



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MENCIÓN: GESTIÓN DE PROYECTOS

Resolución: RPC-SO-14-No.287-2020

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del trabajo:

Reactivación económica de la empresa AMI RUNA pos pandemia

Línea de Investigación:

Gestión administrativa y sociedad

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Asdrual Geovanny Endara López

1712060704

Tutor/a:

Mg. Ana Lucia Tulcán Pastas

Quito – Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucía Tulcán Pastas con C.I: 0401371083 en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación titulado: Reactivación económica de la empresa AMI RUNA pos pandemia.

Elaborado por: Asdrual Geovanny Endara López, de C.I: 1712060704, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas MBA, mención: Gestión de proyectos de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., _____ de 2021

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iii
INFORMACIÓN GENERAL	8
Contextualización del tema	8
Pregunta Problemática	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	11
1.1 Contextualización de fundamentos teóricos	11
1.1.1 Producción que ofrece la empresa.	12
1.1.2 Golpe macroeconómico del Coronavirus en el Ecuador: retos y contestaciones	13
1.2 Problema a resolver	13
1.3 Proceso de investigación.....	14
1.3.1 Enfoque	14
1.3.2 Contexto de la investigación.	14
1.3.3 Casos – universo – muestra	15
1.3.4 Diseño de la investigación.....	15
1.4 Hipótesis.....	16
1.5 Diseño de la investigación.....	16
1.6 Procedimiento.....	16
1.6.1 Recolección de datos	16
1.7 Relación con la sociedad	17
1.8 Indicadores de resultados	17
1.8.1 INDICADOR DE LOGRO 2.	20
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	22

2.1	Fundamentos teóricos aplicados	22
2.1.	Descripción de la propuesta.....	23
2.2	MATRIZ DE BCG.....	25
3	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.....	28
3.1	Matriz de articulación	2
4	CONCLUSIONES	3
5	RECOMENDACIONES.....	4
6	BIBLIOGRAFÍA.....	5
7	ANEXOS	9

Índice de tablas

Tabla 1 Universo de la planta procesadora AMI RUNA	15
Tabla 2 Encuesta a trabajadores de la empresa	18
Tabla 3 Entrevista a los directivos de la empresa.....	19
Tabla 4 Crecimiento de la empresa	19
Tabla 5 Análisis FODA	20
Tabla 6 Presupuesto de posicionamiento.....	29
Tabla 7 Cronograma de posicionamiento.....	30
Tabla 8 Cronograma para generar capital	32
Tabla 9 Presupuesto de producción	33
Tabla 10 Cronograma de producción.....	34
Tabla 11 Presupuesto de bioseguridad.....	35
Tabla 12 Cronograma de las acciones de bioseguridad.....	36
Tabla 13 Presupuesto de reactivación	38
Tabla 14 Cronograma de acciones para la reactivación	38
Tabla 15 Presupuesto de responsabilidad social	39
Tabla 16 Cronograma de las acciones de responsabilidad social	40
Tabla 17. Matriz de articulación	2

Índice de figuras

Figura 1 Diagnóstico de la encuesta	18
Figura 2 Diagnóstico de exportaciones.....	20
Figura 3 Propuesta	23
Figura 4 Matriz de BCG	25
Figura 5 Ciclo de vida de un producto	26

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

Las empresas ecuatorianas relacionan a la emergencia sanitaria producida por covid 19, como uno de los acontecimientos como la peor dificultad que ha existido el sector económico, ya que luego de haber pasado por una recuperación del impetuoso paro del mes de octubre de 2019. En consecuencia del golpe económico que por causa del coronavirus en las empresas amazónicas de Ecuador se expresa en la sobrevivencia de las pocas empresas que quedan y tan solo con producción para el consumo interno que no representa la producción y capacidad que tienen las compañías.

“Ecuador está sufriendo el impacto de la crisis de manera particularmente intensa, tanto por algunas debilidades estructurales del país, que lo dejan más expuesto y en situación de vulnerabilidad ante las turbulencias económicas actuales, como por circunstancias coyunturales que hacen aún más compleja la salida” (MAKING DEVELOPMENT HAPPEN, 2021).

La búsqueda de alternativas que disminuyan el impacto social y económico para lograr que una de las industrias más grandes y representativas del país cierre sus puertas por completo se hace imprescindible para lograr contribuir con reactivación económica del país.

“La llegada del virus en el Ecuador puso en riesgo a pequeñas empresas, las cuales no contaban con unos ingresos suficientes. A raíz del covid-19 el país tomo la decisión de poner al Ecuador en estado de excepción la cuál afecto a las en empresas económicamente y a la ciudadanía, las pequeñas empresas tuvieron que cerrar sus puertas en cambio las empresas con más poder y conocida tuvieron un desbalance de ingreso y optaron por reducir sueldo y personal. Cuando el toque de queda culmino las pequeñas empresas comenzaron a liquidar sus productos a mitad de precio, no así obtuvieron la economía necesaria. La ciudadanía más le importaba conseguir suministros alimenticios ya que los precios de los productos consumidos en hogar subieron hasta el 50% más que el valor que tenía antes de la pandemia, convirtiendo a las empresas de productos alimenticios con un ingreso económico elevado dejando en un desbalance a las empresas de productos de segunda necesidad como son: plásticos, carros, electrodomésticos, entre otros. Los ingresos no eran factibles para que las empresas subsistieran, pero aquellas empresas consideraron tomar los recursos extras de las mismas, para ayudar a la sociedad así no hayan tenido ventas necesarias. Por ejemplo, la empresa Chevrolet dono vehículos a la ciudad de Guayaquil para hacer uso como ambulancias rodantes así poder brindar ayuda a los pacientes con covid-19, mientras el gobierno del país tiene ingreso económico demasiado bajo a causa de que existe una red de corrupción por parte de autoridades del Ecuador”. (Diego Alberto López Altamirano, 2020)

Pregunta Problémica

¿La empresa AMI RUNA S. A. exportadora de guayusa tiene las estrategias necesarias para su reactivación a nivel nacional pos pandemia?

Objetivo general

Analizar la reactivación económica de la empresa AMI RUNA (Exportadora de guayusa) cerrada por la afectación mundial de la pandemia producida por el SARS-CoV-2, mediante un análisis técnico-objetivo e investigativo que permita proponer estrategias encontradas y ponerlas en práctica en la brevedad del caso por el cierre de la empresa.

Objetivos específicos

- 1.- Conceptualizar los fundamentos teóricos que focalicen la visión periférica integral de las posibles soluciones a la problemática.
- 2.- Diagnosticar en términos técnicos los análisis previos, indagando bibliografía existente si la hubiera o crear conocimiento mediante recursos metodológicos e instrumentos.
- 3.- Compilar y clasificar la información obtenida, priorizando los recursos de las empresas para buscar las vías factibles que solucione o minimicen los efectos causados por el cierre.
- 4.- Verificación de resultados obtenidos con la aplicación de las estrategias para la reactivación económica productiva

Beneficios directos

La aplicación directa de estrategias y búsqueda de mercados activos permiten la reactivación económica del país como una situación macro. Directamente estas acciones se focalizan en las 300 familias que trabajan directamente con la compañía ya sea en calidad de mano de obra o productores certificados de la misma, también se puede analizar a un cantón entero como beneficiado indirecto con la reactivación económica de la empresa más grande que existe en Archidona provincia de Napo.

Cabe indicar que de esta manera, las personas que más se benefician de todo este proyecto son la comunidad del sector y sus alrededores, ya que la economía de las familias aumenta y genera confianza y seguridad familiar.

Beneficios en los Medios de Vida

El aumento de velocidad de la crisis que durante la epidemia agudizo y causo desequilibrio en el mercado efectivo laboral de nuestro país. Para finales del 2019, “la tasa de ocupación fue del

38, 8%, en subempleo 17,8%, el desempleo de 3,8%. El salario básico en promedio fue de USD 466,78 (Cuatrocientos sesenta y seis con setenta y ocho centavos). Principalmente se registraron salarios menores al básico unificado en labores desempeñadas por mujeres dentro de las rurales y sectores indígenas” (ENEMDU, 2019).

