcla de flores, hojas y plantas aromáticas secas, se remonta a las civilizaciones griega y romana, donde se lo utilizaba para eliminar olores desagradables, refrescar el ambiente, aromatizar la ropa y ahuyentar insectos.



Figura 40: Potpourri

Fuente: (Isabru, s.f.)

La planta de producción de ISABRUBOTANIK S.A. se encuentra ubicada en la Provincia de Tungurahua, en las afueras de la Ciudad de Ambato, en el sector el Pisque, cerca al Parque Industrial, Av. Indoamérica Km. 6, Parroquia Izamba, y con una oficina de ventas ubicada geográficamente en la Calle Toledo N24-205 y Cordero, Sector La Floresta, Ciudad de Quito, Provincia de Pichincha.

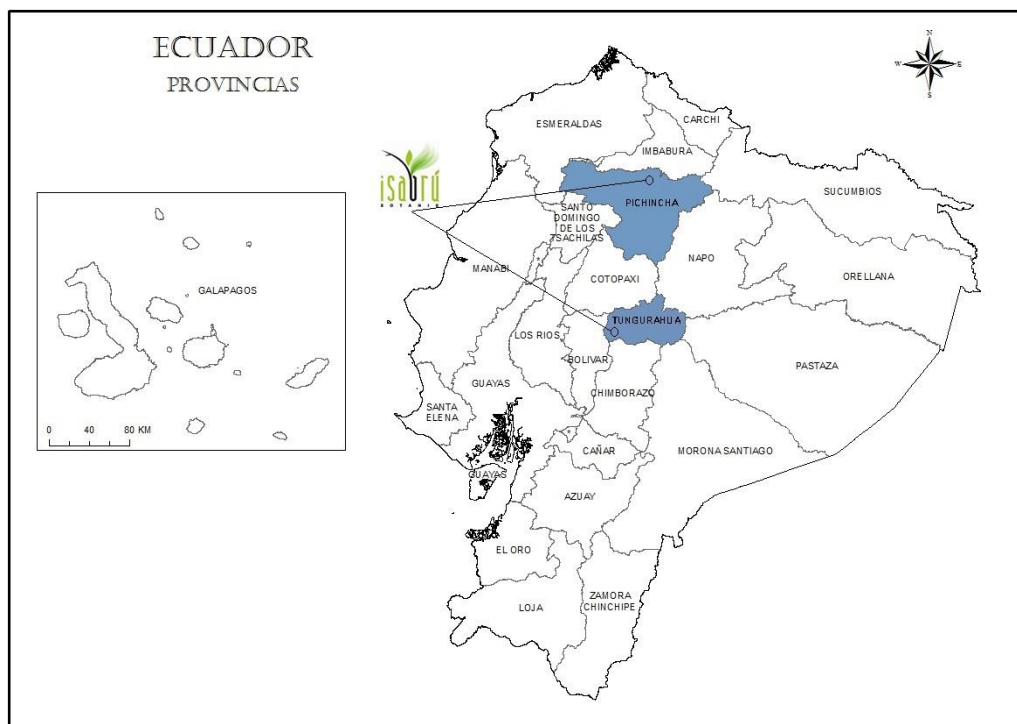


Figura 41: Ubicación geográfica Isabrubotanic S.A.

2.3 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

2.3.1 Visión

Ser la empresa ecuatoriana productora de aceites esenciales 100% puros más importante a nivel nacional, con productos derivados desarrollados acorde a las necesidades de los clientes, convirtiéndonos en una importante opción en el mercado por calidad, innovación y respeto por el medio ambiente.

2.3.2 Objetivos estratégicos

Tabla 30: Objetivos estratégicos

TIPO OBJETIVO	OBJETIVO	INDICADOR
Corto plazo	Obtener los registros sanitarios.	22 aceites esenciales 5 aceites para masajes 1 aceite vegetal comestible no tradicional (ajonjolí) 5 ambientadores naturales 3 sales de baño
Mediano plazo	Obtener las certificaciones orgánicas y denominación de origen de los productos ISABRU como paso previo a la exportación.	Certificaciones orgánicas Denominación de origen.
Largo plazo	Incentivar a las comunidades rurales el desarrollo agrícola de cultivos orgánicos de plantas aromáticas.	Cultivos orgánicos y permanentes de lavanda, romero, árbol de té, eucalipto, ciprés, pino, tomillo, orégano, mejorana, hierba luisa, jengibre, hierba buena, menta, albahaca, ajonjolí, etc.

Fuente: Entrevistas a ISABRU

2.4 ESTRUCTURA

2.4.1 Descripción

El área directiva se encuentra conformada por la junta de accionistas, presidencia, comisaria y gerencia general, responsable de las principales decisiones relacionadas a temas administrativos, de marketing, de ventas, y financieros de la empresa.

El área administrativa es responsable de ejecutar las decisiones financieras del área directiva y la encargada de las actividades relacionadas con el desarrollo de la empresa, como pago a proveedores, manejo y pago de nómina, adquisiciones, logística, contabilidad, ventas, entre otras.

El área operativa se encarga de las actividades productivas como manejo de cultivos, procesos de extracción, métodos de preparación de productos, envasado y rotulación de productos, control de materiales utilizados, mantenimiento de maquinaria, almacenamiento, entre otras.

En lo referente a procesos de producción, precios, formulación de nuevos productos, bitácoras, manuales y rendimientos interviene el Ing. Román Rodríguez, quien además de ser accionista y gerente general de la empresa, se relaciona directamente con la gestión administrativa, la parte técnica y el control de calidad. En cuanto a estudios cabe mencionar que en Pre-grado estudio Ingeniería en Química pura y en Pos-grado es Dr. Rer. Nat., Ph.D en química

analítica, en cuanto a experiencia tiene 15 años en el sector químico en general, 9 años en la docencia universitaria, 5 años en la extracción de aceites esenciales y 1 año en la formulación de cosméticos naturales.

En relación a la logística y ventas, interviene Rafaela Rodríguez, quien además de ser accionista y secretaria ejecutiva de la empresa, se relaciona directamente con el área contable y el área operativa la gestión administrativa. En cuanto a experiencia tiene 3 años en el sector biológico, 1 año en la extracción de aceites esenciales y 1 año en técnicas de masaje corporal.

2.4.2 Organigrama organizacional actual

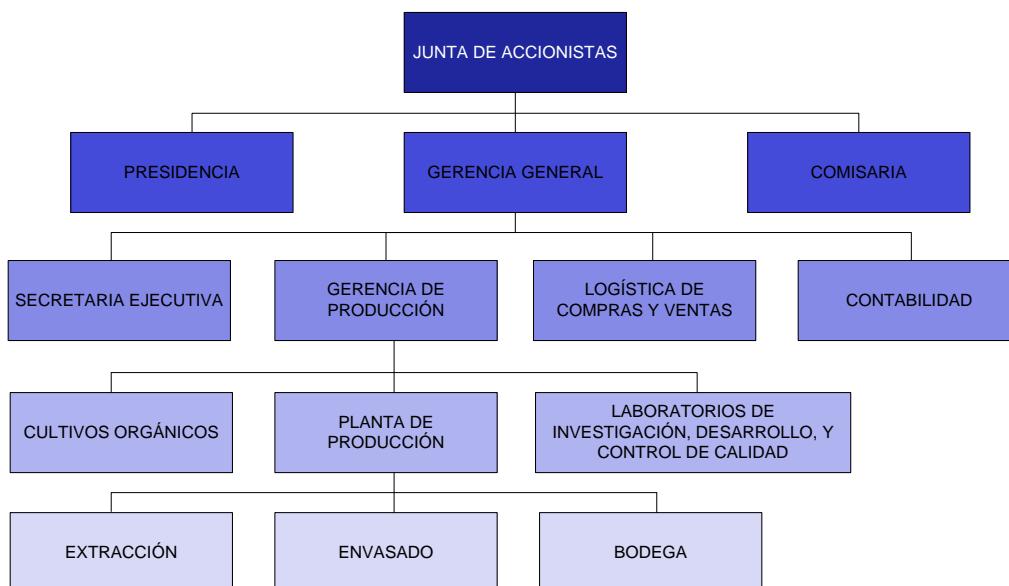


Figura 42: Organigrama organizacional actual

Fuente: Entrevistas a ISABRU

2.5 ENTORNO

2.5.1 Diagnóstico situacional

Para determinar la situación actual en un contexto completo a la empresa ISABRUBOTANIK S.A. se procede a realizar el análisis FODA en el que se establecen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas bajo las cuales actualmente se desarrollan las actividades de la misma.

Tabla 31: Análisis FODA

FACTORES INTERNOS - FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que dirigen la empresa cuentan con experiencia relacionada al negocio en el campo químico, procesos, tecnológico y biológico. • La empresa está legalmente constituida, cuenta con todos los permisos de funcionamiento y cumple sus obligaciones societarias, tributarias y legales. • ISABRUBOTANIK S.A. es una de las empresas nacionales con la oferta de mayor variedad de aceites esenciales (sinfín de plantas). • La mayor parte de sus productos cuenta con su respectivo código de barras EAN-13. • La planta de producción tiene un espacio asignado a los cultivos orgánicos que le permiten proveerse de materia prima para el área de producción y el área de investigación y desarrollo. • La empresa cuenta con infraestructura instalada propia necesaria para la producción, análisis e investigación y desarrollo. • Los clientes nacionales e internacionales se encuentran satisfecho al producir y comercializar productos de calidad, exclusividad, variedad, orgánicos. • La empresa al presentar productos innovadores especialmente en la línea cosmética ofrece los mismos en uno de los supermercados más grandes del país, Supermaxi, quien es parte de Corporación La Favorita. • El proceso de producción cuida el medio ambiente y ayuda a economizar recursos al reutilizar los desperdicios que se obtienen. • Los productos cuentan con registro de marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). • El conocimiento ancestral y el área de investigación y desarrollo se complementan para la creación de productos innovadores. • La creación de página web en la que se puede adquirir directamente los productos es otro punto a favor. • La apertura de local en la ciudad de Quito para ventas al por menor y mayor. • Un proveedor fijo para la entrega de productos a domicilio en cualquier parte del país con el que se cuenta.
---------------------------------------	---

FACTORES EXTERNOS - OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • La variedad de plantas aromáticas como materia prima para extracción de aceites esenciales. • Los cultivos de plantas no explotadas como sachá inchi. • La empresa está en un sitio donde se puede desarrollar investigación por la diversidad de plantas. • El mercado internacional en el que son cotizados los productos naturales con raíces ancestrales por lo que dan exportaciones en gran tamaño. • Las nuevas tendencias llevan a cuidar la salud utilizando productos orgánicos y naturales, libres de químicos sintéticos, por lo que se ha dado un crecimiento del mercado interno. • La oferta nacional de productos con los que cuenta ISABRUBOTANIK S.A. es limitada al ser exclusivos. • Las propiedades de cada una de las plantas existentes en el país, permite utilizar las mismas como materia prima por la industria de cosméticos, farmacéutica, de uso medicinal o terapéutico, limpieza, higiene, alimentos, fitosanitaria, tabaquera y productos dentales, entre otros.
FACTORES INTERNOS - DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Un direccionamiento estratégico adecuado y completo con el que no se cuenta, al no tener la misión, visión, valores, políticas y objetivos estratégicos actualizados. • La falta de instalación del sistema de Buenas Prácticas de Manufactura a pesar de contar con planta de producción propia. • La falta de registro sanitario en productos. • La falta de infraestructura para varias áreas. • La falta de áreas complementarias fijas en la empresa, como gestión del talento humano, marketing y ventas, calidad y procesos, tecnologías de la información, asesoría jurídica y servicio post-venta. • El uso mínimo de sistemas informáticos para registro y control de inventario de materia prima, productos en elaboración, productos terminados, contabilidad, estadísticas, distribución, entre otros. • La falta de maquinaria para procesos complementarios que permitan crear nuevos productos. • La vida útil de productos es corta por ser de origen natural, no pueden ser almacenados mucho tiempo los productos terminados.

FACTORES EXTERNOS - AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • La copia y elaboración de productos similares que incorporan fragancias químicas sintéticas y uso de aceite de petróleo con costos de producción muy bajos, además de la pésima calidad y cualidad del producto (Productos sustitutos). • La falta de conocimiento y rechazo a la medicina natural- ancestral. • La falta de provisión de materia prima de calidad por parte de productores nacionales. • La creación de nuevos productos y no poderlos vender por falta de registros sanitarios. • La falta de una cultura productiva. • Los fenómenos naturales no prevenibles. • La preferencia a productos importados. • La falta de líneas de crédito para empresas dedicadas a esta actividad económica o en el caso de que existan tienen altos costos de financiamiento. • Las enfermedades y plagas en las plantaciones. • La legislación tributaria. • La legislación laboral.
-------------------------------------	--

Fuente: Entrevistas a ISABRU

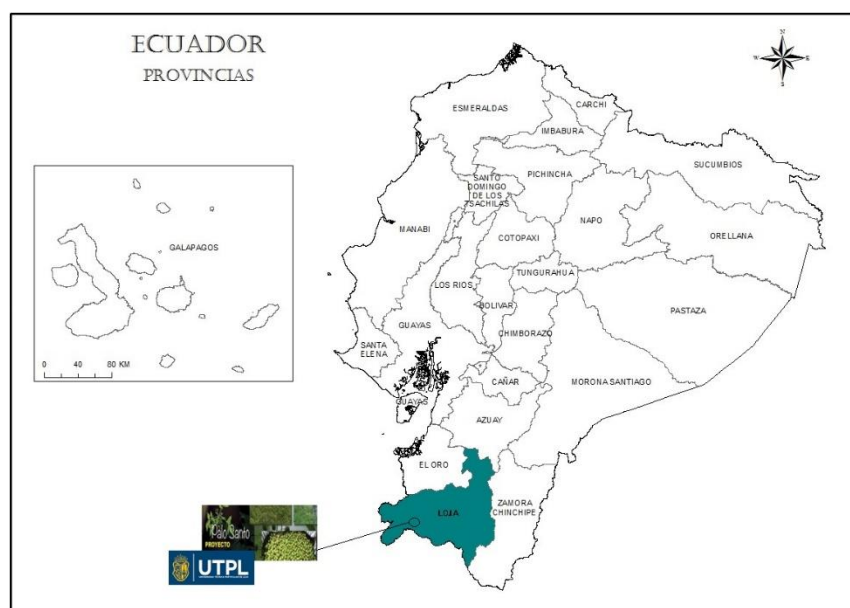
2.5.2 Competidores

A efecto de analizar el entorno nacional de la industria de esencias naturales, se estudio a cada una de las empresas dedicadas a esta actividad económica, a continuación se muestra información general de los competidores de ISABRUBOTANIK S.A.

**Tabla 32: Información General Asociación Comunitaria Bolívar Tello
Cano - Proyecto Palo Santo/UTPL**

Localización			
PROVINCIA	CIUDAD	PARROQUIA	DIRECCIÓN
LOJA	ZAPOTILLO	GARZAREAL	BARRIO MALVAS, S/N, FRENTE A LA ESCUELA MARÍA GENOVEVA ORTIZ

Razón Social				Número de RUC		
ASOCIACIÓN COMUNITARIA BOLÍVAR TELLO CANO				1191747972001		
Teléfonos:	Convencional	073701444	Extensión	2266	Celular	0999733555
Persona de contacto:	Diego Lara León			Mail:	dflara@utpl.edu.ec	
Tiempo en el mercado	6 años			Sector Industrial:	Aceites esenciales	
Actividad principal de la empresa	Extracción de aceite esencial de palo santo					
Actividades secundarias de la empresa	· Desarrollo de productos en base al aceite de palo santo					
	· Investigación y desarrollo de artesanía de alto nivel					
Nombre del Representante Legal:	Marco Guerrero		E-mail:	dflara@utpl.edu.ec		
Fax:	-		Página web:	-		



**Figura 43: Ubicación Geográfica Asociación Comunitaria Bolívar Tello
Cano - Proyecto Palo Santo/UTPL**

Tabla 33: Información General Rosa Adelaida Canelos Vargas Florasana

Localización			
PROVINCIA	CIUDAD	PARROQUIA	DIRECCIÓN
PASTAZA	PUYO	MALVAS	TUNGURAHUA S/N Y LOJA ENTRADA POR HOSTERÍA "FINCA EL PIGUAL", BARRIO OBRERO

Razón Social				Número de RUC	
ROSA ADELAIDA CANELOS VARGAS				1191747972001	
Teléfonos:	Convencional	032/888/498	Extensión		Celular r
Persona de contacto:	Rosa Adelaida Canelos Vargas			Mail:	florasana@andinanet.net
Tiempo en el mercado	10 años			Sector Industrial:	Medicina Naturales
Actividad principal de la empresa	Elaboración y venta de productos naturales				
Actividades secundarias de la empresa	Cultivo de plantas naturales				
Nombre del Representante Legal:	Rosa Adelaida Canelos Vargas	E-mail:		florasana@andinanet.net	
Fax:		Página web:		www.florasana.org	

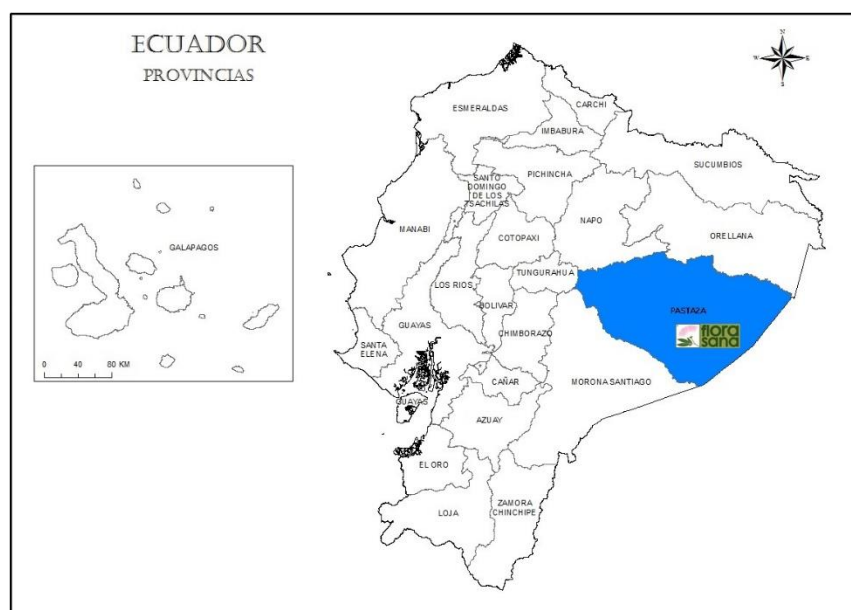
**Figura 44: Ubicación Geográfica Rosa Adelaida Canelos Vargas Florasana**

Tabla 34: Información general Fundación Chankuap recursos para el futuro

Localización			
PROVINCIA	CIUDAD	PARROQUIA	DIRECCIÓN
MORONA SANTIAGO	MACAS	MACAS	VIDAL RIVADENEIRA Y HERNANDO DE BENAVENTE, BARRIO LA LOMA, MACAS

Razón Social		Número de RUC	
FUNDACIÓN CHANKUAP RECURSOS PARA EL FUTURO		1490005842001	
Teléfonos:	Convenciona	072 1 703457	Celular 0999117163
	Persona de contacto:	Paúl Arévalo Moreno	Mail: administracion@chankuap.org parevalo@chankuap.org
Tiempo en el mercado	16 años	Sector Industrial:	ONG
Actividad principal de la empresa	ONG- Capacitación, asistencia técnica en la producción, manejo de recursos naturales, transformación y comercialización de materias primas agrícolas: maní y cacao; cosméticos, aceites esenciales, hierbas aromáticas, especias y fito-fármacos.		
Actividades secundarias de la empresa	-		
Nombre del Representante Legal:	Adriana Sosa Villacrés	E-mail:	administracion@chankuap.org
Fax:		Página web:	http://chankuap.org/

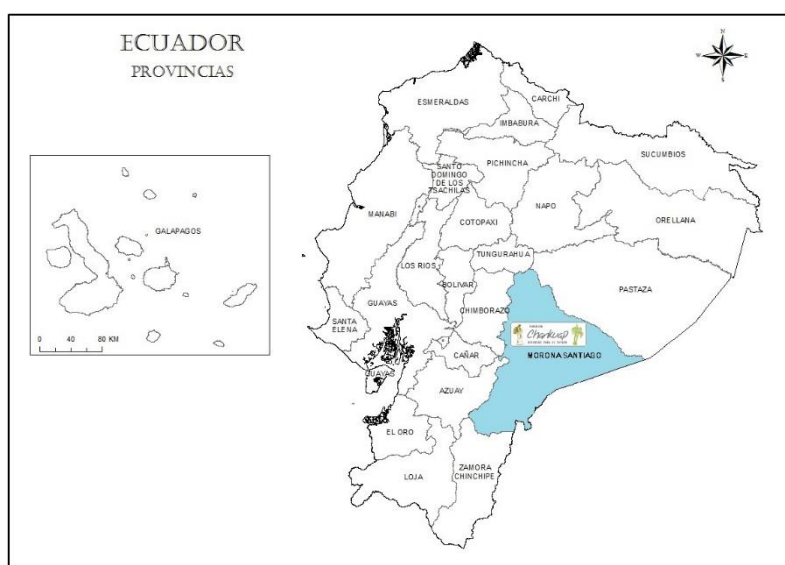


Figura 45: Ubicación geográfica Fundación Chankuap recursos para el futuro

Tabla 35: Información general Fundación Familia Salesiana Salinas

Localización			
PROVINCIA	CIUDAD	PARROQUIA	DIRECCIÓN
BOLÍVAR	GUARANDA	SALINAS	EL CALVARIO Y SAMILAGUA S/N, SALINAS DE GUARANDA, BOLÍVAR.

Razón Social				Número de RUC		
FUNDACIÓN FAMILIA SALESIANA SALINAS				0291501583001		
Teléfonos:	Convencional	032210030	Extensión	104	Celular	0997085417
Persona de contacto:	Cristina Ramírez			Mail:	cramirez@salinerito.com	
Tiempo en el mercado	Desde el año 2000			Sector Industrial:	Micro Empresa	
Actividad principal de la empresa	Destilación de Aceite Esencial de Pino, Ciprés, Eucalipto, Romero, Palo Santo					
Actividades secundarias de la empresa	Elaboración de Cosméticos (Shampoo, Pomadas)					
	-					
	-					
Nombre del Representante Legal:	Carlos Rodrigo Méndez Pérez		E-mail:	cmendez@salinerito.com		
Fax:	032210030		Página web:	www.salinerito.com		

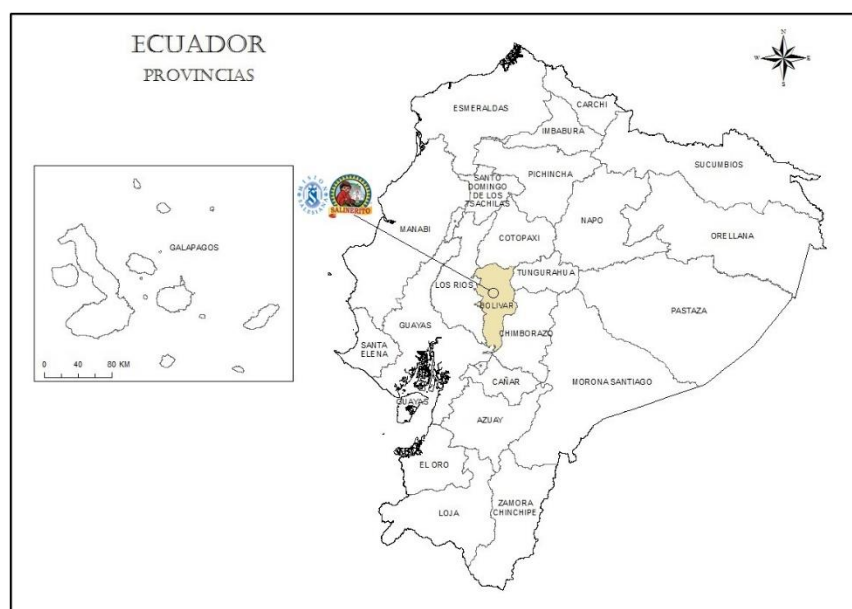
**Figura 46: Ubicación geográfica Fundación Familia Salesiana Salinas**

Tabla 36: Información General el Artesan S.A.

Localización			
PROVINCIA	CIUDAD	PARROQUIA	DIRECCIÓN
MANABÍ	PUERTO LÓPEZ		

Razón Social				Número de RUC	
ELARTESAN S.A				1391816316001	
Teléfonos:	Convencional 1	052300 32	Extensión	Celular	0993532108
Persona de contacto:	Dante Bolcato			Mail:	deltataupalosanto@yahoo.it
Tiempo en el mercado	Seis años			Sector Industrial:	Pequeña
Actividad principal de la empresa	Productos derivados del palo santo				
Actividades secundarias de la empresa	-				
	-				
	-				
Nombre del Representante Legal:	Mariseli del Rocio Loor		E-mail:	Rocio.loor@elartesan.com.ec	
Fax:			Página web:	www.elartesan.com.ec	

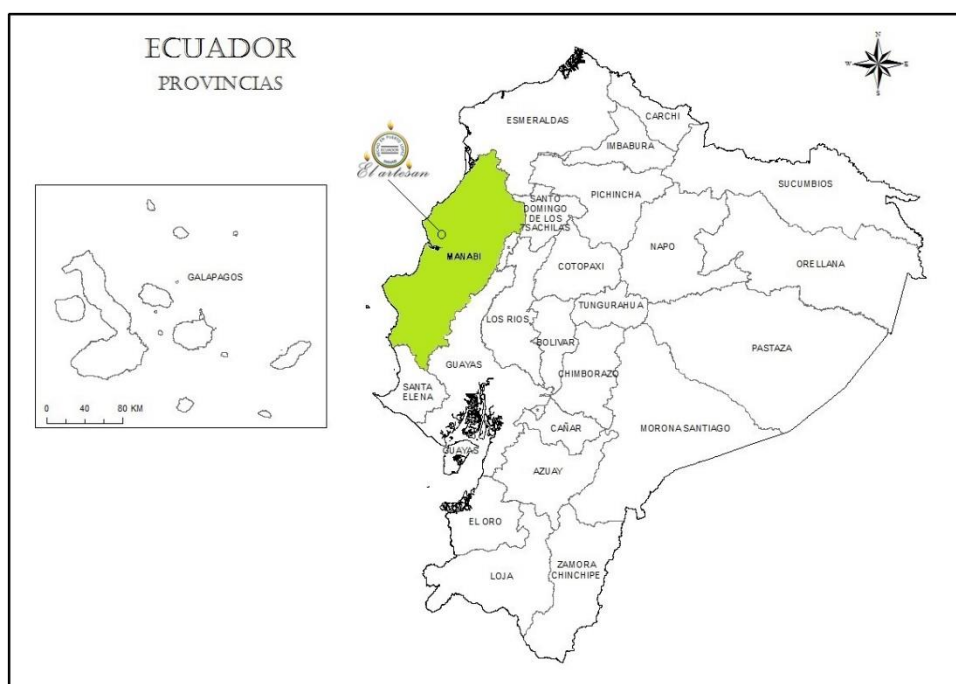
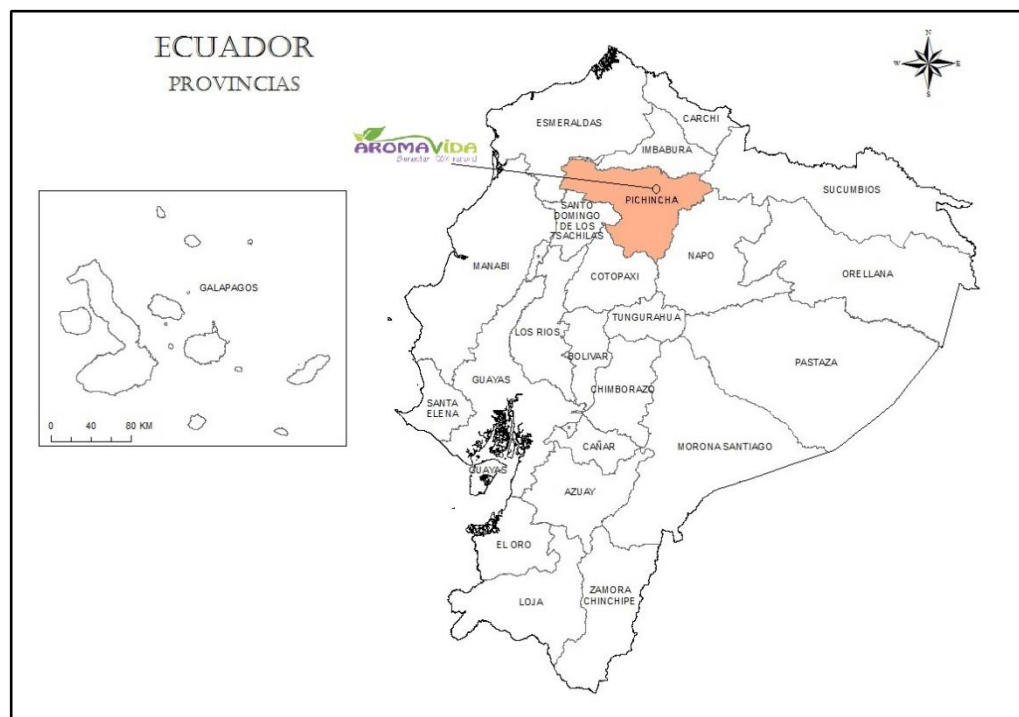
**Figura 47: Ubicación geográfica Loor Mariseli del Rocio el Artesan**

Tabla 37: Información General Aromavida

Localización			
PROVINCIA	CIUDAD	PARROQUIA	DIRECCIÓN
PICHINCHA	QUITO	GUAYLLABAMBA	JUAN RAMÍREZ N35-57 Y GERMAN ALEMÁN

Razón Social			Número de RUC	
AROMAVIDA			1711909174001	
Teléfonos:	Convencional	026016325	Celular	-
Persona de contacto:	Christine Muriel Chemin Lacombe		Mail:	info@aromavida.com
Tiempo en el mercado	2 años		Sector Industrial:	Aromaterapia
Actividad principal de la empresa	Producción y venta de productos de higiene personal.			
Actividades secundarias de la empresa	-			
Nombre del Representante Legal:	Christine Muriel Chemin Lacombe	E-mail:	info@aromavida.com	
Fax:		Página web:	http://aromavida.com/	

**Figura 48: Ubicación geográfica Aromavida**

2.6 PRECONCLUSIONES

- Dentro del entorno a nivel mundial la industria de los aceites esenciales o esencias naturales, se relaciona con el sector manufactura de cosméticos, farmacéutica, uso medicinal o terapéutico, limpieza, higiene, alimentos, fitosanitaria, tabaquera y productos dentales, entre otros. La partida arancelaria que incluye gran parte de las empresas relacionadas a las industrias mencionadas se tiene dentro del Capítulo 33 (Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética) se tiene principalmente la subpartida que corresponde a las esencias naturales denominada 33.01 (Aceites esenciales (desterpenados o no)), tiene como destino principal los países de Estados Unidos con 50%, seguido de Italia con el 33% y en menor porcentaje, países como: Canadá, Brasil, Francia, Chile, Holanda, Polonia, República Checa, Alemania, Suiza, España, Corea, Turquía, México y Costa Rica.
- Algunas empresas de relevancia dentro de la industria de esencias naturales, son las empresas que producen aceites esenciales y perfumes en Egipto, tienen gran renombre a nivel mundial principalmente por las recetas que quedaron registradas en las paredes de los templos, mismos que eran conocidos como “laboratorios”. YOUNG LIVING, la cual nace en Estados Unidos en 1993 con la extracción de aceites esenciales. TISSERAND (Tisserand Aromatherapy), en 1974, su fundador Robert Tisserand inicia la fabricación de aceites esenciales para masajes terapéuticos de forma artesanal en su casa en Londres, Inglaterra. KANTA GROUP (Kanta Enterprises Pvt. Ltd.) se origina en el 1971 a través de la Compañía Química Kanta cuyo fundador es el Sr. J. K. Gupta, siendo

negocio familiar. AROMIUM (Aromium) es una empresa española, distribuidora de aceites esenciales a nivel nacional. Afirma seleccionar los mejores aceites esenciales tanto de agricultura ecológica como convencional con productos procedentes de todo el mundo. NATURA- BRASIL es una de las empresas referidas dedicada a la fabricación y comercialización de productos naturales: cosméticos, fragancias y productos de higiene personal. Dichas empresas se destacan por tecnología de punta de acuerdo a estándares internacionales, laboratorios de producción con capacidades industriales, diversidad de oferta, producción y comercialización mayorista, porcentaje de ventas exitosas a nivel nacional e internacional, capacitación y acompañamiento en la cadena de comercialización a minoristas o ventas directas, investigación desarrollada y diversificada, las empresas cuentan con centros de investigación interna y adicionalmente realizan controles externos.

- Dentro del parque empresarial nacional se tomo como principal referencia la subpartida que corresponde a las esencias naturales denominada 33.01 (Aceites esenciales (desterpenados o no)), se observo la disminución en gran medida del déficit de la balanza comercial desde el año 2009 hasta el año 2012 en el país. Dentro de la Cadena de Valor de la Industria de esencias naturales el Servicio de Rentas Internas (SRI) se utiliza el Clasificador Internacional Industrial Único (CIIU) dentro del cual los códigos relacionados a esencias naturales son D1549.00 (Elaboración de extractos, esencias o concentrados de té), D1549.01 (Elaboración de extractos, esencias de concentrados de café preparados a base de café: (café soluble)), D1600.09 (Elaboración de otros productos de tabaco: extractos y esencias de tabaco, etc.), y D2429.00 (Fabricación de aceites y grasas

modificados químicamente (oxidación, polimerización, etc., aceites esenciales). Actualmente las empresas dedicadas a esta industria en el Ecuador son Proyecto Palo Santo/UTPL, ubicada en Zapotillo, Loja; Florasana, ubicada en Puyo, Pastaza; Fundación Chankuap Recursos para El Futuro, ubicada en Macas, Morona Santiago; Fundación Familia Salesiana Salinas, ubicada en Salinas, Guaranda; Isabrubotanik S.A., ubicada en Ambato, Tungurahua; El Artesan S.A. ubicada en Puerto Lopez, Manabi; y Aromavida, ubicada en Guayllabamba, Pichincha.

- Los inicios de la empresa Isabrubotanik S.A. fue un el interés en la extracción de aceites esenciales como un pasatiempo en el año 1999 por parte del Dr. Román Rodríguez quien hizo una práctica de química artesanal. Se estableció la empresa ISABRUBOTANIK S.A. de manera oficial en el año 2008 dentro del sector agroindustrial, como microempresa de origen ambateño dedicada a la extracción de aceites esenciales de plantas y elaboración de productos de origen natural vinculados a la limpieza, salud y bienestar de las personas, con procesos de producción amigables con el medio ambiente. Esta legalmente constituida desde el 9 de junio de 2008, por medio de escritura pública ante el Dr. Franklin Villalba, Notario Octavo del Cantón Ambato. Está sujeta al control de la Superintendencia de Compañías con el expediente número 36553 y registrada en el Registro Mercantil con el numero 3115, el 23 de junio de 2008. Tiene 5 accionistas, está registrada en Servicio de Rentas Internas (SRI) como persona jurídica, está calificada como Pequeña Industria con certificación número DRMA-T0081 otorgada por el Ministerio de Industrias y Productividad, y afiliada a la Cámara de la Pequeña Industria del Tungurahua.

- ISABRUBOTANIK S.A. tiene como actividad económica la elaboración de productos naturales con aceites esenciales y aceites vegetales no tradicionales: aceite vegetal comestible de ajonjolí tostado; aceite vegetal comestible de girasol aromatizado naturalmente con aceite esencial de: albahaca, naranja, limón, jengibre, romero; aceite virgen de: ajonjolí, macadamia, almendras, linaza, sacha inchi, maní; gel antibacterial para manos, sales de baño; aceite corporal y para masajes; crema facial nutritiva, jabón líquido; hidrolatos faciales. Todos los productos contienen únicamente aceites esenciales puros. Están libres de fragancias sintéticas.
- En la estructura organizacional, el área directiva se encuentra conformada por la junta de accionistas, presidencia, comisaria y gerencia general; el área administrativa es responsable de ejecutar las decisiones financieras del área directiva y la encargada de las actividades relacionadas con el desarrollo de la empresa, como pago a proveedores, manejo y pago de nómina, adquisiciones, logística, contabilidad, ventas, entre otras; y el área operativa se encarga de las actividades productivas como manejo de cultivos, procesos de extracción, métodos de preparación de productos, envasado y rotulación de productos, control de materiales utilizados, mantenimiento de maquinaria, almacenamiento, entre otras.

- Dentro del análisis FODA se establecen los siguientes factores:

Fortalezas

Empresa con experiencia, legalmente constituida, tiene un espacio asignado a los cultivos orgánicos que cuidan el medio ambiente y le permiten proveerse de materia prima para el área de producción y el área de investigación y desarrollo. Los productos cuentan con registro de marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). El conocimiento ancestral y el área de investigación y desarrollo se complementan para la creación de productos innovadores. Cuentan con un proveedor fijo para la entrega de productos a domicilio en cualquier parte del país.

Oportunidades

Manejan variedad de plantas aromáticas como materia prima para extracción de aceites esenciales, al estar en un sitio donde se puede desarrollar investigación por la diversidad de plantas. En el mercado internacional son cotizados los productos naturales con raíces ancestrales por lo que dan exportaciones en gran tamaño.

Utilizan productos orgánicos y naturales, libres de químicos sintéticos. El descubrimiento de propiedades de cada una de las plantas existentes en el país, permiten que sean requeridos los aceites esenciales como materia prima por distintas industrias.

Debilidades

No cuenta con un direccionamiento estratégico adecuado y completo. Tienen falta de instalación del sistema de Buenas Prácticas de Manufactura a pesar de contar con planta de producción propia, de registro sanitario en productos; de áreas complementarias fijadas en la empresa, como gestión del talento humano, marketing y ventas, calidad y procesos, tecnologías de la información, asesoría jurídica y servicio post-venta; y de maquinaria para procesos complementarios que permitan crear nuevos productos. Se utiliza escasamente sistemas informáticos para registro y control de inventario de materia prima, productos en elaboración, productos terminados, contabilidad, estadísticas, distribución, entre otros. La vida útil de productos corta por ser de origen natural.

Amenazas

Preferencia por productos similares que incorporan fragancias químicas sintéticas y uso de aceite de petróleo con costos de producción muy bajos, y a productos importados.

Legislación tributaria y laboral, y complicados trámites para obtener registros sanitarios.

Fenómenos naturales no prevenibles, propagación de enfermedades y plagas en las plantaciones.

Falta de una cultura productiva; de líneas de crédito con bajos costos de financiamiento para empresas dedicadas a esta actividad económica; de conocimiento y rechazo a la medicina natural- ancestral; y de provisión de materia prima de calidad por parte de productores nacionales.

3 MARCO TEÓRICO

3.1 ESENCIAS NATURALES

Las esencias naturales, o aceites esenciales, pueden obtenerse de las semillas, cortezas, frutos, tallos, raíces, flores y otras partes de las plantas. Sus propiedades, además de aromáticas son fitosanitarias es decir, se usan para protegerlas de sus depredadores, de enfermedades, y además contribuyen en el proceso de polinización.

Los aceites esenciales son compuestos orgánicos volátiles que no están hechos a base de agua. Aunque son solubles en aceite, no contienen lípidos grasos o ácidos como los que se encuentran en aceites vegetales y animales. Los aceites esenciales son muy limpios, frescos al tacto e inmediatamente absorbidos por la piel. Puros e inalterados, los aceites esenciales son translucidos y varían en color desde cristalinos hasta un azul profundo. (Doterra, s.f.)

Entre sus características físicas principales se destacan las siguientes:

- Los aceites esenciales son volátiles y son líquidos a temperatura ambiente.
- Recién destilados son incoloros y ligeramente amarillos.
- Su densidad es inferior a la del agua.

- Tienen un índice de refracción elevado.
- Son solubles en alcoholes y en disolventes orgánicos habituales.
- Son liposolubles y muy poco solubles en el agua, pero son arrastrables por el vapor de agua. (Universidad Politécnica de Madrid, s.f.)



Figura 49: Aceites Esenciales

Fuente: (Mis Oraciones Para el Amor, s.f.)

De acuerdo a estudios realizados en la Universidad Politécnica de Madrid una esencia natural es la mezcla de varios compuestos orgánicos, los que se pueden clasificar químicamente según los grupos funcionales que tengan.

3.1.1 Métodos de Extracción

Los métodos de extracción difieren según las propiedades de las esencias de que se trate y su cantidad. En la industria los métodos de obtención de esencias naturales que se usan son los siguientes:

3.1.1.1 Extracción por prensado, estrujado o expresión

Procedimiento con la esponja (en la antigüedad se utilizaba este procedimiento principalmente en Italia, en los cítricos se exprime manualmente las cáscaras con una esponja hasta que se empapa de aceite, exprimiendo entonces la esponja y liberando el aceite esencial).

Con la escudilla, raspado (con algunos equipos se obtiene directamente la esencia, mientras que otros dan como resultado raspaduras que luego son prensadas).

Por prensado (las partes seleccionadas de la planta de la que se obtendrá la esencia natural es sometida a presión, en prensa tipo batch ó en forma continua).

“La esencia natural se extrae de unos saquitos que tiene la piel y corteza de la fruta. Las esencias conseguidas por este método tienen una duración inferior a las conseguidas por vapor.”



Figura 50: Extracción por prensado

Fuente: (Speciale, s.f.)

3.1.1.2 Extracción por destilación

Es un procedimiento físico (no se produce ninguna transformación de sustancias sino una separación). Desde el punto de vista de la física la destilación se define como muchas sustancias de punto de ebullición muy alto, calentadas juntamente con el agua pasan a estado de vapor a la temperatura de ebullición de ésta, son por lo tanto, volátiles con el vapor de agua y pueden obtenerse y purificarse por destilación.

En la industria de las esencias naturales este método es el más común, las moléculas evaporadas tienen principios activos que constituyen que los aceites esenciales sean auténticos. Existe destilación por fuego directo, al vapor, al vacío o presión reducida.

DESTILACIÓN POR CORRIENTE DE VAPOR

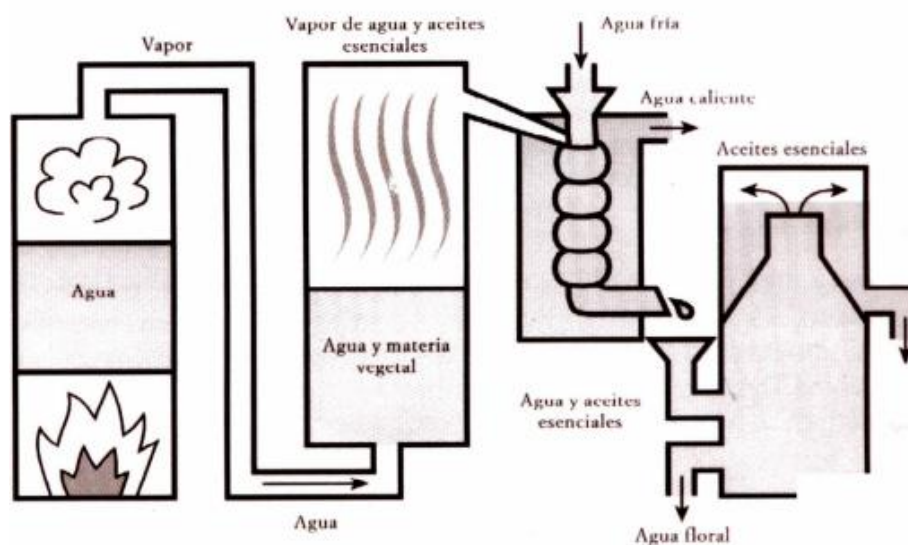


Figura 51: Equipo para destilación por corriente de vapor

Fuente: (SENA Sistema de Bibliotecas, s.f.)

3.1.1.3 Extracción por fermentación o por solventes orgánicos

En base al Taller de aceites esenciales, realizado por el Departamento de Ciencias Forestales, de la Facultad de Ciencias Agropecuarias perteneciente a la Universidad Nacional de Colombia (UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, Facultad de Ciencias Agropecuarias, Departamento de Ciencias Forestales). Se analiza este procedimiento, mismo que menciona que es un tipo de extracción simple que aprovecha las propiedades que tienen las partes aromáticas de las plantas para disolverse en algunos solventes de los que luego serán separados. Consiste en colocar la cantidad de planta de la cual se desea extraer el aceite esencial y colocarle un compuesto orgánico (sustancias líquidas formadas a base de carbono, puede ser alcohol, butano, propano, etanol, acetona, acetato de etilo, acetato de butilo, dióxido de carbono y hemióxido de nitrógeno, etc.),

se cubre con el solvente, se lo tapa y se lo deja por un tiempo determinado para que los aceites esenciales se disuelvan, se realiza el proceso de destilación para separar los componentes y obtener el aceite esencial.

Los aceites esenciales se dividen en resinoides (la resina es una sustancia que produce un árbol herido y que al contacto con el aire se solidifica o semi-solidifica y se emplean varios disolventes para extraer las partículas aromáticas de estas.), concretos (se utilizan varios materiales vegetales como corteza, flores, hojas, etc., en lugar de resinas se utiliza un disolvente para extraer las partículas aromáticas), y absolutos (se crea a partir de un concreto y alcohol para extraer las partículas aromáticas. Es frecuente que queden restos de alcohol en el aceite). (SENA Sistema de Bibliotecas, s.f.)

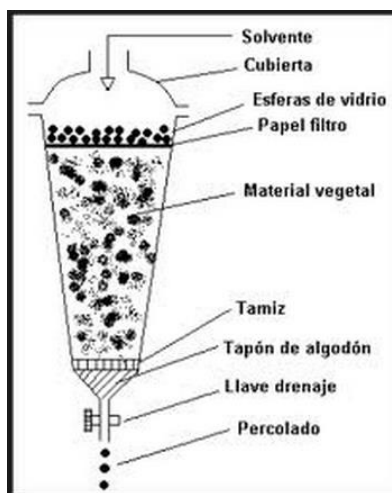


Figura 52: Equipo para extracción por fermentación o por solventes orgánicos

Fuente: (Sistema de Gestión Forestal, s.f.)

3.1.1.4 Extracción por grasas

Se extrae por maceración en caliente. Se coloca la planta en una grasa sólida caliente, partiendo de la característica de que los aceites esenciales son solubles en las grasas. Por absorción en frío (enfleurage, “las esencias son absorbidas por grasas animales en frío y sin estar en contacto planta y grasa, la grasa absorbe el aroma directamente del aire”). (Almeria Medio Ambiente, s.f.)

Una vez que se ha extraído una cantidad considerable del aceite, mediante el proceso de destilación, se separa el aceite esencial de la grasa y otras sustancias químicas a fin de dejar solo las esencias naturales.



Figura 53: Equipo para extracción por grasas

Fuente: (Naturísima, s.f.)

3.1.1.5 Extracción por dióxido de carbono en condiciones supercríticas

La extracción con Fluidos súper-críticos (FSC) es una técnica de separación de sustancias disueltas o incluidas dentro de una matriz, que se efectúa por encima del punto crítico del solvente, basada en la capacidad que tienen determinados fluidos en estado supercrítico de modificar su poder de disolución. Es posible variar en un amplio rango el poder disolvente de dichos fluidos, modificando su densidad con pequeños cambios de presión o temperatura; de esta forma se lo puede ajustar para disolver selectivamente ciertas sustancias o separar aquellas ya disueltas en la etapa de purificación. (Domínguez & Parzanese, 2014)

Los aceites obtenidos de esta manera son de muy buena calidad pero requieren de un equipo, un montaje, y una infraestructura grande y costosa.



Figura 54: Equipo para extracción por dióxido de carbono en condiciones supercríticas

Fuente: (Masabadell, s.f.)

3.2 ENFOQUE HACIA EL CLIENTE

La gestión empresarial manejada a través de procesos bien definidos en una compañía se refleja en indicadores de eficiencia, eficacia y efectividad, lo cual tiene como objetivo principal el satisfacer al cliente interno como externo para que la misma sea exitosa en el mercado ya sea por su buen clima laboral o por la preferencia que tengan los clientes o consumidores hacia los bienes y/o servicios ofertados ya sea por su calidad, rapidez en entrega, exclusividad, variedad, precio, etc.; adicionalmente existen otros grupos que se van a ver atraídos hacia la misma para inversiones o programas relacionados a responsabilidad social corporativa.