Mediante este análisis estadístico de los sectores beneficiados directamente son: (Miniterio de Economía y Finanzas, 2020)

- Gobernabilidad del sector.
- Producción y distribución de bienes y servicios.
- Situación emocional familiar.
- Desarrollo sustentable de la región.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 Contextualización de fundamentos teóricos

Si bien el estado actual tanto económico como de seguridad biológica, la reactivación mundial se va dando paulatinamente. Ciertas actividades ya se permiten con sus respectivos protocolos de bioseguridad y corriendo un riesgo inminente para aquellos que asisten a estas actividades.

No existe en si valores actualizados de las pérdidas económicas en su totalidad por el cierre de producción y por la confinación obligatoria que nos enfrentamos, hasta el punto que los cálculos estarían en desacuerdo pues aun empresas están cerradas y a la espera de pronunciamientos mundiales que ofrezcan seguridad en sus labores.

El Subempleo, de acuerdo con la (OIT, 2021) se define como el efecto en el mercado laboral donde los trabajadores efectúan menos horas laborales, lo que repercute en una menor productividad, infra cualificación, a fin de evitar el desempleo y despidos abruptos.

Ingresos, según (Economipedia, 2021), es el resultado de la sumatoria de todas las ganancias que forman el presupuesto general de una entidad, que puede ser pública o privada, individual o grupal. De forma general, los ingresos son los bienes que son susceptibles de acumulación, pudiendo ser monetarios o no monetarios y reflejaran la ganancia total.

Egresos, según (Díaz, 2018), Egreso son todas las transacciones que se registran como una salida monetaria, o de un bien que posea una empresa o sociedad. Así, un egreso es la salida de un recurso financiero que tiene como objeto cumplir un compromiso de pago. El egreso también puede ser generado por una inversión que se efectúa sobre una actividad o proyecto.

Costos, es el valor que se indexa a un bien o servicio en el momento que se recibe un activo o pasivo que produce un beneficio al comprador. (Gestiopolis, 2021).

Macroeconomía se define gracias a los aportes de (Economipedia, 2021), es la ciencia que permite el estudio de las variables económicas, definiciones y permiten comprender los agregados económicos de una empresa y la dinámica económica que esta puede llevar en el proceso productivo que ejecute.

El sector económico y productivo es tal vez el más visible de los afectados, los estudios de exportaciones e importaciones nos sirven como punto de partida para la búsqueda estratégica de pasajes que consientan de manera sustentable la reactivación económica, productiva y social de los sectores antes indicados.

Se menciona varias estrategias de reactivación económica de las cuales con los aportes de (Luna & Sarmiento, 2020) se extrae que la acción Incorporación de elementos de bioseguridad incide sobre el efecto Incremento gradual de la producción, a través del efecto olvidado o variable omitida "Personal con seguridad sanitaria". El empleo de esta teoría, permite a los directivos o propietarios encontrar la vía idónea, con la finalidad de fortalecer la toma de decisiones de esta manera mejorar la sustentabilidad de sus organizaciones

1.1.1 Producción que ofrece la empresa.

En nuestro país podemos encontrar guayusa en la parte humedad amazónica que cubre con los requerimientos que necesita esta planta para desarrollarse. Las condiciones están dadas naturalmente para la siempre cosecha, cosecha y producción de este te energizante.

La empresa AMI RUNA se enfoca en trabajar en las regiones de Napo, Pastaza y Orellana, resultando en una base de activa de producto certificado, se tomó como ingreso efectivo de productores certificados a los cuales se les da el asesoramiento y el monitoreo contante de su producción para no tener problemas con el uso de fertilizantes u otros elementos químicos que alteren la producción 100% orgánica del té y el prestigio de la empresa.

La empresa AMI RUNA empezó en el 2013 con una capacidad de exportación de 5.000 libras trimestrales y hasta la para obligada llevo a exportar un container mensual en el cual se tenía un tope de 162.000 libras distribuidas para los mercados de Estados Unidos, Canadá y la incorporación del mercado de Alemania. Se espera la negociación con el mercado europeo y se tenía mucho entusiasmo con la apertura de conversaciones con varios países del mercado asiático. (El Comercio, 2021).

Este sector económico nuevo relativamente generó un alto impacto en la zona al dar un ingreso económico a más de 3000 familias con gente nativa de la zona que se encargan de entregar a la empresa una hoja de guayusa totalmente libre de pesticidas y lista para su

procesamiento. Este té se lleva a 6.000 tiendas en los Estados Unidos y también incursionó en parte del mercado canadiense.

1.1.2 Golpe macroeconómico del Coronavirus en el Ecuador: retos y contestaciones

“El mediano y largo plazo: reactivar la actividad económica y avanzar hacia una estructura productiva más resistente a los ciclos económicos”

Esto será esencial a medida que se levanten las medidas de contención y las restricciones de saneamiento para reactivar la economía y restaurarla a niveles normales de actividad. Por ejemplo, será relevante la implementación de un plan que permita priorizar proyectos de inversión pública, por lo que puede tener más posibilidades de ejecutarse en un período de tiempo corto. De igual forma, es necesario implementar un plan de soporte técnico con puntos de partida de la situación actual de mercado. Los sectores más afectados, como el turismo, la floricultura, la construcción o la industria textil y todos aquellos de exportación se debe tener propuestas que están siendo consideradas por la mayoría de países que indican condiciones propicias para viajar entre regiones o sectores donde la reactivación se puede dar con ciertas normas de bioseguridad. (Making Developmen happen, 2021).

1.2 Problema a resolver

La reactivación económica es una problemática que se viene tratando de forma verbal o como tienda política en estos últimos meses, sin embargo poco o nada se hace sobre encontrar las verdaderas estrategias que permitan esta reactivación que produzca cambios sociales de raíz. Si bien los gobiernos anuncian medidas que son un calmante que la sociedad no asume como verdaderas políticas de reactivación, es menester mencionar que las empresas privadas se sienten amarradas de ambas manos para poder implementar estas estrategias que conlleven a una verdadera reactivación con fines comunales y no empresariales egoístas.

Centrados ya en lo económico cabe mencionar que los factores creados por esta pandemia no permiten definir estrategias específicas, cada lugar cada cambio en los aspectos de mutación del virus y la situación emocional ya de la gente mismo de cada región es motivo de análisis en una situación incierta pero que la vez necesita de medidas urgentes para salvar lo poco o nada que queda de ciertos sectores productivos.

1.3 Proceso de investigación

1.3.1 Enfoque

En vista que se requiere comprobar la suposición anticipadamente determinada, y los objetivos diseñados, el actual proyecto se encuentra realizado conforme el establecimiento metodológico del punto de vista cuantitativo, donde se midió la realidad que se investigó dentro de la empresa AMI RUNA así lograr entender el tema tratado.

Se utiliza la estadística descriptiva para la recolección y el análisis de resultados, cálculos numéricos y porcentuales que permita establecer con precisión la situación actual económica de la empresa AMI RUNA plantear las estrategias para comprobación de la hipótesis.

Alcance de la investigación

Descriptiva. - Para fundamentar de modo ordenado las características y situaciones de la situación económica. Lo que permitirá conocer a profundidad los elementos que se pueden cambiar para contribuir con la reactivación económica de la empresa.

1.3.2 Contexto de la investigación.

Cuando se desarrolla una investigación surgen las preguntas de los métodos en los cuales se puede sustentar esta investigación con el fin de hacerla sustentable y fidedigna. En el presente estudio por razones actuales de restricciones y normas de bioseguridad se realiza una investigación mixta, la cual propone una indagación de campo basada en la investigación y recaudación de datos por medio de instrumentos y complementaria con una investigación bibliográfica de fuentes actuales y certificadas para esta clase de estudios.

“El campo de la investigación, se considera método al modo general o manera que se emplea para abordar un problema, y aunque resulte redundante, el camino fundamental empleado en la investigación científica para obtener conocimiento científico es el método científico, que se define como: El conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas de investigación mediante la prueba o verificación de hipótesis” (Espinoza, 2018).

La exploración es de campo, ya que el investigador adquirirá contacto seguido con el lugar donde se originan los hechos o anomalías a estudiarse, con el objetivo de al utilizar los procedimientos, herramientas adecuadas, ventajosas se logra recoger la investigación

requerida de las familias y trabajadores de la empresa AMI RUNA del cantón Archidona de la provincia del Napo.