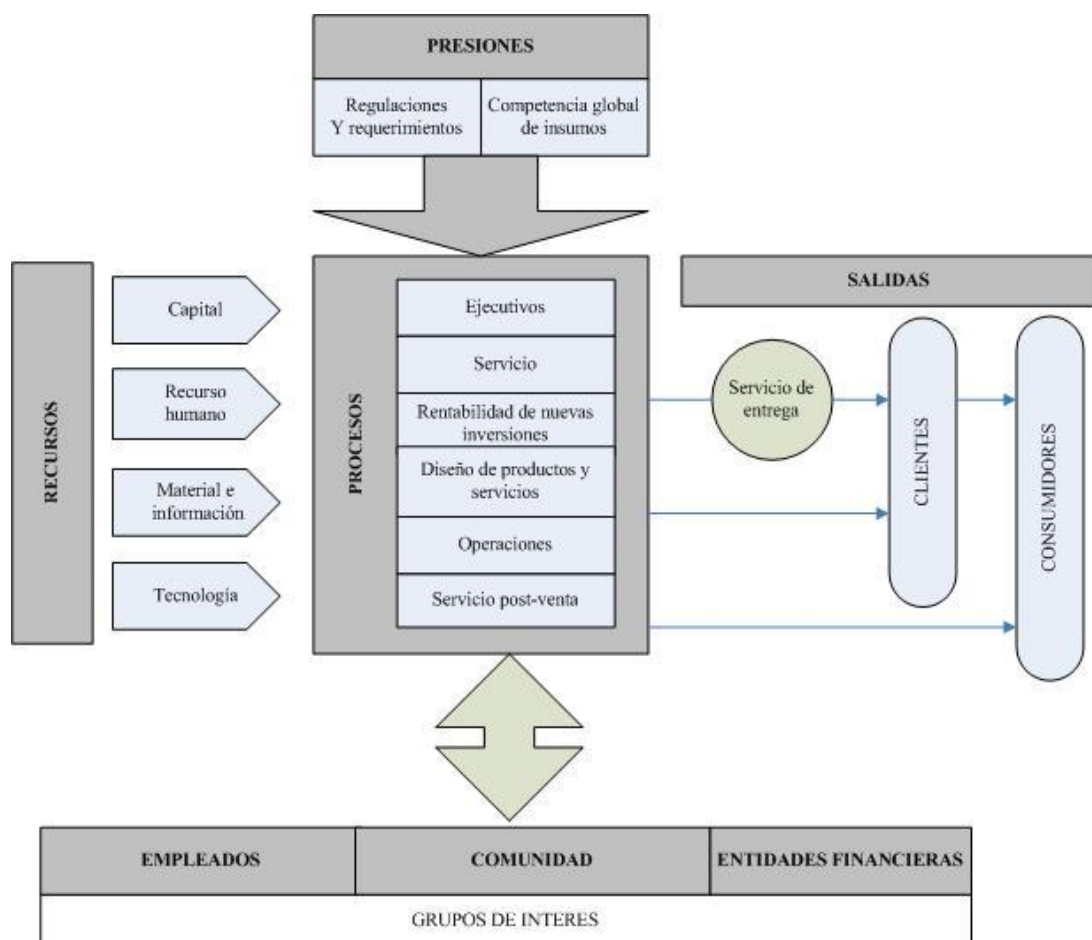


Figura 55: Modelo empresarial de proceso

Fuente: (Harrington, 2006)

3.3 ORIENTACIÓN HACIA LOS PROCESOS

3.3.1 Definición de procesos

Un proceso de acuerdo al autor H. James Harrington es una serie de actividades interrelacionadas que toman insumos como entrada, les añaden un valor a los mismos, y producen salidas para clientes internos o externos a la empresa.

Dentro de la Administración de Empresas por Procesos, los mismos están definidos por un conjunto de actividades o acciones ejecutadas por humanos o maquinas para alcanzar uno o más metas. Se conforman por un grupo de tareas o actividades interrelacionadas las cuales resuelven un problema en particular. En este contexto un proceso se define como un trabajo de inicio a fin el cual entrega valor a los clientes, este trabajo es delicado ya que involucra todo el trabajo, cruzando algunos límites, necesarios para entregar completamente un valor agregado a los clientes. (Association of Business Process Professionals, 2009)

Benchmarking en el ámbito de procesos de acuerdo al autor H. James Harrington es un método sistemático para identificar los mejores procesos y prácticas en compañías exitosas y adaptarlos a los procesos de la empresa con el fin de reducir costos, disminuir tiempos, disminuir rotación de inventarios, y generar alta satisfacción al cliente interno y externo. (Harrington, 2006)

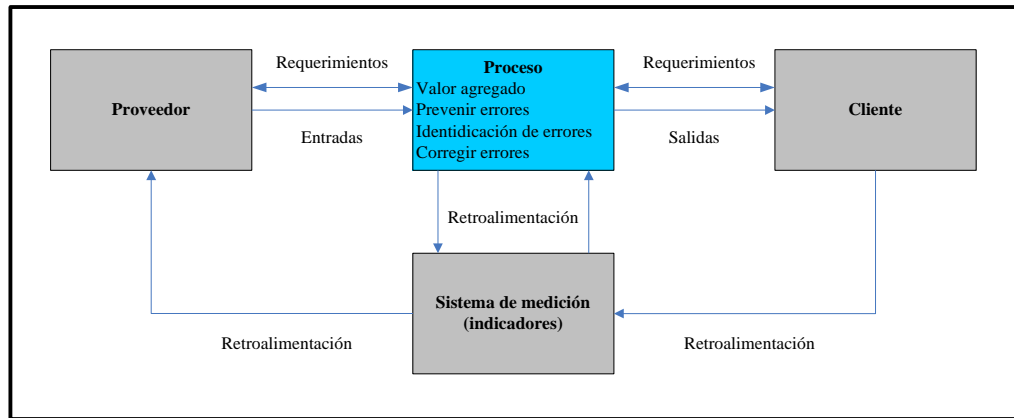


Figura 56: Modelo de proceso

Fuente: (Harrington, 2006)

En las organizaciones es necesario analizar la gestión por procesos en su conjunto, identificar cuáles son las relaciones existentes entre ellos, es decir como un sistema, no sus partes de manera separada. (IDDEO, 2016)

3.3.2 Definición de valor agregado

Dentro de los conceptos de valor agregado se maneja el término “Muda”, palabra japonesa que significa “cualquier actividad, proceso u operación que no agrega valor al producto o servicio para el consumidor o cliente”. Hace referencia a desperdicio de todo tipo como “duplicación, errores, trabajo que es precioso rehacer, exceso de producción, actividades innecesarias, tiempo perdido, entre otros.” (Bohan, 2003)

Por lo que es muy importante realizar acciones positivas para eliminar o disminuir las tareas o actividades que no agreguen valor, para lo cual se debe realizar un análisis del valor que esta aportando cada uno de las actividades que se desarrollan dentro de los procesos de la compañía.

De acuerdo a los autores Shroeder Roger, Meyer Susan, Rungtusanathan Johnny en su libro Administración de Operaciones no es importante solo enfocarse en la satisfacción del cliente sino de la simplificación de los productos y la manufactura de productos múltiples mediante el uso de partes, procesos y módulos comunes.

El análisis de valor es un método que se utiliza para mejorar la utilidad de un producto sin aumentar su costo o para disminuir el costo sin reducir la utilidad del producto, puede dar como resultado grandes ahorros, un mejor producto para el consumidor o ambas cosas. (Shroeder, Meyer, & Runtusanatahn, 2011)

3.3.3 Beneficios de la administración por procesos

La relación que mantiene una empresa con los proveedores y sus clientes es de gran importancia, debido a que los servicios y productos son recibidos por personas y los procesos son realizados por personas, siendo este el recurso más valioso dentro de toda organización, por lo que las necesidades de los clientes internos y externos deben ser tomadas en cuenta al momento de iniciar la administración por procesos con lo que será posible el rediseño y mejoramiento del flujo del trabajo. (Servicio de Calidad de la Atención Sanitaria - SESCOAM, 2002)

La administración por procesos es una disciplina enfocada en identificar, diseñar, ejecutar, documentar, medir, monitorear, y controlar tanto procesos automáticos como manuales para lograr resultados alineados con los objetivos estratégicos de una organización. La administración por procesos involucra cada vez más la colaboración de soporte tecnológico, mejoramiento, innovación, y administración de procesos de principio a fin que maneje resultados, cree valor, y ser una organización capaz de conocer sus objetivos con mayor agilidad. Este tipo de administración es capaz de alinear sus procesos a sus estrategias empresariales, guiando el rendimiento

general de la empresa a través de actividades específicas de trabajo así como dentro de departamentos específicos, a través de la empresa o entre organizaciones. (Association of Business Process Professionals, 2009)

Algunos de los beneficios que se derivan de una adecuada mejora de procesos son disminución de recursos (materiales, personas, dinero, mano de obra, etc.), incremento de la eficiencia, disminución a tiempos al aumentar la productividad, disminución de errores al ser capaz de prevenirlos, visión sistemática de las actividades de la organización. (Ministerio de Fomento España, 2005)

3.3.4 Herramientas básicas para el mejoramiento de procesos

Los procesos son diseñados para cambios permanentes en una organización para lo cual la administración debe basarse en cinco pilares clave, combinados conforman un enfoque holístico que permite mejorar el comportamiento de una organización. Los pilares de una organización exitosa son gestión de procesos, gestión de proyectos, gestión del cambio, gestión del conocimiento y gestión de recursos; aprender a tener una administración innovadora y bien estructurada es la clave del éxito. (Harrington, 2006)

3.3.4.1 Lluvia de ideas

De acuerdo a la Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad esta herramienta es llamada también Tormenta de ideas, es una puesta común de las ideas de los componentes de un grupo sobre un tema de estudio. La información que de su utilización se extrae es una lista de posibilidades que serán el punto de partida para continuar el análisis.

Los pasos que se realizan para llevar a cabo esta herramienta se muestran a continuación:

- 1) Elegir un coordinador
- 2) Definición del enunciado del Tema de la Tormenta de ideas
- 3) Preparar la logística de la reunión
- 4) Introducción a la sesión
- 5) Preparación de la atmosfera adecuada
- 6) Comienzo y desarrollo de la Tormenta de ideas
- 7) Conclusión de la tormenta de ideas
- 8) Tratamiento de las ideas

Se deberá tener en cuenta frecuentemente que se utiliza la ordenación de grupos correspondientes a las “5M”, las cuales en relación a la Fabricación significan Mano de Obra, Materiales, Métodos, Maquinas y Medidas. (Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad, s.f.)

3.3.4.2 Diagrama de Pareto

“Es un diagrama de barras que permite jerarquizar, de mayor a menor, los factores que inciden en una situación objeto de estudio, sirve para priorizar de forma ordenada el análisis y las acciones consecuentes.” (Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional Universidad del Valle, s.f.)

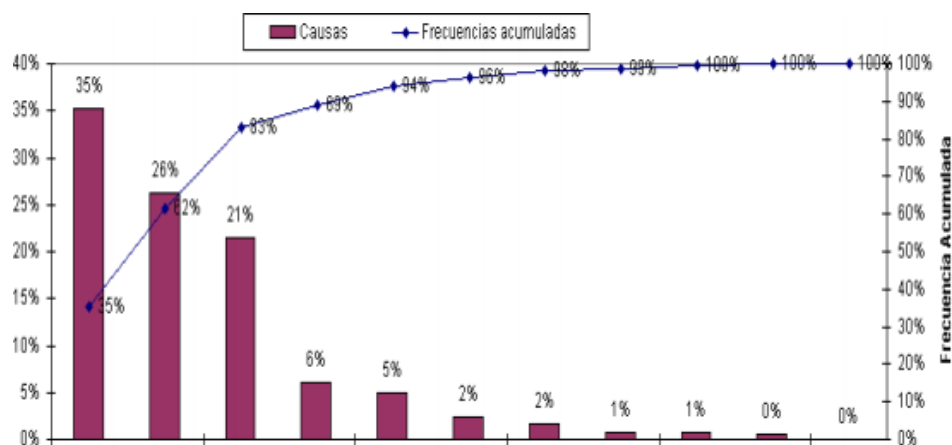
Es una herramienta cuantitativa en la cual se combina un gráfico de barras con un gráfico lineal. Permite visualizar que sólo unas pocas

causas (20%) tienen un efecto significativo (80%) sobre una problemática determinada. Ayuda a dirigir la mayor atención y esfuerzo a problemas realmente importantes, o bien determina las principales causas que influyen en un determinado problema. Para construirlo con la lista de causas y los totales individuales, se añaden columnas para los totales acumulados, la composición porcentual y los porcentajes acumulados. (Ministerio de Salud del Perú, s.f.)

Tabla 38: Diagrama de Pareto - Problemas de pérdidas de historias clínicas - Tabla de frecuencias ordenadas

CAUSAS	Frecuencia	Frec. Normaliz	Frec. Acumulada
Historias Clínicas no encontradas a tiempo	145	35%	35%
Software no se adapta a necesidades	108	26%	62%
Necesidad de citas adicionales	88	21%	83%
Ambiente pequeño	25	6%	89%
Poca comunicación	20	5%	94%
Quejas de pacientes que retardan la búsqueda	10	2%	96%
Devolución inoportuna de Historias Clínicas	7	2%	98%
Personal desmotivado	3	1%	99%
Personal no capacitado	3	1%	100%
Personal insuficiente	2	0%	100%
		0%	100%

Borrar Tablas Ver Diagrama de Pareto



Fuente: (Ministerio de Salud del Perú, s.f.)

3.3.4.3 Diagrama Causa – Efecto

“Es un diagrama que expresa la relación entre una serie de causas y un efecto, sirve para investigar, de forma integral, las causas de un problema.”

(Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional Universidad del Valle)

Es una herramienta que representa la relación entre un efecto (problema) y todas las posibles causas que lo ocasionan. Es denominado Diagrama de Ishikawa o Diagrama de Espina de Pescado por ser parecido con el esqueleto de un pescado. Complementa la lluvia de ideas ayudando a investigar los factores contribuyentes. Clasifica las diversas causas que se piensa que afectan los resultados del trabajo, señalando con flechas la relación causa – efecto entre ellas. (Ministerio de Salud del Perú, s.f.)

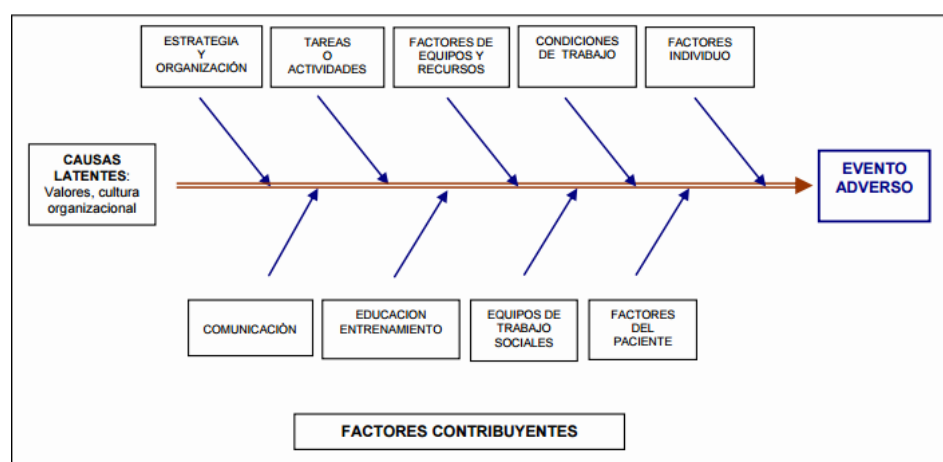


Figura 57: Diagrama de causa efecto específico para descubrir causas raíz de un evento adverso

Fuente: (Ministerio de Salud del Perú, s.f.)

3.3.4.4 Matriz de priorización

Es una herramienta cualitativa que permite seleccionar una opción a partir de una lista de opciones en base a variables o criterios elegidos. Un criterio es una pauta o parámetro que permite evaluar y tomar una decisión colectiva por consenso. Por ejemplo: la frecuencia de

presentación, la importancia, los costos, etc. Los criterios que se utilizan para la priorización son frecuencia, importancia y factibilidad. Cada uno de los participantes de manera individual, para cada problema o alternativa asigna un puntaje a cada criterio. El puntaje individual se totaliza para cada problema. El problema o alternativa seleccionada será el que obtenga el mayor puntaje de todos los problemas evaluados. Cuando la evaluación es realizada por un equipo, cada persona asignará una puntuación para cada uno de los problemas de acuerdo a cada criterio. Todos los puntajes asignados por criterio se suman y se escogerá el puntaje más alto obtenido. (Ministerio de Salud Perú)

Tabla 39: Matriz de selección respecto al entorno laboral del usuario interno

Problemas de interés	Frecuencia	Importancia	Factibilidad	Total
Bajo nivel de Motivación	4 1+1+1+1 (*)	11 3+1+5+2	10 3+5+1+1	25
Escasa capacitación	8 1+1+3+3	15 2+5+3+5	10 3+3+3+1	33
No hay definición de las responsabilidades en las diferentes áreas.	14 3+3+3+5	6 1+1+1+3	16 5+3+5+3	36
Desconocimiento del nivel de satisfacción del usuario interno	16 5+3+5+3	16 5+5+5+1	16 1+5+5+5	48
Bajo nivel de comunicación	8 3+3+1+1	8 3+1+1+3	10 5+1+3+1	26
Infraestructura inadecuada para propiciar la participación en la mejora	8 3+3+1+1	10 3+5+1+1	14 3+3+5+3	32
Directores no sensibilizados	10 3+3+3+1	14 3+5+3+3	14 3+3+5+3	38

Fuente: (Ministerio de Salud del Perú, s.f.)

3.3.4.5 Rediseño de procesos

La metodología de rediseño de procesos toma los procesos existentes y remueve el desperdicio o basura mientras reduce el tiempo de ciclos y mejora la efectividad de los procesos. Después de que es aplicada la

simplificación, automatización y tecnologías de información, se maximiza la habilidad de los procesos para mejorar la efectividad, eficiencia y medidas de adaptabilidad. El rediseño de procesos a veces es llamado mejoramiento enfocado porque sus esfuerzos se concentran en el proceso presente. El enfoque del rediseño de procesos es racionalizar los procesos que consisten principalmente en once tareas, las mismas son:

- Eliminación de burocracia.
- Evaluación del valor agregado.
- Eliminación de la duplicación.
- Simplificación.
- Reducción del tiempo de ciclo.
- Pruebas de error.
- Actualización de procesos.
- Idioma simplificado.
- Estandarización.
- Proveedores asociados.
- Automatización, mecanización, computarización, y tecnologías de información (Harrington, 2006)

3.3.5 Cadena de valor

Según Michael E. Porter de la Escuela de Negocios de Harvard, la ventaja competitiva debe ser comprendida analizando cada una de las actividades de una empresa y la forma en que interactúan, desde el punto de vista sistemático de Cadena de Valor.

En el marco de su libro, la ventaja competitiva Michael Porter propone a la “cadena de valor” como una herramienta de gestión que permite poner en evidencia el valor agregado que puede dar una empresa a sus actividades internas.

Este concepto también puede aplicarse en mayor escala. Así lo indica Marysela Morilla en su análisis de la cadena de valor industrial, cuando afirma que este conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor son bloques de construcción, mediante los cuales las firmas en la industria crean un producto de valor para sus compradores. (Morillo, 2005, pág. 59)

La denominación de Cadena de valor es usada para demostrar un flujo continuo de izquierda a derecha de subprocesos que contribuyen directamente con el fin de agregar valor para los clientes de la organización. Esta denominación fue introducida por Michael Porter en su ensayo de estrategia corporativa y su aplicación a nivel de planificación de empresas. (Association of Business Process Professionals, 2009)

3.3.6 Tipos de procesos

Luego de identificar todos procesos de una organización, es necesario representarlos en un mapa de procesos. En el cual se toma en cuenta la clasificación de los mismos en estratégicos, operativos y de soporte, los cuales se van determinados por la planificación estratégica de la empresa.

3.3.6.1 Procesos estratégicos o de administración

Están relacionados directamente con las metas a largo plazo, se refieren generalmente a procesos de planificación estratégica.

Son utilizados para medir, monitorear y controlar actividades. Los mismos aseguran que los procesos primarios y de apoyo, contribuyan con el cumplimiento de metas operacionales, financieras, regulatorias, y legales. No agregan valor directamente a los clientes, pero son necesarias para garantizar que la organización opere eficaz y eficientemente.

3.3.6.2 Procesos operativos o primarios

Son procesos relacionados directamente con la elaboración del producto o prestación del servicio, inciden en gran medida con la satisfacción del cliente final.

Los procesos primarios son de principio a fin, son los procesos que intervienen en las funciones los cuales entregan valor directamente a los clientes. Los mismos a menudo se conocen como los procesos básicos del negocio, los cuales representan las actividades esenciales que una organización realiza para cumplir su misión.

3.3.6.3 Procesos de soporte o de apoyo

Estos procesos dan apoyo a los procesos operativos. (Lugo Marín, 2012)

Los procesos de apoyo están diseñados para apoyar a los procesos primarios, a menudo por administración de recursos y/o infraestructura requerida por los procesos primarios. Ejemplos comunes de procesos de

apoyo incluyen administración de tecnologías de información, facilidades o administración de la capacidad, y administración del recurso humano. Cada uno de estos procesos incurre en el ciclo de vida de recursos, y a menudo están asociados con áreas funcionales. La administración de la capacidad a menudo involucra un sinnúmero de actividades de planificación de obtención de logros, ingeniería y diseño, construcción y los procesos de distribuir los recursos en la producción.

3.3.7 Flujos

Los diagramas de flujo son extensamente usados, se basan en un conjunto de simbologías para representar tareas, decisiones, y otros elementos de procesos primarios. Algunos acreditados por el movimiento Total Quality Management (TQM), el cual se originó a inicios de la década de 1950 y ganó popularidad en 1970 para la adopción de las técnicas de diagramas de flujo en los procesos de modelación de negocios. La denominación para los diagramas de flujo más comunes fue aprobado por un estándar ANSI en 1970 para sistemas de flujos representativos. Otras denominaciones de diagramas de flujo han sido usados por ingenieros industriales por décadas y utilizaron diferentes símbolos y diseño para mapeados industriales específicos para describir el flujo de materiales, roles y trabajo, o colocación de maquinaria, análisis de egresos e ingresos en centros de despacho, etc.

Un diagrama de flujo típico debe tener los siguientes tipos de símbolos:

- Empieza y termina en símbolos representados como óvalos o rectángulos con esquinas redondeadas, usualmente contienen las palabras “Inicio” y “Fin”, u otra frase que señale en que actividad inicia el proceso y en cual finaliza el mismo.
- Flechas que vienen de un símbolo y finalizan en otro indicando la continuidad de los pasos de un símbolo hacia el siguiente.
- Pasos que se van procesando son representados por rectángulos.
- Entradas y salidas son representados como un paralelograma.
- Condiciones o decisiones son representadas por diamante o rombo. Estos típicamente contienen preguntas de Si/No o pruebas de Verdadero/Falso. Este símbolo es único, en el mismo se tiene dos flechas que salen de el, usualmente del punto de abajo y el punto de la derecha, uno corresponde al Si o Verdadero, y otro corresponde al No o Falso. Las flechas deben siempre estar etiquetadas. Pueden ser usadas más de dos flechas, pero normalmente puede ser tomado un indicador claro más que una decisión compleja, en tal caso se necesita colocar o reemplazar con un símbolo de “proceso predefinido”.
- También hay otros símbolos que son usados con menos frecuencia.
(Association of Business Process Professionals, 2009)

3.3.8 Manuales

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, etc.), así como las instrucciones y lineamientos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas.

De acuerdo a su contenido se clasifican en manuales de organización, de procedimientos, de historia de la organización, de políticas, de contenido múltiple, de puestos, de técnicas, de ventas, de producción, de finanzas, de personal, de operación o de sistemas.

El manual de procedimientos generalmente incorpora la siguiente información:

- Identificación

En esta sección se detalla el logotipo de la organización, el nombre oficial de la organización, la denominación, el lugar y fecha de elaboración, el número de revisión, las unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización y el código del documento (siglas organización - siglas de la unidad administrativa - número de documento).

- Índice o contenido

En esta parte se indica la relación de los capítulos que forman parte del documento.

- Prólogo y/o introducción

Esta sección contiene la exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización.

- Objetivos de los procedimientos

Esta parte contiene una explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos.

- Áreas de aplicación o alcance de los procedimientos

Incluyen datos de las personas responsables del documento y/o las unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases.

- Políticas o normas de operación

Son los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidades de las distintas instancias que participan en los procedimientos.

- Conceptos

Es un detalle en el que se enlistan las palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento, las cuales, requieren de mayor información o ampliación de su significado, para hacer más accesible al usuario la consulta del manual.

- Procedimiento

De notable relevancia, es la presentación por escrito en forma narrativa y secuencial, de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en que consisten, cuando, como, donde, con qué y cuanto tiempo se hacen, señalando los responsables de llevarlas a cabo.

- Formularios o impresos

Contienen formas impresas que se utilizan en un procedimiento, las cuales se intercalan dentro del mismo o se adjuntan como apéndices.

- Diagramas de flujo

Son una de las partes de mayor importancia dentro de un manual, es la representación gráfica de la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o el recorrido de formas o materiales, en donde se

muestran las unidades administrativas, o los puestos que intervienen, en cada operación descrita, es aconsejable el empleo de símbolos y/o gráficos simplificados.

- Glosario de términos

Esta sección contiene una lista de conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido y técnicas de elaboración de los manuales procedimientos, que sirven de apoyo para su uso o consulta. (Fincowsky, 1998)

3.3.9 Indicadores

Se caracterizan por ser elementos conformados por el conjunto de mecanismos necesarios para la evaluación de la gestión, proporciona evidencia de una situación en específico o el llegar a cumplir resultados esperados en forma cuantitativa o cualitativa, los indicadores deben representar la relación entre dos o más variables, y debe estar dentro del contexto geográfico y temporal.

Existen varias clasificaciones de indicadores dependiendo las mediciones que se requieran realizar, de acuerdo al Departamento del Meta Municipio de Puerto Lleras se tiene la siguiente categorización. (Calderón Jiménez, s.f.)

- Indicador de calidad

Se refiere a la capacidad de la institución para responder en forma rápida y directa a las necesidades de los ciudadanos.

- Indicador de desempeño presupuestal

Define la capacidad de una entidad para generar y aplicar adecuadamente los recursos financieros para el cumplimiento de sus objetivos.

- Indicador de eficiencia

Describe la relación entre la producción física de un bien o servicio y los insumos que se utilizaron para alcanzar ese nivel de producto.

- Indicador de eficacia

Mide el grado de cumplimiento de las metas establecidas, sin considerar necesariamente los recursos asignados para ello.

- Indicador de efectividad

Contempla la integración entre indicadores de eficiencia y eficacia.

- Indicador de gestión

Determinan el cumplimiento de compromisos adquiridos por el talento humano o la entidad en general.



Figura 58: Dimensiones de indicadores

Fuente: (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social - CONEVAL, 2013)

Para el estudio llevado a cabo referente al levantamiento y mejoramiento de procesos, se profundiza en las actividades y tareas llevadas a cabo por la empresa, por lo que los indicadores que serán tomados en cuenta para la propuesta de mejora son los relacionados a eficacia, eficiencia y economía.

4 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

4.1 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS A UTILIZAR

4.1.1 Entrevistas

Una de las herramientas utilizadas en este estudio es la entrevista, la misma que permitió obtener información permanente y oportuna para la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas construyendo la matriz FODA de la empresa, bajo los factores en los que actualmente se desarrollan las actividades de la misma. Para lo cual se consultó al personal de ISABRUBOTANIK S.A. algunas preguntas generales, tal como se detallan a continuación:

- ¿Cuáles son las fortalezas de la empresa?
- ¿Por qué considera usted que estas son fortalezas?
- ¿Cuáles son las debilidades de la empresa y por qué?
- ¿Cuáles considera usted que son amenazas importantes para la empresa?
- ¿Qué oportunidades identifica en el entorno externo de la compañía?

- ¿Cuáles son las proyecciones de la empresa en el corto, mediano y largo plazo?
- ¿Cómo evalúan el funcionamiento de los procesos, controles y tecnologías de información actualmente?

Además se han realizado algunas preguntas específicas relacionadas a los procesos de la empresa a los responsables de cada uno de dichos procesos para obtener la información necesaria para la aplicación de otras herramientas de análisis que permitan armar una propuesta para el fortalecimiento de la productividad para de la empresa, la técnicas se basan en la descripción de los procedimientos, las principales preguntas que se utilizaron con cada uno de los actores que se mencionan en el organigrama actual de la empresa son:

- ¿Qué áreas conforman la empresa?
- A nivel general ¿cuáles son los principales procesos que aportan directamente para producir el servicio?
- ¿Cuáles son los pasos realizados desde las compras de la mercadería hasta la venta de la misma?
- ¿Cuentan con áreas de apoyo formalmente identificadas dentro de la empresa?

- ¿Terceriza algún tipo de bien y/o servicio?
- ¿Cuál considera usted que es el proceso que genera mayor valor al producto que proveen?

Las personas con las que se realizaron las entrevistas se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 40: Personas con las que se realizaron las entrevistas

NOMBRE	CARGO	FECHA	CIUDAD ENTREVISTA
Alexandra Segovia	Supervisora de producción	31-07-2015	Ambato
Jhony Segovia	Asistente de extracción Asistente de producción Asistente de envasado Asistente de bodega	31-07-2015	Ambato
Mónica Supe	Asistente de producción Asistente de envasado	31-07-2015	Ambato
Rafaela Rodríguez	Jefe de Logística y Ventas	20-01-2016	Quito
Janeth Handachi	Asistente administrativa contable	21-01-2016	Ambato
Román Rodríguez	Gerente General Gerente de Producción Jefe de laboratorio de investigación, desarrollo, y control de calidad	21-01-2016	Latacunga
Marianela Mena	Contadora	21-01-2016	Ambato
Maria Esther Telenchana	Asistente de cultivos orgánicos	21-01-2016	Ambato

4.1.2 Diagramación levantamiento de procesos (AS IS)

La diagramación del levantamiento de procesos se ejecuta en base a las encuestas que fueron realizadas en base a la tabla que se muestra en el numeral anterior.
(Anexo 3)

4.1.3 Diagrama de causa efecto

El problema principal al que se ve enfrentado la Empresa ISABRUBOTANIK S.A. es que sus procesos se encuentran actualmente sin estandarizar o definir. Las causas más relevantes que conllevan a esta situación son las que se detallan a continuación:

- Cadena de valor muestra escasa integración y automatización de procesos.
- Mercado interno y externo no tienen preferencia por sus productos.
- Necesidad de permisos para exportar productos.
- Necesidad de establecimiento de indicadores.

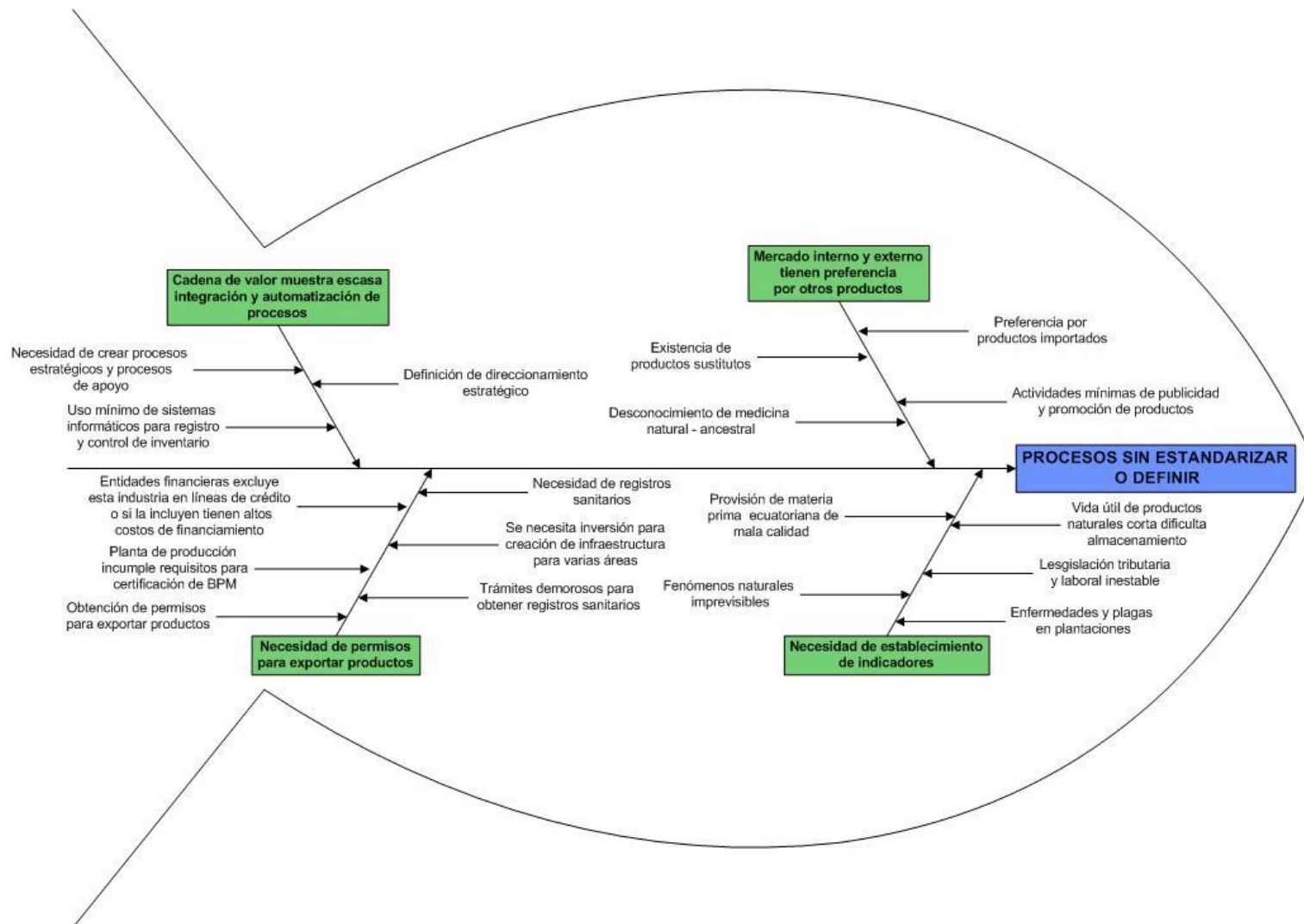


Figura 59: Diagrama Causa Efecto


Fuente: Entrevistas a ISABRU






4.1.4 Análisis de valor agregado AVA

Para realizar el análisis de valor agregado se registra para cada uno de los procesos información que es recolectada con el personal de la Empresa ISABRUBOTANIK S.A., el formato de la misma se detalla a continuación:

Tabla 41: Análisis de Valor Agregado de los Procesos

ANÁLISIS DE VALOR AGREGADO DE LOS PROCESOS

		ANÁLISIS DE LOS PROCESOS						FECHA:	
								PÁGINA:	
MACROPROCESO:		RESPONSABLE:		CÓDIGO:					
PROCESO:		RESPONSABLE:							
FRECUENCIA:									
OBSERVACIÓN:									

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV						TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	Funcionario n	Actividad n												
2	Funcionario n1	Actividad n1												
TOTALES														
EFICIENCIA														

Fuente: Entrevistas a ISABRU

Fecha: formato día/mes/año en el que se realiza el análisis.

Página: número de página, se inicia numeración para cada uno de los procesos.

Código: secuencia alfanumérica asignada a cada uno de los procesos.

Macroproceso: primer nivel de procesos identificados dentro del Modelo de Gestión de Procesos.

Responsable: Nombre de la persona responsable del macroproceso dentro de la empresa.

Proceso: segundo nivel de procesos identificados dentro del Modelo de Gestión de Procesos, un conjunto de procesos conforma un macroproceso.

Responsable: Nombre de la persona responsable del proceso dentro de la empresa.

Frecuencia: Número de veces que se repite o realiza cada proceso, período o un espacio determinado.

Observación: En este campo se detalla el Número de veces que se realiza un proceso durante una frecuencia determinada.

No. Número de actividad dentro de cada uno de los procesos.

Responsable: Nombre de la persona responsable de la actividad que se realiza.


Actividad: Conjunto de tareas que se realizan dentro de cada uno de los procesos.


AV: Indica si la actividad agrega valor al cliente o a la empresa.

ANV: Indica si la actividad no agrega valor para el cliente o la empresa.

: Símbolo que representa “Operación”

: Símbolo que representa “Inspección”

: Símbolo que representa “Almacenamiento” o “Espera”

: Símbolo que representa “Demora”

: Símbolo que representa “Transporte”

Tiempos: Cantidad de minutos que se emplea en realizar cada una de las actividades.

Costos: Cantidad de dólares que se utilizan en realizar cada una de las actividades.

Observaciones: Notas de relevancia para el análisis de cada una de las actividades.

El análisis de valor agregado elaborado para cada uno de los procesos actuales consta en el Anexo 4 de este documento.

4.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS

4.2.1 Cadena de valor

4.2.1.1 Determinación de Cadena de valor

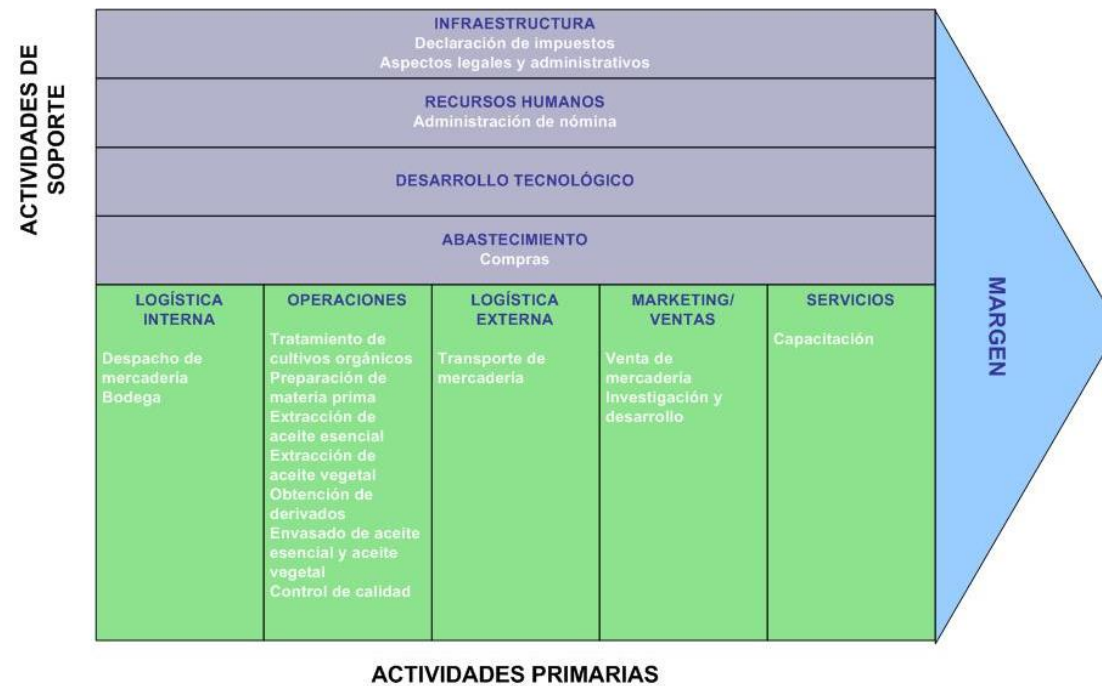


Figura 60: Cadena de Valor Actual

Fuente: Entrevistas a ISABRU

Eslabones

Una vez plasmadas en la Figura 60 las actividades agregadoras de valor, se procede a identificar dentro de cada uno de los eslabones los procesos por los que se encuentran conformadas, los mismos se describen a continuación:

Logística interna: Los procesos dentro de esta zona son Despacho de mercadería, y Bodega.

Operaciones: Los procesos dentro de esta zona son Tratamiento de cultivos orgánicos, Preparación de materia prima, Extracción de aceite esencial, Extracción de aceite vegetal, Obtención de derivados, Envasado de aceite esencial y aceite vegetal, y Control de calidad.

Logística externa: El proceso dentro de esta zona es Transporte de mercadería.

Marketing/Ventas: Los procesos dentro de esta zona son Venta de mercadería y Investigación y desarrollo.

Servicios: El proceso dentro de esta zona es Capacitación.

En tanto que las actividades secundarias o de soporte se encuentran conformadas por varios eslabones descritos a continuación:

Infraestructura: Los procesos dentro de esta zona son Declaración de impuestos, y Aspectos legales y administrativos.

Recursos humanos: El proceso dentro de esta zona es Administración de nómina.

Desarrollo tecnológico: Actualmente la empresa no posee un proceso definido en cuanto a este ítem.

Abastecimiento: El proceso dentro de esta zona es Compras.

Alcance de la cadena de valor

La cadena de valor de la empresa ISABRUBOTANIK S.A. abarca desde el cultivo orgánico de plantas hasta el almacenamiento y comercialización de aceites esenciales y vegetales, y derivados de los mismos.

4.2.2 Priorización de los procesos

4.2.2.1 Lista maestra de procesos

Actualmente la cadena de valor de la Empresa ISABRUBOTANIK S.A. se encuentra conformada por cinco macroprocesos y doce procesos, mismos que se detallan a continuación:

Tabla 42: Lista maestra de procesos actuales

No.	Ed.	Macroproceso	Proceso	Cód.
1	1	Logística de compras y ventas	Compras	P-1
2	1		Venta de mercadería	P-2
3	1		Despacho de mercadería	P-3
4	1	Contabilidad	Declaración de impuestos	P-4
5	1	Producción	Tratamiento de cultivos orgánicos	P-5
6	1		Extracción de aceite esencial	P-6
7	1		Extracción de aceite vegetal	P-7
8	1		Obtención de derivados	P-8
9	1		Envasado de aceite esencial y aceite vegetal	P-9
10	1		Bodega	P-10
11	1		Preparación materia prima	P-11
12	1		Investigación y desarrollo	P-12
13	1	Aspectos legales y administrativos		P-13
14	1	Administración de nómina		P-14

Fuente: Entrevistas a ISABRU

4.2.2.2 Enfoque ponderado de Selección (Matriz de priorización)

Para elaborar la matriz de priorización se da una calificación a cada uno de los macroprocesos y procesos que maneja la empresa ISABRUBOTANIK S.A., los factores de decisión que se emplearon para dar dicha valoración son Enfoque al cliente, Generación de ingresos, Reducción de costos y Producción. La calificación que se da a cada uno de los factores de decisión está dentro del intervalo 1 al 5, siendo 1 de menor impacto y 5 de mayor impacto.

Tabla 43: Matriz de priorización

No.	MACROPROCESOS	PROCESOS	FACTORES DE DECISIÓN				TOTAL
			ENFOQUE AL CLIENTE	GENERACIÓN INGRESOS	REDUCCIÓN COSTOS	PRODUCCIÓN	
1	Logística de compras	Compras	3	4	3	5	15
2		Venta de mercadería	5	5	2	5	17
3		Despacho de mercadería	5	4	2	5	16
4	Contabilidad	Declaración de impuestos	2	4	5	2	13
5	Producción	Tratamiento de cultivos orgánicos	4	1	1	5	11
6		Extracción de aceite esencial	4	1	1	5	11
7		Extracción de aceite vegetal	4	1	1	5	11
8		Obtención de derivados	4	1	1	5	11
9		Envasado de aceite esencial y aceite vegetal	4	1	1	4	10
10		Bodega	4	4	3	4	15
11		Preparación materia prima	3	1	1	5	10
12		Investigación y desarrollo	5	3	1	2	11
13	Aspectos legales y administrativos		1	2	1	3	7
14	Administración de nómina		1	4	5	4	14

Fuente: Entrevistas a ISABRU

Los macroprocesos y procesos que contienen actividades que no agregan valor, tienen las mayores calificaciones y deben ser considerados para mejorar la productividad de la empresa se detallan a continuación:

Tabla 44: Procesos a mejorar

MACROPROCESOS	PROCESOS
Logística de compras	Compras
	Venta de mercadería
	Despacho de mercadería
Contabilidad	Declaración de impuestos
Producción	Bodega
Administración de nómina	

Fuente: Entrevistas a ISABRU

4.2.2.3 Tiempo de ciclo y análisis de costos

Dentro del análisis de valor agregado de los procesos se detalla en cada uno de los mismos el tiempo en el que se lleva a cabo las actividades que agregan y no agregan valor actualmente, de igual manera se detalla en cada una de las actividades el costo generado al ejecutar cada una de ellas.

5 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LOS PRINCIPALES PROCESOS

5.1 DIAGRAMACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO (TO BE)

Al realizar el análisis de la situación actual de la empresa ISABRUBOTANIK S.A. e identificar las debilidades y amenazas, entre las cuales se observa la falta de definición de procesos y la generación de actividades que no agregan valor a la empresa ni al cliente, se realizan reuniones con el Gerente General de la empresa en las que se establecen mejoras a la cadena de valor tal como se muestra a continuación.

5.1.1 Cadena de valor mejorada

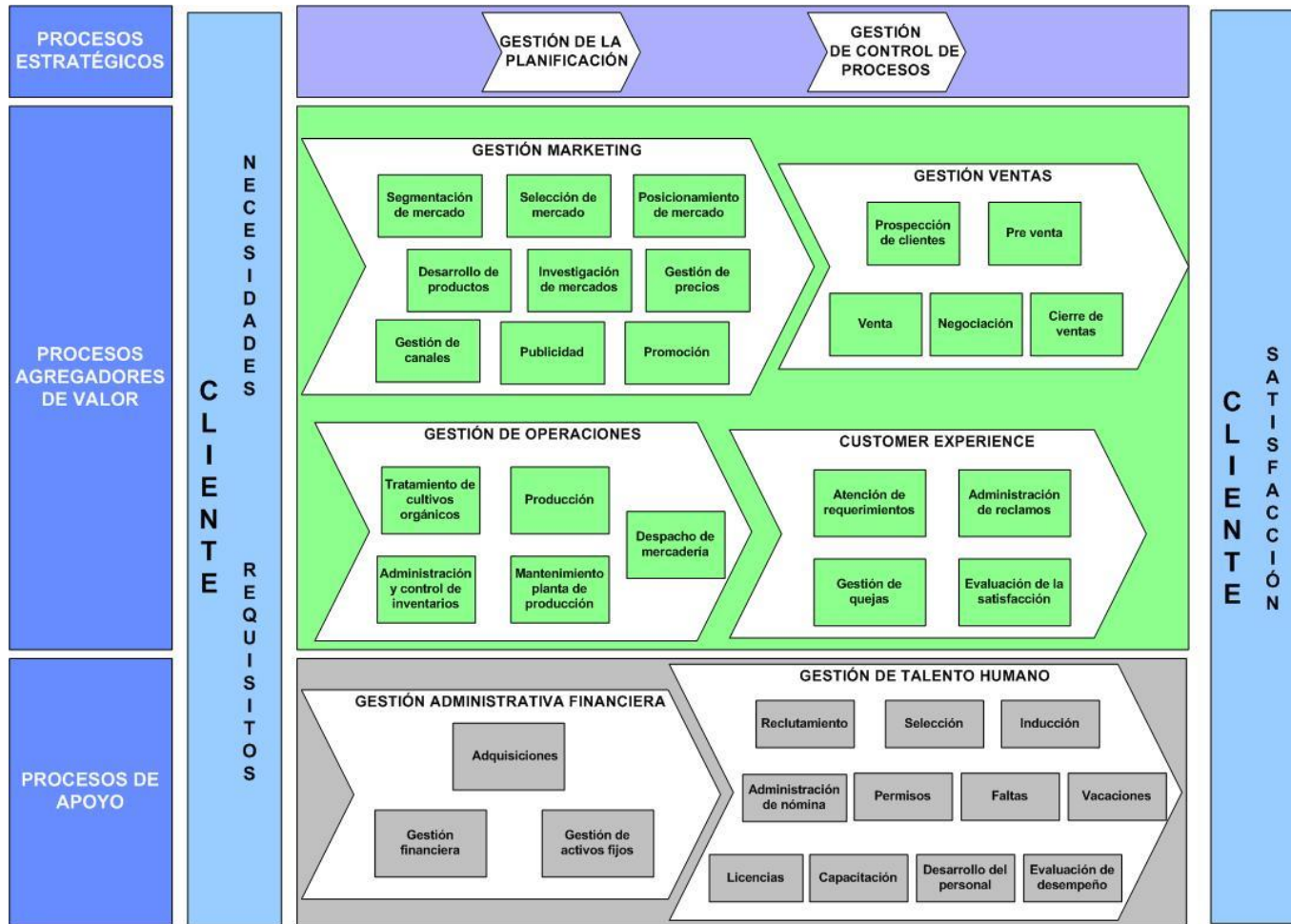


Figura 61: Cadena de Valor Mejorada

Eslabones

Se observa en la Figura 61 que los procesos se clasifican en procesos estratégicos, procesos agregadores de valor y procesos de apoyo.

Dentro de los procesos estratégicos se encuentra Gestión de Planificación y Gestión de Control de procesos.

Dentro de los procesos agregadores de valor se encuentra Gestión Marketing, Gestión Ventas, Gestión de Operaciones y Customer Experience.

Dentro de los procesos de apoyo se encuentra Gestión de Talento Humano y Gestión Administrativa Financiera.

5.1.2 Lista maestra de procesos mejorados

En la cadena de valor propuesta para la Empresa ISABRUBOTANIK S.A. se mejoran dentro del macroproceso de Logística de compras, los procesos de Compras, Venta de mercadería y Despacho de mercadería; dentro del macroproceso de Contabilidad, el proceso de Declaración de impuestos; dentro del macroproceso de Producción el proceso de Bodega y el macroproceso de Administración de nómina. Se elimina el macroproceso de Aspectos legales y administrativos, mismo que al igual que Tecnologías de Información serán cubiertos con una contratación de servicios profesionales cuando así lo requiera la empresa. Se mantienen dentro del Macroproceso de Producción los procesos

de Tratamiento de cultivos orgánicos, Extracción de aceite esencial, Extracción de aceite vegetal, Obtención de derivados, Envasado de aceite esencial y aceite vegetal y Preparación materia prima. Se separa dentro del Macroproceso de Producción al proceso de Investigación y desarrollo, en Investigación de mercados y Desarrollo de productos. La propuesta de cadena de valor queda conformada por ocho macroprocesos, treinta y siete procesos y ocho subprocesos, mismos que se detallan a continuación:

Tabla 45: Lista maestra de procesos mejorados

No.	Edición	Tipología	Macroproceso	Proceso	Subproceso	Código	
1	1	Estratégico	Gestión de la planificación			PM-1	
2	1		Gestión de control de procesos			PM-2	
3	1	Productivos	Gestión Marketing	Segmentación de mercado		PM-3	
4	1			Selección de mercado		PM-4	
5	1			Posicionamiento de mercado		PM-5	
6	2			Desarrollo de productos		PM-6	
7	2			Investigación de mercados		PM-7	
8	1			Gestión de precios		PM-8	
9	1			Gestión de canales		PM-9	
10	1			Publicidad		PM-10	
11	1			Promoción		PM-11	
12	1			Gestión Ventas	Prospección de clientes		PM-12
13	1				Pre venta		PM-13
14	2		Venta			PM-14	
15	1		Negociación			PM-15	
16	1		Cierre de ventas			PM-16	
17	2		Gestión de Operaciones	Tratamiento de cultivos orgánicos		PM-17	
18	2			Producción	Preparación materia prima		PM-18
19	2				Extracción de aceite esencial		PM-19
20	2				Extracción de aceite vegetal		PM-20
21	2				Obtención de derivados		PM-21
22	2	Envasado de aceite esencial y aceite vegetal				PM-22	

No.	Edición	Tipología	Macroproceso	Proceso	Subproceso	Código	
23	2			Despacho de mercadería		PM-23	
24	1			Administración y control de inventarios		PM-24	
25	1			Mantenimiento planta de producción		PM-25	
26	1		Customer Experience	Atención de requerimientos		PM-26	
27	1			Administración de reclamos		PM-27	
28	1			Gestión de quejas		PM-28	
29	1			Evaluación de la satisfacción		PM-29	
30	1		Habilitantes o de apoyo	Gestión de Talento Humano	Reclutamiento		PM-30
31	1				Selección		PM-31
32	1	Inducción				PM-32	
33	2	Administración de nómina				PM-33	
34	1	Permisos				PM-34	
35	1	Faltas				PM-35	
36	1	Vacaciones				PM-36	
37	1	Licencias				PM-37	
38	1	Capacitación				PM-38	
39	1	Desarrollo del personal				PM-39	
40	1	Evaluación de desempeño			PM-40		
41	1	Gestión Administrativa Financiera		Gestión financiera	Presupuesto		PM-41
42	1				Tesorería		PM-42
43	2				Contabilidad		PM-43
44	2			Adquisiciones		PM-44	
45	1			Gestión de activos fijos		PM-45	

5.1.3 Diagramación de los procesos mejorados

5.1.3.1 Cambios de estructura organizacional

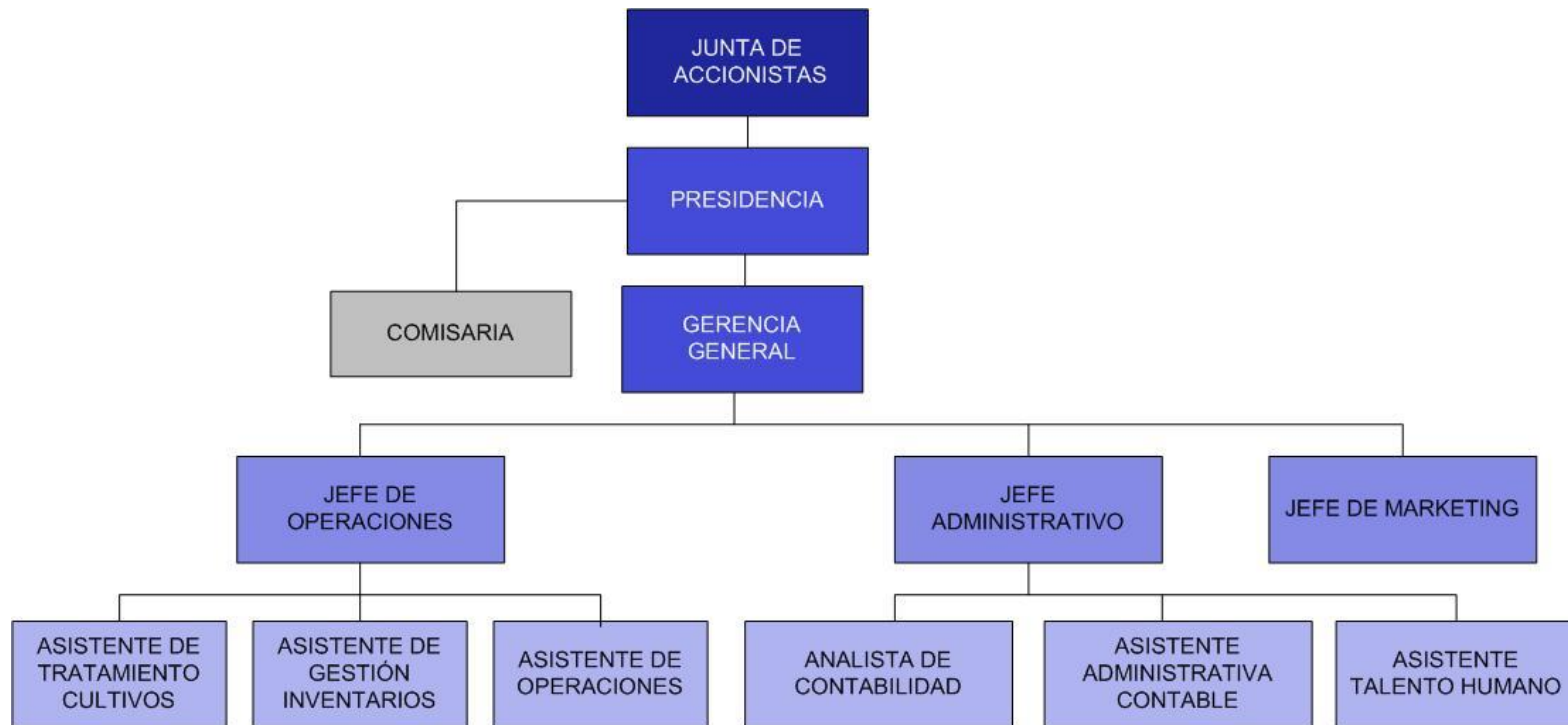


Figura 62: Estructura Organizacional Propuesta

La estructura organizacional que se propone se encuentra conformada por una gerencia, tres jefaturas y dentro de cada una de ellas asistentes o analistas según lo requiera cada jefatura. En total como personal fijo en la empresa ISABRUBOTANIK S.A. se tendrá a diez personas encargadas de los procesos que se detallan en la cadena de valor mejorada, en lo que corresponde a Tecnologías de Información y Asesoría Jurídica se procederá a contratar servicios profesionales por horas o por tarea de acuerdo a la necesidad empresarial.

5.1.3.2 Diagramas de flujo

La diagramación de los procesos diseñados para mejorar la productividad de la empresa ISABRUBOTANIK S.A. se detalla en el Anexo 5 de este documento.

5.1.3.3 Indicadores de gestión de procesos


Los procesos que integran la cadena de valor propuesta para la Empresa ISABRUBOTANIK S.A. se detallan en el Anexo 6 de este documento.

5.1.4 Formato manual de procesos y procedimientos

Para la elaboración del Manual de procesos y procedimientos (Anexo 7) de la empresa ISABRUBOTANIK S.A. es necesaria otra investigación, a pesar de

ello se deja a consideración de la empresa un formato conformado por las secciones que se detallan a continuación:

SECCIÓN A

Versión: 001				MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	
MACROPROCESO		NOMBRE		CÓDIGO	
PROCESO		NOMBRE		CÓDIGO	
SUBPROCESO		NOMBRE		CÓDIGO	
PROCEDIMIENTO					
Elaborado por:		Revisado por:	Aprobado por:	Fecha:	Página: Página 158 de 1

Versión: formato día/mes/año en el que se realiza el análisis

Datos identificativos de empresa: Logo y nombre de ISABRUBOTANIK S.A.

Nombre del manual: especificación del tipo de manual elaborado.

Nombre macroproceso: nombre del primer nivel de procesos identificados dentro del Modelo de Gestión de Procesos.

Código macroproceso: secuencia alfanumérica asignada a cada uno de los macroprocesos.

Nombre proceso: segundo nivel de procesos identificados dentro del Modelo de Gestión de Procesos.

Código proceso: secuencia alfanumérica asignada a cada uno de los procesos.

Nombre subproceso: tercer nivel de procesos identificados dentro del Modelo de Gestión de Procesos.

Código subproceso: secuencia alfanumérica asignada a cada uno de los subprocesos.

Elaborado por: Nombres, apellidos y cargo de persona que elabora documento.

Revisado por: Nombres, apellidos y cargo de persona que revisa documento.

Aprobado por: Nombres, apellidos y cargo de persona que aprueba documento.

Fecha: formato día/mes/año en el que se elabora el documento.

Página: número de página, es una sola numeración para todo el documento

SECCIÓN B

ÍNDICE O CONTENIDO: Listado de partes o capítulos que conforman el documento.

SECCIÓN C

PROLOGO O INTRODUCCIÓN: Esta sección expone la importancia e implicación que tiene la aplicación del documento.

SECCIÓN D

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. OBJETIVO DEL PROCESO: Esta parte detalla el fin que se pretende cumplir con los procedimientos.

1.2. ALCANCE: Delimitación del procedimiento desde la actividad que inicia el procedimiento hasta que finaliza el mismo.

1.3. POLÍTICAS RELACIONADAS AL PROCESO: Son los lineamientos generales de acción que se determinan de manera explícita las distintas instancias que participan en los procedimientos.

- 1.4. **DEFINICIONES PROPIAS DEL PROCESO:** Esta sección contiene un glosario de conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido que sirven de apoyo para su uso o consulta.
- 1.5. **DUEÑO O RESPONSABLE DEL PROCESO:** Se debe registrar el cargo de la persona responsable del macroproceso, proceso o subproceso dentro de la empresa.
- 1.6. **VIGENCIA:** Período determinado en el que va a tener validez o va a encontrarse en uso el documento.
2. **ENTRADA:** Llamada también input, son los insumos que permiten realizar la ejecución de un proceso con el fin de transformarlo agregando valor a los mismos.
3. **SALIDA:** Llamada también output, son el resultado de una secuencia de actividades que lo van transformando, se pueden convertir en la entrada para otro proceso.
4. **PROCEDIMIENTO DEL PROCESO:** Descriptivo del proceso, se mencionan en forma narrativa y secuencial cada una de las actividades que se realizan, exponiendo en qué consisten, cuando, como, donde, y con qué se hacen.
5. **FORMULARIOS DEL PROCESO:** Contienen formatos que se utilizan dentro de un procedimiento.

6. INDICADORES DEL PROCESO: Relación entre dos o más variables, relacionadas generalmente a eficacia, eficiencia y economía en el campo de procesos.

7. FLUJOGRAMA DEL PROCESO: Son una de las segmentos más importantes dentro del documento, es la representación gráfica de la sucesión en que se realizan las actividades de un procedimiento, en donde se identifican las unidades administrativas, o los puestos que intervienen.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Las empresas de relevancia dentro de la industria de esencias naturales a nivel mundial que se pueden tomar como referencia son YOUNG LIVING (Estados Unidos), TISSERAND (Inglaterra); KANTA GROUP (India); AROMIUM (España); NATURA- BRASIL (Brasil); y algunas empresas de Egipto. Dichas empresas se destacan por su tecnología de punta de acuerdo a estándares internacionales, laboratorios de producción con capacidades industriales, diversidad de oferta, producción y comercialización mayorista, porcentaje de ventas exitosas a nivel nacional e internacional, capacitación y acompañamiento en la cadena de comercialización a minoristas o ventas directas, investigación desarrollada y diversificada, las empresas cuentan con centros de investigación interna y adicionalmente realizan controles externos.
- El parque empresarial nacional dedicado a la industria de aceites o esencias naturales en el Ecuador son Proyecto Palo Santo/UTPL, ubicada en Zapotillo, Loja; Florasana, ubicada en Puyo, Pastaza; Fundación Chankuap Recursos para El Futuro, ubicada en Macas, Morona Santiago; Fundación Familia Salesiana Salinas, ubicada en Salinas, Guaranda; El Artesan S.A. ubicada en Puerto Lopez, Manabi; y Aromavida, ubicada en Guayllabamba, Pichincha; Isabrubotanik S.A., ubicada en Ambato, Tungurahua, misma que se diferencia

del resto de productores de esencias naturales principalmente por su planta de producción, que cuenta con un espacio asignado a los cultivos orgánicos que le permiten proveerse de materia prima para el área de producción y el área de investigación y desarrollo; por su proceso de producción que cuida el medio ambiente y ayuda a economizar recursos al reutilizar los desperdicios que se obtienen; y por ofertar la mayor variedad de aceites esenciales (sinfín de plantas) a nivel nacional.

- La empresa ISABRUBOTANIK S.A. se dedica dentro del sector agroindustrial, a la extracción de aceites esenciales de plantas y elaboración de productos de origen natural vinculados a la limpieza, salud y bienestar de las personas, con procesos de producción amigables con el medio ambiente.
- La matriz FODA muestra que actualmente la empresa ISABRUBOTANIK S.A. tiene entre las principales debilidades que no cuenta con un direccionamiento estratégico adecuado y completo; no tiene instalado el sistema de Buenas Prácticas de Manufactura a pesar de contar con una planta de producción propia; no cuentan todos sus productos con el debido registro sanitario; no existen áreas complementarias fijas en la empresa, como gestión del talento humano, marketing y ventas, calidad y procesos, tecnologías de la información, asesoría jurídica y servicio post-venta; no tiene maquinaria para procesos complementarios que permitan crear nuevos productos; se utilizan escasamente sistemas informáticos para registro y control de inventario de materia prima, productos en elaboración, productos terminados, contabilidad, estadística, distribución, entre otros; la vida útil de productos es relativamente corta al ser elaborados a partir de aceites o esencias de origen natural.

- El levantamiento de información que se realiza permite identificar que actualmente dentro de la cadena de valor que maneja la empresa ISABRUBOTANIK S.A. las actividades que agregan valor corresponden a los procesos de Tratamiento de cultivos orgánicos, Preparación de materia prima, Extracción de aceite esencial, Extracción de aceite vegetal, Obtención de derivados, Envasado de aceite esencial y aceite vegetal, y Control de calidad, Despacho de mercadería, Bodega, Transporte de mercadería, Venta de mercadería, Investigación y desarrollo, y Capacitación. En tanto que las actividades secundarias o de soporte se encuentran conformadas por los procesos de Declaración de impuestos, Aspectos legales y administrativos, Administración de nómina y Compras.
- El Análisis de Valor Agregado de los procesos que actualmente maneja la empresa ISABRUBOTANIK S.A., refleja que existen macroprocesos y procesos que contienen actividades que generan cuellos de botella, especialmente por demora entre actividades, debido a que no cuentan con herramientas tecnológicas que simplifiquen la generación de documentos y reportes. Dichos procesos son Logística de compras, dentro de la cual se encuentra el proceso de Compras, Venta de mercadería y Despacho de mercadería; Contabilidad, dentro de la cual se encuentra el proceso de Declaración de impuestos; Producción, dentro de la cual se encuentra el proceso de Bodega; y Administración de nómina.
- La cadena de valor propuesta para la Empresa ISABRUBOTANIK S.A. con el fin de fortalecer su productividad se encuentra conformada por ocho

macroprocesos, treinta y siete procesos y ocho subprocesos, mismos que se resumen en los macroprocesos de Gestión de la planificación, Gestión de control de procesos, Gestión Marketing, Gestión Ventas, Gestión de Operaciones, Customer Experience, Gestión de Talento Humano y Gestión Administrativa Financiera.

- La propuesta de mejoramiento de procesos contribuirá en gran medida para el fortalecimiento de la productividad de la Empresa ISABRUBOTANIK S.A., al contar con una cadena de valor completa en la que mediante indicadores de gestión se asegure la medición, control y mejora de los procesos.

6.2 RECOMENDACIONES

- Implementar los procesos que se proponen para que sea un aporte en los requisitos de instalación del sistema de Buenas Prácticas de Manufactura, mismo que es necesario para exportar los productos a mercados internacionales, de igual manera se podría aplicar la técnica de benchmarking de empresas internacionales que sean reconocidas a nivel mundial.
- Trabajar en base a la propuesta de cadena de valor, de estructura organizacional, de diagramas de flujo y de indicadores de gestión diseñados, para que todas y cada una de las actividades que se realicen agreguen valor tanto a la empresa como a los clientes de la empresa ISABRUBOTANIK S.A.
- Elaborar el manual de procesos y procedimientos con el fin de que sea aprobado por las autoridades, y socializado a todo el personal de la empresa

ISABRUBOTANIK S.A. para asegurar el mejoramiento de la productividad con su aplicación.

- Aplicar técnicas de marketing que fortalezcan la imagen de la empresa y así captar nuevos mercados nacionales e internacionales, en base a la información que pueden brindar los clientes con los que actualmente cuenta la empresa ISABRUBOTANIK S.A.
- Buscar el desarrollo de productos que no se encuentren en el mercado para tener una diferenciación marcada en varios segmentos identificados, ya que dentro del parque empresarial nacional actualmente las empresas dedicadas a esta industria son únicamente seis.
- Implementar herramientas tecnológicas, debido a que el análisis de valor agregado realizado a la empresa ISABRUBOTANIK S.A. muestra que dentro de algunos procesos existe dicha necesidad, principalmente una enfocada a la gestión contable que permita obtener información de manera inmediata y controlar las entradas y salidas de inventarios.

GLOSARIO

Ácidos: Un ácido (del latín acidus, que significa agrio) es considerado tradicionalmente como cualquier compuesto químico que, cuando se disuelve en agua, produce una solución con una actividad de catión hidronio mayor que el agua pura, esto es, un pH menor que 7.

Actividades de soporte: Actividades que dan soporte a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos, tecnología, recursos humanos y varias funciones de la empresa.

Actividades primarias: Atributos intangibles del producto, tales como diseño, desarrollo del producto, servicios anexados al mismo ya sea de venta o post venta, aspectos intangibles de la logística, etc. Las actividades Primarias las ejecutamos en la producción y su producido, pero a niveles de intangibles.

Alcohol: En química se denomina alcohol a aquellos compuestos químicos orgánicos que contienen un grupo hidroxilo (-OH) en sustitución de un átomo de hidrógeno, enlazado de forma covalente a un átomo de carbono.

Aldehído: Los aldehídos son compuestos orgánicos caracterizados por poseer el grupo funcional -CHO (formilo). Un grupo formilo es el que se obtiene separando un átomo de hidrógeno del formaldehído. Como tal no tiene existencia libre, aunque puede considerarse que todos los aldehídos poseen un grupo terminal formilo.

Análisis de valor: Estudio teórico sistemático de un producto con la finalidad de mejorar su calidad, disminuir sus costos y reducir su tiempo de fabricación.

Benchmarking: Un proceso continuo de comparar productos, servicios y diversas funciones contra los competidores más fuertes o aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria.

Cadena de valor: Conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor, son bloques de construcción, mediante los cuales las firmas en la industria crean un producto de valor para sus compradores.

Calidad: Capacidad de un conjunto de características inherentes de un producto, sistema o proceso para satisfacer los requisitos de los clientes y otras partes interesadas.

Cetona: Una cetona es un compuesto orgánico caracterizado por poseer un grupo funcional carbonilo unido a dos átomos de carbono, a diferencia de un aldehído, en donde el grupo carbonilo se encuentra unido al menos a un átomo de hidrógeno.

Dióxido de carbono: El dióxido de carbono, también denominado óxido de carbono (IV), gas carbónico y anhídrido carbónico, es un gas cuyas moléculas están compuestas por dos átomos de oxígeno y uno de carbono. Su fórmula molecular es CO_2 . Es una molécula lineal y no polar, a pesar de tener enlaces polares. Esto se debe a que, dada la hibridación del carbono, la molécula posee una geometría lineal y simétrica. Su representación por estructura de Lewis es: $\text{O}=\text{C}=\text{O}$.

Effleurage: Donde se emplea grasa animal o aceite de oliva para absorber los aceites esenciales. Luego estos se separan de la grasa por medio de alcohol (disolviéndose la esencia fácilmente en alcohol y no así las grasas) y después evaporándose el alcohol, dejándonos finalmente con el aceite esencial. Este método se utiliza para capturar fragancias de flores “exquisitas”, como jazmín, azahar..., que se echarían a perder con el calor de la destilación. El líquido resultante se conoce más como effleurage absolute más que como aceite esencial.

Empresa competitiva: Empresa que genera y mantiene competitividad en el tiempo.

Esencias naturales: Los aceites esenciales son compuestos orgánicos volátiles que no están hechos a base de agua. Aunque son solubles en aceite, no contienen lípidos grasos o ácidos como los que se encuentran en aceites vegetales y animales. Los aceites esenciales son muy limpios, frescos al tacto e inmediatamente absorbidos por la piel. Puros e inalterados, los aceites esenciales son translúcidos y varían en color desde cristalinos hasta un azul profundo.

Eslabón: Son las relaciones entre la manera en que se desempeñe una actividad y el costo o desempeño de otra.

Ésteres: Los ésteres son compuestos orgánicos derivados de ácidos orgánicos o inorgánicos oxigenados en los cuales uno o más protones son sustituidos por grupos orgánicos alquilo (simbolizados por R').

Éter: En química orgánica y bioquímica, un éter es un grupo funcional del tipo R-O-R', en donde R y R' son grupos alquilo, iguales o distintos, estando el átomo de oxígeno unido a éstos.

Extracción: La extracción es la técnica empleada para separar un producto orgánico de una mezcla de reacción o para aislarlo de sus fuentes naturales.

Fenol: El fenol en forma impura es un sólido cristalino de color negro-incoloro a temperaturas altas. Su fórmula química es C_6H_5OH , y tiene un punto de fusión de $43\text{ }^\circ\text{C}$ y un punto de ebullición de $182\text{ }^\circ\text{C}$. El fenol es un alcohol, debido a que el grupo funcional de los alcoholes es $R-OH$, y en el caso del fenol es $Ar-OH$. El fenol es conocido también como ácido pupufénico o ácido carbólico, cuya K_a es de $1,3 \times 10^{-10}$. Puede sintetizarse mediante la oxidación parcial del benceno.

Financiamiento: El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

Fluido supercrítico: Un fluido supercrítico (FSC) es cualquier sustancia que se encuentre en condiciones de presión y temperatura superiores a su punto crítico que se comporta como “un híbrido entre un líquido y un gas”, es decir, puede difundir como un gas (efusión), y disolver sustancias como un líquido (disolvente).

Hidrocarburos: Los hidrocarburos son compuestos orgánicos formados únicamente por átomos de carbono e hidrógeno. La estructura molecular consiste en un armazón de átomos de carbono a los que se unen los átomos de hidrógeno. Los hidrocarburos son los compuestos básicos de la Química Orgánica. Las cadenas de átomos de carbono pueden ser lineales o ramificadas, y abiertas o cerradas. Los que tienen en su molécula otros elementos químicos (heteroátomos) se llaman hidrocarburos sustituidos.

Indicador de productividad: Son aquellas variables que nos ayudan a identificar algún defecto o imperfección que exista cuando elaboramos un producto u ofrecemos un servicio, y de este modo reflejan la eficiencia en el uso de los recursos generales y recursos humanos de la empresa, y pueden ser cuantitativos y cualitativos.

Industria: La palabra industria se origina en el latín, donde significó construir o elaborar algo con ingenio y sutileza. Actualmente la industria es una actividad económica calificada como secundaria, que consiste en transformar la materia prima en un producto elaborado. La actividad artesanal también se encarga de producir productos elaborados (manufacturas) pero se realizan en forma manual a mayor costo y con poca producción. En cambio la industria al utilizar maquinarias, puede realizar la misma actividad a menores costos y masivamente.

Lactosa: La lactosa es un disacárido formado por la unión de una molécula de glucosa y otra de galactosa. Concretamente intervienen una β -D-galactopiranososa y una β -D-glucopiranososa unidas por los carbonos 1 y 4 respectivamente. Al formarse el enlace entre los dos monosacáridos se desprende una molécula de agua. Además, este compuesto posee el hidroxilo hemiacetalico, por lo que da la reacción de Benedict, es decir es reductor.

Logística: Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

Margen: Diferencia entre el valor total y el coste conjunto de desempeñar las actividades de valor.

Materia prima: Se define a materia prima a todos los elementos que se incluyen en la fabricación de un producto, de igual forma a los materiales extraídos de la naturaleza que sirven para transformar la misma y construir bienes de consumo.

Optimizar: Aprovechar al máximo un recurso, garantizando la eficiencia en las actividades de la empresa.

PIB: Producto Interno Bruto, es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país durante un período determinado (normalmente es un trimestre o un año).

Proceso productivo: Secuencia de actividades requeridas para elaborar un bien o brindar un servicio.

Terpeno: Los terpenos e isoprenoides son una vasta y diversa clase de compuestos orgánicos derivados del isopreno, un hidrocarburo de 5 átomos de carbono.

REFERENCIAS

1. Agencia de noticias especializadas en propiedad intelectual. (Octubre de 2015). *Isabru una marca registrada dedicada a la extracción de aceites esenciales no tradicionales*. Obtenido de http://www.anepi.ec/content/leerVideos.php?id_post=464
2. Almeria Medio Ambiente. (s.f.). *Blog sobre tratamientos alternativos del cáncer y otros*. Obtenido de <http://www.almediam.org>
3. Aromaterapia Egipcia. (s.f.). *4 Aceites Esenciales*. Obtenido de <http://www.aromaterapiaegipcia.com/tienda/4-aceites-esenciales>
4. Aromium. (Noviembre de 2015). *Aromaterapia y cosmética natural*. Obtenido de <http://www.aromium.es/>
5. Aromium. (Noviembre de 2015). *Hidrolatos*. Obtenido de <http://www.aromium.es/hidrolatos.html>
6. Association of Business Process Professionals. (2009). *Guide to the Business Process Management Common Knowledge*. Washington.
7. Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Consulta de Exportadores por Nandina*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/comercioExterior/comercio/consultaXNandinaImportExport.jsp>
8. Band, W. (1994). *Creación de valor: La clave de la ventaja competitiva*. México: Diaz de Santos.
9. Bohan, W. (2003). *El Poder Oculto de la Productividad*. Bogotá: Editorial Norma.
10. Calderón Jiménez, K. (s.f.). *Manual de procesos, controles, indicadores y riesgos*. Obtenido de Departamento del Meta Municipio de Puerto Lleras: http://puertolleras-meta.gov.co/apc-aa-files/66633530643964633039333864363063/MANUAL_DE_PROCESOS_E_INDICADORES.pdf
11. Chan Kim, W. (1999). *Innovación del valor: Lógica Estratégica para un alto crecimiento de la empresa*. Harvard Business Review: Estrategias de crecimiento.

12. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social - CONEVAL. (2013). *Manual para el diseño y la construcción de indicadores – Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México*. México D.F.: CONEVAL.
13. Deming, W. (1998). *Calidad, productividad y competitividad*. Madrid: Ed. Diaz de Santos.
14. Domínguez, L., & Parzanese, M. (Diciembre de 2014). *Ficha No. 1, Tecnologías para la Industria Alimentaria Fluidos Supercríticos*. Obtenido de http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/sectores/tecnologia/ficha_01_fluidos.pdf
15. Doterra. (s.f.). *Nuestra empresa*. Obtenido de <http://www.doterra.com/>
16. Fincowsky, E. (1998). *Organización de Empresas, Análisis, Diseño y Estructura*. México D.F.: Litográfica Ingramex.
17. Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad. (s.f.). *Tormenta de ideas*. Obtenido de http://www.fundibeq.org/opencms/export/sites/default/PWF/downloads/gallery/methodology/tools/tormenta_de_ideas.pdf
18. Harrington, H. (1993). *Mejoramiento de los procesos de las empresas*. México: Editorial McGraw Hill.
19. Harrington, H. J. (2006). *The Art of Excelling in Process Management*. California: Paton Press LLC.
20. Hernández Sampieri, R. (1997). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.
21. IDDEO. (Enero de 2016). *La gestión por procesos*. Obtenido de http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/05/docs/Areas/ComercioInterior/Planes LocalesDinamizComerciales/JornadasDinamizadorasComerciales/Cuarta%20jornada/GESTION_PROCESOS.pdf
22. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC. (2007). *Producción y Valor Agregado*. Obtenido de http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu_est/est_eco/enc_eco/enc_hor_res
23. Isabru. (s.f.). *Nuevos Productos*. Obtenido de http://isabru.com/index.php?id_category=12&controller=category
24. Kanta Group. (Noviembre de 2015). *Kanta Enterprises Pvt. Ltd*. Obtenido de <http://www.kanta-group.com/>

25. Lugo Marín, J. (2012). *Gestión por procesos e indicadores de gestión*. Venezuela.
26. Masabadell. (s.f.). *Técnica supercrítica de fluidos*. Obtenido de http://masabadell.files.wordpress.com/2007/06/4_supercritical-fluids-tec.jpg
27. Mendoza, J. (2011). *Decisiones estratégicas Macroadministración*. Bogotá: Ed. Ediciones de la U.
28. Ministerio de Fomento España. (2005). *La gestión por procesos - Principios de la gestión de la calidad*. Obtenido de <http://www.fomento.es/NR/rdonlyres/9541acde-55bf-4f01-b8fa-03269d1ed94d/19421/CaptuloIVPrincipiosdelagestindelaCalidad.pdf>
29. Ministerio de Salud del Perú. (s.f.). *Guía Técnica para la elaboración de proyectos de mejora y la aplicación de técnicas y herramientas para la gestión de la calidad*. Obtenido de <http://www.minsa.gob.pe/dgsp/documentos/decs/2012/GuiaTecElabProyMejora.pdf>
30. Mis Oraciones Para el Amor. (s.f.). *Rituales de Amor Naturales*. Obtenido de <http://misoracionesparaelamor.blogspot.com/2013/09/rituales-de-amor-naturales.html>
31. Morillo, M. C. (2005). *Actualidad Contable Faces*. Merida, Venezuela: Universidad de los Andes.
32. Naturísima. (s.f.). *Extracción de Aceites Esenciales*. Obtenido de <http://www.naturisima.net/index.php/130-medicina-alternativa/aromaterapia/18537-extraccion-de-aceites-esenciales>
33. Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional Universidad del Valle. (s.f.). *Herramientas para la mejora continua*. Obtenido de Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional Universidad del Valle. http://gicuv.univalle.edu.co/documentos/documentos_divulgacion_socializacion/material_divulgacion/Guia_de_Mejora_Continua.pdf
34. Ojeda, F. (2006). *Diccionario de administración de empresas*. Buenos Aires: Ed. Claridad.
35. Pérez, J. (2012). *Gestión por procesos*. Madrid: Ed. Esic Editorial.
36. Peters, T. (1993). *Reinventando la excelencia*. Barcelona: Ediciones B.S.A., .
37. Porter, M. (1996). *Ventaja competitiva, Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*. . México: Compañía Editorial Continental.

38. Prezi. (Octubre de 2015). *Aplicación de la mejora continua en la Empresa Isabrubotanik*. Obtenido de <https://prezi.com/0ziecd-bm1ir/aplicacion-de-la-mejora-continua-en-la-empresa-isabru-botani/#>
39. Rodríguez Porras, J. (1991). *La participación y la Calidad integral*. Bilbao: Ediciones Deusto.
40. Roure, J. (1997). *La gestión por procesos*. Barcelona: Biblioteca IESE. Ed. Folio.
41. SADC Trade. (Noviembre de 2015. Trade). *Tips & AusAid - Information Brief Essential Oils*. Obtenido de <http://www.sadctrade.org/files/Essentials%20Oils%20TIB.pdf>
42. SADC Trade. (s.f.). *Trade information Brief*. Obtenido de <http://www.sadctrade.org/files/Essentials%20Oils%20TIB.pdf>
43. Salguero, A. (2001). *Indicadores de Gestión y Cuadro de Mando*. Ed. Díaz de Santos: Madrid.
44. Scott, D. (1992). *La satisfacción del cliente*. México: Grupo Editorial Iberoamericana.
45. SENA Sistema de Bibliotecas. (s.f.). *Aceites Esenciales Plantas*. Obtenido de http://repositorio.sena.edu.co/sitios/aceites_esenciales_plantas/
46. Servicio de Calidad de la Atención Sanitaria - SESCOAM. (2002). *La Gestión por procesos*. Obtenido de <http://www.chospab.es/calidad/archivos/Documentos/Gestiondeprocesos.pdf>
47. Shroeder, R., Meyer, S., & Runtusanatahn, J. (2011). *Administración de Operaciones*. México: Mc Graw Hill.
48. Sistema de Gestión Forestal. (s.f.). *Aceites*. Obtenido de <http://www.gestionforestal.cl:81/pfnm/procesos/txt/aceites.htm>
49. Speciale. (s.f.). *Transformación de los cítricos*. Obtenido de <http://www.speciale.it/espanol/trasformazioniagrumi.html>
50. Tikum Ioga i Salut. (s.f.). *Seminario de aromaterapia egipcia*. Obtenido de <http://tikum-iogaisalut.blogspot.com/2014/10/seminario-de-aromaterapia-egipcia-y.html>
51. Tisserand Aromatherapy. (Noviembre de 2015). Obtenido de <http://www.tisserand.com/>
52. Tisserand. (s.f.). *Productos*. Obtenido de <http://www.tisserand.com/>
53. Todo de Egipto. (Febrero de 2016). *Esencias*. Obtenido de <http://www.tododeegipto.com/esencias.html>

54. Todo de Egipto. (s.f.). *Esencias*. Obtenido de <http://www.tododeegipto.com/esencias.html>
55. Trade Map. (s.f.). *List of exporters for the selected product*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx
56. Universidad Politécnica de Madrid. (s.f.). *Ingeniería Agroforestal*. Obtenido de <http://ocw.upm.es/ingenieria-agroforestal>
57. Young Living. (Noviembre de 2015). *Essential Oils*. Obtenido de https://www.youngliving.com/es_MX/company/about
58. Young Living. (s.f.). *Calidad de Young Living*. Obtenido de https://www.youngliving.com/es_MX/discover/quality
59. Young Living. (s.f.). *Productos*. Obtenido de https://www.youngliving.com/es_MX/products

ANEXOS

Anexo 1: Documentos de la empresa

3818

3653



Isabrubotank S.A.
Av. Indoamérica Km. 6
Ambato - Ecuador
Tel. fijo: +593 3 2436166
Tel. mobil: +593 99 2715399
Casilla Postal: 18-01-850

Ambato, 27 de marzo del 2015.

Señora:
Mirari Yosune Arancibia Soria
 Ciudad.-

De mi consideración.-

Por medio de la presente me permito comunicar a usted que la Junta General Universal de Accionistas de la compañía, celebrada el 27 de marzo del 2015, tuvo el acierto en nombrarle **PRESIDENTE** de **ISABRUBOTANIK S.A.**, por un periodo de **DOS AÑOS**, con el objeto de que represente a los Accionistas y desempeñe las funciones señaladas en los estatutos vigentes de la compañía (Título III, Art. 6 y 14) y la ley.

La compañía **ISABRUBOTANIK S.A.** se constituyó mediante escritura pública, el 9 de Junio del 2008, ante el Dr. Franklin Villalba Espinoza, Notario Octavo del cantón Ambato, legalmente inscrita en el Registro Mercantil el 23 de Junio del 2008, anotada con el número 3115 del libro repertorio. Escritura de aumento de capital y reforma del estatuto social, el 25 de abril del 2012, ante la Dra. Piedad Martínez, Notaria Cuarta del cantón Ambato, legalmente inscrita en el Registro Mercantil el 27 de septiembre del 2012, bajo el número 0952 del libro repertorio.

Expreso mis mejores deseos para que la gestión que usted realice tenga el mayor de los éxitos.

Atentamente,


Roman Rodríguez Maecker
GERENTE GENERAL

Ambato, 27 de marzo del 2015.

Señor
Roman Rodríguez Maecker
GERENTE GENERAL
 Ciudad.-

De mi consideración.-

Luego de agradecer la confianza de los señores Accionistas de la compañía, comunico a usted que acepto el nombramiento de **PRESIDENTE** de **ISABRUBOTANIK S.A.**


MIRARI YOSUNE ARANCIBIA SORIA ✓
 CC. 1802142461
 Nacionalidad Ecuatoriana
 Dirección.- Av. 22 de Enero y Teniente Valencia.
 Atahualpa - Ambato - Ecuador
 Teléfonos: 0969041702



Registro Mercantil de Ambato

TRÁMITE NÚMERO: 

REGISTRO MERCANTIL DEL CANTÓN: AMBATO

RAZÓN DE INSCRIPCIÓN NOMBRAMIENTO

EN LA CIUDAD AMBATO, QUEDA INSCRITO EL ACTO/CONTRATO QUE SE PRESENTÓ EN ESTE REGISTRO, CUYO DETALLE SE MUESTRA A CONTINUACIÓN:

1. RAZÓN DE INSCRIPCIÓN DEL: NOMBRAMIENTO DE PRESIDENTE

NÚMERO DE REPERTORIO:	3818
FECHA DE INSCRIPCIÓN:	13/05/2015
NÚMERO DE INSCRIPCIÓN:	386
REGISTRO:	LIBRO DE NOMBRAMIENTOS

2. DATOS DEL NOMBRAMIENTO:

NATURALEZA DEL ACTO O CONTRATO:	NOMBRAMIENTO DE PRESIDENTE
AUTORIDAD NOMINADORA:	JUNTA GENERAL UNIVERSAL DE ACCIONISTAS
FECHA DE NOMBRAMIENTO:	27/03/2015
FECHA ACEPTACION:	27/03/2015
NOMBRE DE LA COMPAÑÍA:	ISABRUBOTANIK S.A.
DOMICILIO DE LA COMPAÑÍA:	AMBATO

3. DATOS DE REPRESENTANTES:

Identificación	Nombres y Apellidos	Cargo	Plazo
1802142461	ARANCIBIA SORIA MIRARI YOSUNE	PRESIDENTE	DOS AÑOS

4. DATOS ADICIONALES:

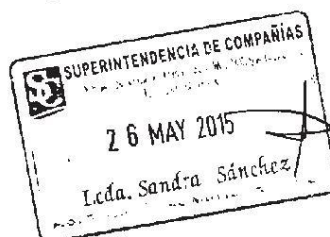
NO APLICA

CUALQUIER ENMENDADURA, ALTERACIÓN O MODIFICACIÓN AL TEXTO DE LA PRESENTE RAZÓN, LA INVALIDA. LOS CAMPOS QUE SE ENCUENTRAN EN BLANCO NO SON NECESARIOS PARA LA VALIDEZ DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN, SEGÚN LA NORMATIVA VIGENTE.

FECHA DE EMISIÓN: AMBATO, A 13 DÍAS DEL MES DE MAYO DE 2015


DR. FAUSTO HERNAN PALACIOS PEREZ
REGISTRADOR MERCANTIL DEL CANTÓN AMBATO

DIRECCIÓN DEL REGISTRO: AV. RODRIGO PACHANO S/N Y MONTALVO C.C. CARACOL LO



Página 1 de 1

No. 12.100.1

3776

36533



Isabrubotank S.A.
Av. Indoamérica Km. 6
Ambato - Ecuador
Tel. fijo: +593 3 2436166
Tel. mobil: +593 99 2715399
Casilla Postal: 18-01-850

Ambato, 27 de marzo del 2015.

Señor:
Roman Nicolay Rodriguez Maecker
 Ciudad.-

Por medio de la presente me permito comunicar a usted que la Junta General Universal de Accionistas de la compañía, celebrada el 27 de marzo del 2015, tuvo el acierto en nombrarle **GERENTE GENERAL** de **ISABRUBOTANIK S.A.**, por un periodo de **DOS AÑOS**, con el objeto de que la represente en forma legal, judicial y extrajudicialmente y las demás funciones señaladas en los estatutos vigentes y la ley.

La compañía **ISABRUBOTANIK S.A.** se constituyó mediante escritura pública, el 9 de Junio del 2008, ante el Dr. Franklin Villalba Espinoza, Notario Octavo del cantón Ambato, legalmente inscrita en el Registro Mercantil el 23 de Junio del 2008, anotada con el número 3115 del libro repertorio. Escritura de aumento de capital y reforma del estatuto social, el 25 de abril del 2012, ante la Dra. Piedad Martínez, Notaria Cuarta del cantón Ambato, legalmente inscrita en el Registro Mercantil el 27 de septiembre del 2012, bajo el número 0952 del libro repertorio.

Expreso mis mejores deseos para que la gestión que usted realice tenga el mayor de los éxitos.

Atentamente,


Mirari Yosune Arancibia Soria
PRESIDENTE

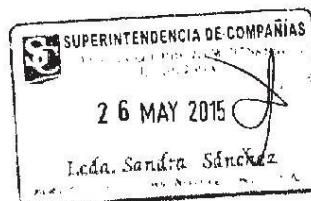
Señora
Mirari Yosune Arancibia Soria
PRESIDENTE
 Ciudad.-

Ambato, 27 de marzo del 2015.

De mi consideración.-

Luego de agradecer la confianza de los señores Accionistas de la compañía, comunico a usted que acepto el nombramiento de **GERENTE GENERAL** de **ISABRUBOTANIK S.A.**


ROMAN NICOLAY RODRÍGUEZ MAECKER
 CC. 1712082120
 Nacionalidad Ecuatoriana
 Dirección: Av. Indoamerica Km. 6. El Pisque - La Unión.
 Izamba, Ambato - Ecuador
 Telefonos: 02 2436166, 0992715399



Registro Mercantil de Ambato

TRÁMITE NÚMERO: 9954

REGISTRO MERCANTIL DEL CANTÓN: AMBATO

RAZÓN DE INSCRIPCIÓN NOMBRAMIENTO

EN LA CIUDAD AMBATO, QUEDA INSCRITO EL ACTO/CONTRATO QUE SE PRESENTÓ EN ESTE REGISTRO, CUYO DETALLE SE MUESTRA A CONTINUACIÓN:

1. RAZÓN DE INSCRIPCIÓN DEL: NOMBRAMIENTO DE GERENTE GENERAL

NÚMERO DE REPERTORIO:	3776
FECHA DE INSCRIPCIÓN:	12/05/2015
NÚMERO DE INSCRIPCIÓN:	383
REGISTRO:	LIBRO DE NOMBRAMIENTOS

2. DATOS DEL NOMBRAMIENTO:

NATURALEZA DEL ACTO O CONTRATO:	NOMBRAMIENTO DE GERENTE GENERAL
AUTORIDAD NOMINADORA:	JUNTA GENERAL UNIVERSAL DE ACCIONISTAS
FECHA DE NOMBRAMIENTO:	27/03/2015
FECHA ACEPTACION:	27/03/2015
NOMBRE DE LA COMPAÑÍA:	ISABRUBOTANIK S.A.
DOMICILIO DE LA COMPAÑÍA:	AMBATO

3. DATOS DE REPRESENTANTES:

Identificación	Nombres y Apellidos	Cargo	Plazo
1712022120	RODRIGUEZ MAECKER ROMAN NICOLAY	GERENTE GENERAL	DOS AÑOS

4. DATOS ADICIONALES:

NO APLICA

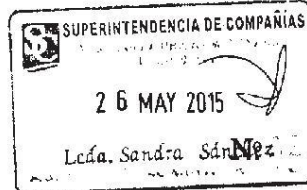
CUALQUIER ENMENDADURA, ALTERACIÓN O MODIFICACIÓN AL TEXTO DE LA PRESENTE RAZÓN, LA INVALIDA. LOS CAMPOS QUE SE ENCUENTRAN EN BLANCO NO SON NECESARIOS PARA LA VALIDEZ DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN, SEGÚN LA NORMATIVA VIGENTE.

FECHA DE EMISIÓN: AMBATO A 12 DÍA(S) DEL MES DE MAYO DE 2015


DR. FAUSTO HERNAN PALACIOS PEREZ
 REGISTRADOR MERCANTIL DEL CANTÓN AMBATO

DIRECCIÓN DEL REGISTRO: AV. RODRIGO PACHANO S/N Y MONTALVO C.C. CARACOL LO

Página 1 de 1



Anexo 2: Fotografías de la empresa



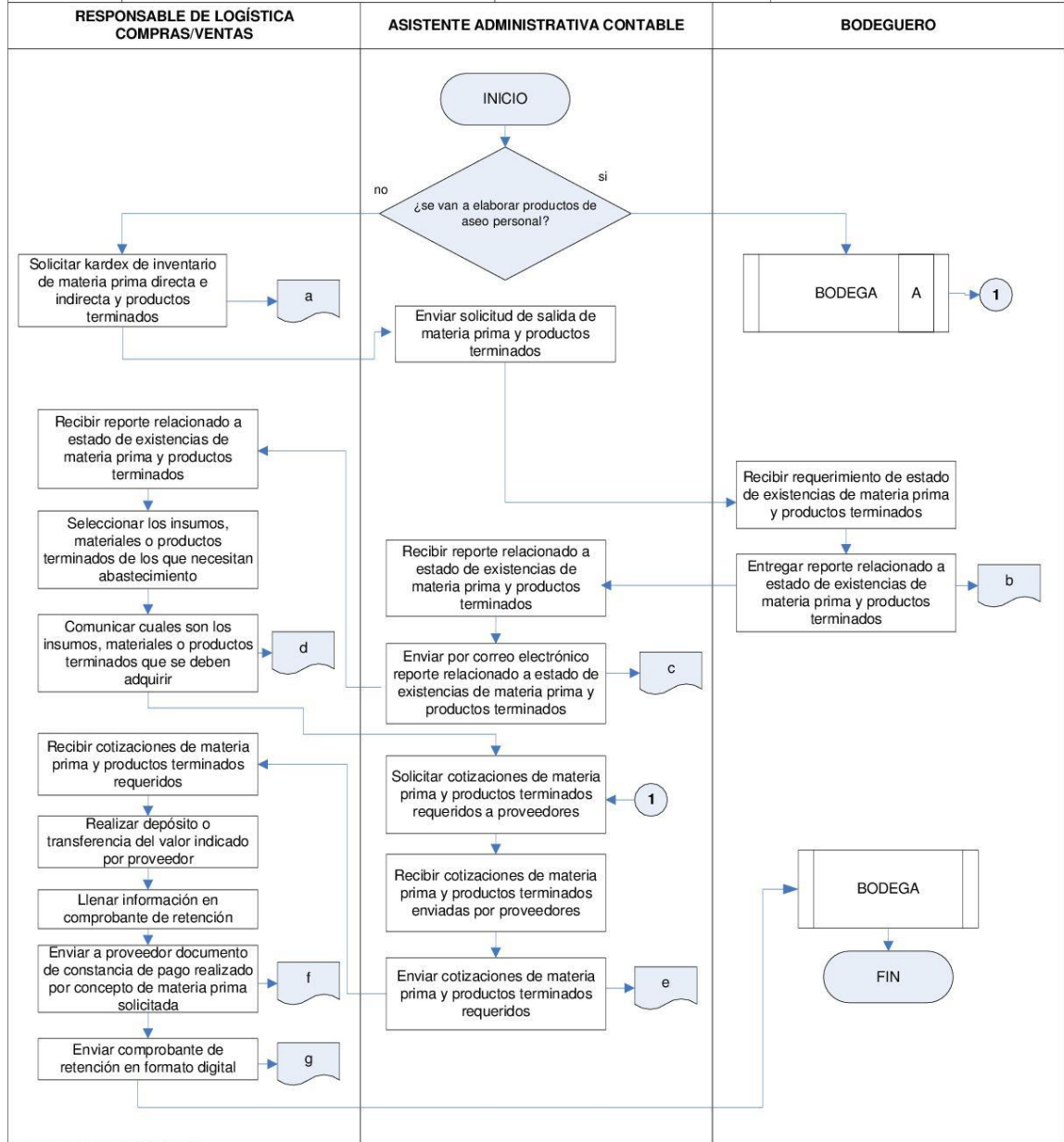






Anexo 3: Diagramación procesos (AS IS)

	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 25/01/2016
	MACROPROCESO: LOGÍSTICA DE COMPRAS Y VENTAS	PROCESO: COMPRAS	
	CÓDIGO PROCESO: P-1	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.