1.3.3 Casos – universo – muestra

La población para investigar queda conformada por 32 empleados directos de la empresa, entre administrativos, persona de limpieza, personal de producción y personal de campo.

Universo

Tabla 1 Universo de la planta procesadora AMI RUNA

<i>Áreas</i>	<i>Número de personas</i>
<i>ADMINISTRATIVOS</i>	<i>5</i>
<i>PERSONAL DE LIMPIEZA</i>	<i>3</i>
<i>PERSONAL DE PRODUCCION</i>	<i>15</i>
<i>PERSONAL DE CAMPO</i>	<i>9</i>
<i>Total:</i>	<i>32</i>

Muestra

“Debido a que la población es menor a 100 personas no se requiere sacar una muestra del trabajo de investigación, se diagnosticara con el total del universo”. (Sampieri, 2016, págs. 200-214)

1.3.4 Diseño de la investigación

Se propone de acuerdo a las definiciones un diseño longitudinal, se requiere dar seguimiento y evaluación a la situación social y económica de los trabajadores de la empresa durante tiempo prolongado y establecido estableció en el proyecto, lo que permitió conocer los factores más relevantes que afectan la situación y sus posibles maneras de minimizar estos mismos impactos.

Con el aporte de (Azucero, 2019), “la finalidad de la Investigación-Acción es resolver problemas cotidianos e inmediatos, y mejorar prácticas concretas. Su

propósito fundamental se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales”. Los pilares sobre los cuales se fundamentan los diseños de investigación-acción son:

- Los participantes que están viviendo un problema son los que están mejor capacitados para abordarlo en un entorno naturalista.
- La conducta de estas personas está influida de manera importante por el entorno natural en que se encuentran.
- La metodología cualitativa es la mejor para el estudio de los entornos naturalistas.

1.3.5 Hipótesis

H 1: La reactivación económica producirá los cambios sustanciales en la productividad y desarrollo de la empresa AMI RUNA.

H 2: La brusquedad efectiva de estrategias para la reactivación económica de la empresa AMI RUNA es la base de este proceso investigativo.

1.3.6 Diseño de la investigación

Longitudinal. - Por cuanto se fundamentará desde el lugar de los hechos, lo que permitirá conocer a profundidad los factores que producen la actual situación social-económica de los trabajadores de la empresa AMI RUNA Cantón Archidona, Provincia de Napo.

1.3.7 Procedimiento

La presente investigación se inició con los respectivos oficios dirigido a la empresa AMI RUNA para realizar la investigación, seguidamente se efectuaron reuniones con el gerente, con la finalidad de informar sobre la investigación y acceder al consentimiento informado.

Esta actividad se lo realizó directamente con el gerente, jefe financiero, de producción y trabajadores de la empresa, unos que aún están dentro de ella para su respectivo mantenimiento y otros que están fuera por la falta de producción de la misma por efectos de eliminación de exportación y reducción de mercado internacional.

1.3.8 Recolección de datos

En el proceso investigativo se realiza tal instrumento de recogida de la indagación con una entrevista económica para los directivos y trabajadores de la empresa. Este

documento fue elaborado a fin de obtener y recoger la información para ser diagnosticada y analizada. Luego de haber realizado la recogida de fundamentos se procederá a procesar la información de la siguiente manera:

- Categorizar y ordenar datos obtenidos de las respuestas de las encuestas aplicadas.
- Cuadros estadísticos.
- Análisis y síntesis de la información recolectada.

1.4 Relación con la sociedad

Una vez realizada la indagación y analizado los resultados obtenidos tanto bibliográficos como resultados de campo, este documento servirá como instrumento de apoyo guía para implantar las propuestas o a su vez para ser tomadas en cuenta por los directivos de la empresa AMI RUNA, focalizando la investigación en el marco de la reactivación económica urgente y necesaria en estos tiempos.

Ya que en las universidades tenemos la constante preocupación por dar un aporte social, que mejor que haciéndolo en estos tiempos con investigaciones que aporten al sentido financiero de los secciones que fueron más sensibles por motivo de la pandemia. Demostrando la preocupación del sector profesional por salir adelante y aportar con los estudios e investigaciones pertinentes para lograr esta causa.

1.5 Indicadores de resultados

1.5.1 INDICADOR DE LOGRO 1.

Se encontró mecanismos estratégicos para la reactivación económica de la empresa AMI RUNA, mediante la investigación bibliográfica y análisis de resultados obtenidos de los instrumentos investigativos.

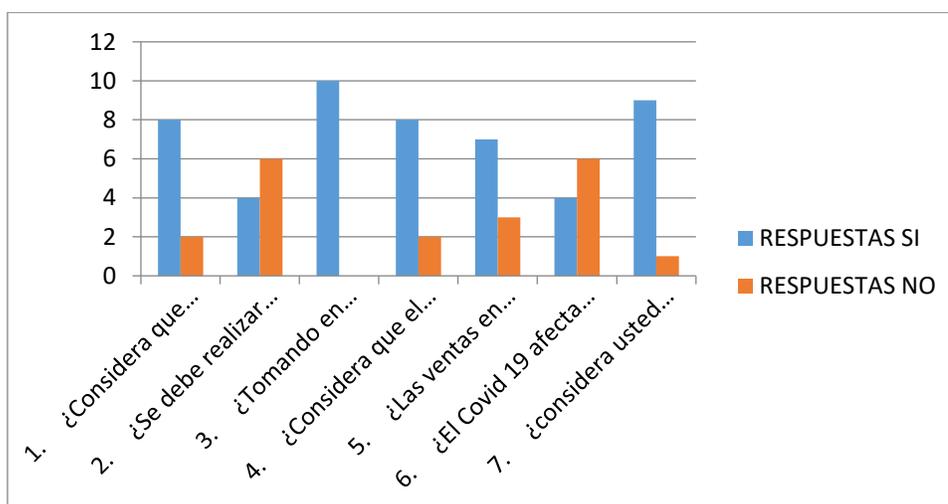
Encuesta a los trabajadores de la empresa Ami Runa, para su posible reactivación.

Tabla 2 Encuesta a trabajadores de la empresa

PREGUNTAS	RESPUESTAS	
	SI	NO
1. ¿Considera que para la reactivación económica de la empresa se debe implementar nuevas estrategias?	8	2
2. ¿Se debe realizar cambios de mejora en el marketing de la empresa?	4	6
3. ¿Tomando en cuenta que la pandemia afecto a empresa, considera que el producto se debe incursionar en el mercado nacional?	10	0
4. ¿Considera que el producto se debe promocionar en las redes sociales para aumentar la producción así evitar el contacto entre personas por la pandemia?	8	2
5. ¿Las ventas en línea aumentaría la producción y el mercado de la empresa?	7	3
6. ¿El Covid 19 afecta en la apertura del mercado nacional?	4	6
7. ¿considera usted que se debe capacitar al personal para la apertura de locales de venga del producto?	9	1

Fuente: La investigación

Figura 1 Diagnóstico de la encuesta



Como podemos observar de acuerdo a los resultados reflejados, si es factible la apertura de la empresa y fomentar la venta de la guayusa a nivel nacional.