REFERENCIAS DOCUMENTOS

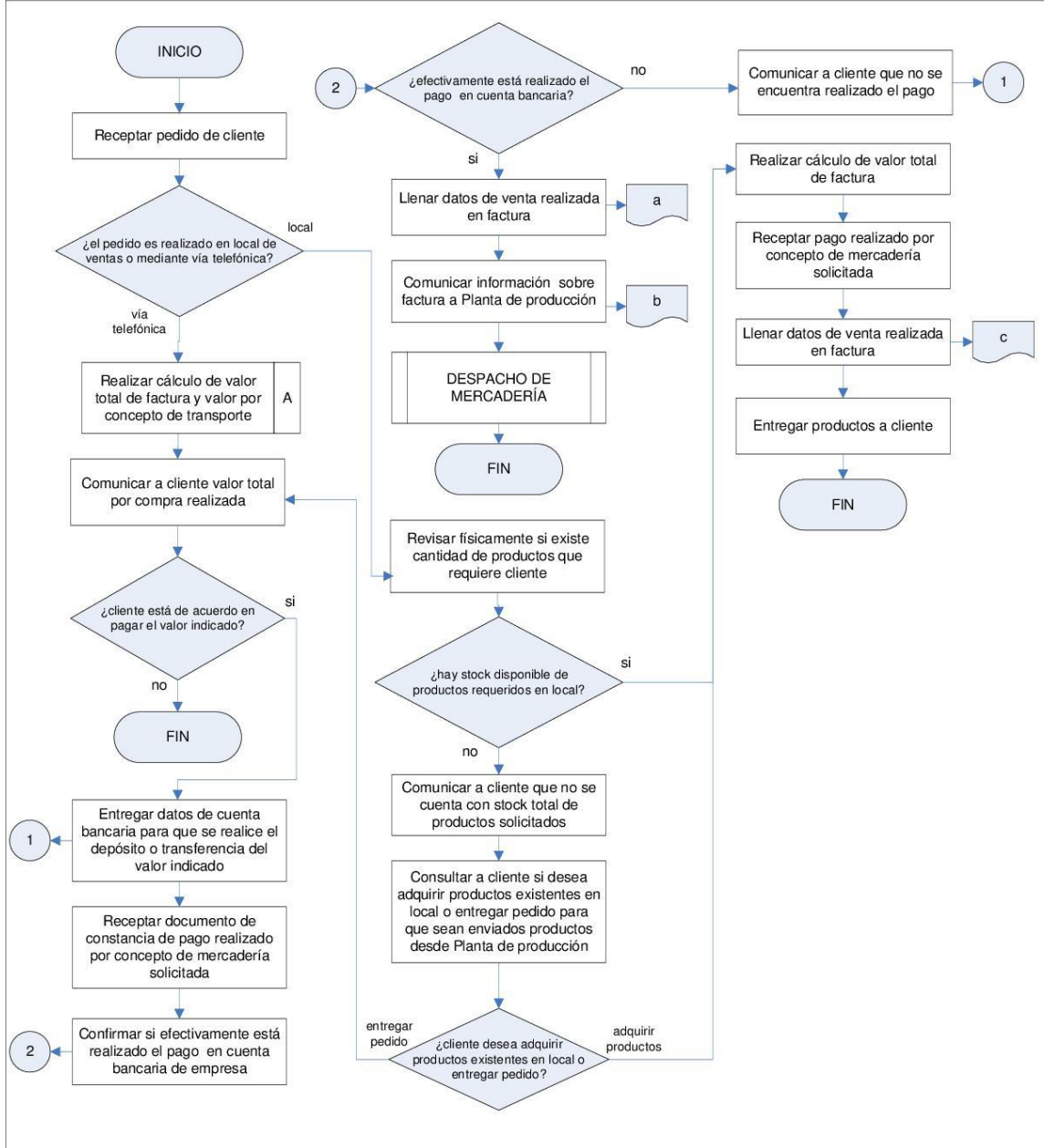
- a) Kardex de inventario de materia prima y productos terminados
- b) Reporte relacionado a estado de existencias de materia prima y productos terminados
- c) Reporte relacionado a estado de existencias de materia prima y productos terminados
- d) Documento con detalle de insumos, materiales o productos terminados que se deben adquirir
- e) Cotizaciones de materia prima y productos terminados requeridos
- f) Documento de constancia de pago realizado
- g) Comprobante de retención en formato digital

REFERENCIAS OBSERVACIONES

A) Los únicos productos terminados que se adquieren son los productos de aseo personal, mismos que son elaborados por una casa farmacéutica (son jabón líquido y gel antibacterial), para dicha elaboración se entrega al proveedor aceites esenciales de árbol de te, lavanda, hierba buena, eucalipto, hierba luisa, canela y naranja.

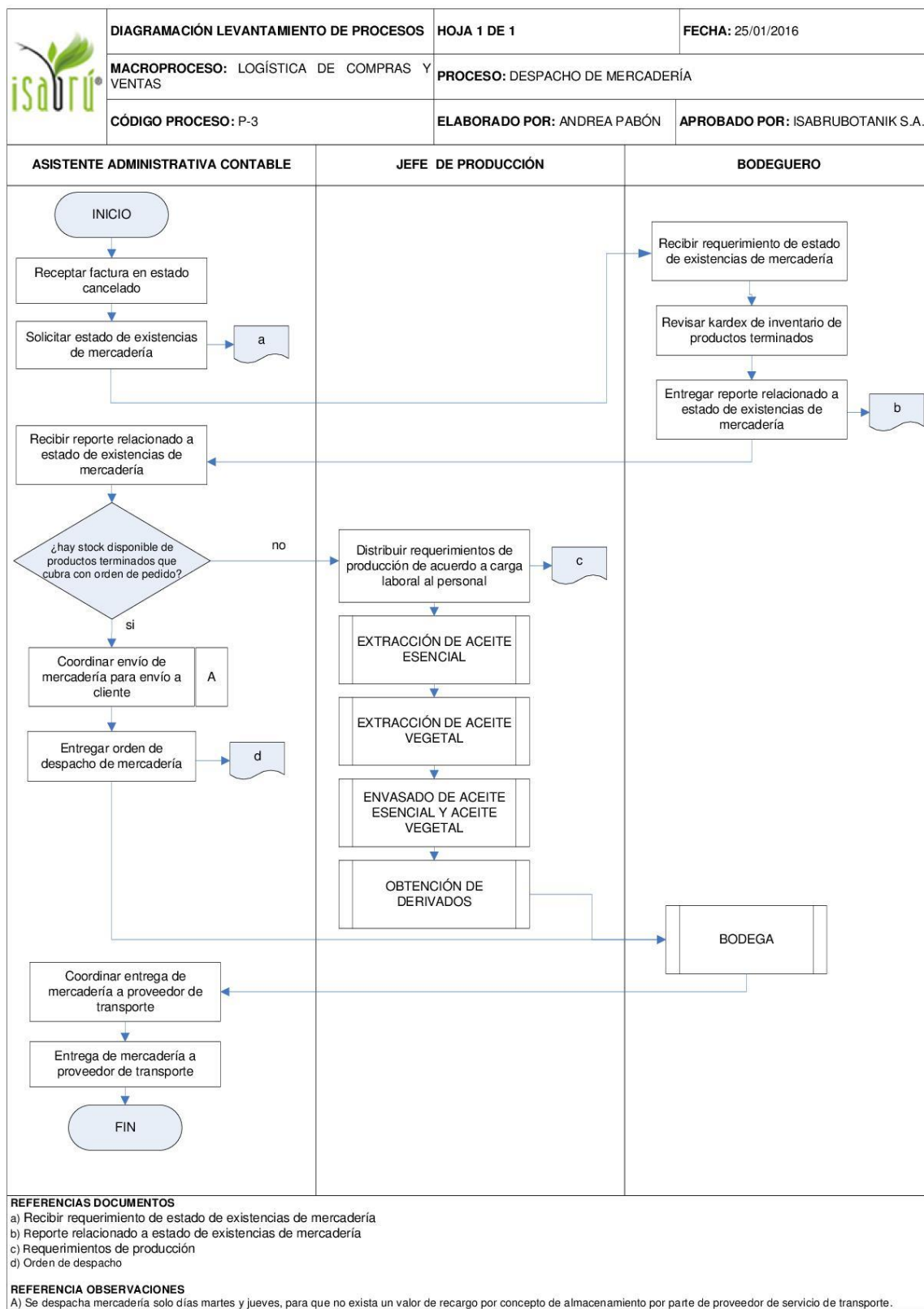
	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 25/01/2016
	MACROPROCESO: LOGÍSTICA DE COMPRAS Y VENTAS	PROCESO: VENTA DE MERCADERÍA	
	CÓDIGO PROCESO: P-2	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

**RESPONSABLE DE LOGÍSTICA
COMPRAS/VENTAS**

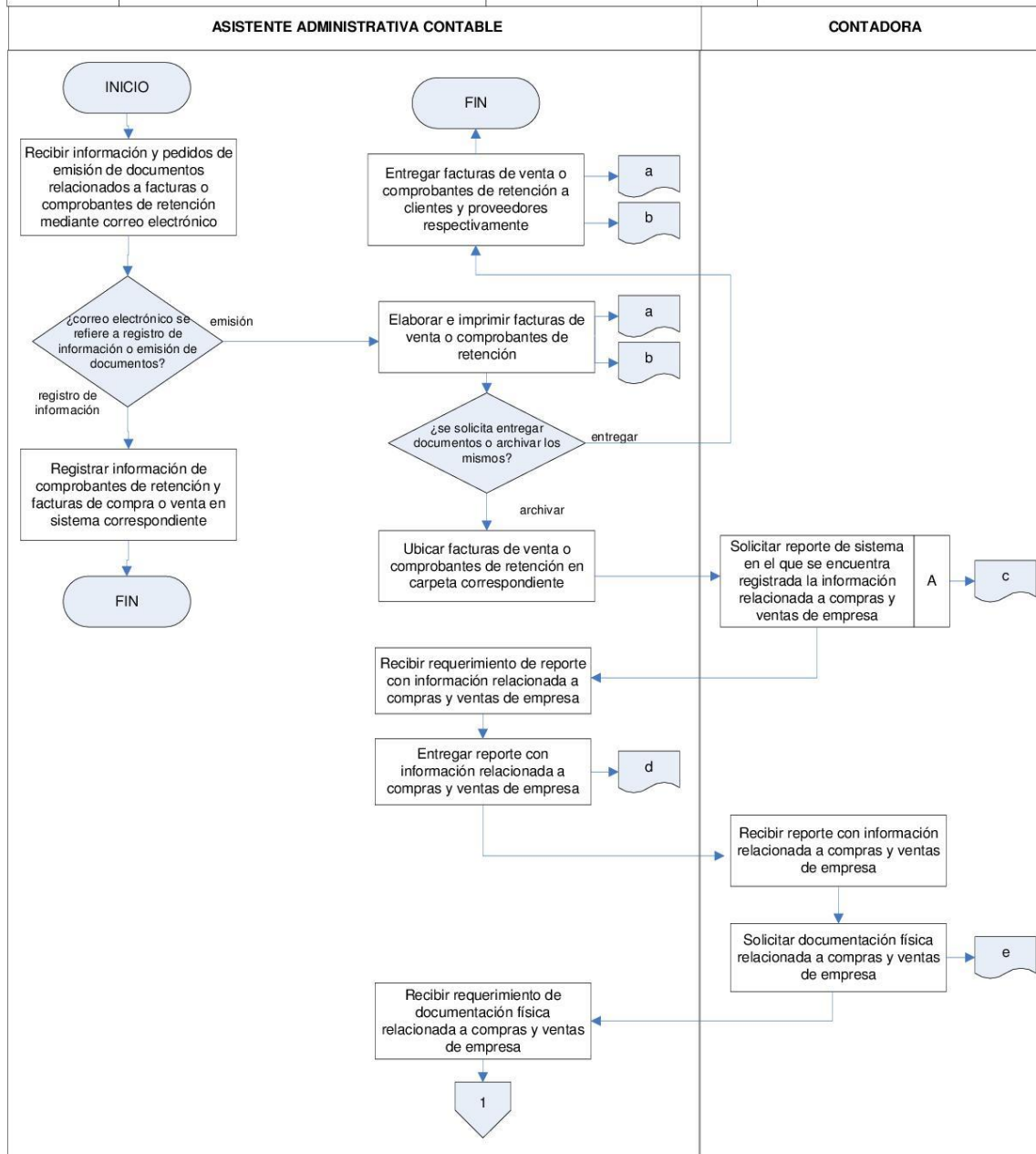


REFERENCIAS DOCUMENTOS
 a)Llenar datos de venta realizada en factura
 b) Comunicar información sobre factura a Planta de producción
 c) Llenar datos de venta realizada en factura

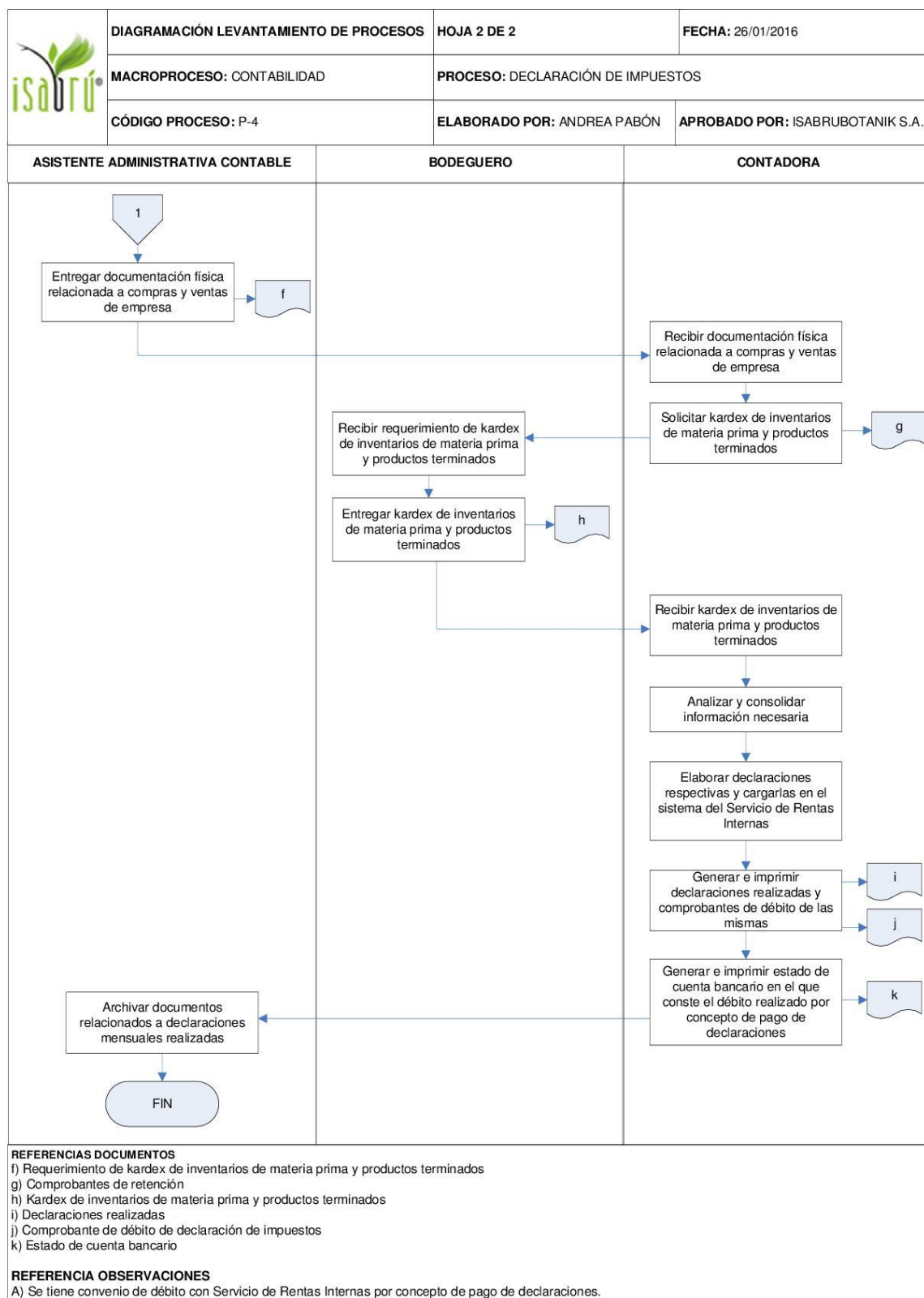
REFERENCIAS OBSERVACIONES
 A) El valor por concepto de transporte es variable dependiendo de la ciudad y provincia donde requiere cliente que se entregue mercadería.



	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 2	FECHA: 26/01/2016
	MACROPROCESO: CONTABILIDAD	PROCESO: DECLARACIÓN DE IMPUESTOS	
	CÓDIGO PROCESO: P-4	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

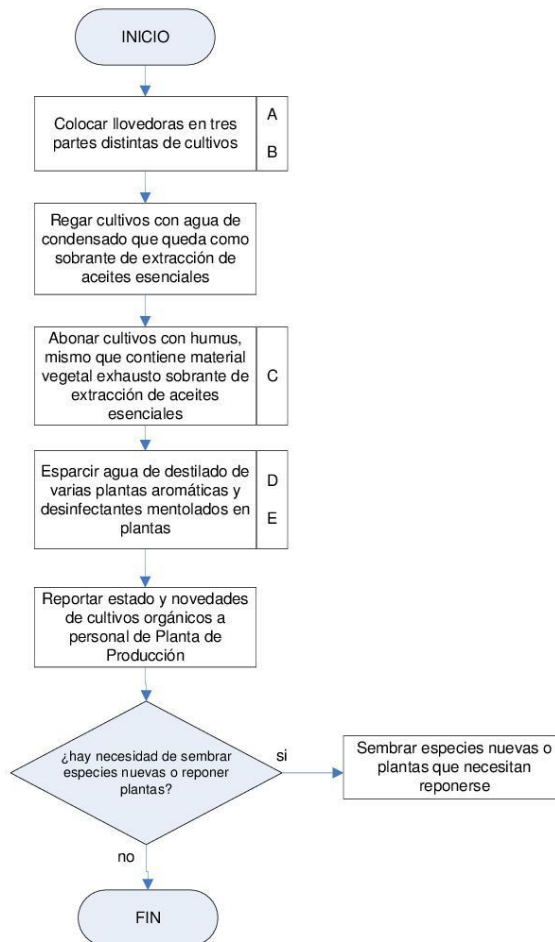


REFERENCIAS DOCUMENTOS a) Facturas de venta b) Comprobantes de retención c) Reporte de sistema con información relacionada a compras y ventas de empresa d) Reporte con información relacionada a compras y ventas de empresa e) Documentación física relacionada a compras y ventas de empresa
REFERENCIAS OBSERVACIONES A) Contadora una vez al mes se acerca a oficinas para con la información proporcionada por la empresa se elabore las declaraciones mensuales respectivas.




	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 26/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS	
	CÓDIGO PROCESO: P-5	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

RESPONSABLE DE TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS

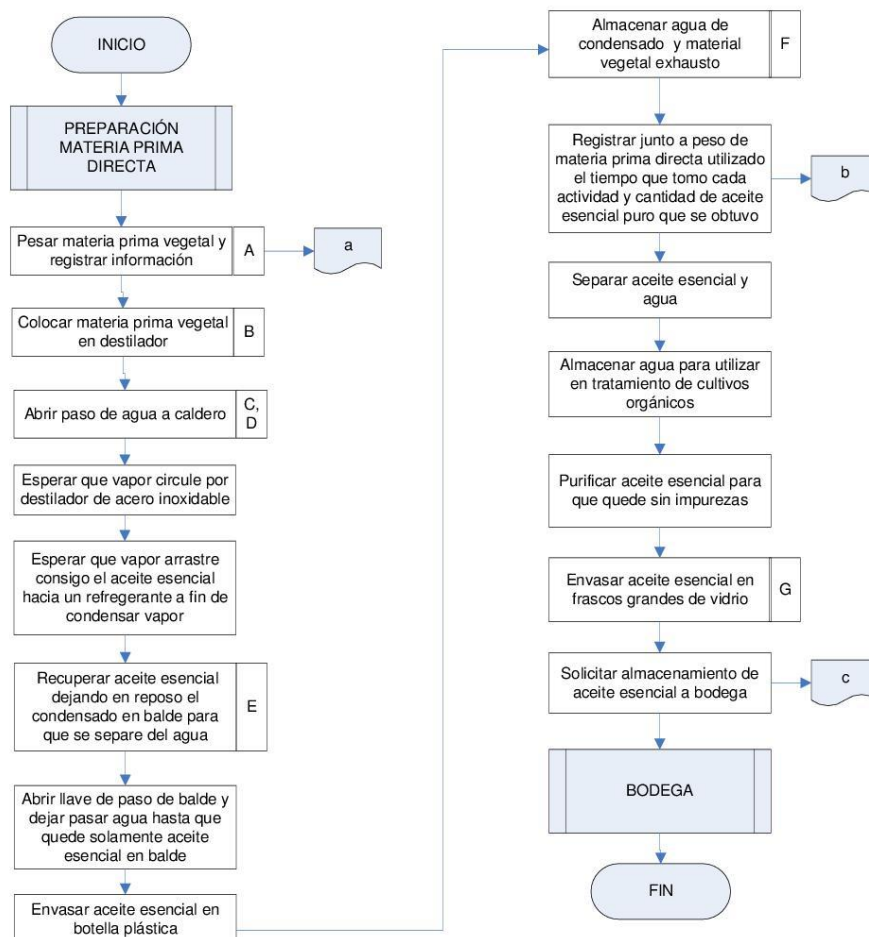


REFERENCIAS OBSERVACIONES

- A) Responsable visita dos o tres veces por semana la planta de producción para dar mantenimiento a cultivos.
 B) Se existe sequía se debe regar plantas pasando un día.
 C) Humus es la combinación de desperdicios de hojas resultantes de proceso de extracción de aceites esenciales y lombrices.
 D) La infusión es colocada en cultivos una vez a la semana para evitar la aparición de plagas y enfermedades en plantas.
 E) El agua de destilado de tomillo, orégano, clavo de olor, árbol de té poseen propiedades antimicrobianas comprobadas científicamente.

	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 27/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: EXTRACCIÓN DE ACEITE ESENCIAL	
	CÓDIGO PROCESO: P-6	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN

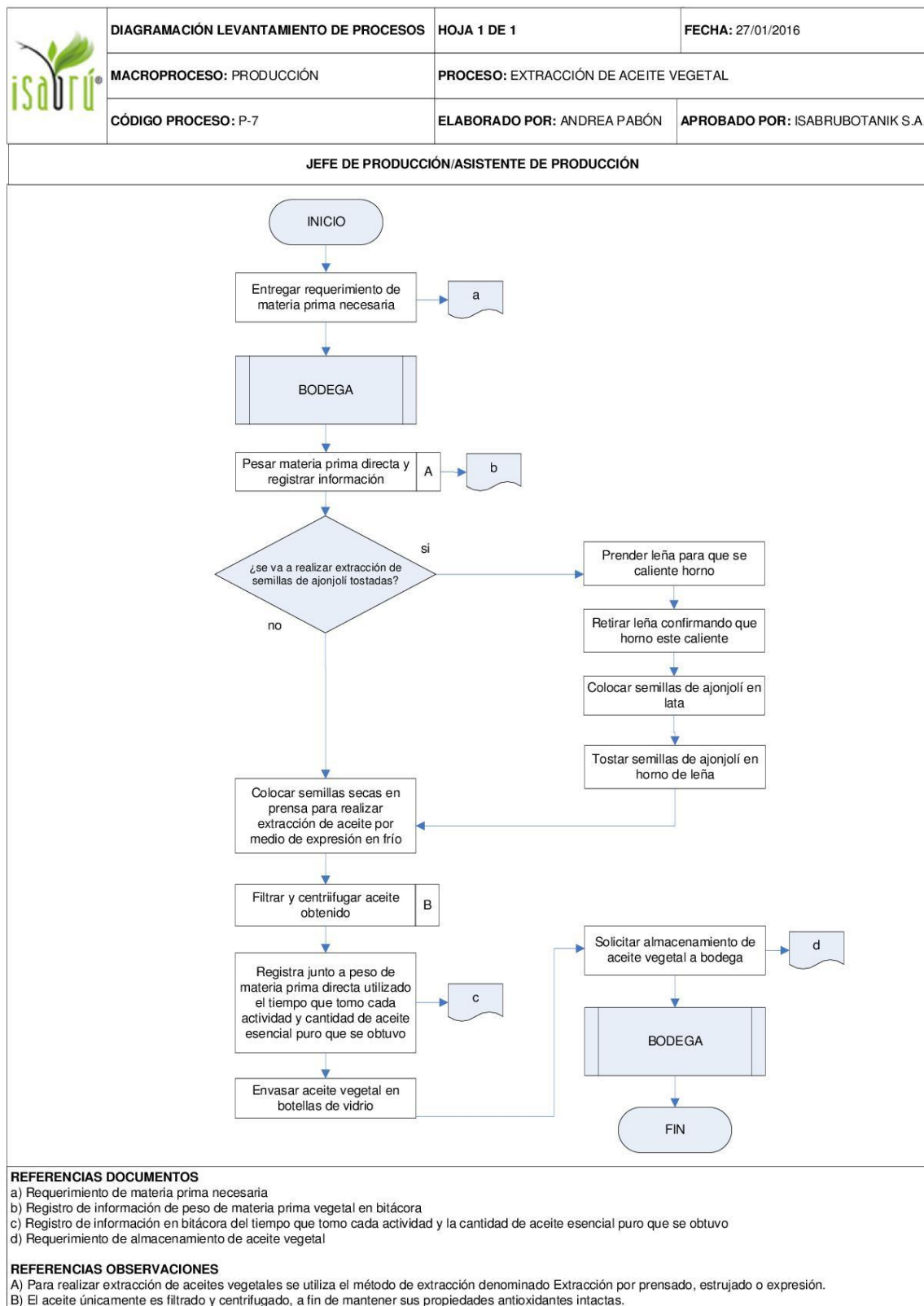



REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Registro de información de peso de materia prima vegetal en bitácora
 b) Registro de información en bitácora del tiempo que tomo cada actividad y la cantidad de aceite esencial puro que se obtuvo
 c) Requerimiento de almacenamiento de aceite esencial

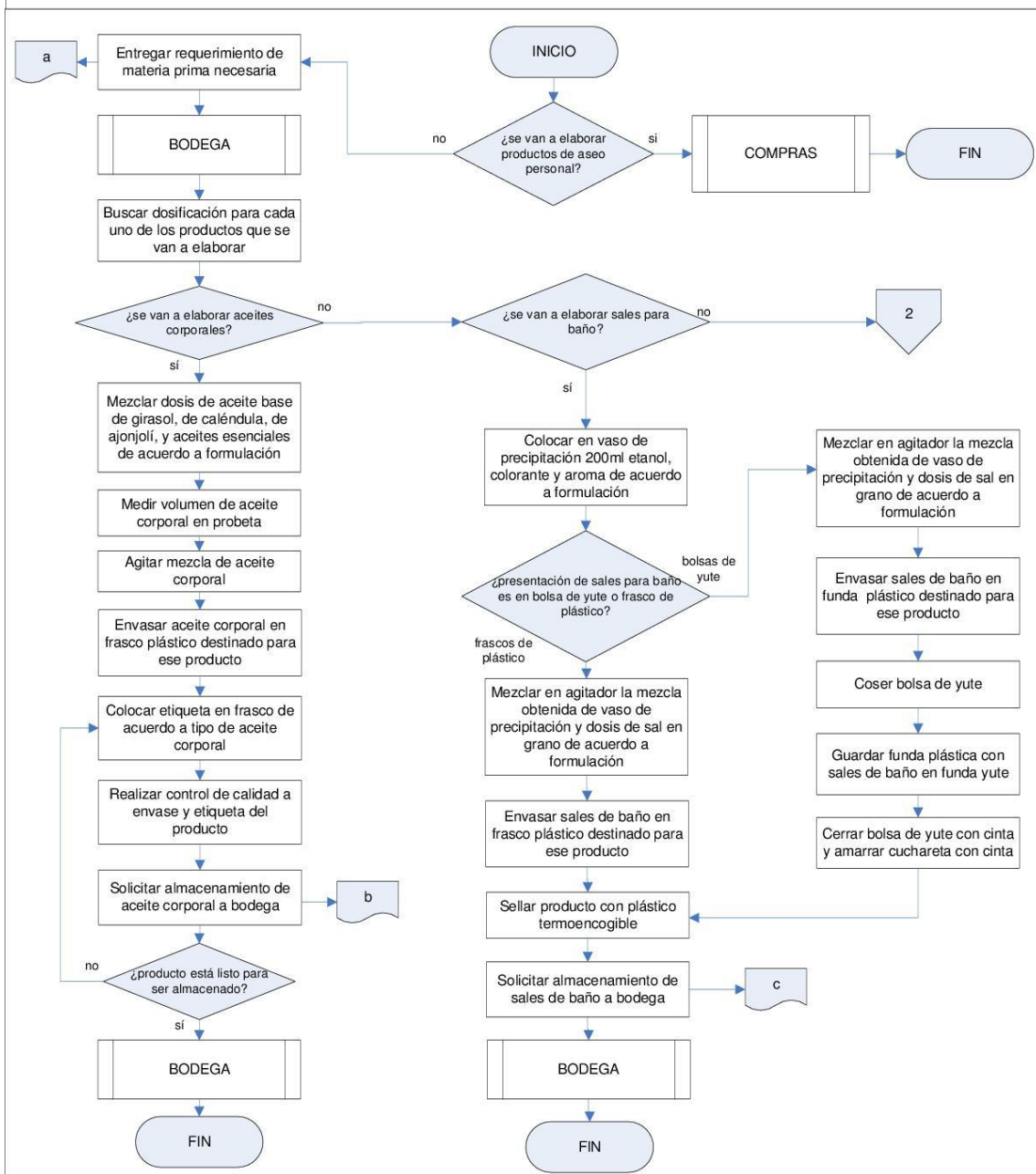
REFERENCIAS OBSERVACIONES

- A) Para realizar extracción de aceites esenciales se utiliza el método de extracción denominado Extracción por destilación.
 B) Dependiendo del tipo de planta a utilizar la extracción de aceite esencial es realizada por el gerente general o el asistente de producción, la complejidad de extracción es distinta, por ejemplo es de mayor dificultad realizar la extracción esencial de canela y clavo de olor.
 C) Caldero funciona con diesel.
 D) Cuando no hay servicio de agua potable se utiliza el agua de la cisterna con bomba para la destilación.
 E) En balde flota el aceite esencial y agua queda al fondo.
 F) Los frascos de vidrio grandes en los que se envasa el aceite esencial purificado es color ambar, los mismos son colocados en gavetas para proteger de la luz del sol.
 G) El agua de condensado, en función de sus cualidades, se guarda para elaborar desinfectantes para aplicar a los cultivos, y el material vegetal exhausto se incorpora a la producción de humus de lombrices para utilizar en tratamiento de cultivos orgánicos.




	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 4	FECHA: 27/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: OBTENCIÓN DE DERIVADOS	
	CÓDIGO PROCESO: P-8	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

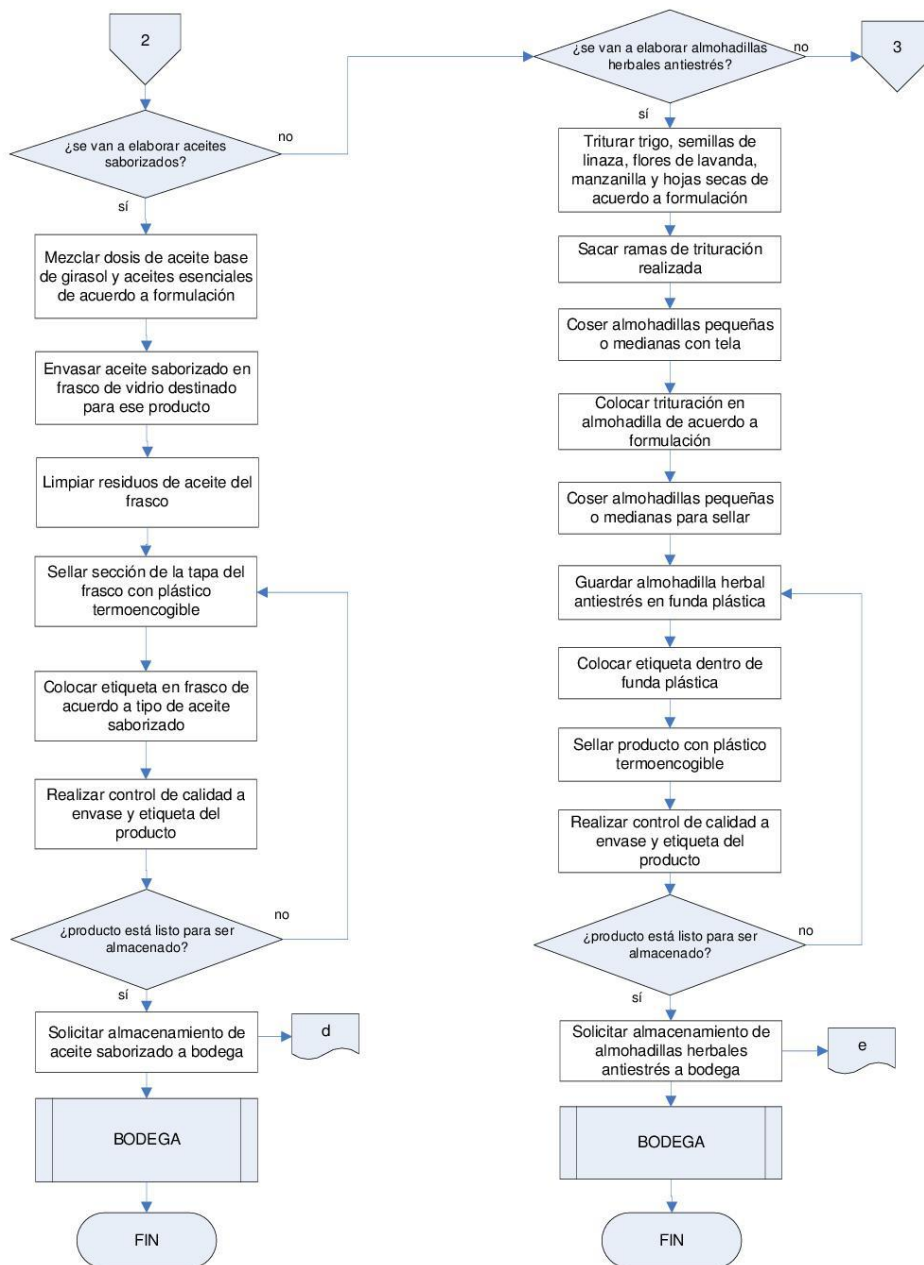
JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN



- REFERENCIAS DOCUMENTOS**
- a) Requerimiento de materia prima necesaria
 - b) Solicitud de almacenamiento de aceite corporal a bodega
 - c) Solicitud de almacenamiento de sales de baño a bodega


	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 2 DE 4	FECHA: 27/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: OBTENCIÓN DE DERIVADOS	
	CÓDIGO PROCESO: P-8	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN

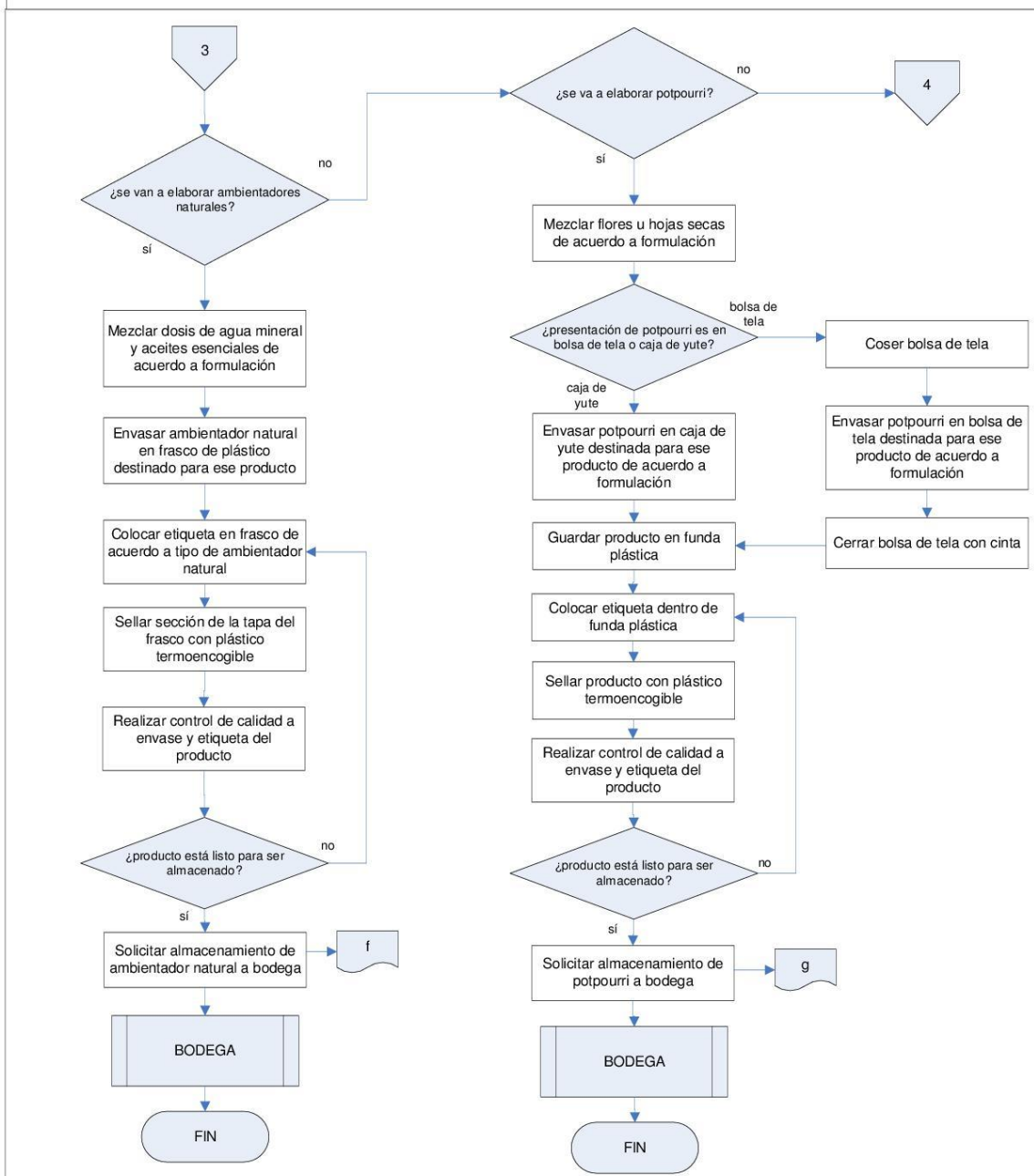


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- d) Solicitud de almacenamiento de aceite saborizado a bodega
- e) Solicitud de almacenamiento de almohadillas herbales antiestrés a bodega


	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 3 DE 4	FECHA: 27/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: OBTENCIÓN DE DERIVADOS	
	CÓDIGO PROCESO: P-8	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

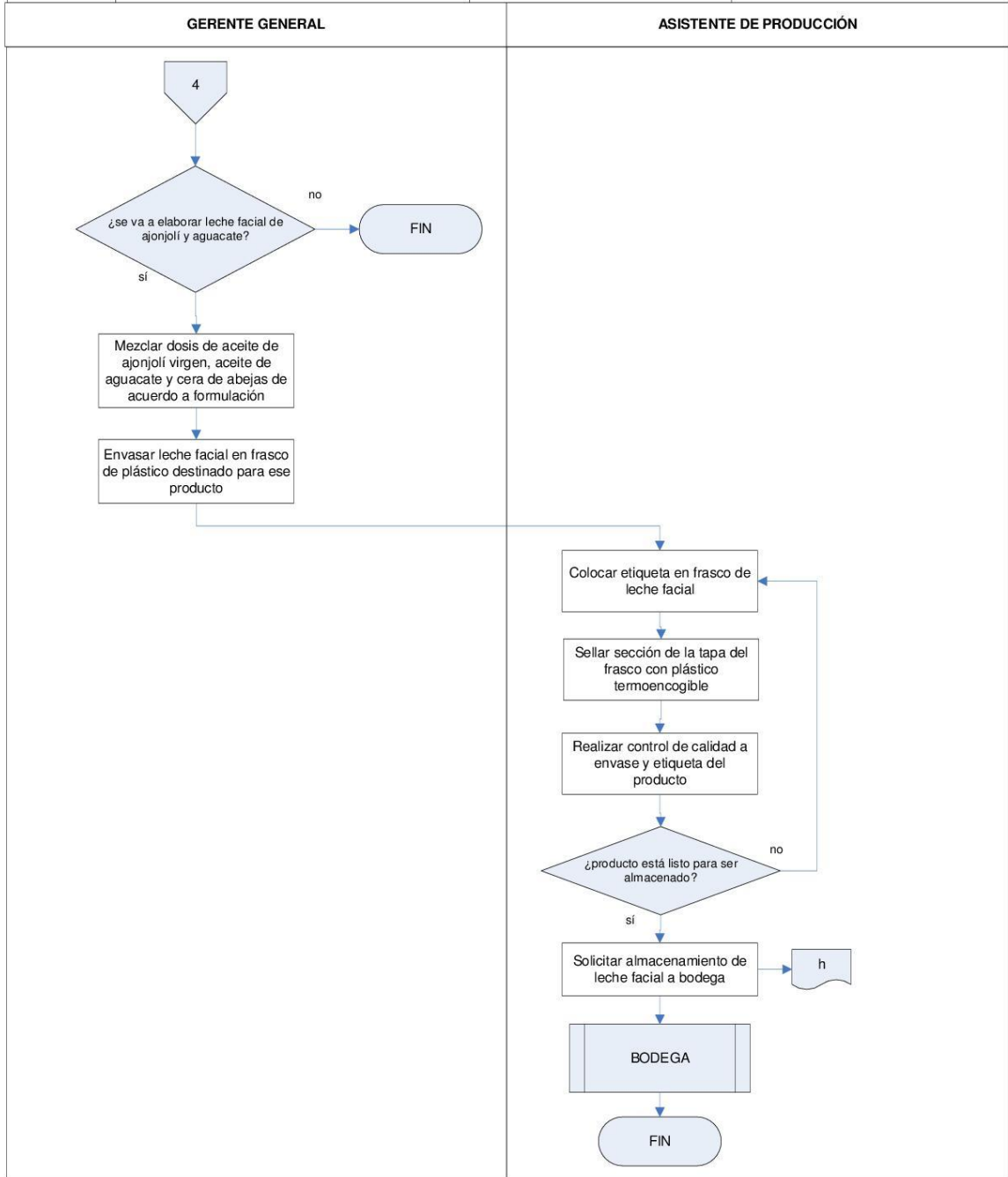
JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN




REFERENCIAS DOCUMENTOS

- f) Solicitud de almacenamiento de ambientador natural a bodega
- g) Solicitud de almacenamiento de potpourri a bodega

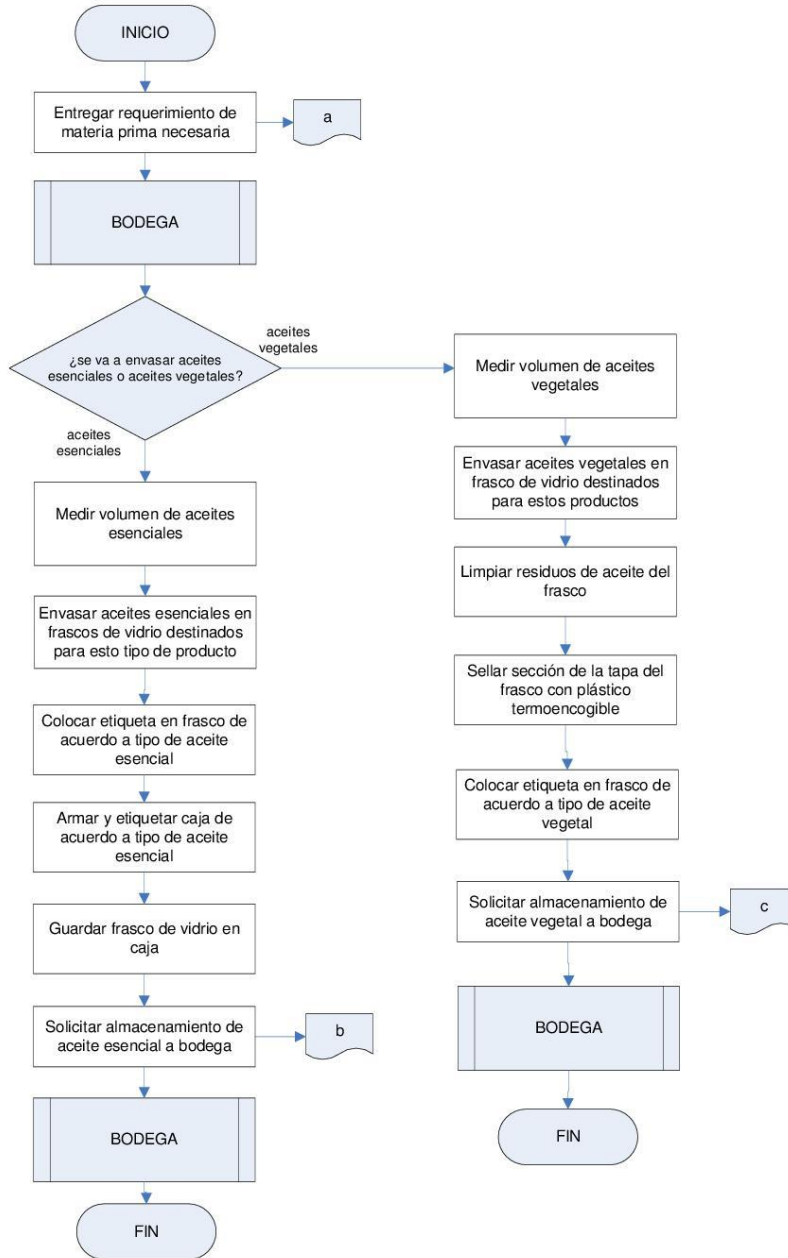
	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 4 DE 4	FECHA: 27/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: OBTENCIÓN DE DERIVADOS	
	CÓDIGO PROCESO: P-8	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.




REFERENCIAS DOCUMENTOS
 h) Solicitud de almacenamiento de leche facial a bodega

	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 27/01/2016
	MCROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: ENVASADO DE ACEITE ESENCIAL Y ACEITE VEGETAL	
	CÓDIGO PROCESO: P-9	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

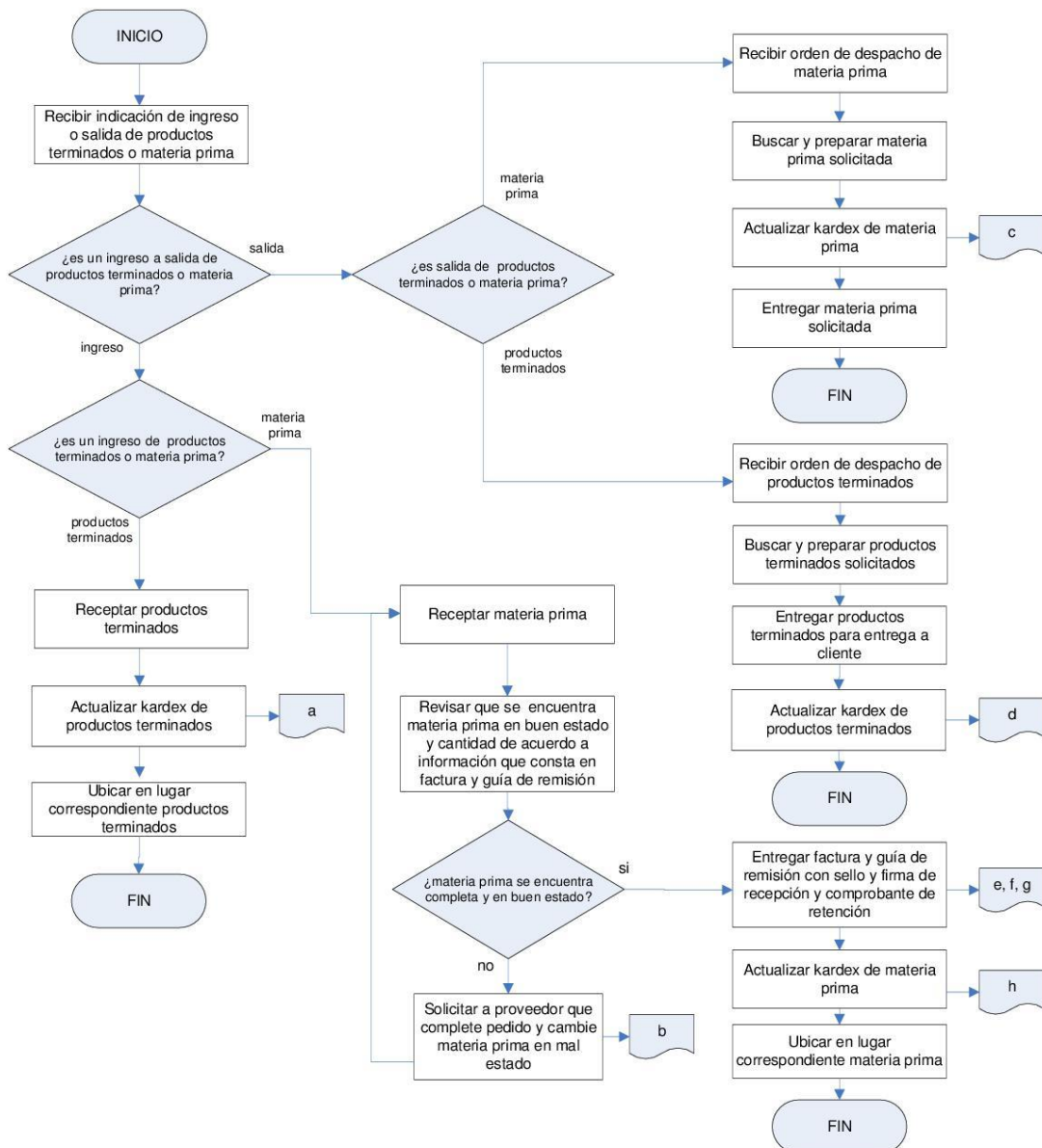
JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN



- REFERENCIAS DOCUMENTOS**
- a) Requerimiento de materia prima necesaria
 - b) Solicitud de almacenamiento de aceite esencial a bodega
 - c) Solicitud de almacenamiento de aceite vegetal a bodega

	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 26/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: BODEGA	
	CÓDIGO PROCESO: P-10	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

BODEGUERO

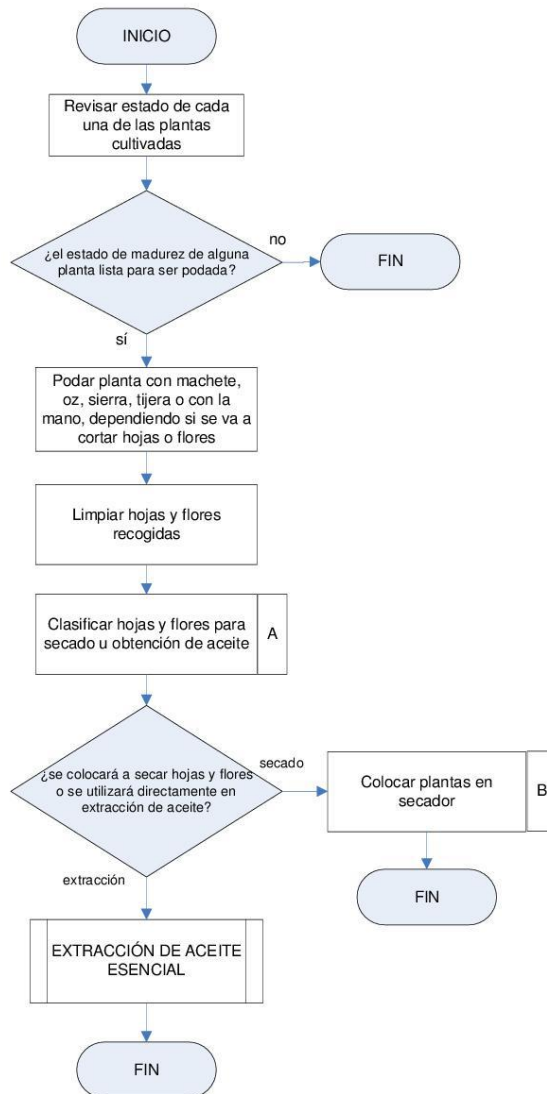


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Kardex de productos terminados
- b) Solicitud a proveedor para completar pedido y cambiar materia prima en mal estado
- c) Kardex de materia prima
- d) Kardex de productos terminados
- e) Factura
- f) Guía de remisión con sello y firma de recepción
- g) Comprobante de retención
- h) Kardex de materia prima

	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 26/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: PREPARACIÓN MATERIA PRIMA	
	CÓDIGO PROCESO: P-11	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN



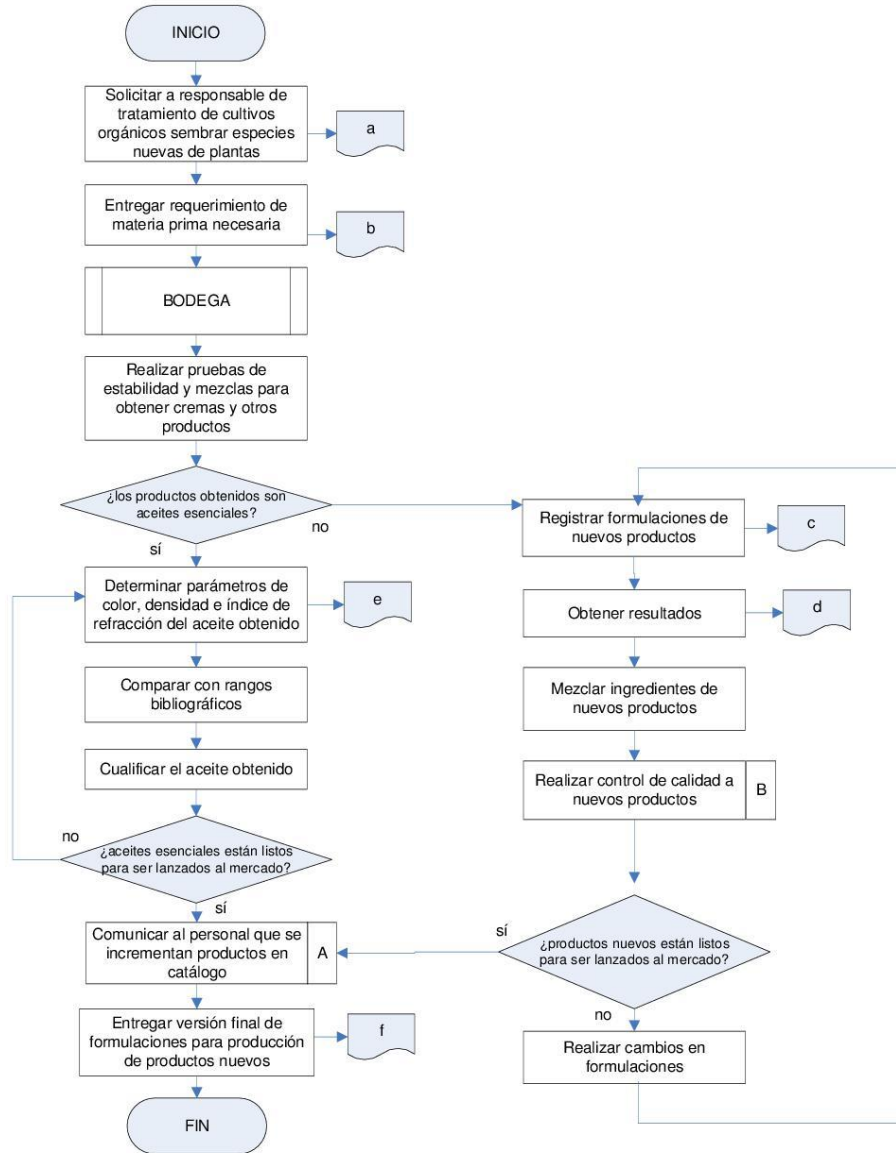
REFERENCIAS OBSERVACIONES

A) Se proceden a secar los siguientes tipos de plantas: cedrón, caléndula, manzanilla, orégano, geranio aromático, arrayán.

B) Se coloca plantas en secador en sombra para no perder características de colores y propiedades, se cuenta con un armario en el que existen varios pisos de mallas para que puede circular aire.

	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 28/01/2016
	MACROPROCESO: PRODUCCIÓN	PROCESO: INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	
	CÓDIGO PROCESO: P-12	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

GERENTE GENERAL

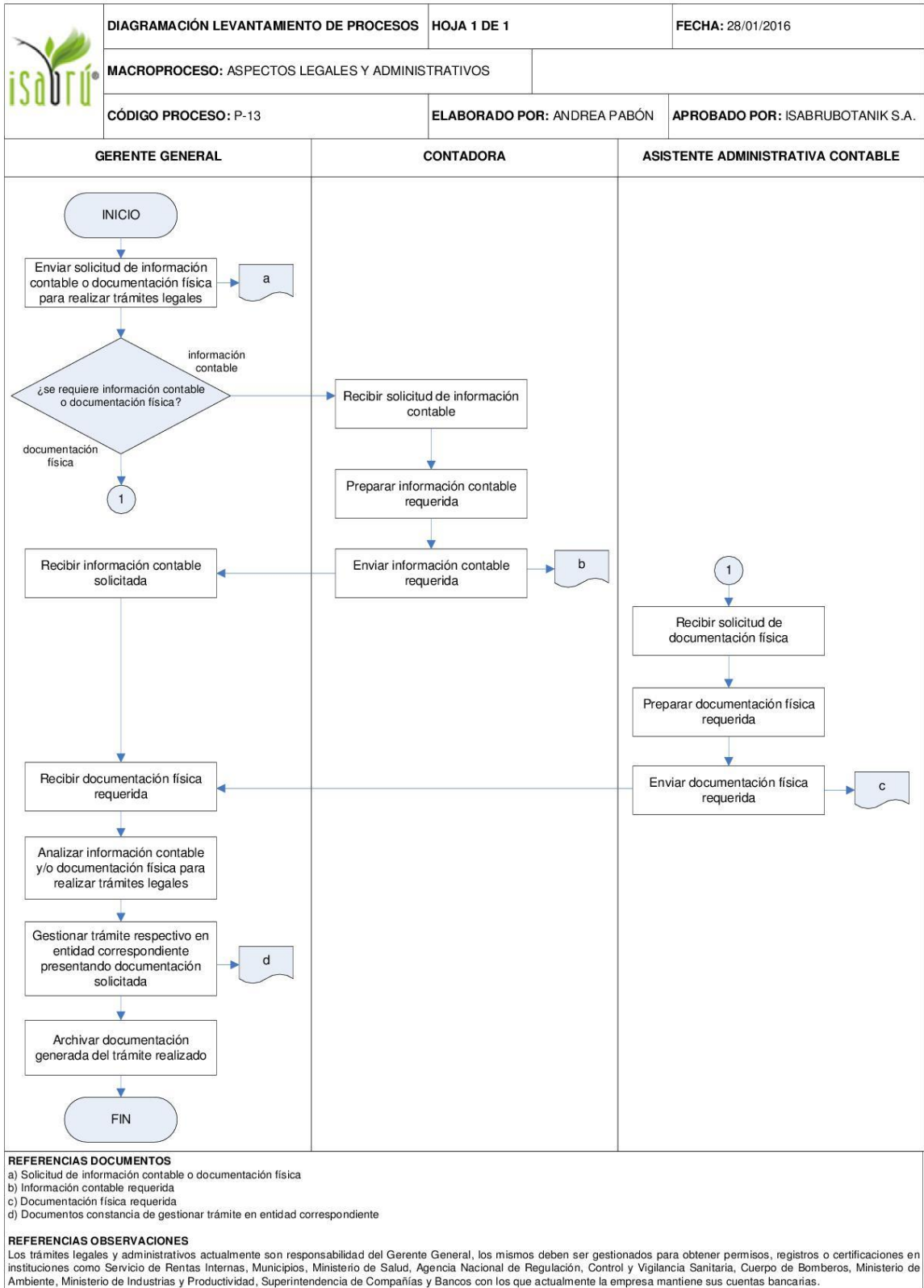



REFERENCIAS DOCUMENTOS

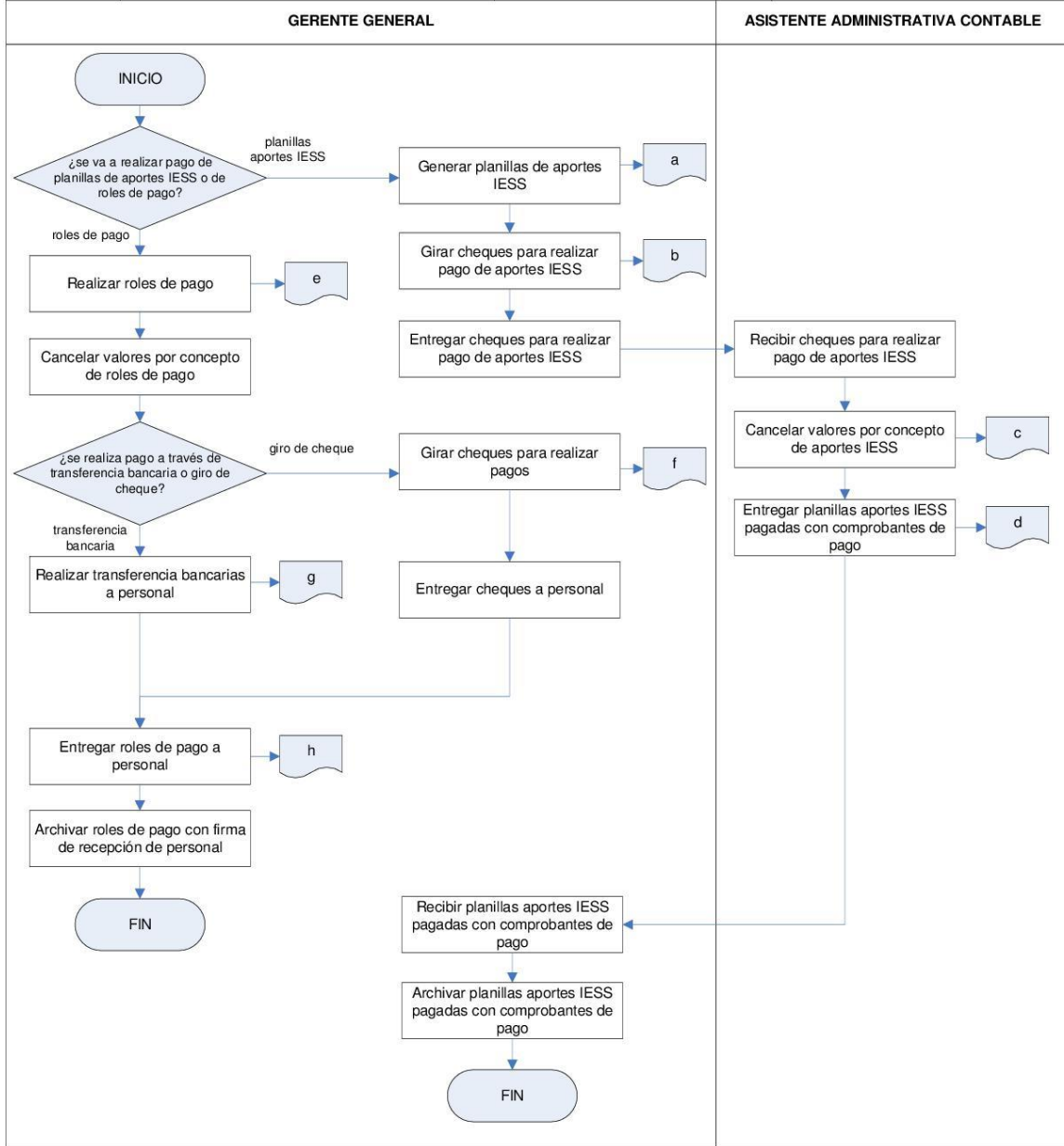
- a) Solicitud de sembrar especies nuevas de planta
- b) Requerimiento de materia prima necesaria
- c) Formulaciones de nuevos productos
- d) Registro de resultados
- e) Registro de parámetros de color, densidad e índice de refracción del aceite obtenido
- f) Formulaciones para producción de productos nuevos

REFERENCIAS OBSERVACIONES

- A) El objetivo de comunicar al personal de la empresa la creación de nuevos productos es con el fin de que sean tomados en cuenta en los procesos de producción, adquisiciones, promoción y venta.
- B) El control de calidad consiste en comprobar que nuevos productos cumplan función, tengan buen aroma y no sean antagónicos.




	DIAGRAMACIÓN LEVANTAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 01/02/2016
	MACROPROCESO: ADMINISTRACIÓN DE NÓMINA		
	CÓDIGO PROCESO: P-14	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.




REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Planillas de aportes IESS
- b) Cheques girados para pagar IESS
- c) Comprobantes de pago aportes IESS
- d) Planillas de aportes IESS con datos de pago realizado
- e) Roles de pago
- f) Comprobantes de transferencias de pago
- g) Cheques girados para pagar personal
- h) Roles de pago con detalle de cheque entregado


Anexo 4: AVA

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS				FECHA:	01/02/16
					PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Logística de compras y ventas	RESPONSABLE:	Rafaela Rodríguez	CÓDIGO:	P-1	
PROCESO:	Compras	RESPONSABLE:	Rafaela Rodríguez			
FRECUENCIA:	Semanal					
OBSERVACIÓN:	Dos veces por semana					


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	➔	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Solicitar kardex de inventario de materia prima directa e indirecta y productos terminados		X					X			3	\$ 0,47	
2	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Enviar solicitud de salida de materia prima y productos terminados		X					X			3	\$ 0,11	
3	BODEGUERO	Recibir requerimiento de estado de existencias de materia prima y productos terminados		X					X			1	\$ 0,04	
4	BODEGUERO	Entregar reporte relacionado a estado de existencias de materia prima y productos terminados		X					X			1	\$ 0,04	
5	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Recibir reporte relacionado a estado de existencias de materia prima y productos terminados		X					X			1	\$ 0,04	
6	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Enviar por correo electrónico reporte relacionado a estado de existencias de materia prima y productos terminados		X					X			3	\$ 0,11	
7	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Recibir reporte relacionado a estado de existencias de materia prima y productos terminados		X					X			1	\$ 0,16	
8	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Seleccionar los insumos, materiales o productos terminados de los que necesitan abastecimiento	X			X						10	\$ 1,56	
9	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Comunicar cuales son los insumos, materiales o productos terminados que se deben adquirir		X								3	\$ 0,47	
10	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Solicitar cotizaciones de materia prima y productos terminados requeridos a proveedores	X									20	\$ 0,76	
11	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Recibir cotizaciones de materia prima y productos terminados enviadas por proveedores	X									20	\$ 0,76	
12	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Enviar cotizaciones de materia prima y productos terminados requeridos		X								3	\$ 0,11	
13	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Recibir cotizaciones de materia prima y productos terminados requeridos		X								1	\$ 0,16	
14	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Realizar depósito o transferencia del valor indicado por proveedor	X		X							15	\$ 2,34	
15	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Llenar información en comprobante de retención	X		X							5	\$ 0,78	
16	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Enviar a proveedor documento de constancia de pago realizado por concepto de materia prima solicitada		X	X							5	\$ 0,78	
17	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Enviar comprobante de retención en formato digital	X		X							3	\$ 0,47	
TOTALES											98	\$ 6,67	\$ 2,49	
EFICIENCIA											74%			

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	01/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Logística de compras y ventas	RESPONSABLE:	Rafaela Rodríguez	CÓDIGO:	P-2
PROCESO:	Venta de mercadería	RESPONSABLE:	Rafaela Rodríguez		
FRECUENCIA:	Semanal				
OBSERVACIÓN:	Cuatro veces por semana				


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Receptar pedido de cliente	X					X		1		\$ 0,16		
2	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Realizar cálculo de valor total de factura y valor por concepto de transporte	X		X					5		\$ 0,78		
3	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Comunicar a cliente valor total por compra realizada	X		X					3		\$ 0,47		
4	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Entregar datos de cuenta bancaria para que se realice el depósito o transferencia del valor indicado		X	X					5		\$ 0,78		
5	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Receptar documento de constancia de pago realizado por concepto de mercadería solicitada	X				X			1		\$ 0,16		
6	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Confirmar si efectivamente está realizado el pago en cuenta bancaria de empresa	X			X				6		\$ 0,94		
7	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Llenar datos de venta realizada en factura	X		X					5		\$ 0,78		
8	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Comunicar información sobre factura a Planta de producción	X		X					3		\$ 0,47		
9	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Revisar físicamente si existe cantidad de productos que requiere cliente	X			X				15		\$ 2,34		
10	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Comunicar a cliente que no se cuenta con stock total de productos solicitados	X		X					5		\$ 0,78		
11	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Consultar a cliente si desea adquirir productos existentes en local o entregar pedido para que sean enviados productos desde Planta de producción	X		X					3		\$ 0,47		
12	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Realizar cálculo de valor total de factura	X		X					5		\$ 0,78		
13	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Receptar pago realizado por concepto de mercadería solicitada	X				X			3		\$ 0,47		
14	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Llenar datos de venta realizada en factura	X		X					5		\$ 0,78		
15	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Entregar productos a cliente	X		X					5		\$ 0,78		
16	RESPONSABLE DE LOGÍSTICA COMPRAS/VENTAS	Comunicar a cliente que no se encuentra realizado el pago	X		X					5		\$ 0,78		
TOTALES										75		\$ 10,94	\$ 0,78	
EFICIENCIA										93%				

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	01/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Logística de compras y ventas	RESPONSABLE:	Rafaela Rodríguez	CÓDIGO:	P-3
PROCESO:	Despacho de mercadería	RESPONSABLE:	Rafaela Rodríguez		
FRECUENCIA:	Semanal				
OBSERVACIÓN:	Dos veces por semana				


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Receptar factura en estado cancelado	X					X		1		\$ 0,04		
2	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Solicitar estado de existencias de mercadería		X				X			3		\$ 0,11	
3	BODEGUERO	Recibir requerimiento de estado de existencias de mercadería		X				X			1		\$ 0,04	
4	BODEGUERO	Revisar kardex de inventario de productos terminados		X				X			3		\$ 0,11	
5	BODEGUERO	Entregar reporte relacionado a estado de existencias de mercadería		X				X			3		\$ 0,11	
6	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Recibir reporte relacionado a estado de existencias de mercadería		X				X			1		\$ 0,04	
7	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Coordinar envío de mercadería para envío a cliente	X		X					5		\$ 0,19		
8	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Entregar orden de despacho de mercadería	X		X					3		\$ 0,11		
9	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Coordinar entrega de mercadería a proveedor de transporte	X		X					10		\$ 0,38		
10	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Entrega de mercadería a proveedor de transporte	X		X					10		\$ 0,38		
11	JEFE DE PRODUCCIÓN	Distribuir requerimientos de producción de acuerdo a carga laboral al personal	X			X				15		\$ 1,25		
TOTALES										55		\$ 2,35	\$ 0,42	
EFICIENCIA										80%				

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	01/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Contabilidad	RESPONSABLE:	Marianela Mera	CÓDIGO:	P-4
PROCESO:	Declaración de impuestos	RESPONSABLE:	Marianela Mera		
FRECUENCIA:	Mensual				
OBSERVACIÓN:	Una vez por mes				


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Recibir información y pedidos de emisión de documentos relacionados a facturas o comprobantes de retención mediante correo electrónico	X						X		2		\$ 0,08	
2	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Elaborar e imprimir facturas de venta o comprobantes de retención	X						X		5		\$ 0,19	
3	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Entregar facturas de venta o comprobantes de retención a clientes y proveedores respectivamente	X						X		3		\$ 0,11	
4	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Ubicar facturas de venta o comprobantes de retención en carpeta correspondiente	X				X				10		\$ 0,38	
5	CONTADORA	Solicitar reporte de sistema en el que se encuentra registrada la información relacionada a compras y ventas de empresa	X						X		3		\$ 0,19	
6	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Recibir requerimiento de reporte con información relacionada a compras y ventas de empresa	X						X		1		\$ 0,04	
7	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Entregar reporte con información relacionada a compras y ventas de empresa	X						X		3		\$ 0,11	
8	CONTADORA	Recibir reporte con información relacionada a compras y ventas de empresa	X						X		1		\$ 0,06	
9	CONTADORA	Solicitar documentación física relacionada a compras y ventas de empresa	X						X		3		\$ 0,19	
10	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Recibir requerimiento de documentación física relacionada a compras y ventas de empresa	X						X		1		\$ 0,04	
11	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Registrar información de comprobantes de retención y facturas de compra o venta en sistema correspondiente	X						X		30		\$ 1,14	
12	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Entregar documentación física relacionada a compras y ventas de empresa	X						X		5		\$ 0,19	
13	CONTADORA	Recibir documentación física relacionada a compras y ventas de empresa	X						X		1		\$ 0,06	
14	CONTADORA	Solicitar kardex de inventarios de materia prima y productos terminados	X						X		3		\$ 0,19	
15	BODEGUERO	Recibir requerimiento de kardex de inventarios de materia prima y productos terminados	X						X		1		\$ 0,04	
16	BODEGUERO	Entregar kardex de inventarios de materia prima y productos terminados	X						X		3		\$ 0,11	
17	CONTADORA	Recibir kardex de inventarios de materia prima y productos terminados	X						X		1		\$ 0,06	
18	CONTADORA	Analizar y consolidar información necesaria	X			X					30		\$ 1,88	
19	CONTADORA	Elaborar declaraciones respectivas y cargarlas en el sistema del Servicio de Rentas Internas	X		X						30		\$ 1,88	
20	CONTADORA	Generar e imprimir declaraciones realizadas y comprobantes de débito de las mismas	X						X		10		\$ 0,63	
21	CONTADORA	Generar e imprimir estado de cuenta bancario en el que conste el débito realizado por concepto de pago de declaraciones	X						X		5		\$ 0,31	
	ASISTENTE ADMINISTRATIVA CONTABLE	Archivar documentos relacionados a declaraciones mensuales realizadas	X					X			5		\$ 0,19	
TOTALES										156		\$ 3,08	\$ 4,98	
EFICIENCIA										33%				

 ANÁLISIS DE LOS PROCESOS				FECHA:	01/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Producción	RESPONSABLE:	Alexandra Segovia	CÓDIGO:	P-5
PROCESO:	Tratamiento de cultivos orgánicos	RESPONSABLE:	María Esther Telenchana		
FRECUENCIA:	Semanal				
OBSERVACIÓN:	Tres veces por semana				


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	RESPONSABLE DE TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS	Colocar llovedoras en tres partes distintas de cultivos	X		X						20		\$ 0,76	
2	RESPONSABLE DE TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS	Regar cultivos con agua de condensado que queda como sobrante de extracción de aceites esenciales	X		X						40		\$ 1,52	
3	RESPONSABLE DE TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS	Abonar cultivos con humus, mismo que contiene material vegetal exhausto sobrante de extracción de aceites esenciales	X		X						80		\$ 3,03	
4	RESPONSABLE DE TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS	Esparcir agua de destilado de varias plantas aromáticas y desinfectantes mentolados en plantas	X		X						60		\$ 2,28	
5	RESPONSABLE DE TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS	Reportar estado y novedades de cultivos orgánicos a personal de Planta de Producción	X		X						20		\$ 0,76	
6	RESPONSABLE DE TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS	Sembrar especies nuevas o plantas que necesitan reponerse	X		X						60		\$ 2,28	
TOTALES										280		\$ 10,62	\$ -	
EFICIENCIA										100%				

 ANÁLISIS DE LOS PROCESOS				FECHA:	01/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Producción	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-6
PROCESO:	Extracción de aceite esencial	RESPONSABLE:	Alexandra Segovia		
FRECUENCIA:	Diaria				
OBSERVACIÓN:	Tres veces al día				

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Pesar materia prima vegetal y registrar información	X		X						20		\$ 5,21	
2	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar materia prima vegetal en destilador	X		X						10		\$ 2,60	
3	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Abrir paso de agua a caldero	X		X						3		\$ 0,78	
4	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Esperar que vapor circule por destilador de acero inoxidable	X				X				60		\$ 15,63	
5	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Esperar que vapor arrastre consigo el aceite esencial hacia un refrigerante a fin de condensar vapor	X				X				60		\$ 15,63	
6	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Recuperar aceite esencial dejando en reposo el condensado en balde para que se separe del agua	X		X						60		\$ 15,63	
7	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Abrir llave de paso de balde y dejar pasar agua hasta que quede solamente aceite esencial en balde	X		X						30		\$ 7,81	
8	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar aceite esencial en botella plástica	X		X						20		\$ 5,21	
9	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Almacenar agua de condensado y material vegetal exhausto	X				X				20		\$ 5,21	
10	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Registrar junto a peso de materia prima directa utilizado el tiempo que tomo cada actividad y cantidad de aceite esencial puro que se obtuvo	X		X						5		\$ 1,30	
11	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Separar aceite esencial y agua	X		X						60		\$ 15,63	
12	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Almacenar agua para utilizar en tratamiento de cultivos orgánicos	X				X				10		\$ 2,60	
13	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Purificar aceite esencial para que quede sin impurezas	X		X						60		\$ 15,63	
14	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar aceite esencial en frascos grandes de vidrio	X				X				30		\$ 7,81	
15	GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de aceite esencial a bodega	X		X						3		\$ 0,78	
TOTALES										451		\$ 117,45	\$ -	
EFICIENCIA										100%				


	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	02/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Producción	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-7
PROCESO:	Extracción de aceite vegetal	RESPONSABLE:	Alexandra Segovia		
FRECUENCIA:	Diaria				
OBSERVACIÓN:	Tres veces al día				

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	➔	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Entregar requerimiento de materia prima necesaria	X		X						3		\$ 0,25	
2	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Pesar materia prima directa y registrar información	X		X						10		\$ 0,83	
3	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Prender leña para que se caliente horno	X					X			15		\$ 1,25	
4	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Retirar leña confirmando que horno este caliente	X			X					10		\$ 0,83	
5	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar semillas de ajonjolí en lata	X		X						10		\$ 0,83	
6	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Tostar semillas de ajonjolí en horno de leña	X		X						30		\$ 2,50	
7	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar semillas secas en prensa para realizar extracción de aceite por medio de expresión en frío	X		X						20		\$ 1,67	
8	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Filtrar y centrifugar aceite obtenido	X		X						60		\$ 5,00	
9	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Registra junto a peso de materia prima directa utilizado el tiempo que tomo cada actividad y cantidad de aceite esencial puro que se obtuvo	X		X						5		\$ 0,42	
10	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar aceite vegetal en botellas de vidrio	X					X			60		\$ 5,00	
11	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de aceite vegetal a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
TOTALES										226		\$ 18,83	\$ -	
EFICIENCIA										100%				


	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	02/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Producción	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-8
PROCESO:	Obtención de derivados	RESPONSABLE:	Alexandra Segovia		
FRECUENCIA:	Diaria				
OBSERVACIÓN:	Dos veces al día				

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Entregar requerimiento de materia prima necesaria	X		X						3		\$ 0,25	
2	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Buscar dosificación para cada uno de los productos que se van a elaborar	X		X						3		\$ 0,25	
ACEITES CORPORALES														
3	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Mezclar dosis de aceite base de girasol, de caléndula, de ajonjolí, y aceites esenciales de acuerdo a formulación	X		X						20		\$ 1,67	
4	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Medir volumen de aceite corporal en probeta	X		X						5		\$ 0,42	
5	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Agitar mezcla de aceite corporal	X		X						5		\$ 0,42	
6	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar aceite corporal en frasco plástico destinado para ese producto	X					X			60		\$ 5,00	
7	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar etiqueta en frasco de acuerdo a tipo de aceite corporal	X		X						20		\$ 1,67	
8	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Realizar control de calidad a envase y etiqueta del producto	X			X					20		\$ 1,67	
9	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de aceite corporal a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
SALES PARA BAÑO														
10	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar en vaso de precipitación 200ml etanol, colorante y aroma de acuerdo a formulación	X		X						60		\$ 5,00	
11	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Mezclar en agitador la mezcla obtenida de vaso de precipitación y dosis de sal en grano de acuerdo a formulación	X		X						60		\$ 5,00	
12	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar sales de baño en frasco plástico destinado para ese producto	X					X			20		\$ 1,67	
13	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Mezclar en agitador la mezcla obtenida de vaso de precipitación y dosis de sal en grano de acuerdo a formulación	X		X						5		\$ 0,42	
14	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar sales de baño en funda plástico destinado para ese producto	X					X			20		\$ 1,67	
15	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Coser bolsa de yute	X		X						120		\$ 10,00	
16	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Guardar funda plástica con sales de baño en funda yute	X		X						3		\$ 0,25	
17	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Cerrar bolsa de yute con cinta y amarrar cuchareta con cinta	X		X						60		\$ 5,00	
18	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Sellar producto con plástico termoencogible	X		X						5		\$ 0,42	
19	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de sales de baño a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
ACEITES SABORIZADOS														
20	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Mezclar dosis de aceite base de girasol y aceites esenciales de acuerdo a formulación	X		X						120		\$ 10,00	
21	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar aceite saborizado en frasco de vidrio destinado para ese producto	X					X			60		\$ 5,00	
22	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Limpiar residuos de aceite del frasco	X		X						20		\$ 1,67	
23	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Sellar sección de la tapa del frasco con plástico termoencogible	X		X						20		\$ 1,67	
24	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar etiqueta en frasco de acuerdo a tipo de aceite saborizado	X		X						20		\$ 1,67	
25	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Realizar control de calidad a envase y etiqueta del producto	X			X					10		\$ 0,83	
26	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de aceite saborizado a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
ALMOHADILLAS HERBALES ANTIESTRÉS														
27	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Triturar trigo, semillas de linaza, flores de lavanda, manzanilla y hojas secas de acuerdo a formulación	X		X						20		\$ 1,67	


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	➔	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
28	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Sacar ramas de trituración realizada	X		X						10		\$ 0,83	
29	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Coser almohadillas pequeñas o medianas con tela	X		X						120		\$ 10,00	
30	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar trituración en almohadilla de acuerdo a formulación	X		X						20		\$ 1,67	
31	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Coser almohadillas pequeñas o medianas para sellar	X		X						60		\$ 5,00	
31	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Guardar almohadilla herbal antiestrés en funda plástica	X		X						3		\$ 0,25	
32	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar etiqueta dentro de funda plástica	X		X						3		\$ 0,25	
33	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Sellar producto con plástico termoencogible	X		X						20		\$ 1,67	
34	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Realizar control de calidad a envase y etiqueta del producto	X			X					10		\$ 0,83	
35	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de almohadillas herbales antiestrés a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
AMBIENTADORES NATURALES														
36	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Mezclar dosis de agua mineral y aceites esenciales de acuerdo a formulación	X		X						20		\$ 1,67	
37	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar ambientador natural en frasco de plástico destinado para ese producto	X				X				60		\$ 5,00	
38	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar etiqueta en frasco de acuerdo a tipo de ambientador natural	X		X						20		\$ 1,67	
39	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Sellar sección de la tapa del frasco con plástico termoencogible	X		X						20		\$ 1,67	
40	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Realizar control de calidad a envase y etiqueta del producto	X			X					10		\$ 0,83	
41	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de ambientador natural a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
POTPOURRI														
42	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Mezclar flores u hojas secas de acuerdo a formulación	X		X						10		\$ 0,83	
43	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar potpourri en caja de yute destinada para ese producto de acuerdo a formulación	X				X				60		\$ 5,00	
44	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Coser bolsa de tela	X		X						120		\$ 10,00	
45	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar potpourri en bolsa de tela destinada para ese producto de acuerdo a formulación	X				X				60		\$ 5,00	
46	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Cerrar bolsa de tela con cinta	X		X						5		\$ 0,42	
47	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Guardar producto en funda plástica	X		X						3		\$ 0,25	
48	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar etiqueta dentro de funda plástica	X		X						3		\$ 0,25	
49	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Sellar producto con plástico termoencogible	X		X						20		\$ 1,67	
50	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Realizar control de calidad a envase y etiqueta del producto	X			X					10		\$ 0,83	
51	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de potpourri a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
LECHE FACIAL DE AJONJOLÍ Y AGUACATE														
52	GERENTE GENERAL	Mezclar dosis de aceite de ajonjolí virgen, aceite de aguacate y cera de abejas de acuerdo a formulación	X		X						20		\$ 1,67	
53	GERENTE GENERAL	Envasar leche facial en frasco de plástico destinado para ese producto	X				X				30		\$ 2,50	
54	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar etiqueta en frasco de leche facial	X		X						20		\$ 1,67	
55	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Sellar sección de la tapa del frasco con plástico termoencogible	X		X						20		\$ 1,67	
56	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Realizar control de calidad a envase y etiqueta del producto	X			X					10		\$ 0,83	
57	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de leche facial a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
TOTALES											1547	\$128,92	\$ -	
EFICIENCIA											100%			

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	02/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Producción	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-9
PROCESO:	Envasado de aceite esencial y aceite vegetal	RESPONSABLE:	Alexandra Segovia		
FRECUENCIA:	Diaria				
OBSERVACIÓN:	Tres veces al día				


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	➔	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Entregar requerimiento de materia prima necesaria	X		X						5		\$ 0,42	
2	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Medir volumen de aceites esenciales	X		X						5		\$ 0,42	
3	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar aceites esenciales en frascos de vidrio destinados para este tipo de producto	X					X			60		\$ 5,00	
4	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar etiqueta en frasco de acuerdo a tipo de aceite esencial	X		X						20		\$ 1,67	
5	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Armar y etiquetar caja de acuerdo a tipo de aceite esencial	X		X						30		\$ 2,50	
6	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Guardar frasco de vidrio en caja	X					X			15		\$ 1,25	
7	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de aceite esencial a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
8	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Medir volumen de aceites vegetales	X		X						5		\$ 0,42	
9	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Envasar aceites vegetales en frasco de vidrio destinados para estos productos	X					X			60		\$ 5,00	
10	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Limpiar residuos de aceite del frasco	X		X						20		\$ 1,67	
11	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Sellar sección de la tapa del frasco con plástico termoencogible	X		X						20		\$ 1,67	
12	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar etiqueta en frasco de acuerdo a tipo de aceite vegetal	X		X						20		\$ 1,67	
13	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Solicitar almacenamiento de aceite vegetal a bodega	X		X						3		\$ 0,25	
TOTALES											266		\$ 22,17	\$ -
EFICIENCIA											100%			

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	02/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Producción	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-10
PROCESO:	Bodega	RESPONSABLE:	Jhonny Segovia		
FRECUENCIA:	Diaria				
OBSERVACIÓN:	Dos veces al día				


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	BODEGUERO	Recibir indicación de ingreso o salida de productos terminados o materia prima	X		X						5		\$ 0,19	
2	BODEGUERO	INGRESO PRODUCTOS TERMINADOS Receptar productos terminados	X		X						20		\$ 0,76	
3	BODEGUERO	Actualizar kardex de productos terminados	X		X						5		\$ 0,19	
4	BODEGUERO	Ubicar en lugar correspondiente productos terminados	X		X						30		\$ 1,14	
5	BODEGUERO	INGRESO MATERIA PRIMA Receptar materia prima	X		X						10		\$ 0,38	
6	BODEGUERO	Revisar que se encuentra materia prima en buen estado y cantidad de acuerdo a información que consta en factura y guía de remisión	X				X				20		\$ 0,76	
		MATERIA PRIMA NO SE ENCUENTRA COMPLETA Y EN BUEN ESTADO												
7	BODEGUERO	Solicitar a proveedor que complete pedido y cambie materia prima en mal estado	X		X						5		\$ 0,19	
		MATERIA PRIMA COMPLETA Y EN BUEN ESTADO												
8	BODEGUERO	Entregar factura y guía de remisión con sello y firma de recepción y comprobante de retención		X					X			5		\$ 0,19
9	BODEGUERO	Actualizar kardex de materia prima									5			
10	BODEGUERO	Ubicar en lugar correspondiente materia prima	X					X			30		\$ 1,14	
		SALIDA MATERIA PRIMA												
11	BODEGUERO	Recibir orden de despacho de materia prima	X		X						5		\$ 0,19	
12	BODEGUERO	Buscar y preparar materia prima solicitada		X					X			30		\$ 1,14
13	BODEGUERO	Actualizar kardex de materia prima	X		X						5		\$ 0,19	
14	BODEGUERO	Entregar materia prima solicitada	X		X						5		\$ 0,19	
		SALIDA PRODUCTOS TERMINADOS												
15	BODEGUERO	Recibir orden de despacho de productos terminados	X								5		\$ 0,19	
16	BODEGUERO	Buscar y preparar productos terminados solicitados		X					X			30		\$ 1,14
17	BODEGUERO	Entregar productos terminados para entrega a cliente	X		X						5		\$ 0,19	
18	BODEGUERO	Actualizar kardex de productos terminados	X		X						5		\$ 0,19	
TOTALES											225	\$ 8,34	\$ 2,46	
EFICIENCIA											71%			

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	02/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Producción	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-11
PROCESO:	Preparación materia prima	RESPONSABLE:	Alexandra Segovia		
FRECUENCIA:	Diaria				
OBSERVACIÓN:	Una vez al día				


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Revisar estado de cada una de las plantas cultivadas	X			X					60		\$ 5,00	
2	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Podar planta con machete, oz, sierra, tijera o con la mano, dependiendo si se va a cortar hojas o flores	X		X						120		\$ 10,00	
3	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Limpiar hojas y flores recogidas	X		X						60		\$ 5,00	
4	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Clasificar hojas y flores para secado u obtención de aceite	X			X					10		\$ 0,83	
5	JEFE DE PRODUCCIÓN/ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Colocar plantas en secador	X		X						60		\$ 5,00	
TOTALES											310	\$ 25,83	\$ -	
EFICIENCIA											100%			

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	02/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Producción	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-12
PROCESO:	Investigación y desarrollo	RESPONSABLE:	Román Rodríguez		
FRECUENCIA:	Semanal				
OBSERVACIÓN:	Tres veces por semana				

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	➔	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	GERENTE GENERAL	Solicitar a responsable de tratamiento de cultivos orgánicos sembrar especies nuevas de plantas	X		X					20		\$ 5,21		
2	GERENTE GENERAL	Entregar requerimiento de materia prima necesaria	X		X					3		\$ 0,78		
3	GERENTE GENERAL	Realizar pruebas de estabilidad y mezclas para obtener cremas y otros productos ACEITES ESENCIALES	X			X				60		\$ 15,63		
												\$ -		
4	GERENTE GENERAL	Determinar parámetros de color, densidad e índice de refracción del aceite obtenido	X		X					60		\$ 15,63		
5	GERENTE GENERAL	Comparar con rangos bibliográficos	X			X				60		\$ 15,63		
6	GERENTE GENERAL	Cualificar el aceite obtenido	X		X					60		\$ 15,63		
		NO SON ACEITES ESENCIALES										\$ -		
7	GERENTE GENERAL	Registrar formulaciones de nuevos productos	X		X					30		\$ 7,81		
8	GERENTE GENERAL	Obtener resultados	X		X					60		\$ 15,63		
9	GERENTE GENERAL	Mezclar ingredientes de nuevos productos	X		X					60		\$ 15,63		
10	GERENTE GENERAL	Realizar control de calidad a nuevos productos	X			X				60		\$ 15,63		
11	GERENTE GENERAL	Realizar cambios en formulaciones	X		X					20		\$ 5,21		
12	GERENTE GENERAL	Comunicar al personal que se incrementan productos en catálogo	X		X					10		\$ 2,60		
13	GERENTE GENERAL	Entregar versión final de formulaciones para producción de productos nuevos	X		X					30		\$ 7,81		
TOTALES										390		\$101,56	\$ -	
EFICIENCIA										100%				

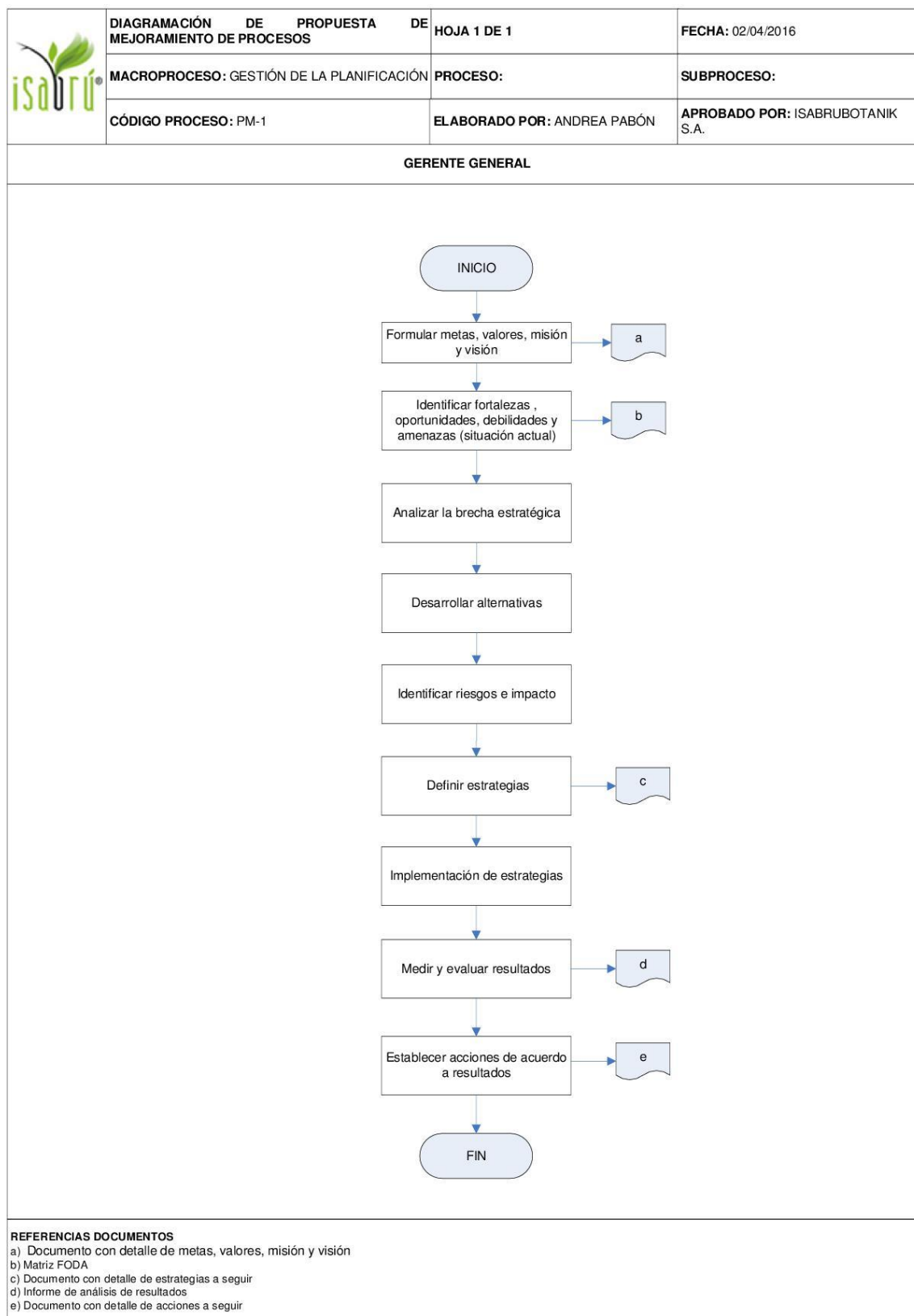
	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	02/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Aspectos legales y administrativos	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-13
PROCESO:		RESPONSABLE:			
FRECUENCIA:	Mensual				
OBSERVACIÓN:	Una vez por mes				


No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	➔	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	GERENTE GENERAL	Enviar solicitud de información contable o documentación física para realizar trámites legales	X		X					10		\$ 2,60		
2	CONTADORA	Recibir solicitud de información contable	X		X					3		\$ 0,19		
3	CONTADORA	Preparar información contable requerida	X		X					30		\$ 1,88		
4	CONTADORA	Enviar información contable requerida	X		X					5		\$ 0,31		
5	GERENTE GENERAL	Recibir información contable solicitada	X		X					3		\$ 0,78		
6	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	Recibir solicitud de documentación física	X		X					3		\$ 0,11		
7	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	Preparar documentación física requerida	X		X					60		\$ 2,28		
8	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	Enviar documentación física requerida	X		X					5		\$ 0,19		
9	GERENTE GENERAL	Recibir documentación física requerida	X		X					3		\$ 0,78		
10	GERENTE GENERAL	Analizar información contable y/o documentación física para realizar trámites legales	X			X				60		\$ 15,63		
11	GERENTE GENERAL	Gestionar trámite respectivo en entidad correspondiente presentando documentación solicitada	X		X					120		\$ 31,25		
12	GERENTE GENERAL	Archivar documentación generada del trámite realizado	X				X			10		\$ 2,60		
TOTALES										261		\$ 52,84	\$ -	
EFICIENCIA										100%				

	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS			FECHA:	02/02/16
				PÁGINA:	1
MACROPROCESO:	Aspectos legales y administrativos	RESPONSABLE:	Román Rodríguez	CÓDIGO:	P-13
PROCESO:		RESPONSABLE:			
FRECUENCIA:	Mensual				
OBSERVACIÓN:	Una vez por mes				

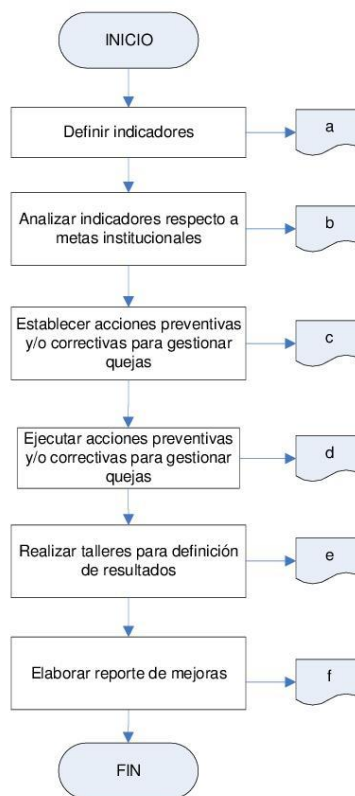
No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	AV	NAV	●	■	▼	D	→	TIEMPOS		COSTOS		OBSERVACIONES
										AV	NAV	AV	NAV	
1	GERENTE GENERAL	Enviar solicitud de información contable o documentación física para realizar trámites legales	X		X					10		\$ 2,60		
2	CONTADORA	Recibir solicitud de información contable	X		X					3		\$ 0,19		
3	CONTADORA	Preparar información contable requerida	X		X					30		\$ 1,88		
4	CONTADORA	Enviar información contable requerida	X		X					5		\$ 0,31		
5	GERENTE GENERAL	Recibir información contable solicitada	X		X					3		\$ 0,78		
6	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	Recibir solicitud de documentación física	X		X					3		\$ 0,11		
7	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	Preparar documentación física requerida	X		X					60		\$ 2,28		
8	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	Enviar documentación física requerida	X		X					5		\$ 0,19		
9	GERENTE GENERAL	Recibir documentación física requerida	X		X					3		\$ 0,78		
10	GERENTE GENERAL	Analizar información contable y/o documentación física para realizar trámites legales	X			X				60		\$ 15,63		
11	GERENTE GENERAL	Gestionar trámite respectivo en entidad correspondiente presentando documentación solicitada	X		X					120		\$ 31,25		
12	GERENTE GENERAL	Archivar documentación generada del trámite realizado	X				X			10		\$ 2,60		
TOTALES										261		\$ 52,84	\$ -	
EFICIENCIA										100%				

Anexo 5: Diagramación propuesta (TO BE)



	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE CONTROL DE PROCESOS	PROCESO:	SUBPROCESO:	
	CÓDIGO PROCESO: PM-2	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.	