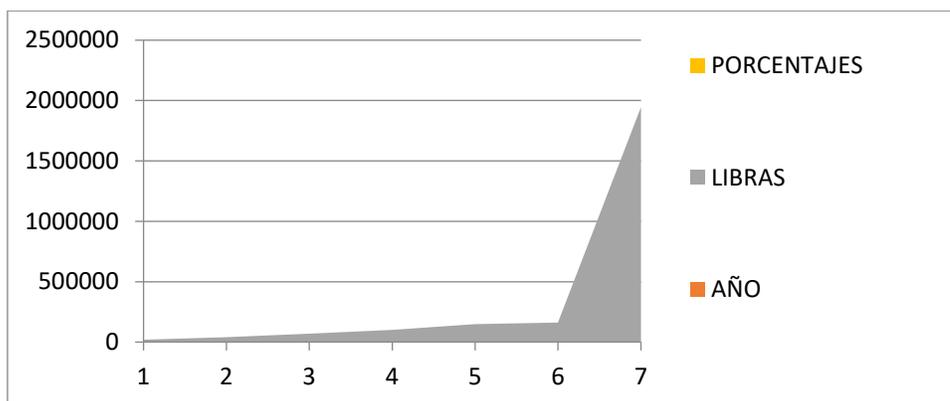
Tabla 3 Entrevista a los directivos de la empresa

ENTREVISTA	RESULTADOS
1. ¿Cuál fue la situación económica de la empresa antes de la pandemia?	Fue excelente hasta que llego la pandemia
2. ¿Cuáles fueron los efectos que la pandemia provoco en la situación financiera de la empresa?	Cerraron las operaciones de exportación
3. ¿Cuáles fueron las estrategias que se llevaron a cabo para mitigar los efectos de la pandemia?	Distanciamiento y medidas de seguridad
4. ¿Cuáles son las fortalezas y oportunidades después de la pandemia que influirían en la reactivación de la empresa?	Tomar la decisión de vender a nivel nacional
5. ¿Cuáles son las debilidades y amenazas después de la pandemia que influirían en la reactivación de la empresa?	Otras empresas que ya están en el mercado
6. ¿Cree usted que crédito es determinante para la reactivación de la empresa?	No sería factible ya que los accionistas inyectan capital propio
7. ¿Considera importante el apoyo del estado para la reactivación de la empresa?	Si para fomentar y respaldo al producto nacional

Tabla 4 Crecimiento de la empresa

CRECIMIENTO DE EXPORTACION DE LA EMPRESA AMI RUNA							
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
LIBRAS	16800	38400	66000	97800	147600	158280	1944000
PORCENTAJES	8%	19%	34%	50%	75%	81%	100%

Figura 2 Diagnóstico de exportaciones



De acuerdo a la audiencia a los dirigentes de la compañía Ami Runa, se puede determinar que desde sus inicios en el 2013 ya constituida como empresa las ganancias fueron ínfimas comprando con el 2019 que prácticamente se evidencia que en el 2013 se exporto el 8% de lo que se exporto el 2019.

1.5.2 INDICADOR DE LOGRO 2.

Promueve las prácticas de vinculación de universidad con los planes estratégicos de desarrollo mediante propuestas económicas que encaminen a la empresa a reactivación productiva para mejorar la situación económica actual.

Las cuales se tomó la decisión de realizar un análisis FODA, para realizar las estrategias

Tabla 5 Análisis FODA

		<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	F1 Confianza y seguridad adquirida y demostrada en los 10 años de vida		D1 No cuenta con clientes internacionales activos en este momento.
	F2 Posicionamiento Internacional		D2 Falta de innovación con otros ingredientes
	F3 Bajos costos en servicios		D3 Falta de comprometimiento con la empresa por parte de los empleados
	F4 Recurso humano calificado en marketing		D4 Falta de compromiso de nuevo personal.
	F5 Certificaciones internacionales (FAIR TRADE CERTIFIED, USDA ORGANIC)		D5 Falta de agentes vendedores para introducir en el mercado el producto.
	F6 Dominio de contratación con los proveedores		D6 No se comercializa los productos a nivel local.
	F7 Variedad de mercancías y actividades comerciales que la empresa ofrece como derivado de la guayusa		D7 Incrementos de contagios de Covid-19, produjo perdidas de capital.

	F8 Capacidad de premiación a los productores. Basados en el comercio justo y planes comunitarios.	
	F9 Conocimiento del mercado y proveedores.	
<u>OPORTUNIDADES</u>	FO	DO
O1 Poca demanda del producto en el mercado.	Estrategias de posicionamiento	Estrategias de producción
O2 Creación de nuevos locales con el producto para la venta	Estrategia de general capital	D5, O2
O3 País con medidas de reactivación económica.	Estrategia de responsabilidad social	
O4 Apertura de mercados en diferentes provincias a nivel nacional,	F4, F5, F2, F9, O4, O7, O8	
O5 Apoyo de parte del Gobierno para la reactivación de exportaciones.		
O6 Fomentar el producto por medio de redes sociales		
O7 Incremento de la fidelidad del cliente por aplicación de políticas de servicio post-venta		
O8 Responsabilidad social		
<u>AMENAZAS</u>	FA	DA
A1 Trámites burocráticos que obstaculizan los procesos	Estrategias de reactivación	Estrategias bioseguridad
A2 Competencia posicionada en el mercado nacional	F4, A4,	D7,A3
A3 Inestabilidad por situación y medidas ante el Covid		
A4 Problema de elaboración de servicios requeridos por los usuarios.		
A5 Competencia agresiva y con variedad de productos y servicios dentro del mismo segmento		

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1 Fundamentos teóricos aplicados

Reactivación económica bajo parámetros establecidos, como estrategias básicas de reincorporación de la Empresa AMI RUNA al sector comercial.

Recuperación progresiva de la jornada laboral.- Lo indica (El Comercio , 2020) En el país, la jornada regular es de ocho horas y el ministro del Trabajo, Andrés Isch, aclaró que las cuatro horas adicionales de conexión, establecidas en el acuerdo, deberán ser consideradas extraordinarias o suplementarias, tal como se indica en el Código de Trabajo.

Control mensual del nivel de producción.- Se debe regularizar la exportación de producto a los diferentes mercados existentes, modificando las cantidades en relación a la demanda progresiva que se espera.

Incorporación de elementos de bioseguridad.- Se manifiestan varios parámetros dictaminados por (MINISTERIO DE SALUS PUBLICA- MINISTERIO DE TRABAJO, 2021) dentro de los cuales la Limpieza y desinfección se dispone elaborar e implementar protocolos de limpieza y desinfección de acuerdo al giro de negocio de la empresa o institución, para lo cual deberá existir suficientes insumos, mismos que deben contar con Registro Sanitario emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Apertura al teletrabajo. Con las disposiciones por la nueva normalidad se considera El contrato productivo busca adaptabilidad de distintas industrias y con un acuerdo poder organizar jornadas y equipos de trabajo para distribuir de manera distinta las jornadas. Puede ser que haya empresas que necesiten trabajar cuatro días a la semana en lugar de siete, que se puedan acumular las 40 horas en cuatro días y que el trabajador tenga tres días de descanso. (El Comercio , 2020)

Actualización tecnológica.- Implementar en lo posible las medias extremas de detección y tratamiento del COVID 19 que crea incertidumbre por el surgimiento de nuevos estudios, así como, variantes que deben ser tratadas de diferentes formas.

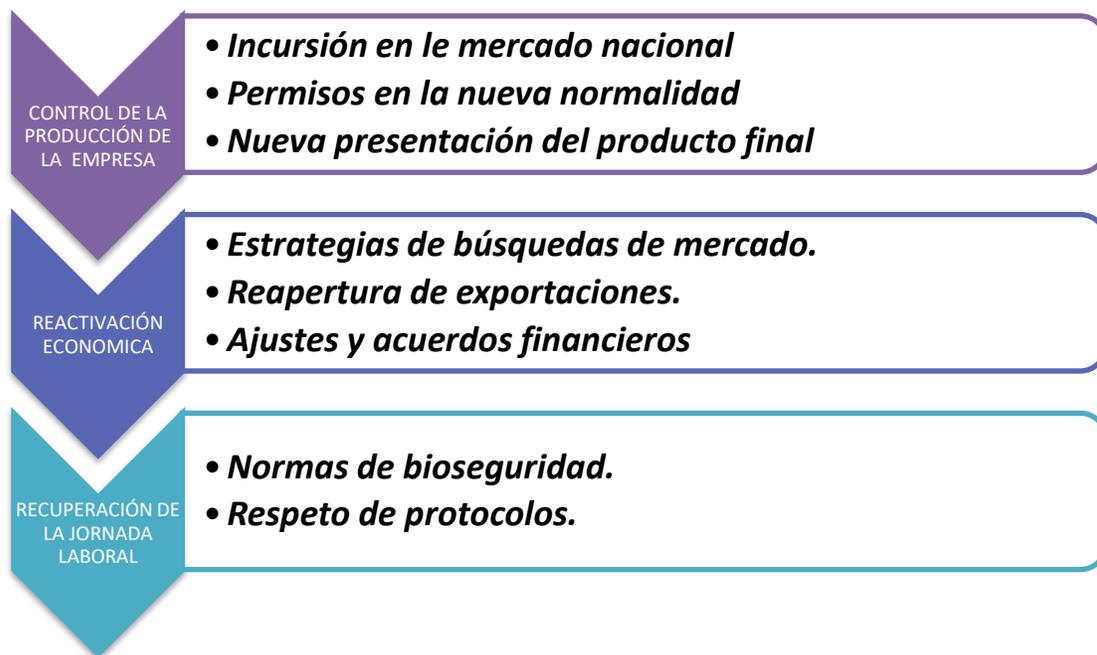
2.2 Descripción de la propuesta

Canalizar estrategias encontradas y ponerlas en práctica en la brevedad del caso para minimizar el impacto económico del cierre de las empresas.

a. Estructura general



Figura 3 Propuesta



b. Explicación del aporte

Recuperación progresiva de la jornada laboral.	Personal con seguridad sanitaria.
Nuevos nichos de mercado.	Aumento gradual de la liquidez
Control mensual del nivel de producción.	Incremento de las ventas
Incorporación de elementos de bioseguridad.	Incremento gradual de la producción

Apertura al teletrabajo.
Actualización tecnológica.