GERENTE GENERAL

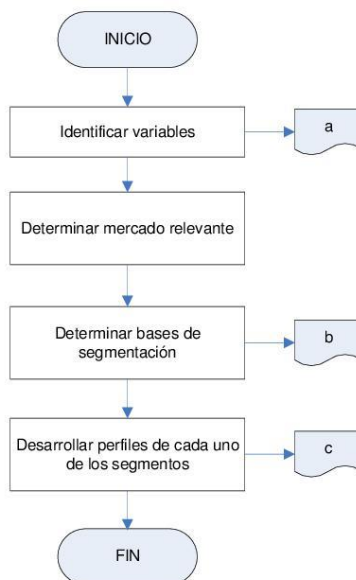


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Matriz de indicadores
- b) Informe de análisis de brechas
- c) Plan de acciones preventivas y/o correctivas para gestionar quejas
- d) Informe de ejecución de acciones preventivas y/o correctivas
- e) Informe de control de resultados
- f) Reporte de mejoras

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: MARKETING	PROCESO: SEGMENTACIÓN DE MERCADO	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-3	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

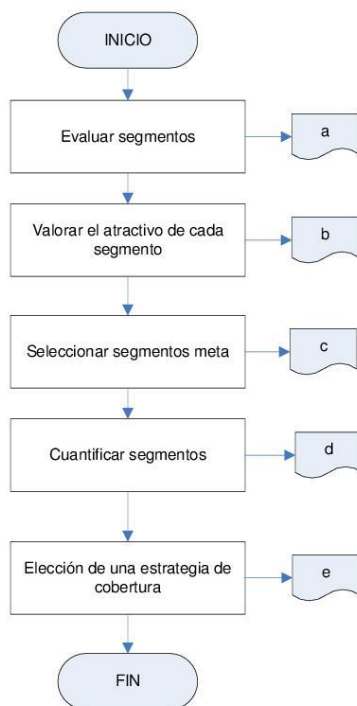


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento con detalle de variables
- b) Documentos con bases de segmentación
- c) Perfiles de cada uno de los segmentos

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: MARKETING	PROCESO: SELECCIÓN DE MERCADO	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-4	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

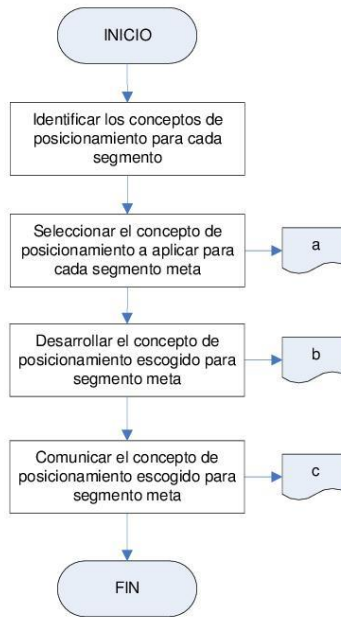


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento con evaluación de segmentos
- b) Documento con valoración de atractivo de cada segmento
- c) Informe con selección de segmentos meta
- d) Documento con cuantificación de segmentos
- e) Documento con detalle de estrategia de cobertura elegida

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: MARKETING	PROCESO: POSICIONAMIENTO DE MERCADO	DE	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-5	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.	

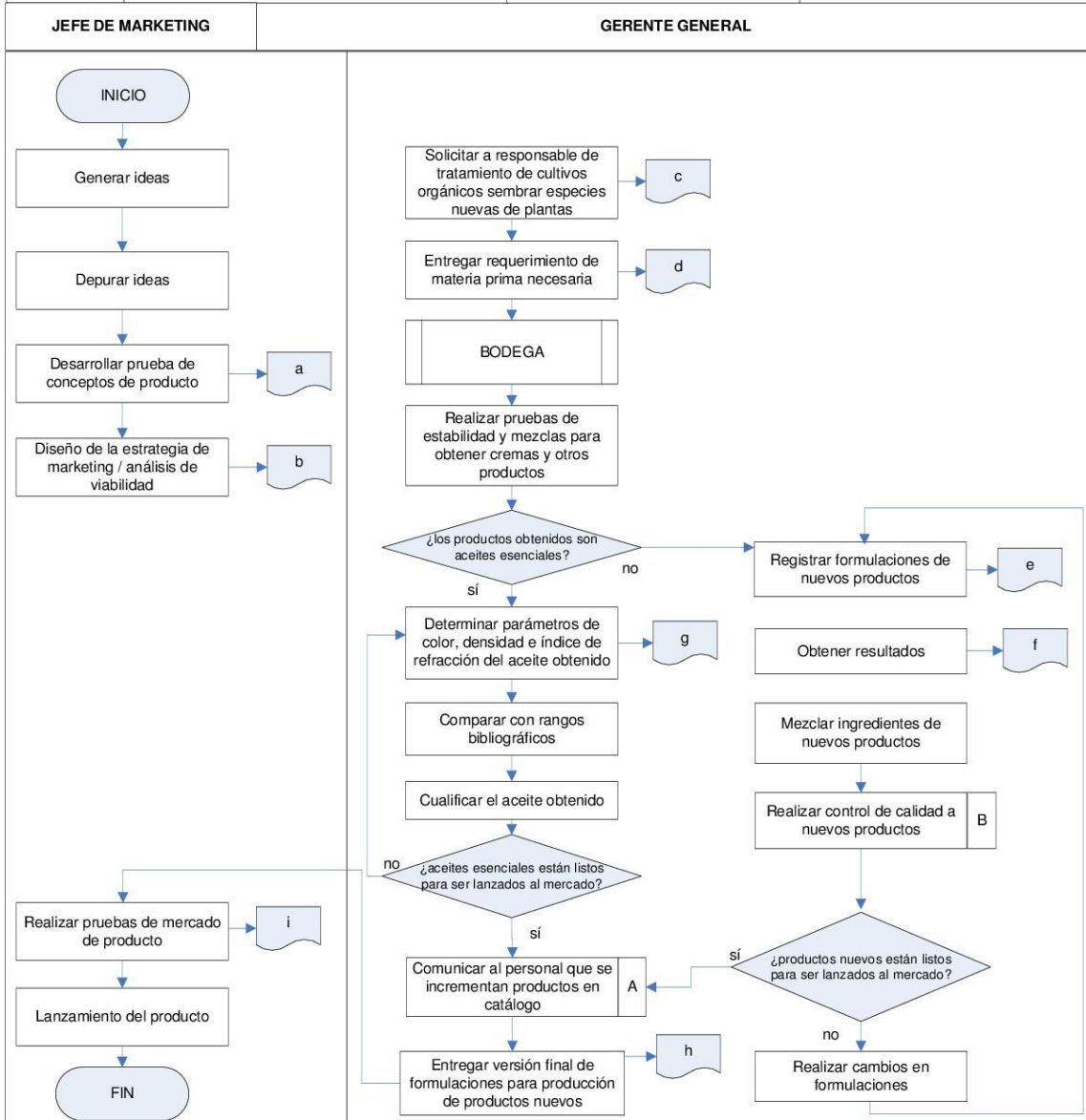
JEFE DE MARKETING



REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento con conceptos de posicionamiento seleccionados para cada segmento meta
- b) Informe de desarrollo de conceptos de posicionamiento
- c) Documento de comunicación del concepto de posicionamiento escogido para segmento meta

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: MARKETING	PROCESO: DESARROLLO DE PRODUCTOS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-6	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

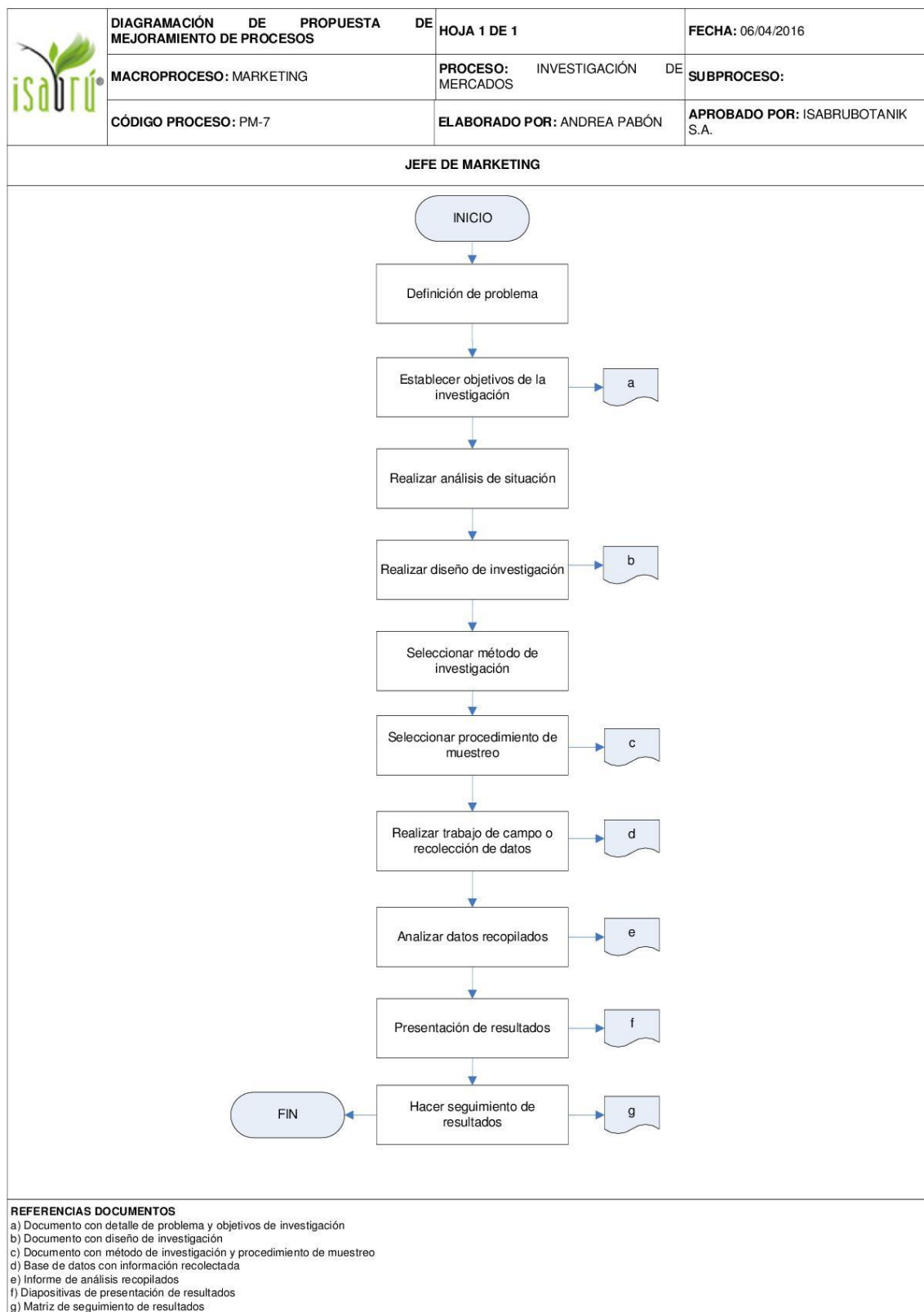


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Informe de desarrollo de prueba de conceptos de producto
- b) Diseño de la estrategia de marketing / análisis de viabilidad
- c) Solicitud de sembrar especies nuevas de planta
- d) Requerimiento de materia prima necesaria
- e) Formulaciones de nuevos productos
- f) Registro de resultados
- g) Registro de parámetro, color, densidad e índice de refracción del aceite obtenido
- h) Formulaciones para producción de productos nuevos
- i) Informe de pruebas de mercado de producto

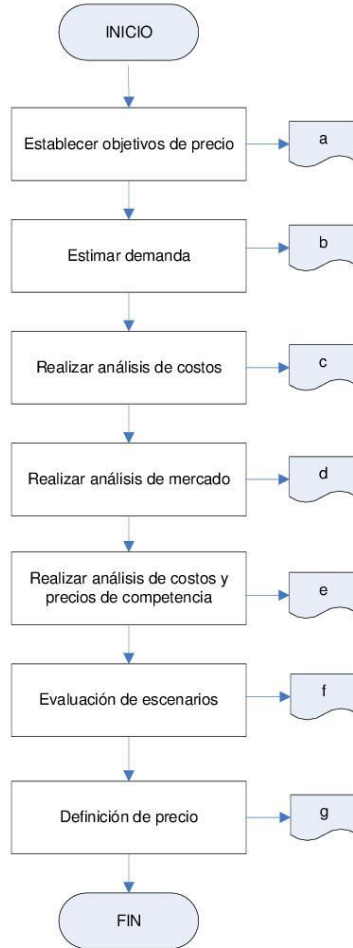
REFERENCIAS OBSERVACIONES

- A) El objetivo de comunicar al personal de la empresa la creación de nuevos productos es con el fin de que sean tomados en cuenta en los procesos de producción, adquisiciones, promoción y venta.
- B) El control de calidad consiste en comprobar que nuevos productos cumplan función, tengan buen aroma y no sean antagónicos.



	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: MARKETING	PROCESO: GESTIÓN DE PRECIOS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-8	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

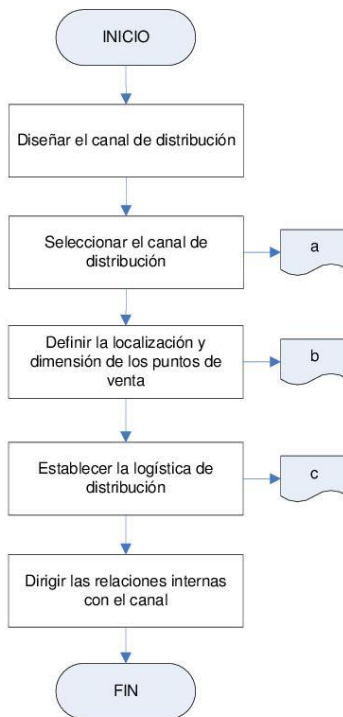


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento con objetivos de precio
- b) Documento con estimación de demanda
- c) Informe de análisis de costos
- d) Informe de análisis de mercado
- e) Realizar análisis de costos y precios de competencia
- f) Informe de evaluación de escenarios
- g) Documento con definición de precio


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: MARKETING	PROCESO: GESTIÓN DE CANALES	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-9	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

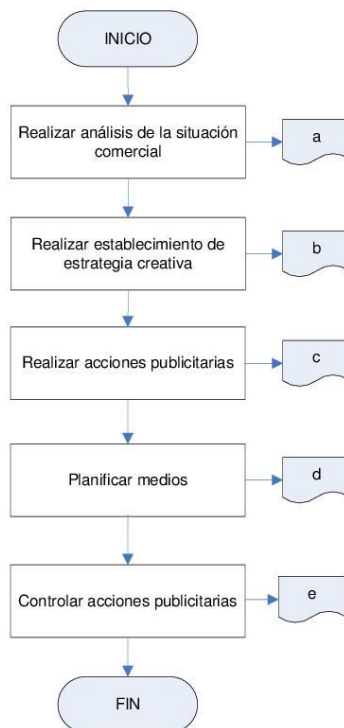


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento con diseño y selección del canal de distribución
- b) Informe de localización y dimensión de los puntos de venta
- c) Documento con logística de distribución.


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: MARKETING	PROCESO: PUBLICIDAD	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-10	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

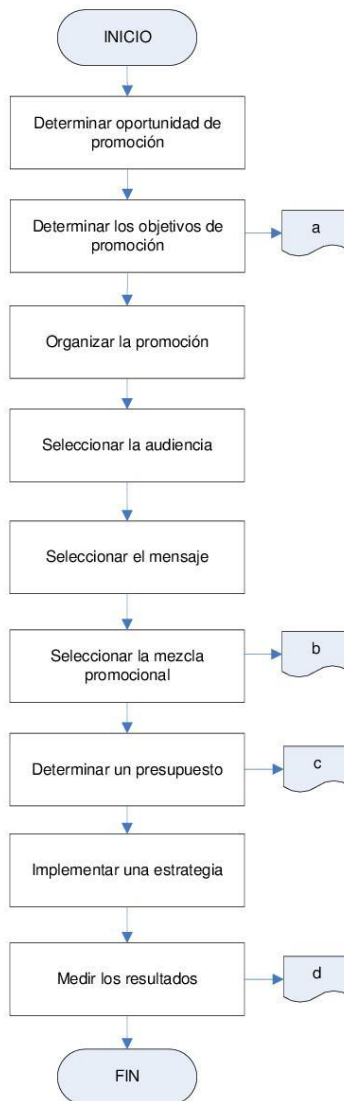


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Informe de análisis de la situación comercial
- b) Documento con selección de estrategia creativa
- c) Documento de acciones publicitarias
- d) Definición de planificación de medios
- e) Informe con acciones publicitarias a aplicar

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	DE HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: MARKETING	PROCESO: PROMOCIÓN	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-11	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

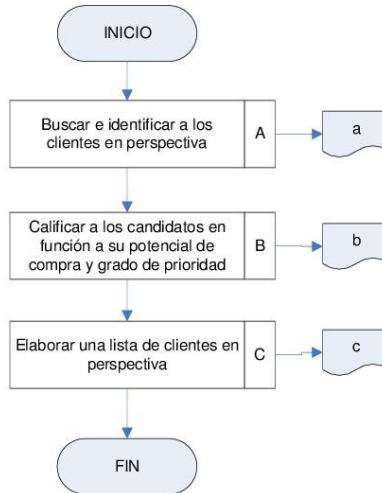


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento con objetivos de promoción
- b) Informe con selección de audiencia, mensaje y mezcla promocional
- c) Informe con presupuesto
- d) Matriz de medición de resultados

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	DE HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: VENTAS	PROCESO: PROSPECCIÓN DE CLIENTES	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-12	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING


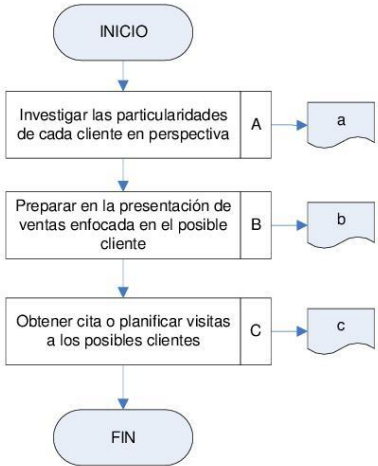


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Base de datos de clientes en perspectiva
- b) Matriz de clientes calificando de acuerdo potencial de compra y grado de prioridad
- c) Lista de clientes en perspectiva

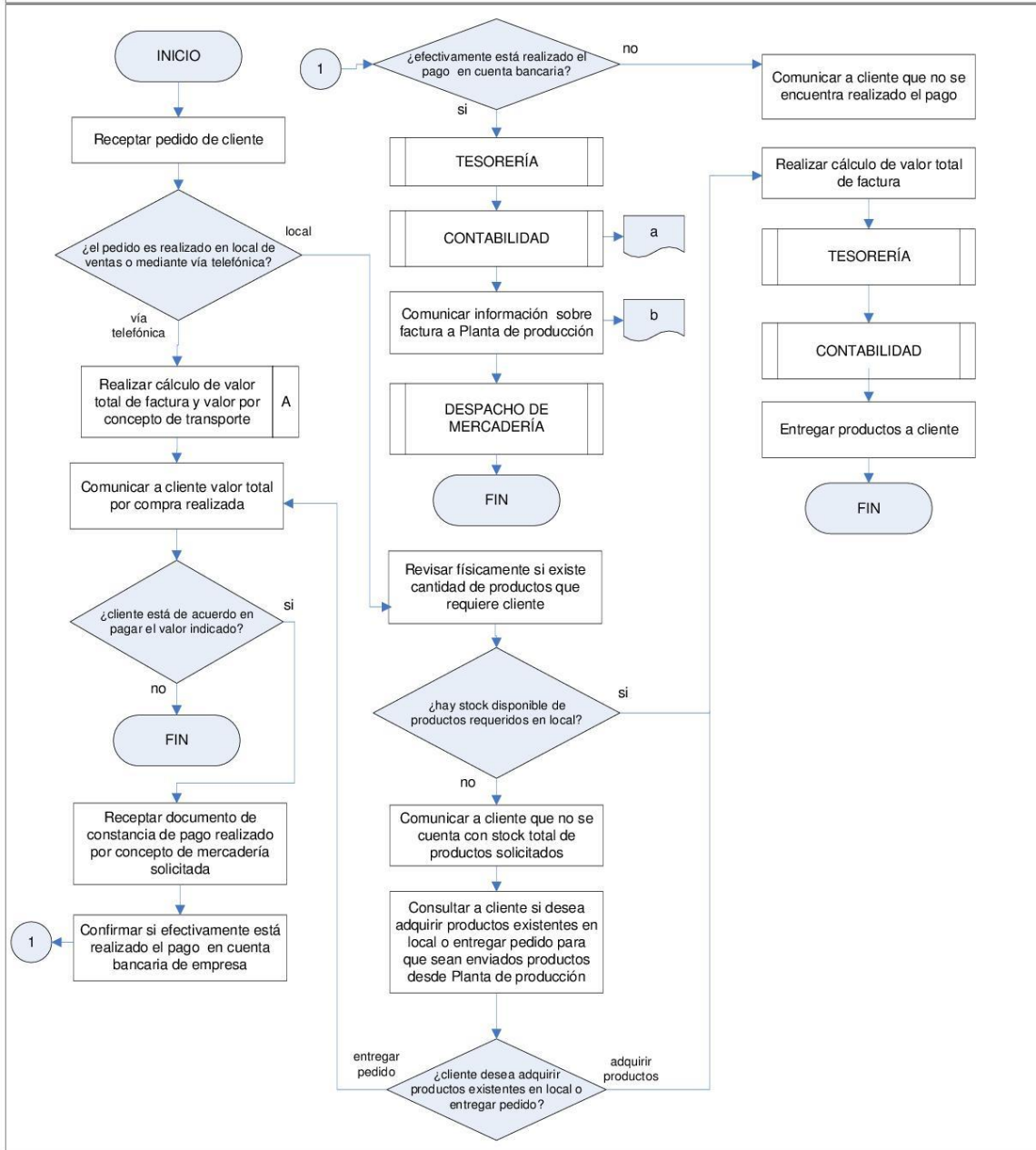
REFERENCIAS OBSERVACIONES

- A) En esta actividad se pueden emplear diversas fuentes como datos históricos de la empresa, referencias de clientes, referencias de amigos, familiares y conocidos, empresas o compañías que ofrecen productos o servicios complementarios, información obtenida del seguimiento a los movimientos de la competencia, grupos o asociaciones, periódicos y directorios, entrevistas a posibles clientes.
- B) Algunos factores que influyen en la calificación de clientes son capacidad económica, autoridad para decidir compra, accesibilidad, disposición para comprar y perspectiva de crecimiento y desarrollo.
- C) En la lista son ordenados de acuerdo a importancia y prioridad, misma que debe ser actualizada constantemente.

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: VENTAS	PROCESO: PREVENTA	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-13	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.
JEFE DE MARKETING			
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[Investigar las particularidades de cada cliente en perspectiva] A --- A_label[A] A_label --> a[a] A --> B[Preparar en la presentación de ventas enfocada en el posible cliente] B --- B_label[B] B_label --> b[b] B --> C[Obtener cita o planificar visitas a los posibles clientes] C --- C_label[C] C_label --> c[c] C --> FIN([FIN]) </pre>			
REFERENCIAS DOCUMENTOS a) Ficha de datos particulares por cada cliente en perspectiva b) Presentación de ventas c) Agenda de visitas a posibles clientes			
REFERENCIAS OBSERVACIONES A) La investigación considera información específica como nombre completo, edad aproximada, género, hobbies, estado civil, nivel de educación; e investigación comercial como productos similares que usa, motivos por los que usa productos similares, opinión sobre los mismos y estilo de compra. B) Para realizar la presentación se sugiere elaborar una lista de las características que tiene el producto, convertirlas en beneficios para el cliente y establecer ventajas con relación a competencia.			


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: VENTAS	PROCESO: VENTA	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-14	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE ADMINISTRATIVO

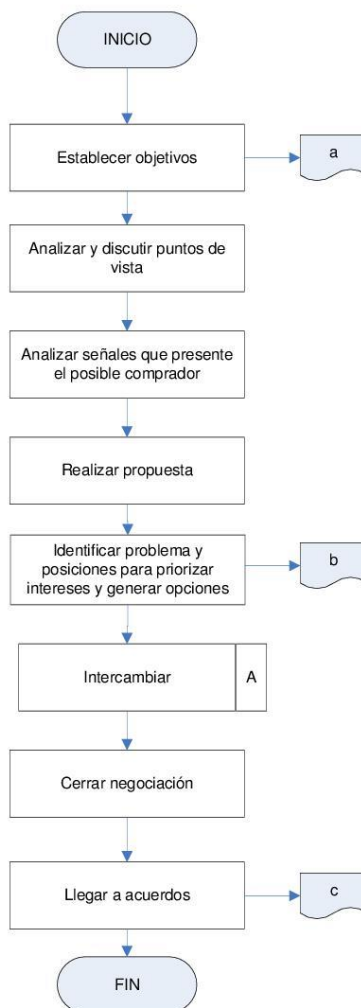


REFERENCIAS DOCUMENTOS
 a) Llenar datos de venta realizada en factura
 b) Comunicar información sobre factura a Planta de producción

REFERENCIAS OBSERVACIONES
 A) El valor por concepto de transporte es variable dependiendo de la ciudad y provincia donde requiere cliente que se entregue mercadería.

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: VENTAS	PROCESO: NEGOCIACIÓN	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-15	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING


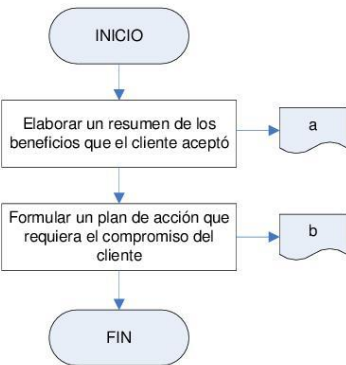



REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento con objetivos y características a ofrecer
- b) Acta de negociación
- c) Acuerdos de negociación

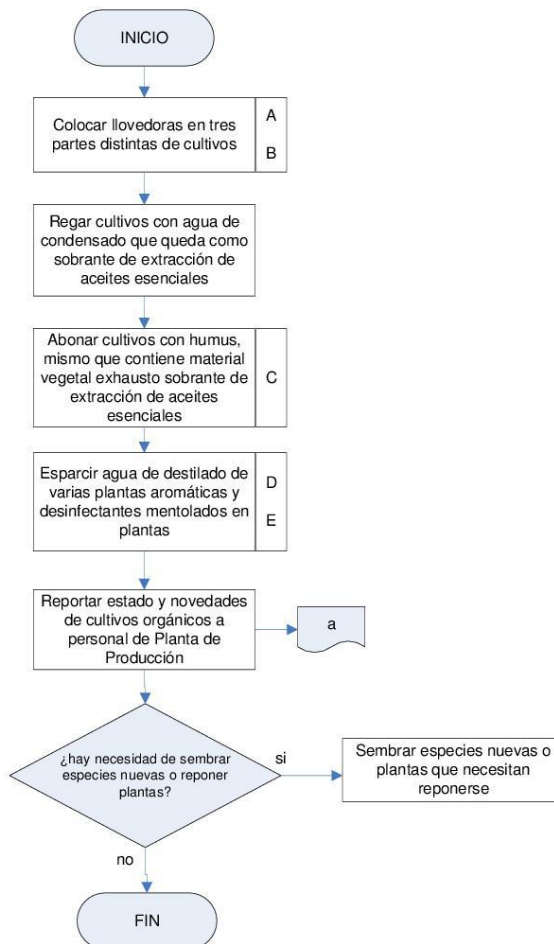
REFERENCIAS OBSERVACIONES

- A) Se trata de obtener algo a cambio de renunciar a otra cosa.

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: VENTAS	PROCESO: CIERRE DE VENTAS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-16	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.
JEFE DE MARKETING			
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[Elaborar un resumen de los beneficios que el cliente aceptó] A --> B[Formular un plan de acción que requiera el compromiso del cliente] B --> FIN([FIN]) A -.-> a[a] B -.-> b[b] </pre>			
REFERENCIAS DOCUMENTOS a)Documento con resumen de los beneficios que el cliente aceptó b) Plan de acción que requiera el compromiso del cliente			

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 02/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: TRATAMIENTO DE CULTIVOS ORGÁNICOS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: P-17	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

ASISTENTE DE TRATAMIENTO CULTIVOS

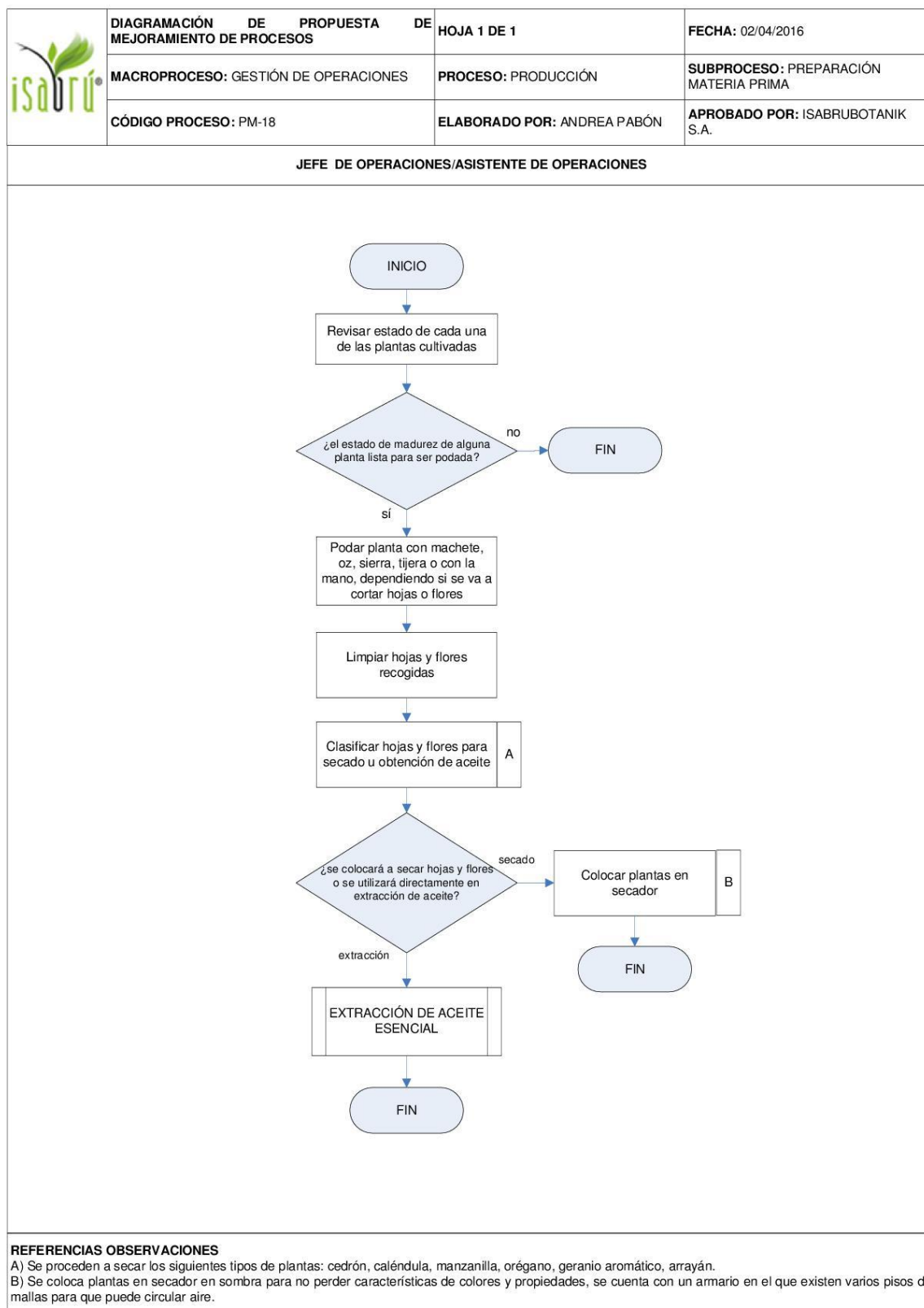


REFERENCIAS DOCUMENTOS

a) Reporte estado y novedades de cultivos orgánicos

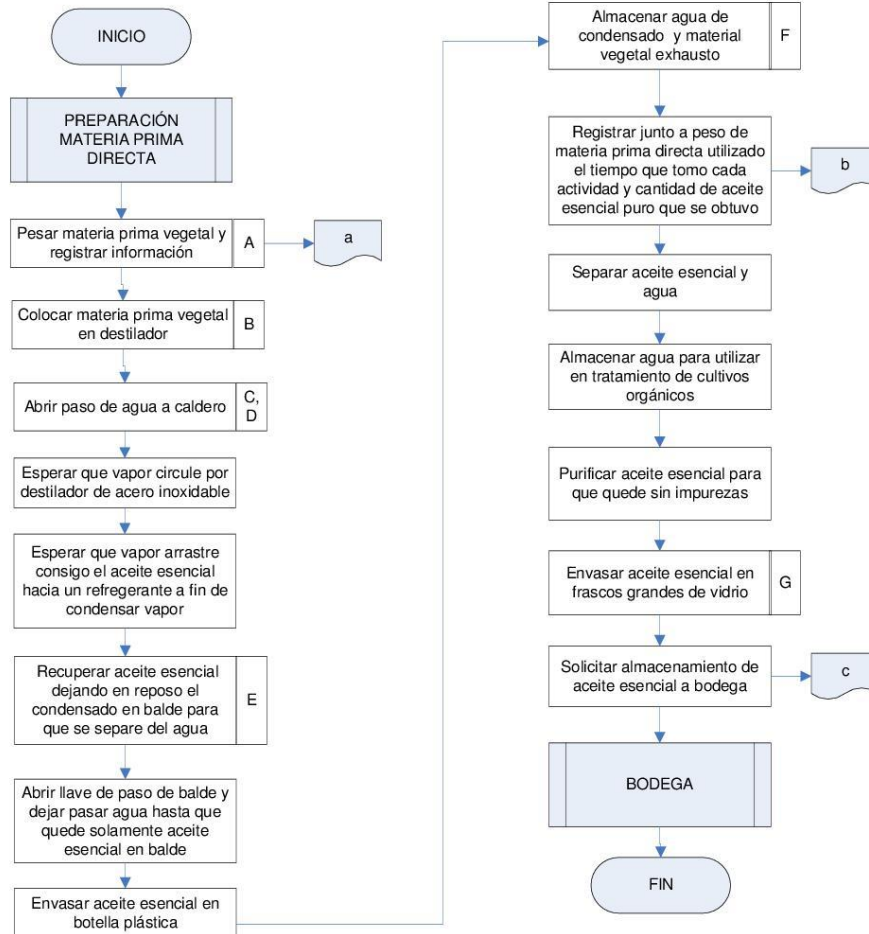
REFERENCIAS OBSERVACIONES

- A) Responsable visita dos o tres veces por semana la planta de producción para dar mantenimiento a cultivos.
 B) Se existe sequía se debe regar plantas pasando un día.
 C) Humus es la combinación de desperdicios de hojas resultantes de proceso de extracción de aceites esenciales y lombrices.
 D) La infusión es colocada en cultivos una vez a la semana para evitar la aparición de plagas y enfermedades en plantas.
 E) El agua de destilado de tomillo, orégano, clavo de olor, árbol de té poseen propiedades antimicrobianas comprobadas científicamente.



	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 02/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: PRODUCCIÓN	SUBPROCESO: EXTRACCIÓN DE ACEITE ESENCIAL
	CÓDIGO PROCESO: PM-19	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

GERENTE GENERAL/ASISTENTE DE OPERACIONES

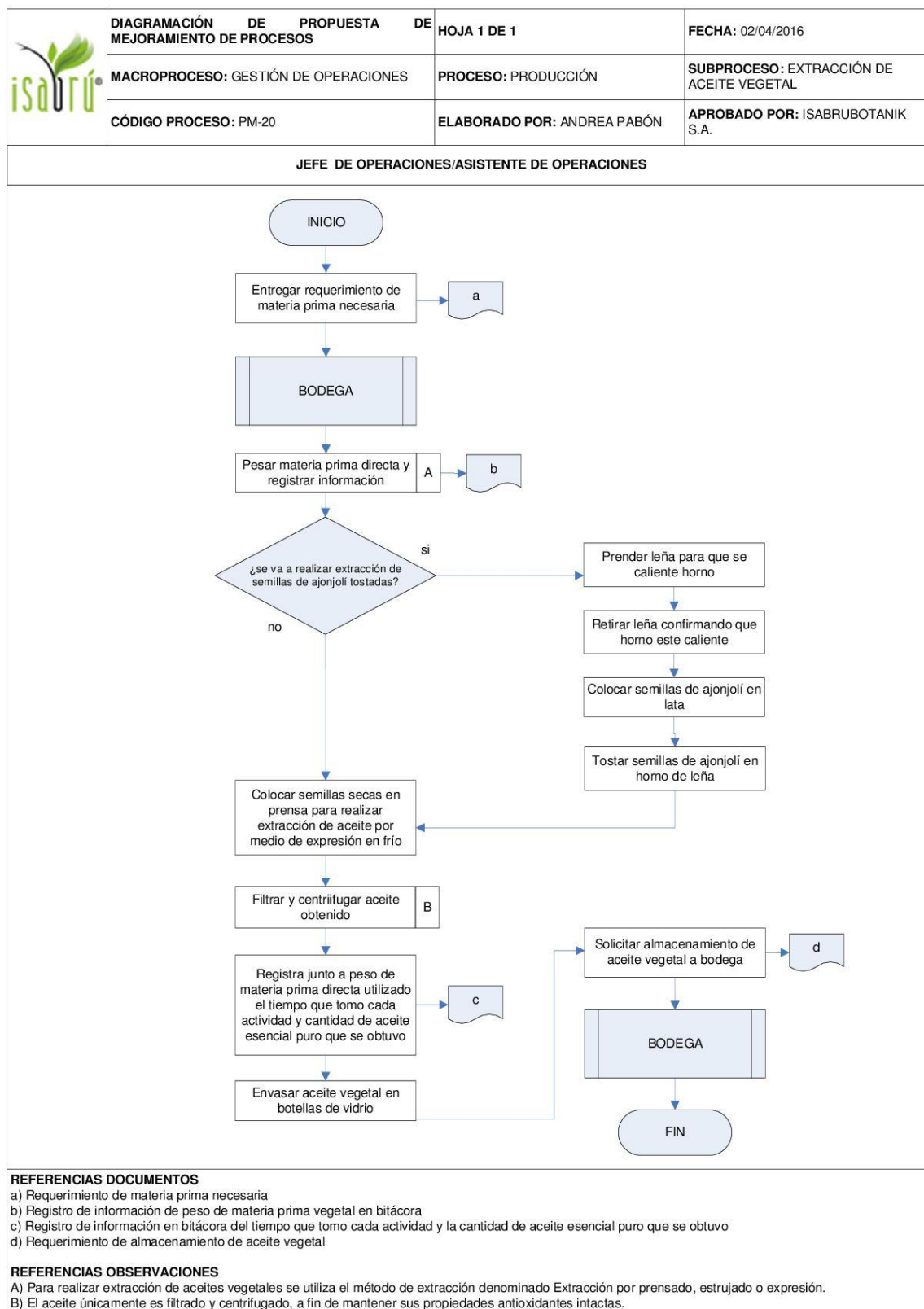



REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Registro de información de peso de materia prima vegetal en bitácora
 b) Registro de información en bitácora del tiempo que tomo cada actividad y la cantidad de aceite esencial puro que se obtuvo
 c) Requerimiento de almacenamiento de aceite esencial

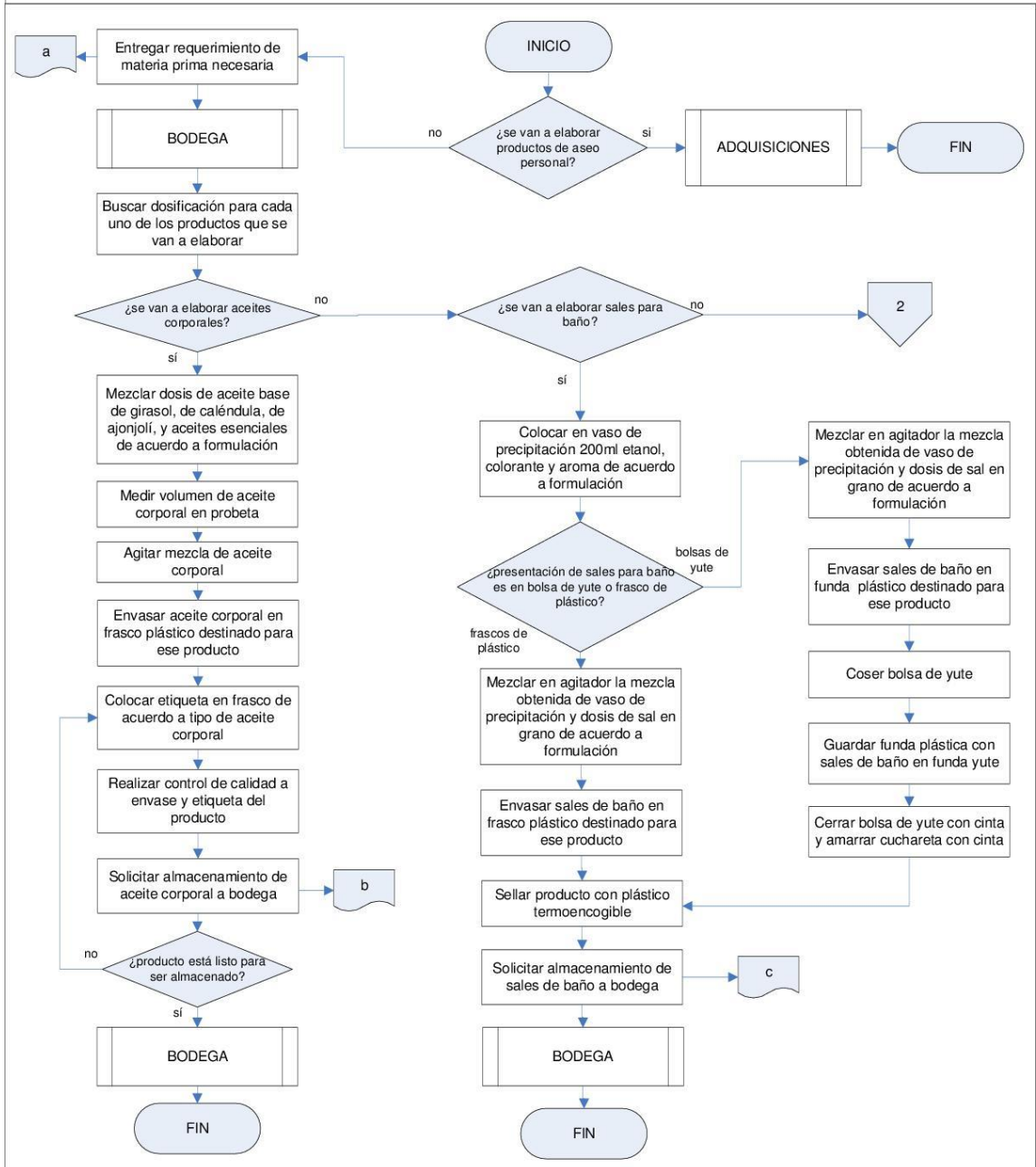
REFERENCIAS OBSERVACIONES

- A) Para realizar extracción de aceites esenciales se utiliza el método de extracción denominado Extracción por destilación.
 B) Dependiendo del tipo de planta a utilizar la extracción de aceite esencial es realizada por el gerente general o el asistente de producción, la complejidad de extracción es distinta, por ejemplo es de mayor dificultad realizar la extracción esencial de canela y clavo de olor.
 C) Caldero funciona con diesel.
 D) Cuando no hay servicio de agua potable se utiliza el agua de la cisterna con bomba para la destilación.
 E) En balde flota el aceite esencial y agua queda al fondo.
 F) Los frascos de vidrio grandes en los que se envasa el aceite esencial purificado es color ambar, los mismos son colocados en gavetas para proteger de la luz del sol.
 G) El agua de condensado, en función de sus cualidades, se guarda para elaborar desinfectantes para aplicar a los cultivos, y el material vegetal exhausto se incorpora a la producción de humus de lombrices para utilizar en tratamiento de cultivos orgánicos.