Rentabilidad adecuada
Seguridad laboral

c. Estrategias y/o técnicas

- **Revisión bibliográfica**

- **Estudio de campo**

Las estrategias que se aplicaron son del resultado del FODA cruzado y de las cuales tenemos la siguiente información.

Luego de haber realizado el análisis FODA, se determinó que:

Las estrategias obtenidas de FODA cruzado entre las Fortalezas (F) que son posiciones internas de la empresa versus las Oportunidades (O), que vienen hacer posiciones externas para determinar que estrategias se va a considerar.

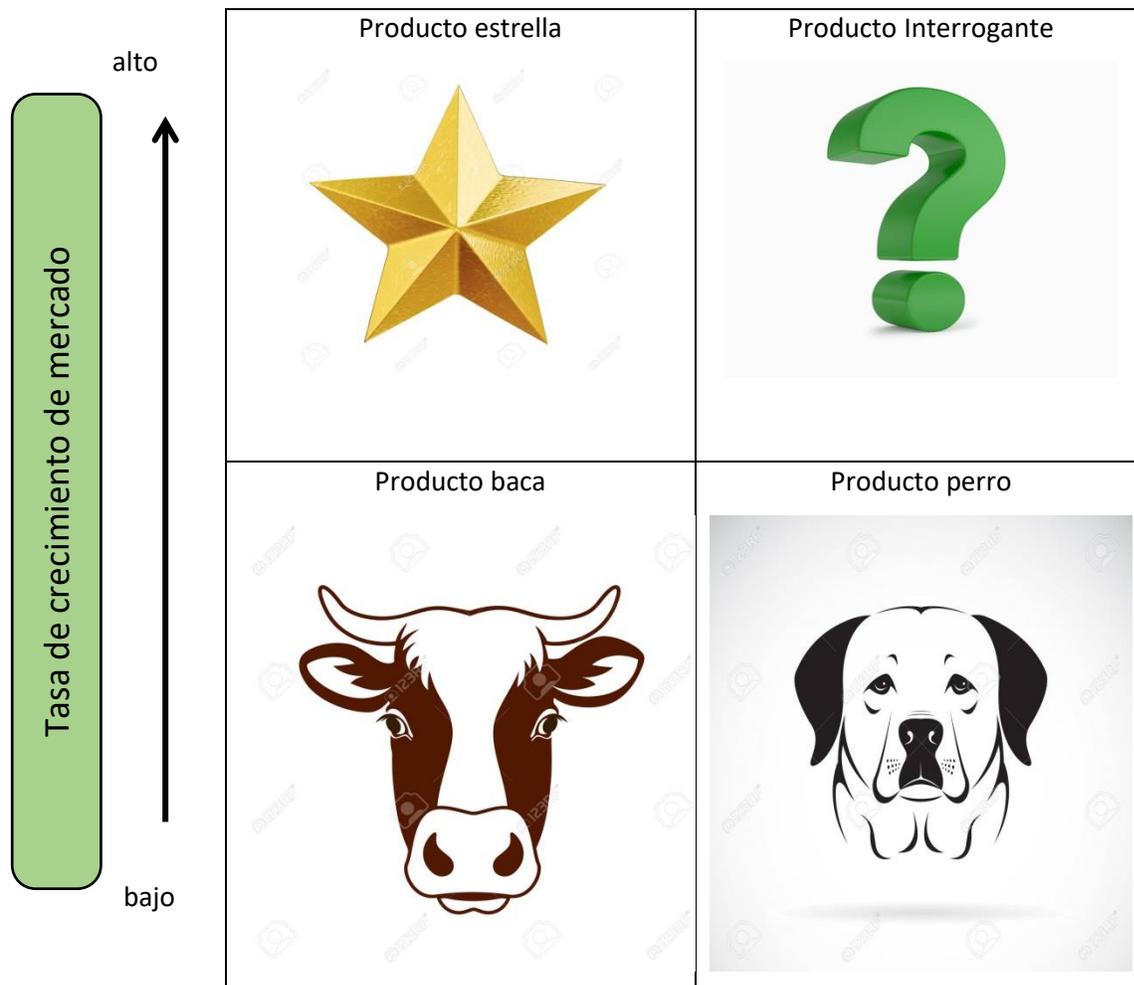
Las estrategias obtenidas de FODA cruzado entre las Debilidades (D), que son posiciones internas de la empresa versus las Oportunidades (O), que vienen hacer posiciones externas para determinar que estrategias se va a considerar.

Las estrategias obtenidas de FODA cruzado entre las Fortalezas (F), que son posiciones internas de la empresa versus las Amenazas (A), que vienen hacer posiciones externas para determinar que estrategias se va a considerar.

Las estrategias obtenidas de FODA cruzado entre las Debilidades (D), que son posiciones internas de la empresa versus las Amenazas (A), que vienen hacer posiciones externas para determinar que estrategias se va a considerar.

2.3 MATRIZ DE BCG

Figura 4 Matriz de BCG



Elaborado por autor

Se estima que el crecimiento se calcula considerando: cómo se desarrolla y crece en sector, la técnica de mercado, gestión y comercialización.

Asimismo, de acuerdo a la investigación del mercado, que arroja la demanda se daría de acuerdo: a los exámenes de confiabilidad y perspectiva del ejercicio, necesariamente se requiere la petición del conjunto de gobernantes del mercado.

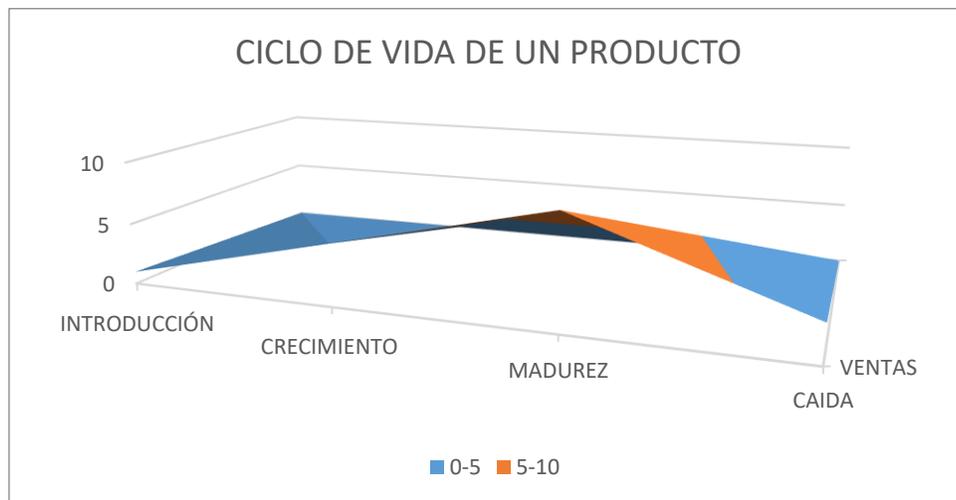
ANÁLISIS

Se determina que la perspectiva de desarrollo institucional es respectivamente prudente y que corresponde a la relación que existe en tendencia del sector, obviamente esto requiere de la autonomía que exista en el sector productivo y el propósito que se tenga de invertir los accionistas financieros, considerada como un enigma ante un

acontecimiento que puede cambiar el modelo económico y los intereses empresariales se verían desfavorables.

Por lo expuesto anteriormente se debe considerar y potenciar las competencias que sean, a fin de atraer de excelente manera las ocasiones, estableciendo una estrategia de transformación que admita atraer un mercado óptimo, captando clientes ampliando portafolio, a fin de que la compañía sea más eficiente, eficaz y efectivos para plasmar con los objetivos propuestos; cabe indicar también que se debe estructurar de manera integral las líneas de productos y servicios, generando valor para minorar coste, además se debe considerar y sembrar estrategias transformadoras de comercio para posicionarse y se diferencien los servicios y productos que brinda la institución y de esta manera puedan desempeñar las metas propuestas.

Figura 5 Ciclo de vida de un producto



Elaborado por autor

ANÁLISIS

Como podemos observar como todo proyecto nace desde cero y paulatinamente crece conforme al desarrollo de la producción, que se inserta en el mercado, mediante el crecimiento de la empresa con variedad de productos de acuerdo a la existencia de la demanda, además realizando segmentación del mercado.

Estrategia de la empresa

Podemos ver que la situación por la que la empresa estaba pasando por efectos de la pandemia se debería cambiar la misión ya que se tuvo que cerrar temporalmente y necesariamente se realizó una nueva misión y visión que vaya acorde a las necesidades actuales de comercio quedando de la siguiente manera:

Nueva Misión

A continuación, se describe la misión que posee la empresa.

“Brindar la máxima complacencia a nuestros consumidores ofreciendo la calidad de materia prima procesada y bebidas energizantes a base de guayusa 100% orgánica; conservando altos modelos de calidad, confianza y eficacia con los mejores precios del mercado” (RUNA, 2020)

Cabe resaltar la calidad del procesamiento así como, su origen natural.

VISIÓN

“Ser una empresa de renombre y de mayor preferencia en el mercado nacional, y constituirnos como la corporación de bebidas orgánicas más eficiente y eficaz, de constante desarrollo y precios accesibles” (RUNA, 2020)

OBJETIVOS EMPRESARIALES

Una vez que se logró verificar las diferentes oportunidades de usuarios, se expondrán varios de objetivos, que estarán en la plataforma para diseñar nuevas tácticas diferentes, métodos y procesos de gestión que servirán para introducir el producto al mercado nacional.

De los cuales tenemos los siguientes objetivos:

- Actualizar y modernizar la parte contable, para que de esa manera poder realizar diferentes clases de reportes que faciliten la información veraz y oportuna de la empresa.
- Reemplazar ciertos puntos de la empresa, que son necesarios para la repartición del producto con la compra de activos necesarios (vehículos para distribución interna)
- Desarrollar el trabajo del sector comercial encaminado con un procedimiento de desarrollo y marketing de los mercados que brinda la institución de forma agresora.
- Posicionar el producto a nivel nacional con un sello insignia, que programe prudencia y confianza y más que todo con seguridad, que simbolice ante sus compradores productos con precios accesibles y eficacia en la atención.

- Manejo de la información debe ser eficiente, efectivo, eficaz, conveniente, óptimo y seguro de funcionamiento y atención a los clientes.
- Reactivación económica paulatina en base a las estrategias aplicadas.

3 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

➤ Objetivo

Posicionar el producto Ami Runa en el mercado nacional abriendo dos sucursales por provincia, ubicadas en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y el Tena

Indicador

$$\text{Apertura de sucursales} = \frac{\text{SUCURSALES REALES}}{\text{SUCURSALES PROYECTADAS}} \times 100$$

Estas ciudades fueron escogidas ya que reflejan las condiciones del mercado para el nuevo producto, en lo demográfico, hábitos de compra y distribución.

Actividades

- Efectuar un plan de comercialización nacional, equivalente al establecido para la exportación internacional.
- Dar a conocer la marca RUNA como una bebida energizante y con varios beneficios de salud y resaltar su origen 100% orgánico.
- Dar a conocer la calidad de producto que se está ofertando a un precio módico y flexible, pensando siempre en el bienestar familiar y social.
- Promover a cada momento de los grandes beneficios que entraña su consumo y cubrir la necesidad de su uso, atribuyendo los beneficios complementarios que el producto tiene.
- Se establecen convenios locales estratégicas para el lanzamiento del producto dentro del mercado local con la ayuda del sector público (Consejo Provincial de Napo), ayudado por su marca NAPU MARKA.

Imagen 1 Posicionando la marca en el mercado



- Mantener una información directa con el cliente mediante:
 - Catálogos especializados en productos orgánicos.
 - Información de datos continuamente actualizada, remitiendo a sus clientes informes de precios, promociones y novedades vía mail.
 - Manipulando el tele marketing como un instrumento alternativo.
 - Agente de Ventas con pruebas claras sobre el servicio que desea ofrecer a sus compradores, usando diferentes tipos de promoción y tablillas demostrando los diferentes servicios que se ofrece.
 - Uso de redes sociales.
- Responsables.
Departamento de Producción de la Empresa AMI RUNA, gerente y general. (José Bernú Carrión.)
 - Presupuesto

Tabla 6 Presupuesto de posicionamiento

Acciones	Valor
Apertura de locales	12400
Impresión de los volantes	100
Publicaciones en redes social	50
Total	12550

Fuente elaboración propia

- Plazo estimado:
Primer trimestre del 2021

Tabla 7 Cronograma de posicionamiento

CRONOGRAMA DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO												
ACCIONES	TIEMPO EN MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Introducir la marca al mercado nacional abriendo sucursales en diferentes provincias del país	■	■	■	■	■	■						
Establecer contactos permanentes con proveedores	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Dar a conocer la calidad de producto que se está ofertando a un precio módico y flexible, pensando siempre en el bienestar familiar y social.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Determinar los catálogos en línea a nivel nacional	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Evaluación de resultados obtenidos luego de los tres meses de haber incursionado en el mercado nacional	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente elaboración propia

ESTRATEGIAS PARA GENERAR CAPITAL

➤ Objetivo

Genera capital mediante la evolución de los márgenes de ganancia del producto Ami Runa.

Indicador

Margen de ganancia = (total de ventas - total de costos)

Y se verifica conforme el resumen mensual del libro de cada diario.

Actividades

- Mantener activo una extensa lista y serie de servicios que se ofrecen, con insignias registradas y de esta manera poder competir con precios accesibles.
- Desarrollar la extensión al crear variedad de servicios y buscar escenarios con nuevos proveedores, atrayendo a consumidores que deseen experimentar nuevos productos y nuevas imágenes.

- Utilizar convenios institucionales con cadenas de supermercados que beneficien a ambas partes.
- Realizar convenios con proveedores, para poder pagar un mes después de que se venda el producto
- Constatar continuamente y preparados a efectuar los requerimientos de nuestros mercados en todo lo que demanda la eficacia del servicio, brindando una cuantía de valor y ampliando la seguridad y creencia en el cliente para que recurra a nuestros productos, logrando así el incremento en el portafolio de mercado, generando capital para la compañía.

Imagen 2 Ami Runa en ferias



- Responsables.

Departamento de comercialización de la Empresa AMI RUNA, gerente y general.

- Presupuesto.

Omitido

- Plazo estimado:

Un año calendario

Tabla 8 Cronograma para generar capital

CRONOGRAMA DE LA ESTRATEGIA PARA GENERAR CAPITAL												
ACCIONES	TIEMPO EN MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ampliar el horizonte de nuevas líneas de productos para buscar oportunidades con nuevos mercados	■	■										
Utilizar convenios institucionales con cadenas de supermercados	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Realizar convenios con proveedores	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Evaluación de resultados obtenidos en el último mes												■

Fuente propia

ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN

➤ **Objetivo**

Incrementar la producción e ingresos por ventas durante todo el año.

Indicador

Inc. Produc. = Evolución de los stocks en depósitos cada fin de mes + ventas del mes – stock del mes anterior

Para verificar se realizará el control de stocks y registros de unidades vendidas mes a mes, así como la facturación total de cada mes.