	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 4	FECHA: 02/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: PRODUCCIÓN	SUBPROCESO: OBTENCIÓN DE DERIVADOS
	CÓDIGO PROCESO: PM-21	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

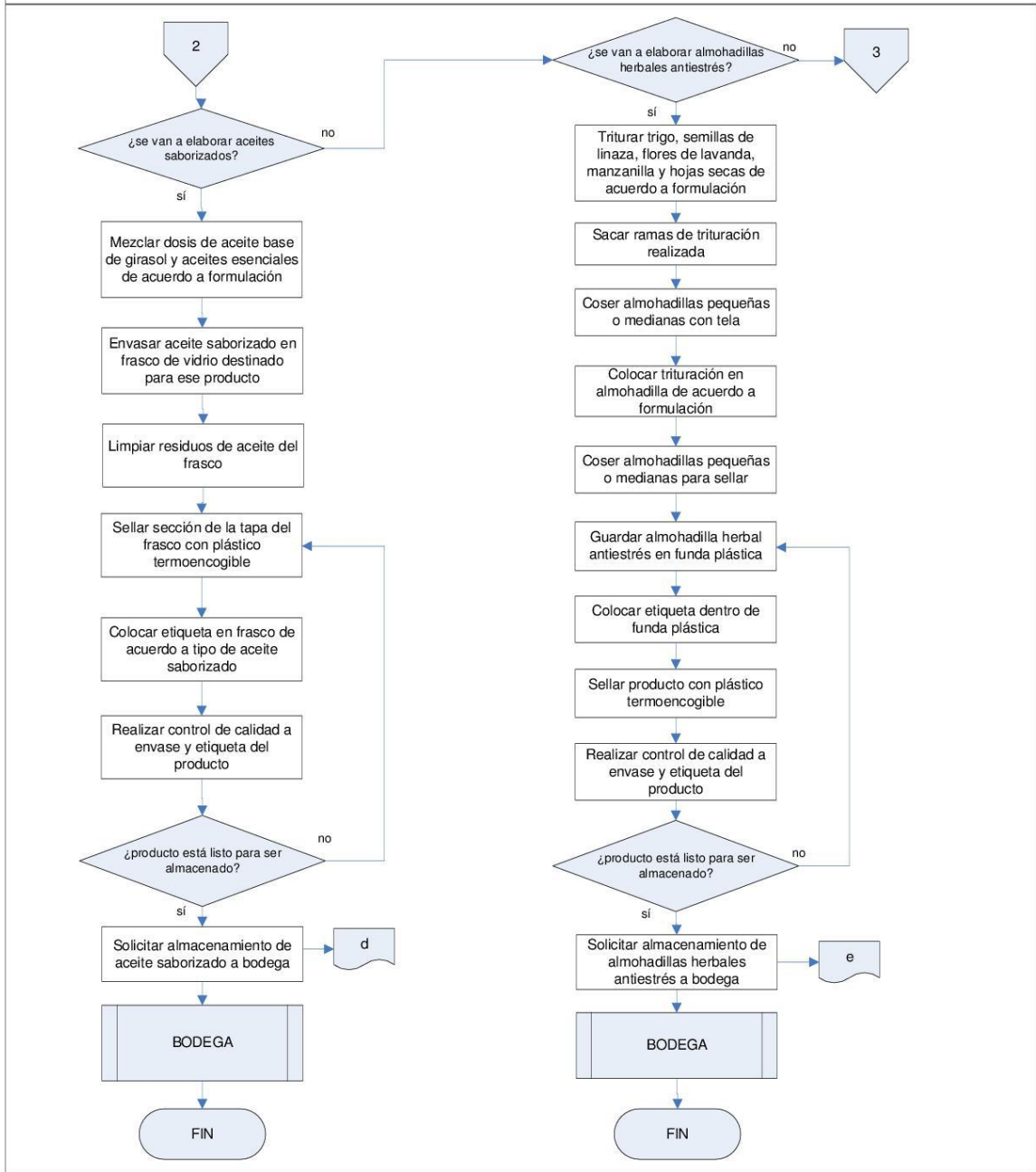
JEFE DE OPERACIONES/ASISTENTE DE OPERACIONES



- REFERENCIAS DOCUMENTOS**
- a) Requerimiento de materia prima necesaria
 - b) Solicitud de almacenamiento de aceite corporal a bodega
 - c) Solicitud de almacenamiento de sales de baño a bodega

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 2 DE 4	FECHA: 02/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: PRODUCCIÓN	SUBPROCESO: OBTENCIÓN DE DERIVADOS
	CÓDIGO PROCESO: PM-21	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE OPERACIONES/ASISTENTE DE OPERACIONES



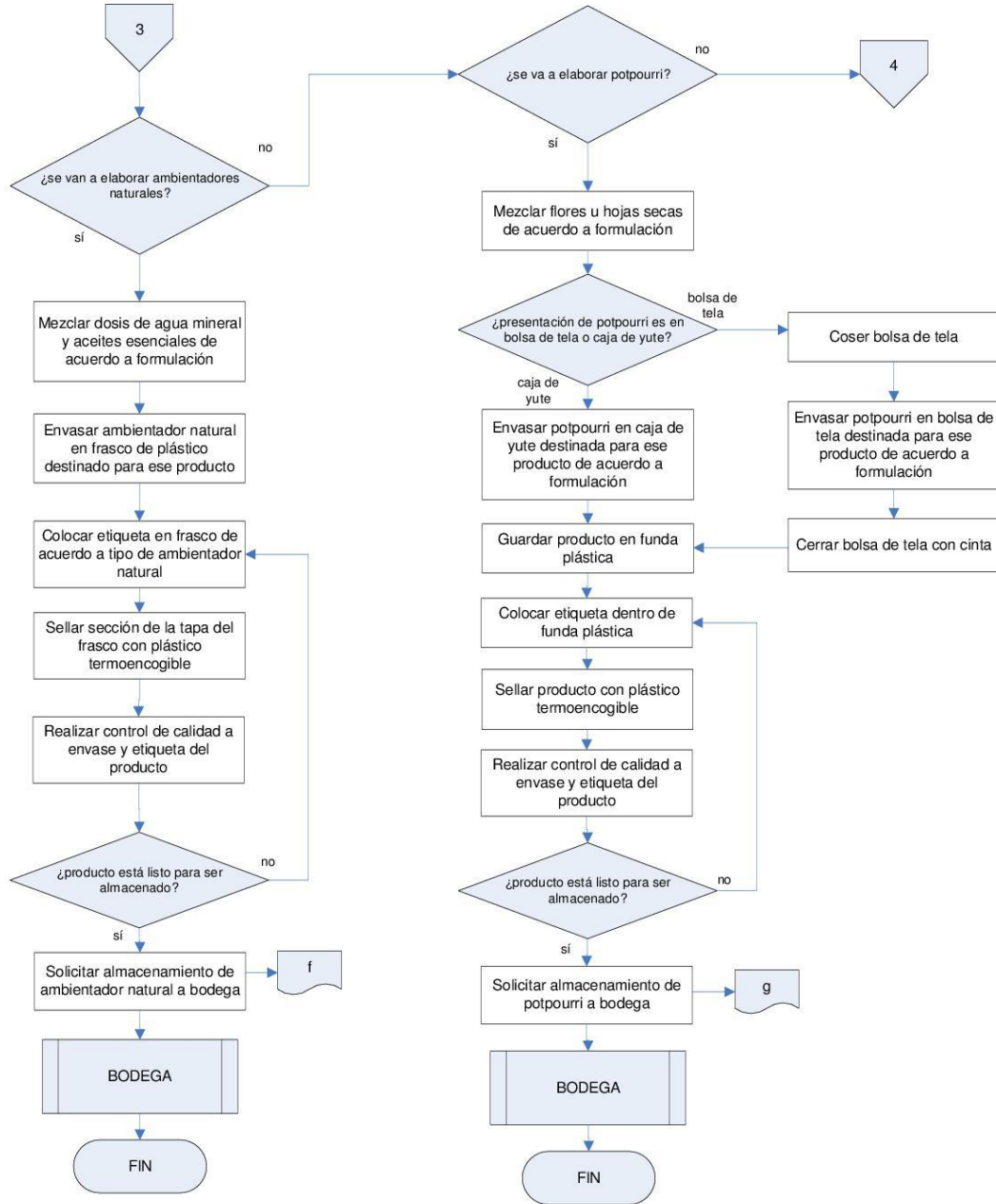
REFERENCIAS DOCUMENTOS

d) Solicitud de almacenamiento de aceite saborizado a bodega

e) Solicitud de almacenamiento de almohadillas herbales antiestrés a bodega


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 3 DE 4	FECHA: 02/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: PRODUCCIÓN	SUBPROCESO: OBTENCIÓN DE DERIVADOS
	CÓDIGO PROCESO: PM-21	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE OPERACIONES/ASISTENTE DE OPERACIONES

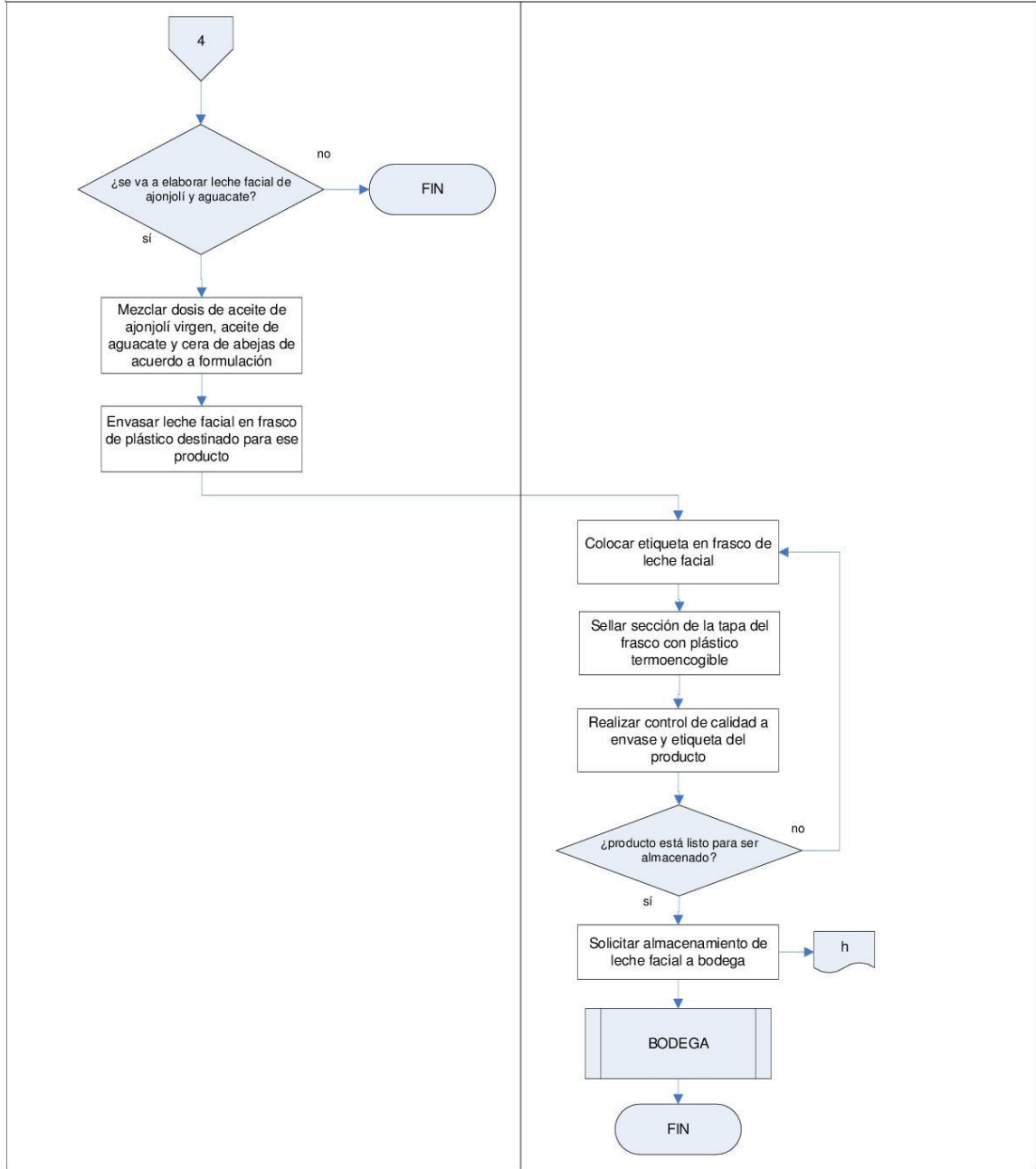


REFERENCIAS DOCUMENTOS


- f) Solicitud de almacenamiento de ambientador natural a bodega
- g) Solicitud de almacenamiento de potpourri a bodega

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 4 DE 4	FECHA: 02/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: PRODUCCIÓN	SUBPROCESO: OBTENCIÓN DE DERIVADOS
	CÓDIGO PROCESO: PM-21	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

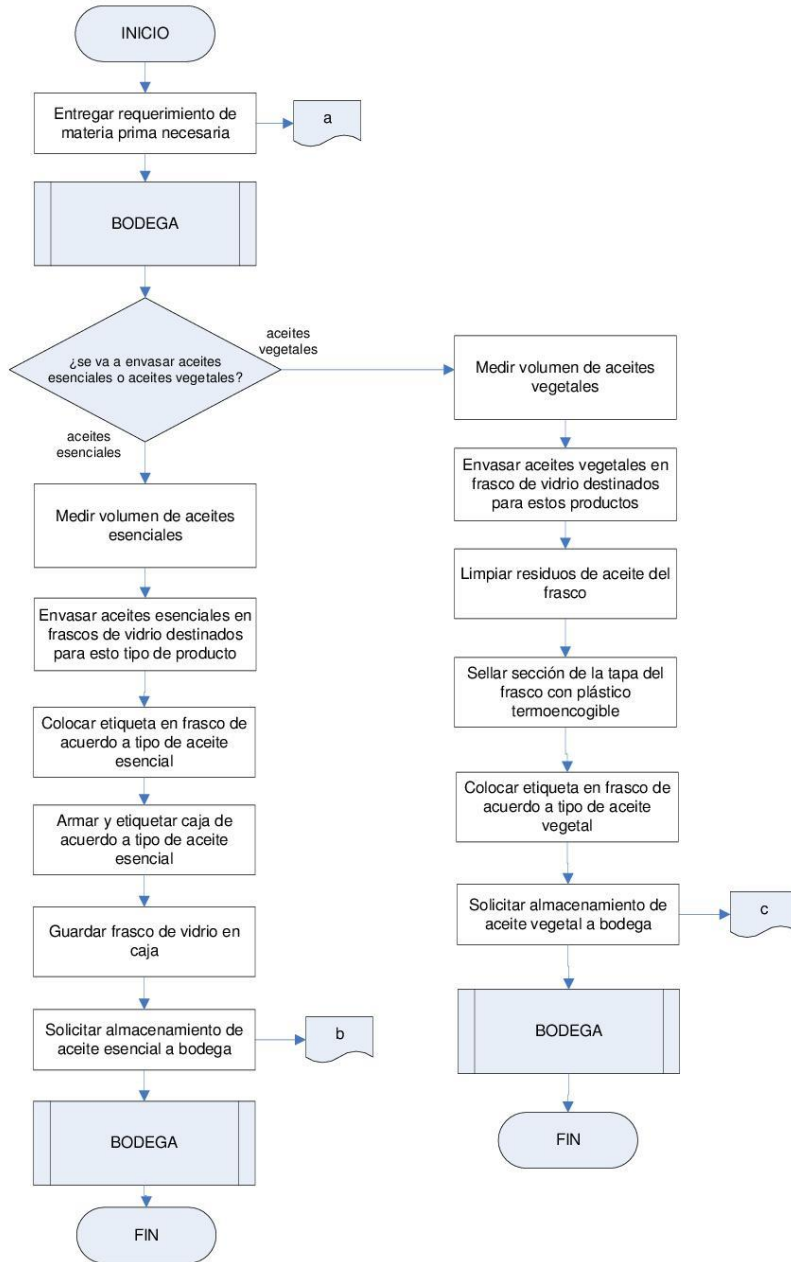
JEFE DE OPERACIONES/ASISTENTE DE OPERACIONES



REFERENCIAS DOCUMENTOS
 h) Solicitud de almacenamiento de leche facial a bodega

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 02/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: PRODUCCIÓN	SUBPROCESO: ENVASADO DE ACEITE ESENCIAL Y ACEITE VEGETAL
	CÓDIGO PROCESO: PM-22	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

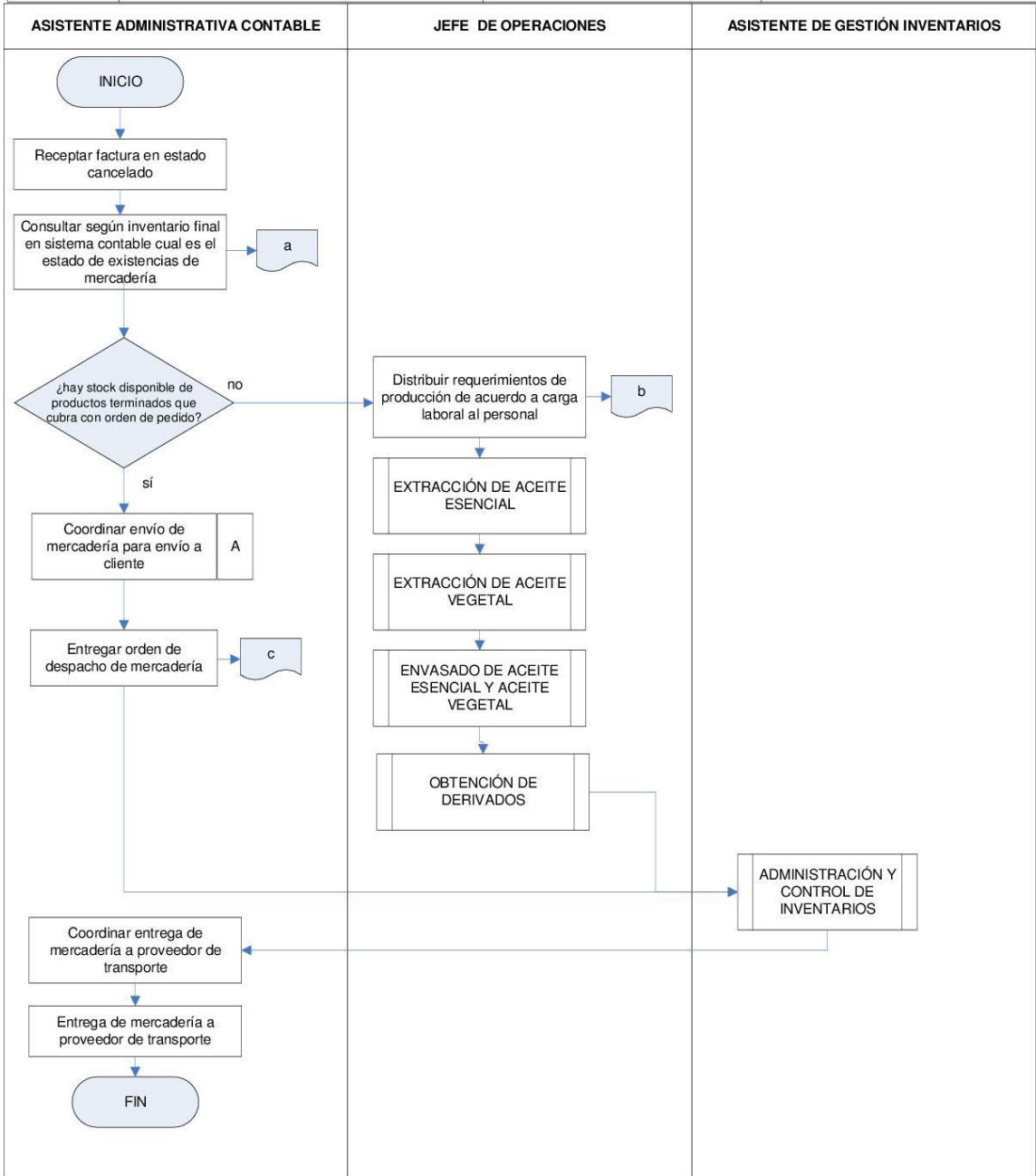
JEFE DE OPERACIONES/ASISTENTE DE OPERACIONES



REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Requerimiento de materia prima necesaria
- b) Solicitud de almacenamiento de aceite esencial a bodega
- c) Solicitud de almacenamiento de aceite vegetal a bodega

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: DESPACHO DE MERCADERÍA	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-23	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.



REFERENCIAS DOCUMENTOS

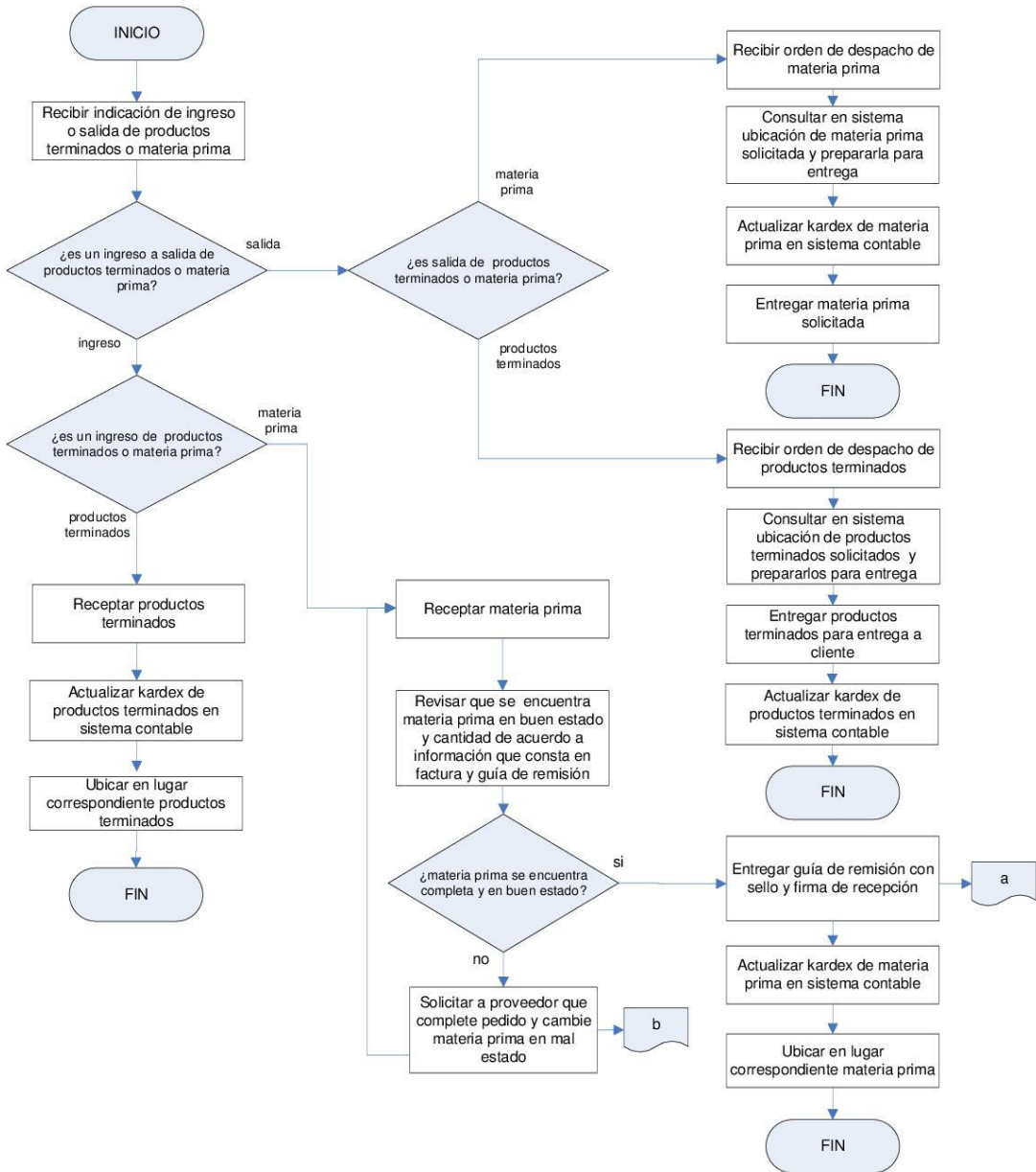
a) Reporte relacionado a estado de existencias de mercadería
 b) Requerimientos de producción
 c) Orden de despacho

REFERENCIA OBSERVACIONES

A) Se despacha mercadería solo días martes y jueves, para que no exista un valor de recargo por concepto de almacenamiento por parte de proveedor de servicio de transporte.

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE INVENTARIOS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-24	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

ASISTENTE DE GESTIÓN INVENTARIOS

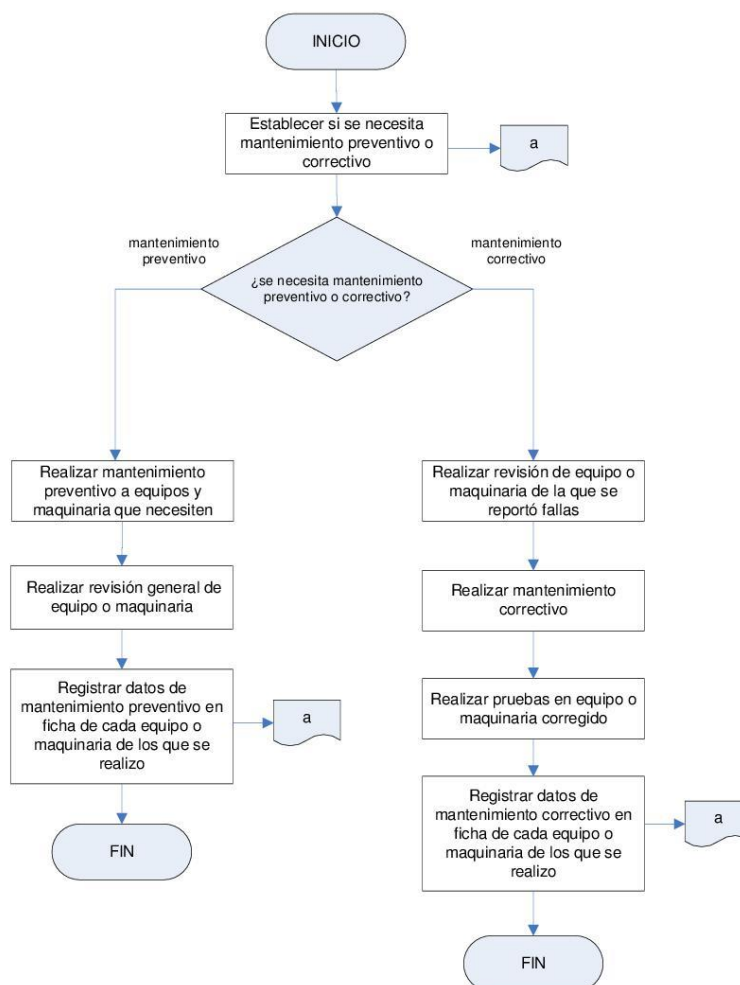


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Guía de remisión con sello y firma de recepción
- b) Solicitud a proveedor para completar pedido y cambiar materia prima en mal estado

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE OPERACIONES	PROCESO: MANTENIMIENTO PLANTA DE PRODUCCIÓN	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-25	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE OPERACIONES/ASISTENTE DE OPERACIONES



REFERENCIAS DOCUMENTOS

a) Ficha por cada equipo y maquinaria que se tiene en planta de producción

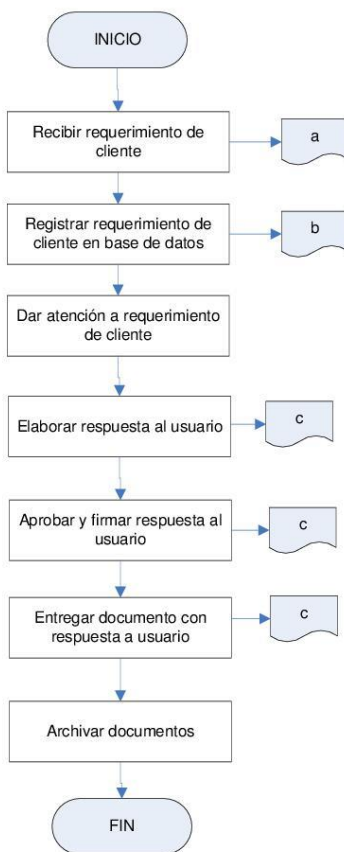
REFERENCIAS OBSERVACIONES

A) Se lleva un control de los mantenimientos preventivos y correctivos realizados en ficha que se maneja para cada uno de los equipos y maquinaria

B) Los datos que se ingresan en las fichas son fecha, nombre de responsable de mantenimiento y revisión, tipo de mantenimiento y detalle de mantenimiento realizado


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: CUSTOMER EXPERIENCE	PROCESO: ATENCIÓN DE REQUERIMIENTOS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-26	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

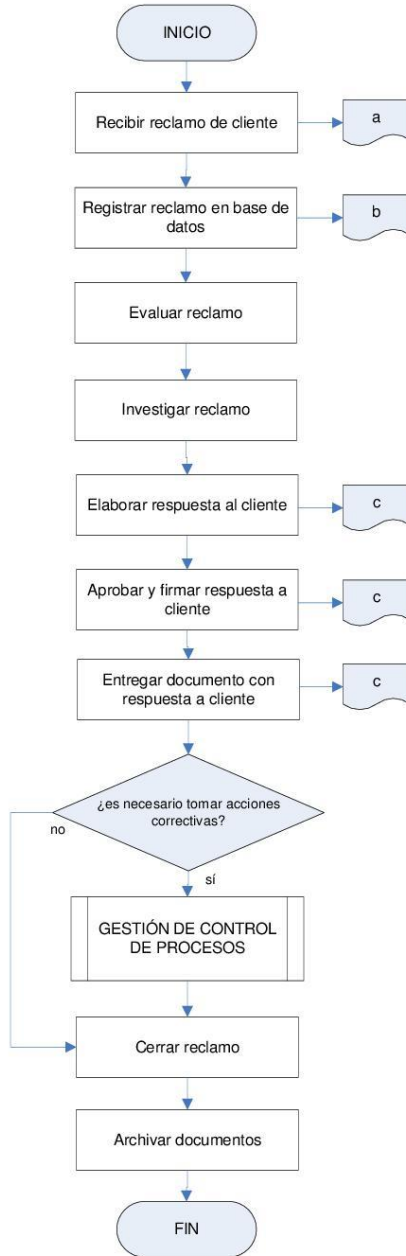


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Requerimiento de cliente
- b) Matriz de requerimientos de clientes
- c) Documento con respuesta a usuario

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: CUSTOMER EXPERIENCE	PROCESO: ADMINISTRACIÓN DE RECLAMOS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-27	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

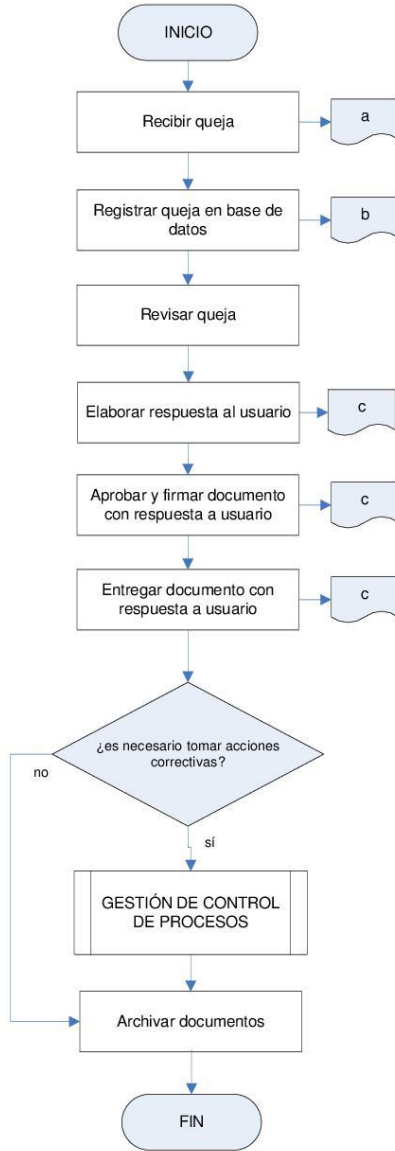


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Reclamo
- b) Matriz de reclamos
- c) Documento con respuesta a cliente

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: CUSTOMER EXPERIENCE	PROCESO: GESTIÓN DE QUEJAS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-28	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING

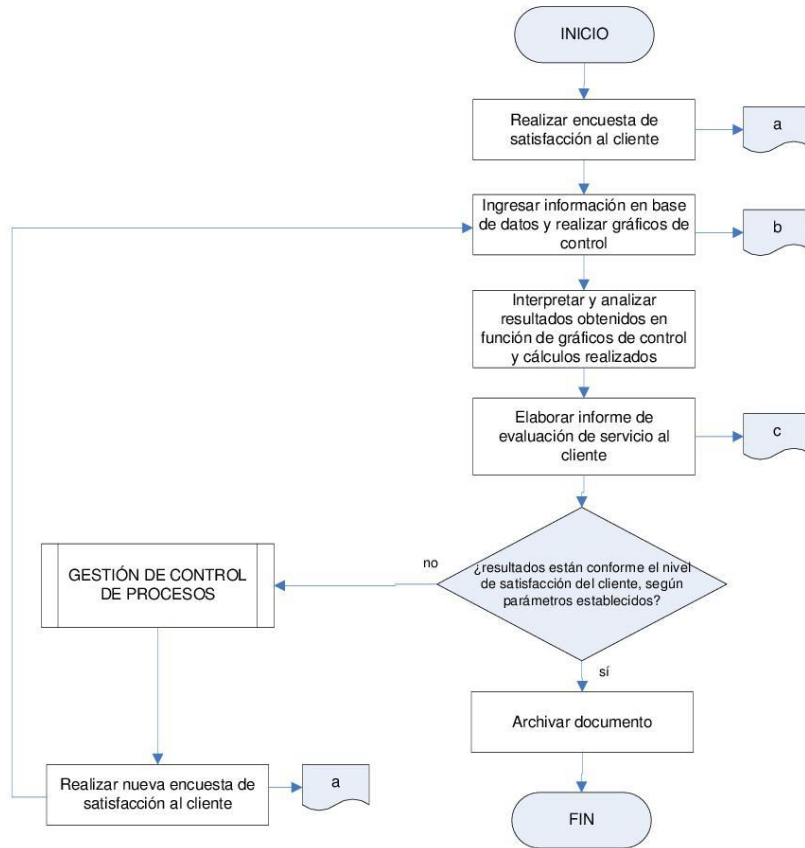


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Queja
- b) Matriz de quejas
- c) Documento con respuesta a usuario

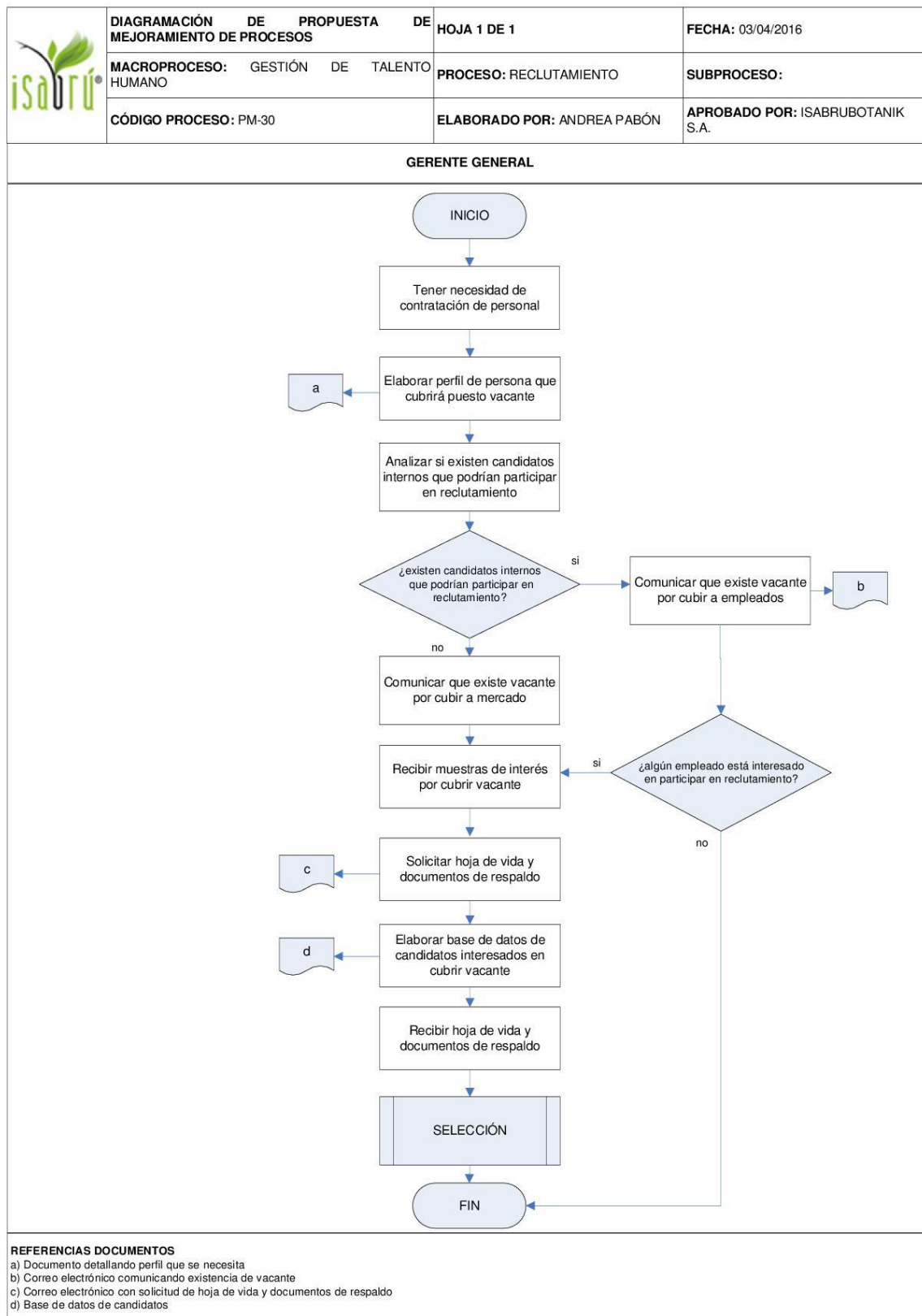
	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	DE HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: CUSTOMER EXPERIENCE	PROCESO: EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-29	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE DE MARKETING



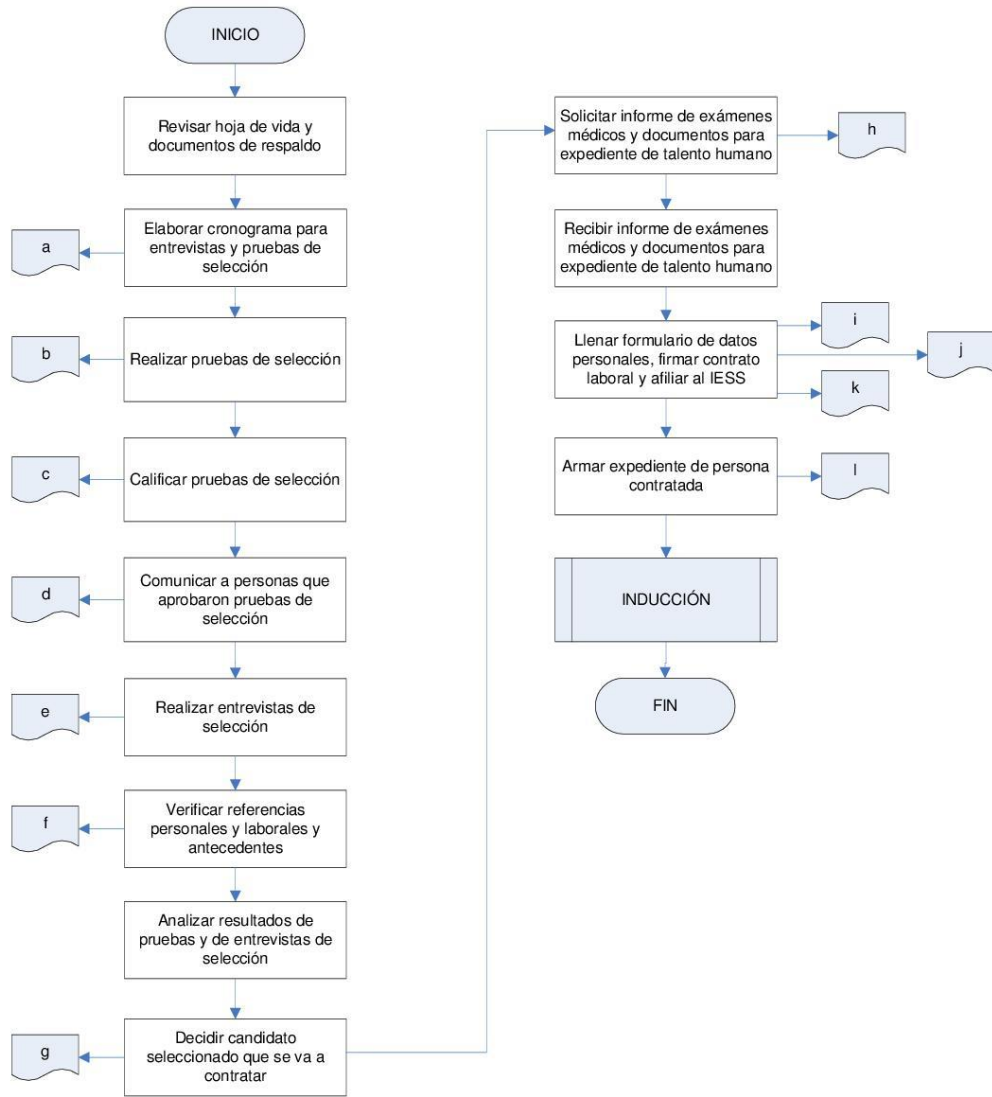
REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Encuesta de satisfacción
- b) Matriz de evaluación de la satisfacción
- c) Informe de evaluación de la satisfacción



	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: SELECCIÓN	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-31	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

GERENTE GENERAL



REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Cronograma para entrevistas y pruebas de selección
- b) Pruebas de selección
- c) Cuadro con calificaciones de pruebas de selección
- d) Correo electrónico comunicando resultados pruebas de selección
- e) Informe de entrevistas de selección
- f) Informe de verificación de referencias y antecedentes
- g) Informe de selección de candidato a contratar
- h) Solicitud de exámenes médicos y documentos para expediente de talento humano
- i) Formulario de datos personales
- j) Contrato laboral
- k) Aviso de entrada IESS
- l) Expediente de talento humano


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: INDUCCIÓN	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-32	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

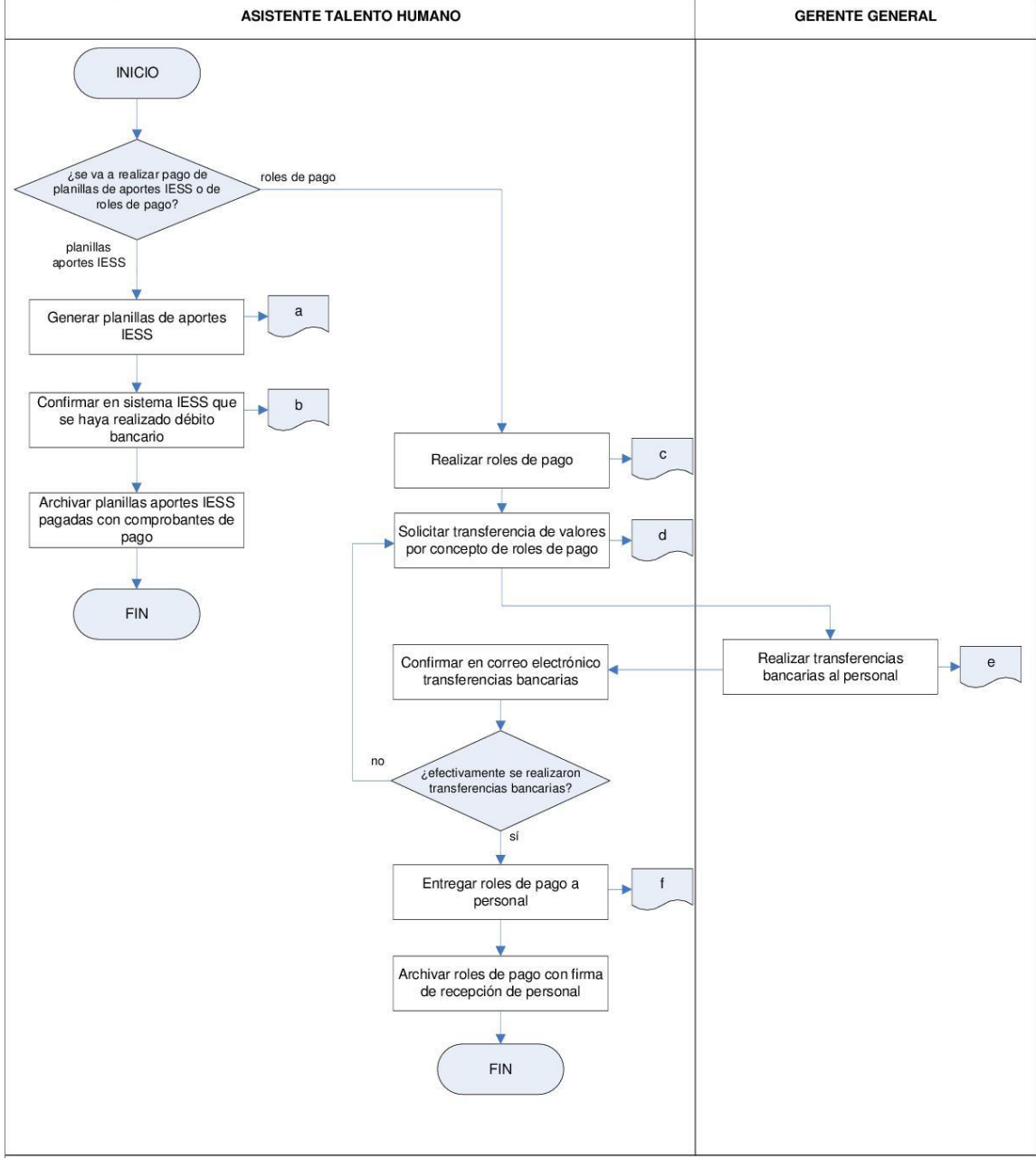
GERENTE GENERAL




REFERENCIAS DOCUMENTOS

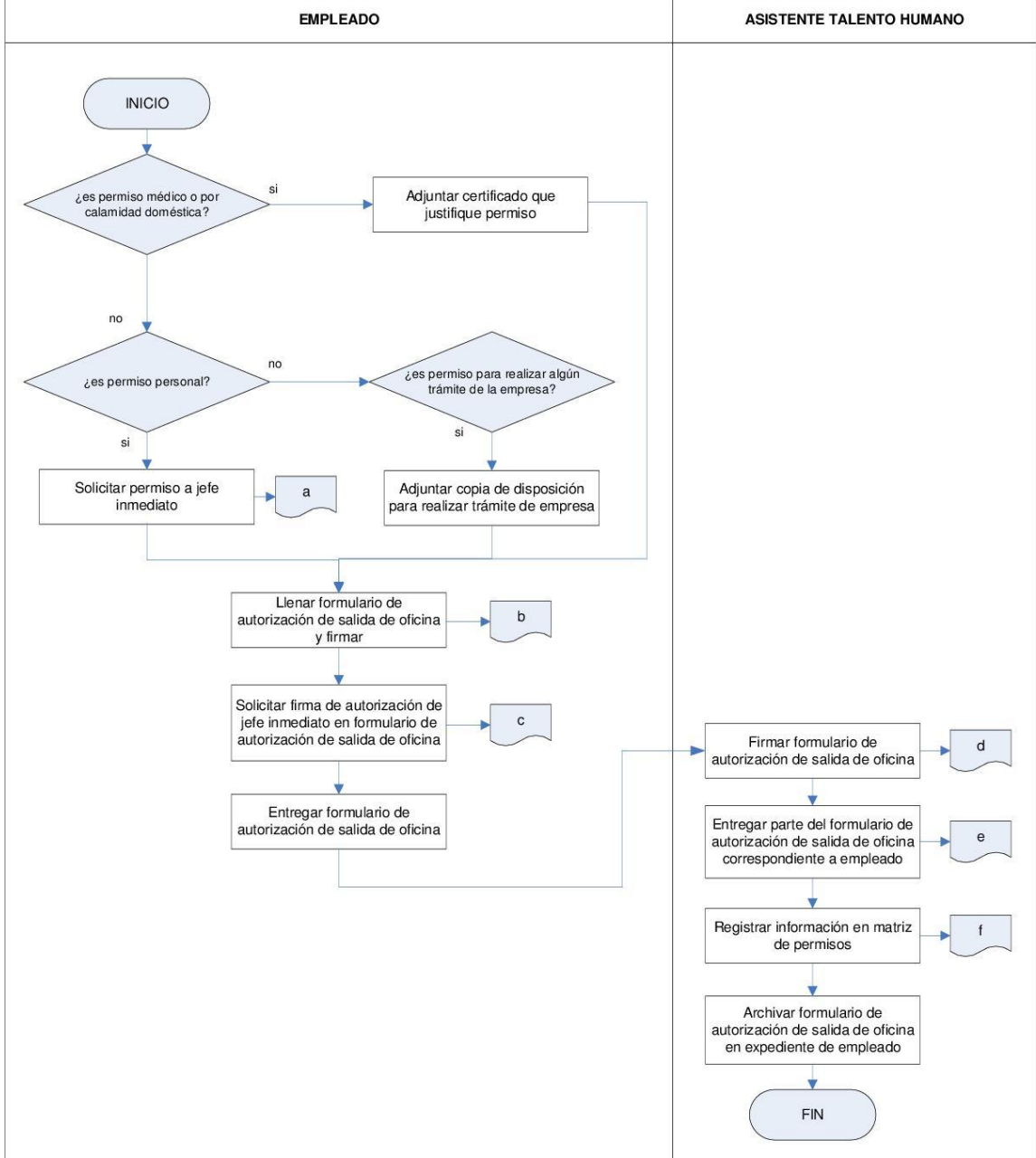
- a) Folleto con información general de la compañía
- b) Folleto con requerimientos del cargo
- c) Folleto con normas de seguridad de empresa
- d) Credencial de empresa

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	DE HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: ADMINISTRACIÓN DE NÓMINA	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-33	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.



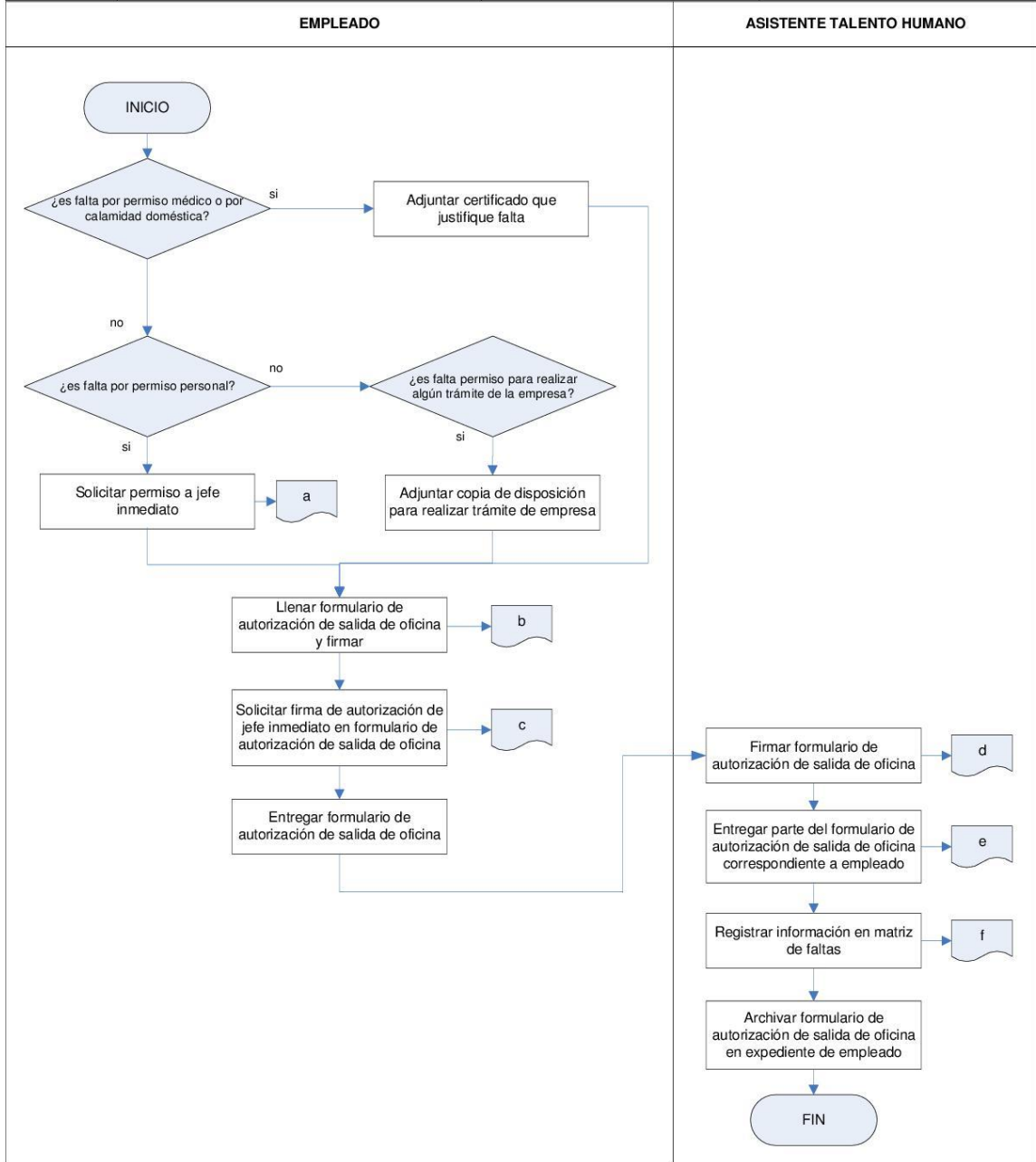
- REFERENCIAS DOCUMENTOS**
- a) Planillas de aportes IESS
 - b) Imagen de confirmación de débito bancario
 - c) Roles de pago
 - d) Solicitud de transferencia de valores
 - e) Comprobantes de transferencias de pago
 - f) Roles de pago con firma de personal

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: PERMISOS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-34	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.