Actividades

- Capacitar a los agentes de ventas para que introduzcan el producto en el sector nacional.
- Mantener los servicios de productos frescos y eficientes, con la reactivación del parque automotriz de la empresa.
- Acelerar los diferentes procesos que se realizan en los diferentes equipos de la producción para de esta manera aumentar la productividad, maximizando los resultados

de las ventas, perfeccionando los sistemas tecnológicos, capital para cerrar una venta y de esta manera sacar beneficio en el futuro.

- Mantener habilitado y actualizado las autorizaciones de movilización de los vehículos de la empresa, a fin de que se pueda realizar la entrega oportuna y veraz de los productos.

Imagen 3 Producción responsable



- Responsables.

Departamento de Producción de la Empresa AMI RUNA, gerente y general.

- Presupuesto.

Tabla 9 Presupuesto de producción

Acciones	Valor
Capacitación	150
Permisos de circulación (vehículos)	250
Total	400

- Plazo estimado:
Un año calendario

Tabla 10 Cronograma de producción

CRONOGRAMA DE LA ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN												
ACCIONES	TIEMPO EN MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Capacitar a los agentes de ventas para que introduzcan el producto en el sector nacional.												
Mantener los servicios de productos frescos y eficientes, con la reactivación del parque automotriz de la empresa.												
Mantener habilitado y actualizado las autorizaciones de movilización de los vehículos de la empresa, a fin de que se pueda realizar la entrega oportuna y veraz de los productos.												
Evaluación de resultados obtenidos en el último mes												

Fuente propia

ESTRATEGIAS DE BIOSEGURIDAD

➤ Objetivo

Mantener la seguridad y el control del contagio del Covid 19, del personal que labora en las instalaciones de la empresa mediante jornadas de teletrabajo.

Indicador

De las 23 personas que laboran en el sector administrativo, de producción y de limpieza, 11 y 12 respectivamente laborarán cada día de forma alternada.

Recursos humanos y seguridad ocupacional, estará en constante monitoreo del cumplimiento de las jornadas laborales.

Actividades

- Adquisición de un túnel de desinfección, alcohol, sistema de control de temperatura para que de esa manera evitar el contagio del Covid-19 e impedir retrasos en la fabricación y transmisión de los servicios.

- Realizar jornadas de teletrabajo con un 50% del personal, a fin de impedir la afluencia de las personas y de esa manera se mantiene la certeza de una buena salud y seguridad de los empleados.

- Mantener el registro de las personas que se han vacunado y cuantos faltan para exigir que se vacunen, ya que si no lo hacen ponen en riesgo la salud del personal y por ende falta de empleados para el desarrollo, producción y entrega de los productos.

- Realizar fumigaciones periódicas de las oficinas a fin de que no se propague el virus y mantener la salud y bienestar de los empleados.

➤ Responsables.

Departamento Administrativo y financiero de la Empresa AMI RUNA

➤ Presupuesto

Tabla 11 Presupuesto de bioseguridad

Acciones	Valor
Túnel de desinfección	1100
Mascarillas	120
Alcohol antiséptico	100
Amonio cuaternario (desinfectante de virus)	50
Sistema de control de temperatura	20
Total	1390

➤ Plazo estimado:

Un año o el tiempo que dure la pandemia

Tabla 12 Cronograma de las acciones de bioseguridad

ACCIONES	TIEMPO EN MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Adquisición de un túnel de desinfección, alcohol, sistema de control de temperatura para impedir retrasos.												
Mantener el registro de las personas que se han vacunado y cuantos faltan para exigir que se vacunen.												
Realizar fumigaciones periódicas de las oficinas												
registro de las personas que se han vacunado y cuantos faltan												
Evaluación de la bioseguridad de la empresa												

Fuente propia

ESTRATEGIAS DE REACTIVACION.

➤ Objetivo

Mantener la marca Runa en el mercado nacional a través de ventas eficientes y rentables.

Indicador

$$\text{Porcentaje de ventas} = \frac{\text{VENTAS REALES}}{\text{VENTAS PROYECTADAS}} \times 100$$

De esta manera podremos analizar el crecimiento de la empresa y su factibilidad

$$\text{Costo de mano de obra} = \frac{\text{COSTO ACTUAL}}{\text{COSTO ANTERIOR}} \times 100$$

En vista de existir personal que labora en el teletrabajo, la empresa se ahorraría en uso de internet, uniformes, alimentación y transporte lo que generaría menos gastos para la empresa.

Actividades

- Realizar alianzas estratégicas con cadenas alimenticias para introducir en el mercado nacional el producto.

- Promocionar el producto con descuentos especiales.
- Establecer estrategias y acuerdos con los productores de guayusa que aseguren la entrega continua del producto.
- Apertura de ventas del producto en los centros comerciales a nivel nacional.
- Mantener la capacitación continua del personal que realizara las ventas en los centros comerciales.
- Respetar las normas de bioseguridad actuales.
- Mantener una caritativa y apropiada comunicación con los clientes para disipar la inseguridad y así poder atraer a los usuarios.
- Facilitar las opciones y los calendarios de pago para poder atraer a más clientes que, de otro modo, no podrían gastar.
- Recuperación de los horarios de trabajo y respeto a los trabajos que se pueden hacer mediante internet.

Imagen 4 Productos a expendirse



Foto. José Bernú Carrión. Gerente General de AMI RUNA Ecuador

FUENTE: La Investigación

➤ Responsables.

Gerente General de AMI RUNA Ecuador

➤ Presupuesto.

Tabla 13 Presupuesto de reactivación

Acciones	Valor
Capacitación	100
Total	100

➤ Plazo estimado:

6 meses

Tabla 14 Cronograma de acciones para la reactivación

CRONOGRAMA DE LA ESTRATEGIA DE REACTIVACIÓN						
ACCIONES	TIEMPO 6 MESES					
	1	2	3	4	5	6
Realizar alianzas estratégicas con cadenas alimenticias para introducir en el mercado nacional el producto.	■	■	■	■	■	■
Promocionar el producto con descuentos especiales.	■	■				
Establecer estrategias y acuerdos con los productores de guayusa que aseguren la entrega continua del producto.	■	■	■	■	■	■
Apertura de ventas del producto en los centros comerciales a nivel nacional.	■					
Mantener la capacitación continua del personal que realizara las ventas en los centros comerciales.	■	■	■	■	■	■
Evaluación de la bioseguridad de la empresa						■

Fuente propia

ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

➤ Objetivo

Apoyar constantemente con la comunidad mediante el patrocinio en dos eventos sociales, dos culturales y dos deportivos organizados por la ciudad del Tena.

Indicador

$$\text{Porcentaje de eventos} = \frac{\text{EVENTOS REALES}}{\text{EVENTOS PROYECTADOS}} \times 100$$

De esta manera nos podemos dar cuenta en que porcentaje se dio el patrocinio de la empresa en los eventos que la empresa considero realizar el patrocinio.

- La ayuda con la comunidad, se basa en la compra de las hojas de guayusa a los productores y proveedores de la localidad.

- Generar el sentido de pertenencia en los empleados de la empresa, a fin de mejorar la productividad.

- Premiar la seguridad, la independencia y la constancia del empleado.
- Proveer vacantes con estabilidad laboral.
- Ayudar al desarrollo científico y competitivo de los empleados.
- Proporcionar ayuda relacionados con la salud.
- Felicitar el desempeño y los beneficios obtenidos.
- Proporcionar vacante a la sociedad local.
- Disponer la combinación de hombres y mujeres con destrezas especiales.
- Apoyar a los productores a perfeccionar sus servicios.
- Colaborar con formación de jóvenes profesionales.
- Ayudar a los productores para que gocen de acciones didácticas y festivas.
- Organizar eventos con niños de la colectividad durante el período de vacaciones
- Patrocinar a centros de formación, fundaciones, entre otros.
- La generosidad empresarial ayuda en las relaciones laborales.

➤ Responsables.

Toda la empresa, productores, proveedores y comunidad local.