- REFERENCIAS DOCUMENTOS**
- a) Correo electrónico con solicitud de permiso
 - b) Formulario de autorización de salida de oficina firmado por empleado
 - c) Formulario de autorización de salida de oficina firmado por jefe inmediato
 - d) Formulario de autorización de salida de oficina firmado por asistente de talento humano
 - e) Parte de formulario de autorización de salida de oficina correspondiente a empleado
 - f) Matriz de permisos

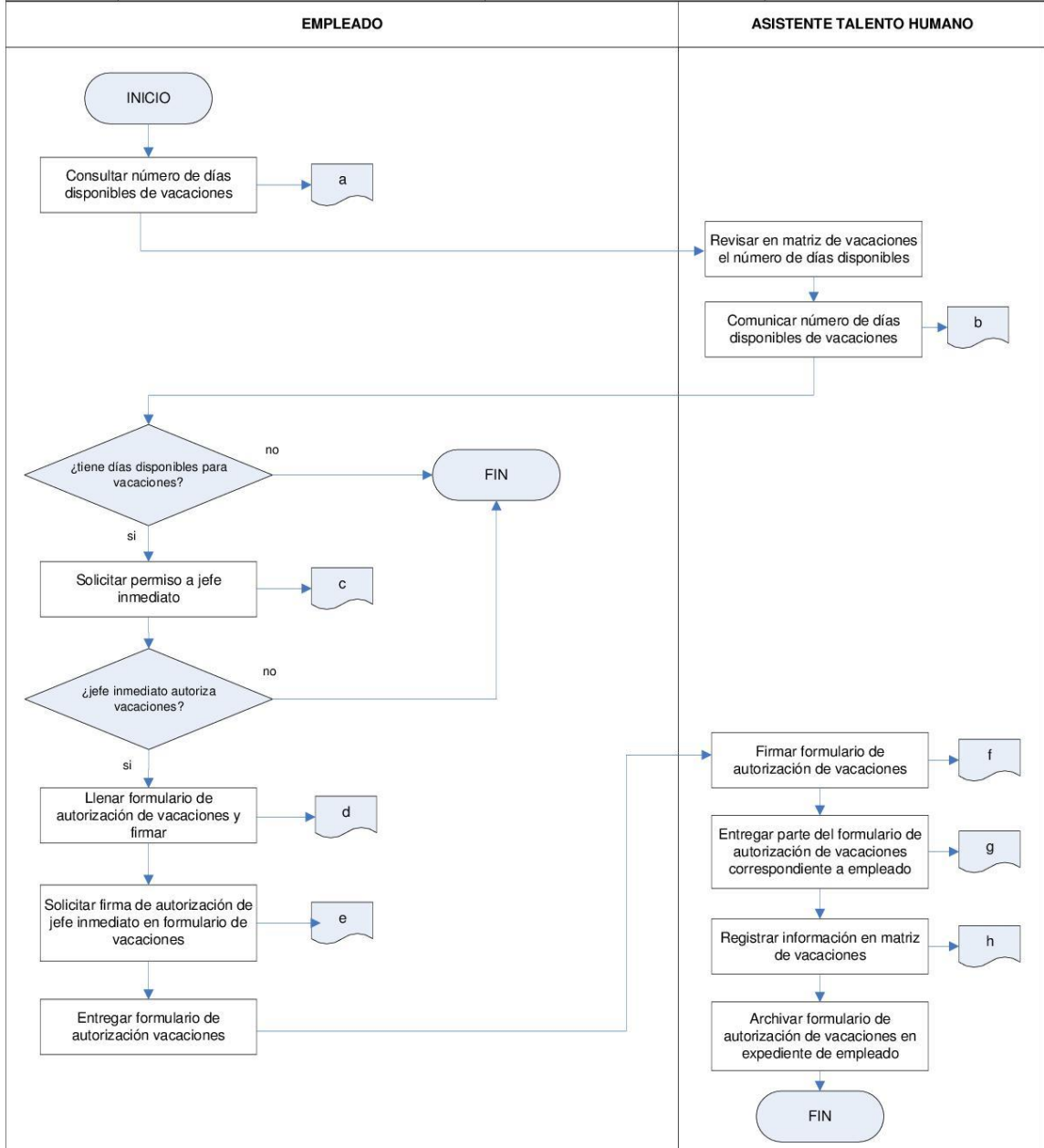
	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: FALTAS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-35	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.



REFERENCIAS DOCUMENTOS

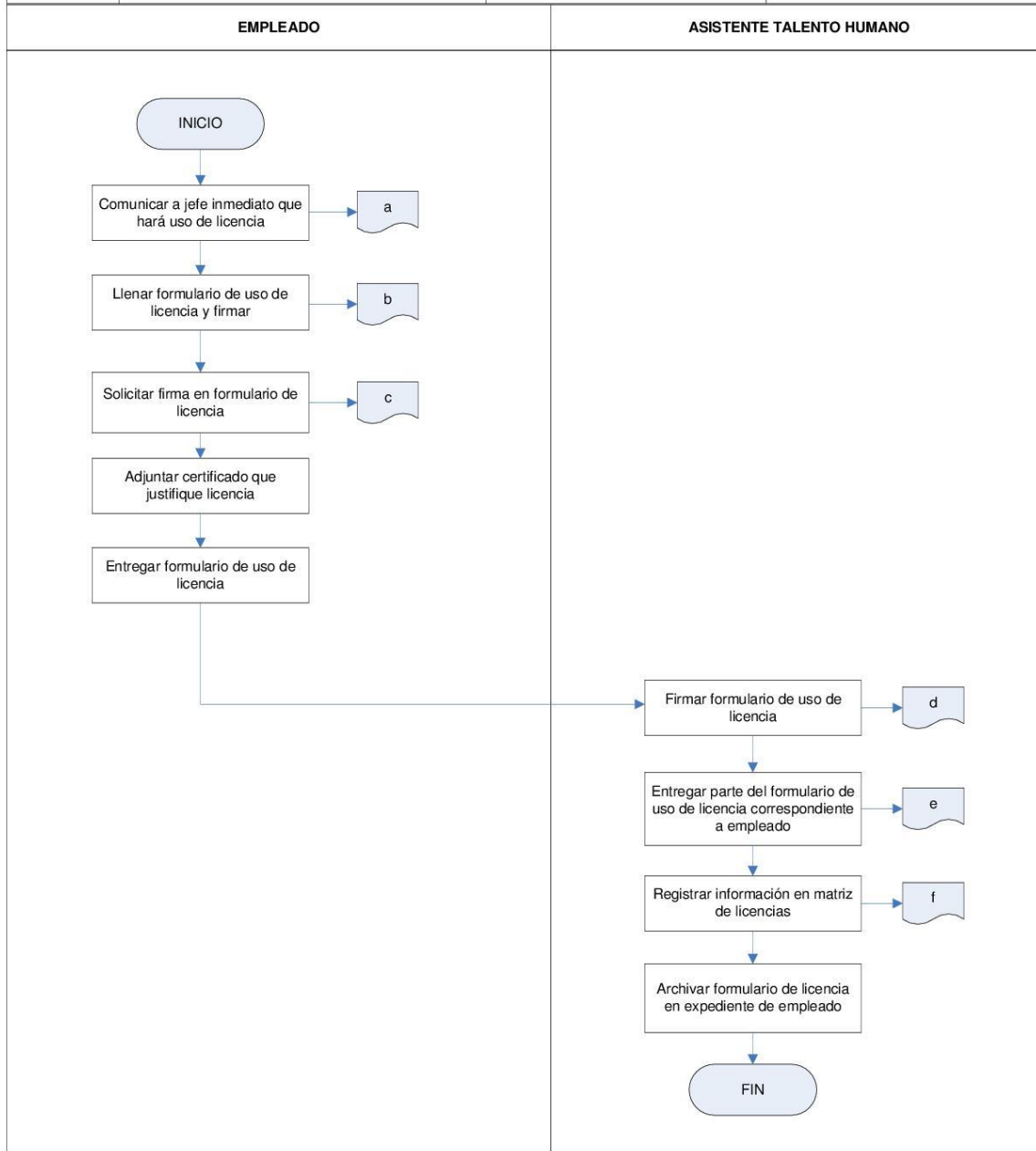
- a) Correo electrónico con solicitud de permiso
- b) Formulario de autorización de salida de oficina firmado por empleado
- c) Formulario de autorización de salida de oficina firmado por jefe inmediato
- d) Formulario de autorización de salida de oficina firmado por asistente de talento humano
- e) Parte de formulario de autorización de salida de oficina correspondiente a empleado
- f) Matriz de faltas

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: VACACIONES	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-36	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.



REFERENCIAS DOCUMENTOS a) Correo electrónico con consulta de número de días disponibles de vacaciones b) Correo electrónico comunicando número de días disponibles de vacaciones c) Correo electrónico con solicitud de autorización de vacaciones d) Formulario de autorización de vacaciones firmado por empleado e) Formulario de autorización de vacaciones firmado por jefe inmediato f) Formulario de autorización de vacaciones firmado por asistente de talento humano g) Parte de formulario de autorización de vacaciones correspondiente a empleado h) Matriz de vacaciones

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: LICENCIAS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-37	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

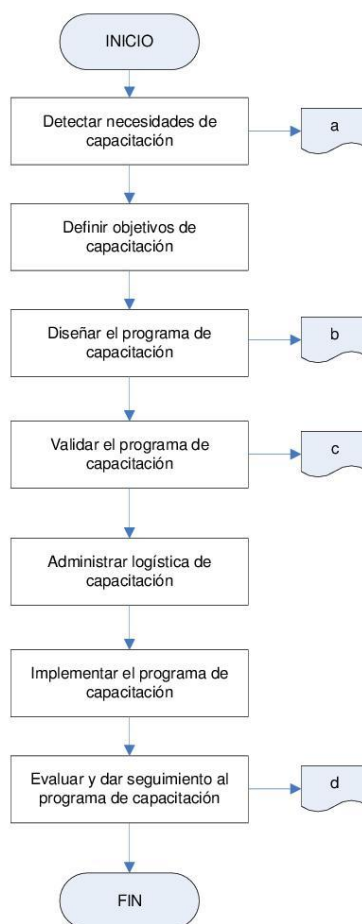


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Correo electrónico comunicando que hará uso de licencia
- b) Formulario de uso de licencia firmado por empleado
- c) Formulario de uso de licencia firmado por jefe inmediato
- d) Formulario de uso de licencia firmado por asistente de talento humano
- e) Parte de formulario de uso de licencia correspondiente a empleado
- h) Matriz de licencias


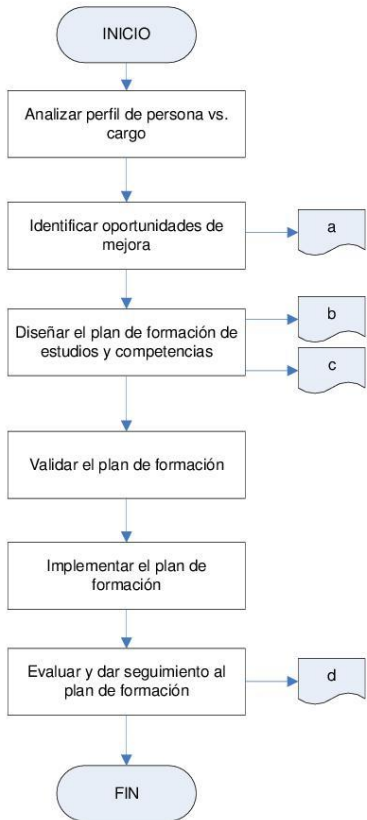
	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: CAPACITACIÓN	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-38	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

ASISTENTE TALENTO HUMANO



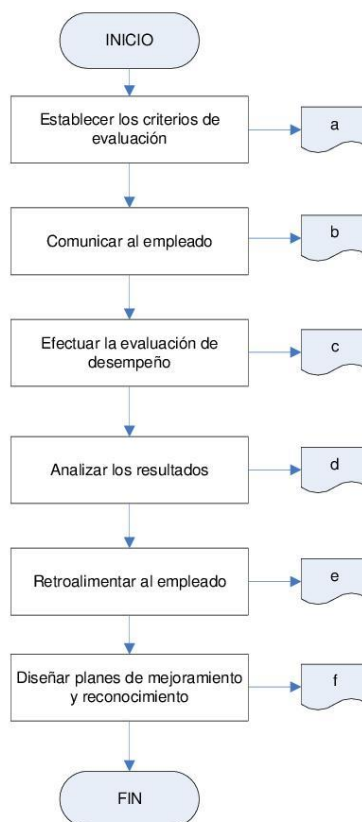
REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento identificando necesidades de capacitación
- b) Propuesta de programa de capacitación
- c) Programa de capacitación validado
- d) Resultados de evaluación y seguimiento de programa de capacitación

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 06/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: DESARROLLO DEL PERSONAL	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-39	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.
ASISTENTE TALENTO HUMANO			
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[Analizar perfil de persona vs. cargo] A --> B[Identificar oportunidades de mejora] B --> A1[a] B --> C[Diseñar el plan de formación de estudios y competencias] C --> B1[b] C --> C1[c] C --> D[Validar el plan de formación] D --> E[Implementar el plan de formación] E --> F[Evaluar y dar seguimiento al plan de formación] F --> F1[d] F --> FIN([FIN]) </pre>			
REFERENCIAS DOCUMENTOS a) Documento identificando oportunidades de mejora b) Plan de formación de estudios y competencias c) Convenio universidades, institutos, empresas de capacitación d) Resultados de evaluación y seguimiento de plan de formación			


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 03/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	PROCESO: EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-40	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

ASISTENTE TALENTO HUMANO

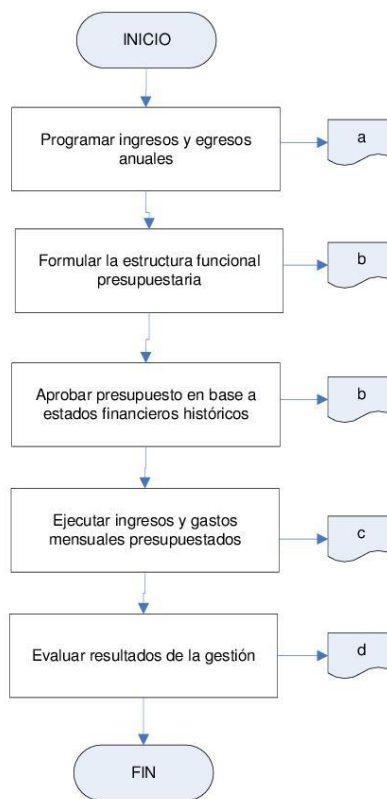


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Documento identificando criterios de evaluación
- b) Correo electrónico comunicando que se realizará evaluación de desempeño
- c) Informe de evaluación de desempeño
- d) Informe de análisis de resultados de evaluación de desempeño
- e) Documento de retroalimentación a empleado con compromisos acordados
- f) Documento planes de mejoramiento y reconocimiento


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA	PROCESO: GESTIÓN FINANCIERA	SUBPROCESO: PRESUPUESTO
	CÓDIGO PROCESO: PM-41	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO

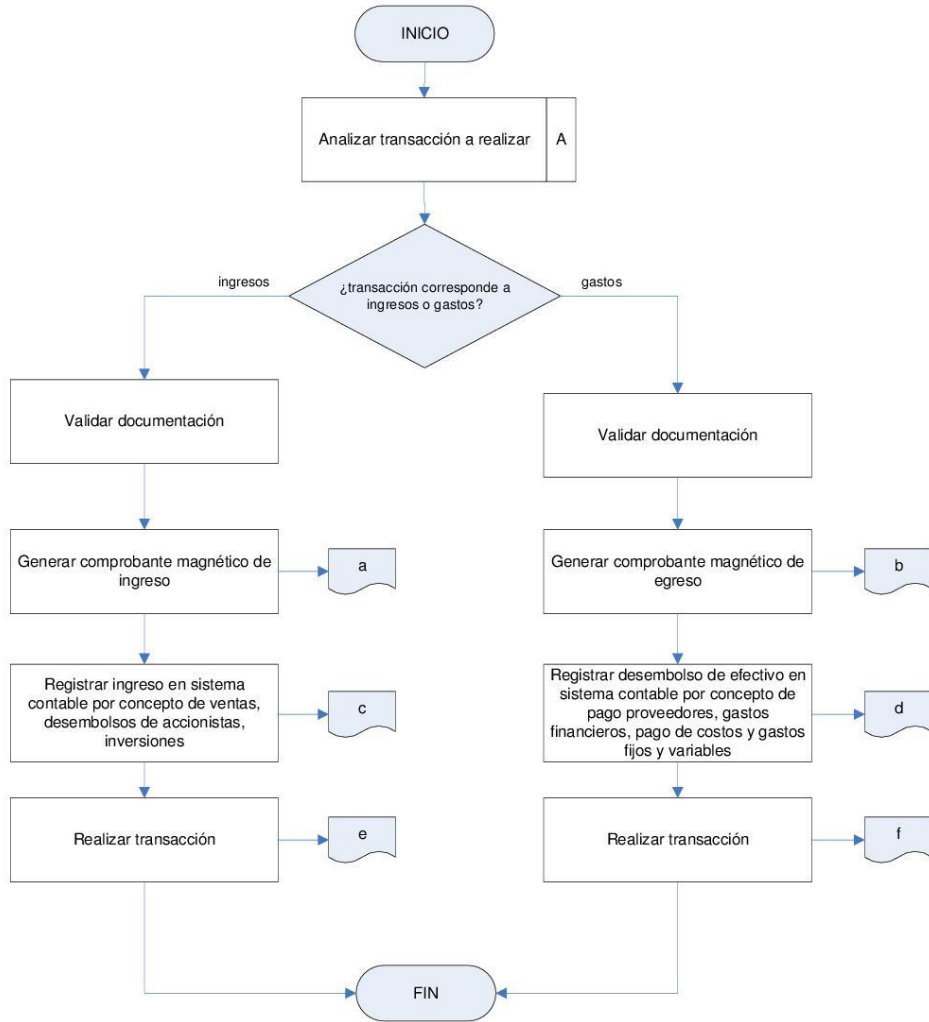


REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Programación anual ingresos y egresos
- b) Documento con estructura funcional presupuestaria
- c) Informe de ejecución de ingresos y gastos mensuales presupuestados
- d) Informe de evaluación de resultados de la gestión

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA	PROCESO: GESTIÓN FINANCIERA	SUBPROCESO: TESORERIA
	CÓDIGO PROCESO: PM-42	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO




REFERENCIAS DOCUMENTOS

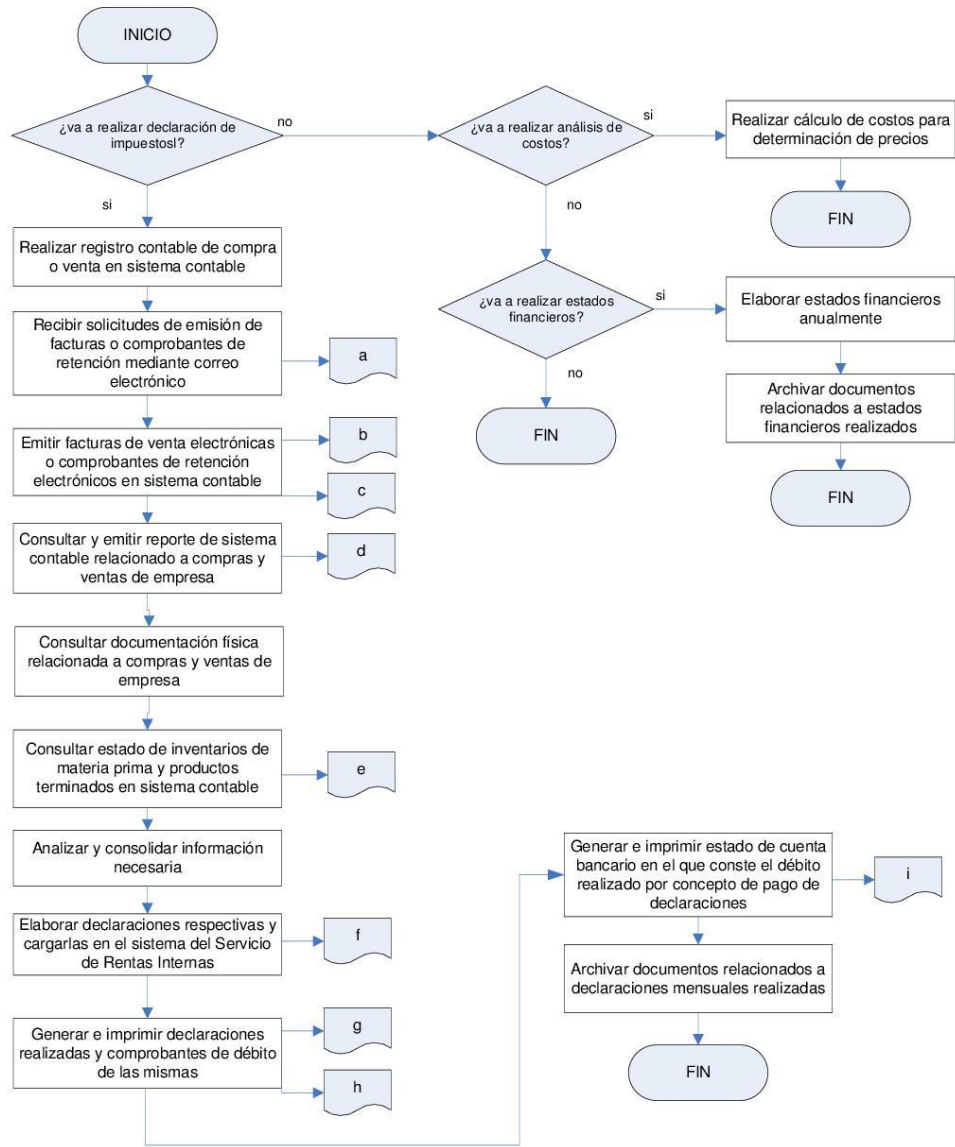
- a) Comprobante magnético de ingreso
- b) Comprobante magnético de egreso
- c) Registro de ingreso en sistema contable
- d) Registro de egreso en sistema contable
- e) Comprobante de transacción de ingreso realizado
- f) Comprobante de transacción de egreso realizado

REFERENCIAS OBSERVACIONES

A) Las transacciones que se realizan en este proceso se efectúan a partir de la cuenta de caja o bancos.


	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA	PROCESO: GESTIÓN FINANCIERA	SUBPROCESO: CONTABILIDAD
	CÓDIGO PROCESO: PM-43	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

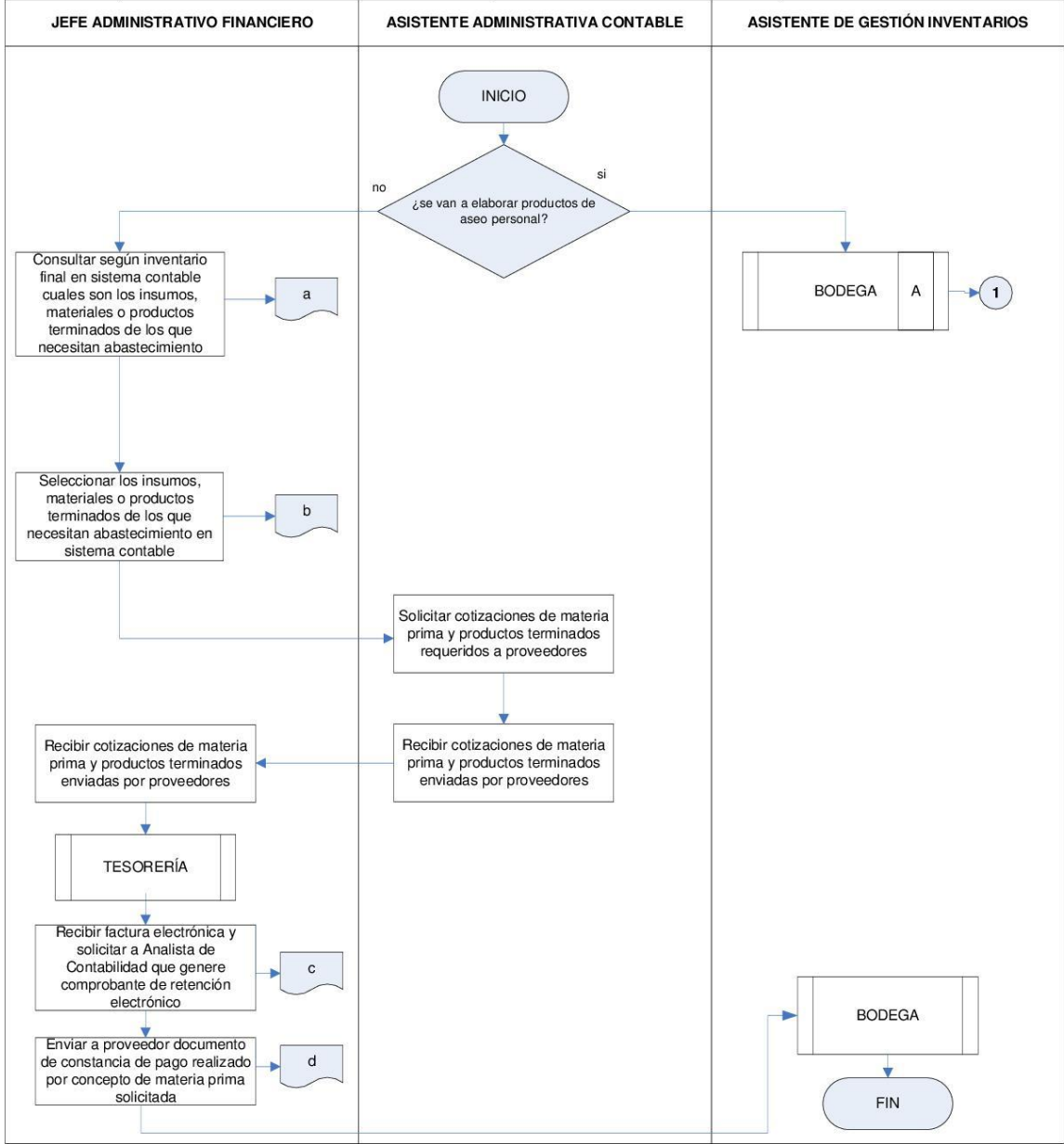
ANALISTA DE CONTABILIDAD



REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Correo electrónico de solicitudes de emisión de facturas o comprobantes de retención
- b) Factura de venta electrónica
- c) Comprobantes de retención electrónico
- d) Reporte de sistema contable con información relacionada a compras y ventas de empresa
- e) Reporte de estado de inventarios finales de materia prima y productos terminados
- f) Documentación física relacionada a compras y ventas de empresa
- g) Declaraciones realizadas
- h) Comprobante de débito de declaración de impuestos
- i) Estado de cuenta bancario

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 02/04//2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA	PROCESO: ADQUISICIONES	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-44	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.



REFERENCIAS DOCUMENTOS

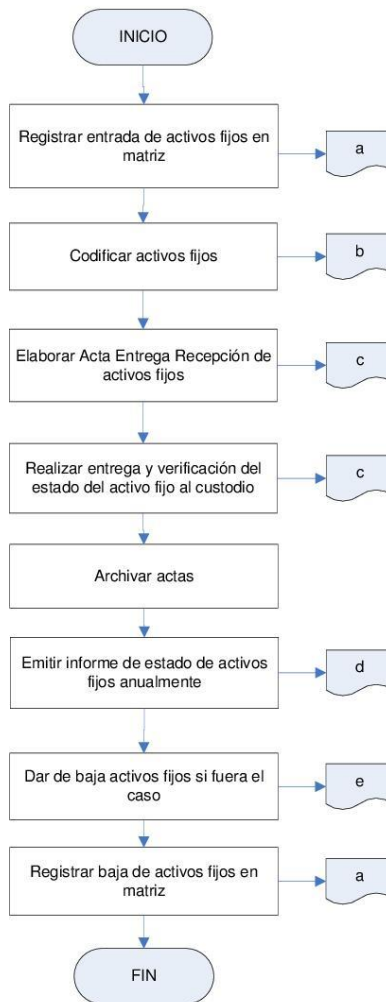
- a) Reporte de inventario de materia prima y productos terminados
- b) Documento con detalle de insumos, materiales o productos terminados que se deben adquirir
- c) Factura en formato digital
- d) Documento de constancia de pago realizado

REFERENCIAS OBSERVACIONES

A) Los únicos productos terminados que se adquieren son los productos de aseo personal, mismos que son elaborados por una casa farmacéutica (son jabón líquido y gel antibacterial), para dicha elaboración se entrega al proveedor aceites esenciales de árbol de te, lavanda, hierba buena, eucalipto, hierba luisa, canela y naranja.

	DIAGRAMACIÓN DE PROPUESTA MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE	HOJA 1 DE 1	FECHA: 07/04/2016
	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA	PROCESO: GESTIÓN DE ACTIVOS FIJOS	SUBPROCESO:
	CÓDIGO PROCESO: PM-45	ELABORADO POR: ANDREA PABÓN	APROBADO POR: ISABRUBOTANIK S.A.

JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO



REFERENCIAS DOCUMENTOS

- a) Matriz de activos fijos
- b) Etiqueta con código de barras
- c) Acta de Entrega - Recepción de activos fijos
- d) Informe anual de estado de activos fijos
- e) Documento mediante el cual se da de baja activos fijos

Anexo 6: Indicadores de Gestión

PROPUESTA DE APLICACIÓN DE INDICADORES

No.	MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	CÓD.	INDICADOR RELEVANTE	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA	RESPONSABLE	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE DE CAPTURA DE DATOS	NIVELES BASE
1	Gestión de la planificación			PM-1	Cumplimiento de metas	Cumplimiento de metas con respecto al total de metas formuladas	$(\text{Metas cumplidas}/\text{Metas formuladas}) * 100$	Gerente General	Anual	Porcentaje	Evaluación del Gerente General	100% normal < 100% fuera de estándar
2	Gestión de control de procesos			PM-2	Ejecución acciones preventivas y/o correctivas	Ejecución acciones preventivas y/o correctivas con respecto al total de acciones preventivas y/o correctivas establecidas	$(\text{Acciones preventivas y/o correctivas ejecutadas}/\text{Acciones preventivas y/o correctivas establecidas}) * 100$	Gerente General	Trimestral	Porcentaje	Evaluación del Gerente General	100% normal < 100% fuera de estándar
3	Gestión Marketing	Segmentación de mercado		PM-3	Calidad en segmentación	Cantidad de segmentos clasificados con criterios incorrectos respecto a total de segmentos clasificados	$(\text{Cantidad de segmentos clasificados con criterios incorrectos}/\text{Cantidad de segmentos clasificados}) * 100$	Jefe de Marketing	Al inicio de actividades de empresa	Porcentaje	Evaluación del Jefe de Marketing	0% normal > 0% fuera de estándar
4		Selección de mercado		PM-4	Calidad en selección de mercado	Cantidad de segmentos seleccionados incorrectamente respecto a total de segmentos seleccionados	$(\text{Cantidad de segmentos seleccionados incorrectamente}/\text{Cantidad de segmentos seleccionados}) * 100$	Jefe de Marketing	Al inicio de actividades de empresa	Porcentaje	Evaluación del Jefe de Marketing	0% normal > 0% fuera de estándar
5		Posicionamiento de mercado		PM-5	Cuota de mercado	Venta de unidades por la empresa con respecto al total de unidades en el mercado	$(\text{Unidades vendidas por la empresa en el mercado}/\text{Total de unidades vendidas en el mercado}) * 100$	Jefe de Marketing	Trimestral	Porcentaje	Evaluación del Jefe de Marketing	100% normal < 100% fuera de estándar
6		Desarrollo de productos		PM-6	Aceptación productos nuevos desarrollados	Cantidad de productos nuevos aceptados por mercado con respecto al total de productos nuevos desarrollados	$(\text{Productos nuevos creados}/\text{Productos nuevos aceptados por mercado}) * 100$	Jefe de Marketing	Mensual	Porcentaje	Evaluación del Jefe de Marketing	100% normal < 100% fuera de estándar
7		Investigación de mercados		PM-7	Muestra representativa	Cantidad de datos seleccionados con respecto a total de datos que se deben tomar en cuenta como muestra representativa	$(\text{Cantidad de datos seleccionados}/\text{Cantidad de datos que se deben tomar en cuenta como muestra representativa}) * 100$	Jefe de Marketing	Trimestral	Porcentaje	Evaluación del Jefe de Marketing	100% normal < 100% fuera de estándar
8		Gestión de precios		PM-8	Comparación de precio	Precio que ofrece la empresa con respecto al precio que se ofrece en mercado	$(\text{Precio}/\text{precio del mercado}) - 1$	Jefe de Marketing	Semestral	Porcentaje	Evaluación del Jefe de Marketing	Depende de cada producto, debe ser de acuerdo a la política de precios de empresa
9		Gestión de canales		PM-9	Efectividad sobre visitas diarias	Cantidad ventas diarias totales con respecto a visitas diarias totales	$(\text{Cantidad ventas diarias totales}/\text{visitas diarias totales}) * 100$	Jefe de Marketing	Diaria	Porcentaje	Reporte ventas sistema contable	90% normal < 90% fuera de estándar
10		Publicidad		PM-10	Eficacia en ejecución de	Valor ejecutado en acciones publicitarias con respecto a valor	$(\text{Valor ejecutado en acciones})$	Jefe de Marketing	Anual	Porcentaje	Evaluación del Jefe de Marketing	100% normal

No.	MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	CÓD.	INDICADOR RELEVANTE	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA	RESPONSABLE	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE DE CAPTURA DE DATOS	NIVELES BASE
					planificación de medios	presupuestado para planificación de medios	publicitarias/Valor presupuestado para planificación de medios)*100					< 100% fuera de estándar
11		Promoción		PM-11	Efectividad sobre promoción	Audiencia que recepto mensaje de promoción con respecto a audiencia que se planificaba llegar	(Cantidad de personas que receptaron mensaje de promoción/Cantidad de personas a las que se planificaba llegar)/100	Jefe de Marketing	Semestral	Porcentaje	Evaluación del Jefe de Marketing	100% normal < 100% fuera de estándar
12	Gestión Ventas	Prospección de clientes		PM-12	Eficacia en prospección de clientes	Cantidad de clientes con los que se concreta pre venta respecto a total de clientes en perspectiva	(Cantidad de clientes con los que se concreta preventa/Cantidad de clientes en perspectiva)*100	Jefe de Marketing	Mensual	Porcentaje	Lista de clientes en perspectiva vs. Agenda de visitas a posibles clientes	80% normal < 80% fuera de estándar
13		Pre venta		PM-13	Eficacia en pre venta	Cantidad de clientes con los que se logra venta respecto a total de posibles clientes con los que se llevó a cabo cita	(Cantidad de clientes con los que se logra venta/Cantidad de posibles clientes con los que se llevó a cabo cita)*100	Jefe de Marketing	Mensual	Porcentaje	Agenda de visitas a posibles clientes vs. Pedidos de clientes	80% normal < 80% fuera de estándar
14		Venta		PM-14	Eficacia en ventas	Valor de ventas respecto al valor meta ventas	(Valor de ventas/valor meta ventas)*100	Jefe de Marketing	Semestral	Porcentaje	Reporte ventas sistema contable	100% normal < 100% fuera de estándar
15		Negociación		PM-15	Eficacia en negociación	Cantidad de acuerdos con clientes respecto al total de negociaciones realizadas	(Cantidad de acuerdos con clientes/Cantidad de negociaciones realizadas)*100	Jefe de Marketing	Semestral	Porcentaje	Actas de negociación vs. Acuerdos de negociación	90% normal < 90% fuera de estándar
16		Cierre de ventas		PM-16	Eficacia en cierre de ventas	Cantidad de planes de acción ejecutados respecto al total de planes de acción en el que se requiere compromiso de clientes	(Cantidad de planes de acción ejecutados/Cantidad de planes de acción en el que se requiere compromiso de clientes)*100	Jefe de Marketing	Semestral	Porcentaje	Actas de negociación vs. Acuerdos de negociación	90% normal < 90% fuera de estándar
17			Tratamiento de cultivos orgánicos		PM-17	Calidad de cultivos orgánicos	Cantidad de plantas enfermas respecto al total de plantas sembradas	(Cantidad de plantas enfermas /Cantidad de plantas sembradas)*100	Jefe de Operaciones	Semanal	Porcentaje	Reportes estado y novedades de cultivos orgánicos
18	Gestión de Operaciones	Producción	Preparación materia prima	PM-18	Calidad de limpieza de hojas y flores recogidas	Cantidad de desechos encontrados respecto al total de hojas y flores recogidas	(Cantidad de desechos encontrados/Cantidad de hojas y flores recogidas)*100	Jefe de Operaciones	Trimestral	Porcentaje	Bitácora producción	2% normal > 2% fuera de estándar
19			Extracción de aceite esencial	PM-19	Rendimiento de materia prima	Aceite esencial puro que se obtuvo respecto al total de materia prima directa utilizada	(Cantidad de aceite esencial puro que se obtuvo/Cantidad de materia prima directa utilizada)	Jefe de Operaciones	Semanal	Porcentaje	Bitácora producción	Depende de cada planta, debe ser el mismo rendimiento cada proceso de extracción
20			Extracción de aceite vegetal	PM-20	Rendimiento de materia prima	Aceite vegetal que se obtuvo respecto al total de materia prima directa utilizada	(Cantidad de aceite vegetal que se obtuvo/Cantidad de materia prima directa utilizada)	Jefe de Operaciones	Semanal	Porcentaje	Bitácora producción	Depende de cada semilla, debe ser el mismo rendimiento cada

No.	MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	CÓD.	INDICADOR RELEVANTE	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA	RESPONSABLE	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE DE CAPTURA DE DATOS	NIVELES BASE
												proceso de extracción
21			Obtención de derivados	PM-21	Calidad de productos	Cantidad de unidades con defectos respecto al total de unidades producidas	$(\text{Cantidad de unidades defectuosas} / \text{Cantidad de unidades producidas}) * 100$	Jefe de Operaciones	Mensual	Porcentaje	Bitácora producción	0% normal > 0% fuera de estándar
22			Envasado de aceite esencial y aceite vegetal	PM-22	Eficacia en envasado de aceite	Cantidad de frascos envasados respecto al total de frascos planificados envasar	$(\text{Cantidad de frascos envasados} / \text{Cantidad total de frascos planificados}) * 100$	Jefe de Operaciones	Mensual	Porcentaje	Bitácora producción	100% normal < 100% fuera de estándar
23		Despacho de mercadería		PM-23	Tiempo de entrega de pedido	Cantidad de días que se demoran en entregar pedido	Cantidad de días en realizar despacho de mercadería	Jefe de Operaciones	Mensual	Cantidad de días	Reporte de sistema	1 día normal > 1 días fuera de estándar
24		Administración y control de inventarios		PM-24	Entregas correctas del proveedor	Cantidad de entregas correctas del proveedor con respecto a la calidad solicitada	$(\text{Cantidad de entregas correctas del proveedor} / \text{Cantidad total de entregas al proveedor}) * 100$	Jefe de Operaciones	Mensual	Porcentaje	Correo electrónico en el que se filtren solicitudes de cambio de materia prima	100% normal < 100% fuera de estándar
25		Mantenimiento planta de producción		PM-25	Eficacia en mantenimientos realizados	Cantidad de mantenimientos realizados con respecto al total de mantenimientos requeridos	$(\text{Cantidad de mantenimientos realizados} / \text{Cantidad de mantenimientos requeridos}) * 100$	Jefe de Operaciones	Trimestral	Porcentaje	Ficha de cada equipo o maquinaria	100% normal < 100% fuera de estándar
26		Atención de requerimientos		PM-26	Eficacia en requerimientos atendidos	Cantidad de requerimientos solucionados con respecto al total de requerimientos presentados	$(\text{Cantidad de requerimientos solucionados} / \text{Cantidad de requerimientos presentados}) * 100$	Jefe de Marketing	Anual	Porcentaje	Registro en matriz de requerimientos	90% normal < 90% fuera de estándar
27		Administración de reclamos		PM-27	Eficacia en reclamos atendidos	Cantidad de reclamos atendidos con respecto al total de reclamos presentados	$(\text{Cantidad de reclamos atendidos} / \text{Cantidad de reclamos presentados}) * 100$	Jefe de Marketing	Anual	Porcentaje	Registro en matriz de reclamos	90% normal < 90% fuera de estándar
28	Customer Experience	Gestión de quejas		PM-28	Eficacia en quejas solucionadas	Cantidad de quejas solucionadas con respecto al total de quejas presentadas	$(\text{Cantidad de quejas solucionadas} / \text{Cantidad de quejas presentadas}) * 100$	Jefe de Marketing	Anual	Porcentaje	Registro en matriz de quejas	90% normal < 90% fuera de estándar
29		Evaluación de la satisfacción		PM-29	Nivel de satisfacción de los clientes	Nivel de satisfacción de los clientes	Porcentaje colocado en informe	Jefe de Marketing	Semestral	Porcentaje	Informe de evaluación de la satisfacción	95% normal < 95% fuera de estándar
30		Reclutamiento		PM-30	Tiempo de puesto vacante	Tiempo que esta puesto vacante a partir de presentación de necesidad de contratación	Tiempo que demora en tener hojas de vida con respaldos a partir de presentación de necesidad de contratación	Gerente General	Semestral	Días	Base de datos de candidatos interesados en cubrir vacante	5 días normal > 5 días fuera de estándar
31	Gestión de Talento Humano	Selección		PM-31	Calidad en selección	Cantidad de personas que renuncian respecto al total de personas contratadas	$(\text{Cantidad de personas que renuncian} / \text{Cantidad de personas contratadas}) * 100$	Gerente General	Semestral	Porcentaje	Expedientes de talento humano	5% normal > 5% fuera de estándar
32		Inducción		PM-32	Calidad en inducción	Cantidad de personas que mantienen dudas respecto al total de personas inducidas	$(\text{Cantidad de personas con dudas} / \text{Cantidad de personas inducidas}) * 100$	Gerente General	Semestral	Porcentaje	Expedientes de talento humano	2% normal > 2% fuera de estándar

No.	MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	CÓD.	INDICADOR RELEVANTE	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA	RESPONSABLE	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE DE CAPTURA DE DATOS	NIVELES BASE
33		Administración de nómina		PM-33	Calidad en elaboración de roles de pago	Cantidad de errores reportados en roles de pago respecto al total de roles de pago realizados	$(\text{Cantidad de errores reportados en roles de pago} / \text{Cantidad de roles de pago realizados}) * 100$	Asistente Talento Humano	Mensual	Porcentaje	Correo electrónico en el que se filtren solicitudes de corrección de roles de pago	0% normal > 0% fuera de estándar
34		Permisos		PM-34	Calidad en registro de información de permisos	Cantidad de registros con errores encontrados en matriz de permisos respecto al total de registros que se realizaron en matriz de permisos	$(\text{Cantidad de registros con errores encontrados en matriz de permisos} / \text{Cantidad de registros que se realizaron en matriz de permisos}) * 100$	Asistente Talento Humano	Mensual	Porcentaje	Matriz de permisos	0% normal > 0% fuera de estándar
35		Faltas		PM-35	Calidad en registro de información de faltas	Cantidad de registros con errores encontrados en matriz de faltas respecto al total de registros que se realizaron en matriz de faltas	$(\text{Cantidad de registros con errores encontrados en matriz de faltas} / \text{Cantidad de registros que se realizaron en matriz de faltas}) * 100$	Asistente Talento Humano	Mensual	Porcentaje	Matriz de permisos	0% normal > 0% fuera de estándar
36		Vacaciones		PM-36	Calidad en registro de información de vacaciones	Cantidad de registros con errores encontrados en matriz de vacaciones respecto al total de registros que se realizaron en matriz de vacaciones	$(\text{Cantidad de registros con errores encontrados en matriz de permisos} / \text{Cantidad de registros que se realizaron en matriz de permisos}) * 100$	Asistente Talento Humano	Mensual	Porcentaje	Matriz de permisos	0% normal > 0% fuera de estándar
37		Licencias		PM-37	Calidad en registro de información de licencias	Cantidad de registros con errores encontrados en matriz de licencias respecto al total de registros que se realizaron en matriz de licencias	$(\text{Cantidad de registros con errores encontrados en matriz de licencias} / \text{Cantidad de registros que se realizaron en matriz de licencias}) * 100$	Asistente Talento Humano	Mensual	Porcentaje	Matriz de permisos	0% normal > 0% fuera de estándar
38		Capacitación		PM-38	Cobertura de capacitación	Cantidad de personas capacitadas respecto al total de personas programadas	$(\text{Cantidad de personas capacitadas} / \text{Cantidad de personas programadas}) * 100$	Asistente Talento Humano	Semestral	Porcentaje	Programa de capacitación	85% normal < 85% fuera de estándar
39		Desarrollo del personal		PM-39	Cobertura de desarrollo de personal	Cantidad de personas que están en programa académico o adquisición de competencias respecto al total de personas que necesitan un plan de formación	$(\text{Cantidad de personas que están en programa académico o adquisición de competencias} / \text{Cantidad de personas que necesitan un plan de formación}) * 100$	Asistente Talento Humano	Anual	Porcentaje	Plan de formación y estudios de competencias	100% normal < 100% fuera de estándar
40		Evaluación de desempeño		PM-40	Eficacia de planes de mejoramiento	Cantidad de empleados que mejoran su desempeño respecto a cantidad de empleados con nivel de desempeño bajo	$(\text{Cantidad de empleados que mejoran su desempeño} / \text{Cantidad de empleados con nivel de desempeño bajo}) * 100$	Asistente Talento Humano	Anual	Porcentaje	Planes de mejoramiento vs. Informe evaluación desempeño	70% normal < 70% fuera de estándar
41	Gestión Administrativa Financiera	Gestión financiera	Presupuesto	PM-41	Ejecución de presupuesto	Presupuesto ejecutado con respecto al presupuesto asignado	$(\text{Valor de presupuesto ejecutado} / \text{Valor presupuesto asignado}) * 100$	Jefe Administrativo Financiero	Trimestral	Porcentaje	Evaluación del Jefe Administrativo Financiero	100% normal < 100% fuera de estándar
42			Tesorería	PM-42	Eficacia en pagos	Pagos realizados con respecto a total de pagos solicitados	$(\text{Cantidad pagos realizados} / \text{Cantidad pagos solicitados}) * 100$	Jefe Administrativo Financiero	Trimestral	Porcentaje	Evaluación del Jefe	100% normal < 100%

No.	MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	CÓD.	INDICADOR RELEVANTE	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA	RESPONSABLE	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE DE CAPTURA DE DATOS	NIVELES BASE
											Administrativo Financiero	fuera de estándar
43			Contabilidad	PM-43	Eficacia en declaración de impuestos	Declaraciones realizadas a tiempo con respecto a declaraciones que presentar	$(\text{Cantidad de declaraciones realizadas a tiempo} / \text{Cantidad de declaraciones que presentar}) * 100$	Jefe Administrativo Financiero	Anual	Porcentaje	Evaluación del Jefe Administrativo Financiero	100% normal < 100% fuera de estándar
44		Adquisiciones		PM-44	Entregas a tiempo del proveedor	Entregas en el tiempo estipulado con respecto al total de entregas	$(\text{Entregas a tiempo del proveedor} / \text{Total de entregas del proveedor}) * 100$	Jefe Administrativo Financiero	Mensual	Porcentaje	Evaluación del proveedor	100% normal < 100% fuera de estándar
45		Gestión de activos fijos		PM-45	Eficacia en dar de baja activos fijos	Activos fijos que se dan de baja u obsoletos respecto al total de activos fijos en mal estado	$(\text{Cantidad de activos fijos que se dan de baja} / \text{Total de activos fijos en mal estado u obsoletos}) * 100$	Jefe Administrativo Financiero	Anual	Porcentaje	Matriz de activos fijos	100% normal < 100% fuera de estándar

Anexo 7: Formato manual de procesos y procedimientos

Versión: 001		ISABRUBOTANIK S.A.		MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS
MACROPROCESO	NOMBRE		CÓDIGO	
PROCESO	NOMBRE		CÓDIGO	
SUBPROCESO	NOMBRE		CÓDIGO	
PROCEDIMIENTO				
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha :	Página: Página 1 de 1

INDICE O CONTENIDO

Versión: 001		ISABRUBOTANIK S.A.		MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS
MACROPROCESO	NOMBRE			CÓDIGO
PROCESO	NOMBRE			CÓDIGO
SUBPROCESO	NOMBRE			CÓDIGO
PROCEDIMIENTO				
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha :	Página: Página 2 de 1.

PROLOGO O INTRODUCCIÓN

Versión: 001		ISABRUBOTANIK S.A.	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS
MACROPROCESO	NOMBRE		CÓDIGO
PROCESO	NOMBRE		CÓDIGO
SUBPROCESO	NOMBRE		CÓDIGO
PROCEDIMIENTO			
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha :
			Página: Página 3 de 1

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. OBJETIVO DEL PROCESO

1.2. ALCANCE

1.3. POLÍTICAS RELACIONADAS AL PROCESO

1.4. DEFINICIONES PROPIAS DEL PROCESO

1.5. DUEÑO O RESPONSABLE DEL PROCESO

1.6. VIGENCIA

2. ENTRADAS

3. SALIDAS

4. PROCEDIMIENTO DEL PROCESO

5. FORMULARIOS DEL PROCESO

6. INDICADORES DEL PROCESO

7. FLUJOGRAMA DEL PROCESO