➤ Presupuesto

Tabla 15 Presupuesto de responsabilidad social

Acciones	Valor
Reconocimiento económicos por esfuerzo y logros alcanzados	500
Eventos de ayuda a los niños de la colectividad durante el período de vacaciones	500
Apoyar a la reconstrucción de infraestructura social	2500
Total	3500

➤ Plazo estimado:

Un año

Tabla 16 Cronograma de las acciones de responsabilidad social

CRONOGRAMA DE LA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL												
ACCIONES	TIEMPO EN MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
La compra de las hojas de guayusa a los productores y proveedores de la localidad.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Generar el sentido de pertenencia en los empleados de la empresa, a fin de mejorar la productividad.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Premiar la seguridad, la independencia y la constancia del empleado	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ayudar al desarrollo científico y competitivo de los empleados	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Proporcionar ayuda relacionados con la salud	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Registrar el esfuerzo y los logros alcanzados.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Disponer la combinación de hombres y mujeres con destrezas especiales.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Colaborar con la formación de jóvenes profesionales.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Organizar eventos con niños de la colectividad durante el período de vacaciones.						■	■					
Patrocinar a centros de formación, fundaciones, entre otros	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Evaluación de la bioseguridad de la empresa												■

Fuente propia

4 Validación de la propuesta

Para la elección de especialistas se ha considerado un perfil acorde a los siguientes criterios: formación académica relacionada con el tema investigativo, experiencia académica y/o laboral orientada a la gestión administrativa y motivación para participar. La siguiente tabla presenta información detallada de los actores seleccionados para la validación del modelo.

Los objetivos perseguidos mediante la validación son los siguientes:	
<ul style="list-style-type: none">- Validar la metodología de trabajo aplicada en el desarrollo de la investigación.- Aprobar los resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas.	<ul style="list-style-type: none">- Redefinir (si es necesario) el enfoque de los elementos desarrollados en la propuesta, considerando la experiencia de los especialistas.- Constatar las posibilidades potenciales de aplicación del modelo de gestión propuesto.

Fuente: Elaboración del autor

5 Instrumento para validar

Criterios	Descripción
Impacto	Representa el alcance que tendrá el modelo de gestión y su representatividad en la generación de valor público.
Aplicabilidad	La capacidad de implementación del modelo considerando que los contenidos de la propuesta sean aplicables
Conceptualización	Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías propias de la gestión por resultados de manera sistémica y articulada.
Actualidad	Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos que se producen en la nueva gestión pública.
Calidad Técnica	Miden los atributos cualitativos del contenido de la propuesta.
Factibilidad	Nivel de utilización del modelo propuesto por parte de la Entidad.
Pertinencia	Los contenidos de la propuesta son conducentes, concernientes y convenientes para solucionar el problema planteado.

Fuente: Elaboración del autor

Luego de seleccionar a los profesionales que conformaron el panel para la validación, se procedió a desarrollar los criterios de evaluación; facilitando un link de acceso que detalla los parámetros considerados a cada validador. A continuación, se especifican los criterios en mención:

Una vez puntualizados los criterios utilizados en la validación, se determinó la escala de criterios cualitativos para su evaluación, según el nivel de importancia y representatividad

Tabla
Escala de evaluación de criterios

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Impacto					
Aplicabilidad					
Conceptualización					
Actualidad					
Calidad técnica					
Factibilidad					
Pertinencia					

6 Resultados de la validación

Según los datos que arroja el análisis del proyecto se determina que el 100% está totalmente de acuerdo que las estrategias que se encuentran para el proyecto tiene un impacto favorable en la comunidad y valor agregado en la reactivación, el nivel de aplicabilidad, factibilidad y calidad del punto de vista técnico y científico es útil, considerando que no solo se favorece a empresa sino la comunidad.

De igual manera, el 100% afirma estar totalmente de acuerdo con la propuesta ya que presenta contenidos y estrategias reales y de manera metodología y pronunciada.

6.1 Matriz de articulación

La matriz adjunta permite identificar la articulación del producto con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos -técnicos y tecnológicos.

Tabla 17. Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	CLASIFICACIÓN TIC
Reactivación económica	Estrategias de búsquedas de mercado mediante análisis FODA cruzado. Apertura de ventas a nivel nacional	Búsqueda Bibliografía	Revisión de artículos Entrevistas Encuestas	De acuerdo a los resultados y datos estadísticos de la empresa Ami Runa, se puede determinar que en el 2013 se exporto el 8% de lo que se exporto en el 2019.	
Recuperación de la jornada laboral	Normas de bioseguridad	Aplicación de normas	Capacitación laboral	Auto cuidado y cuidado colectivo	

Fuente: Elaboración propia

7 CONCLUSIONES

- El impacto generado, por la presencia del Covid-19 en nuestro país, ha significado una reducción en la prospectiva de crecimiento del PBI, un aumento en el desempleo y un incremento de la vulnerabilidad de las poblaciones en pobreza y pobreza extrema. Por ello, el gobierno ha implementado medidas para disminuir los efectos socioeconómicos de la pandemia y reactivar sus economías. Entre las medidas iniciadas, se encuentran aquellas dirigidas a brindar bonos económicos, subsidios a la energía y transporte, así como créditos para pequeñas y medianas empresas.
- Se analizó la reactivación económica paulatina de la empresa AMI RUNA, implementando cambios económicos, adaptando recursos a la nueva modalidad de trabajo y bioseguridad con estrategias inmediatas para buscar apertura de venta de los productos a nivel nacional.
- Se conceptualizó terminología aplicada en la búsqueda y activación de dichas estrategias económicas emergentes para la reactivación empresarial.
- Las estrategias se diagnosticaron e implementaron con bases teóricas y prácticas que logran reactivar el flujo comercial de la empresa.
- Si es factible que la empresa se reactive por medio de ventas de la guayusa procesada a nivel nacional.

8 RECOMENDACIONES

- Que el gobierno central apoye con programas de reactivación a las empresas que por efectos de la pandemia del Covid 19, tuvieron que cerrar y requieren reactivarse
- Fomentar la participación y apoyo de la ciudadanía para la reactivación económica ya que una u otra forma la comunidad también se favorece.
- Continuar fomentando el marketing digital a través de las redes sociales, sobre las bondades del uso que tiene la guayusa.

Permitir el libre acceso de la información en estos momentos emergentes para poder ser analizados de forma efectiva y llevar a una verdadera toma de soluciones

9 BIBLIOGRAFÍA

- Azuero, Á. E. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Interdisciplinaria Koinonía*, 110-127.
- Díaz, T. (02 de 07 de 2018). *Economía simple*. Obtenido de Sitio Web: <https://www.economiasimple.net/glosario/egresos>
- Diego Alberto López Altamirano, S. S. (2020). *Polo del conocimiento*. Quito: Revista científico. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7659353>
- Economipedia. (06 de 08 de 2021). *Ingreso*. Obtenido de Sitio Web: <https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>
- Economipedia. (06 de 08 de 2021). *Macroeconomía*. Obtenido de Sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/macroeconomia.html>
- El Comercio . (29 de 10 de 2020). Ministro de Ecuador: La jornada laboral en teletrabajo sigue siendo de 8 horas y máximo 4 horas extras que se deben pagar con recargo. *Economía*, págs. 1-2.
- El Comercio. (2021). La energía de la guayusa quiere conquistar Europa. *Lideres*, 1-5.
- ENEMDU. (15 de 12 de 2019). *Encuesta nacional de empleo*. Obtenido de Archivo PDF: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/ENEMDU_Metodologia%20Encuesta%20Nacional%20de%20Empleo%20Desempleo%20y%20Subempleo.pdf
- Espinoza, E. (2018). EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN. *Conrado ONLINE*, 22-32.
- Gestiopolis. (14 de 06 de 2021). *Contabilidad de costos: conceptos, importancia y clasificación*. Obtenido de Sitio Wep: <https://www.gestiopolis.com/contabilidad-de-costos/>
- Luna, K., & Sarmiento, W. (2020). Reactivación económica en empresas del sector industrial a través de la matriz de efectos olvidados. *593 Digital Publisher CEIT*, 105-115.
- Making Developmen happen. (20 de 07 de 2021). *Impacto macroeconómico del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas*. Obtenido de Archivo PDF:

<https://www.oecd.org/dev/Impacto-macroeconomico-COVID-19-Ecuador.pdf>

MAKING DEVELOPMENT HAPPEN. (11 de 06 de 2021). *Impacto macroeconómico del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas*. Obtenido de Archivo PDF: <https://www.oecd.org/dev/Impacto-macroeconomico-COVID-19-Ecuador.pdf>

MINISTERIO DE SALUS PUBLICA- MINISTERIO DE TRABAJO. (05 de 08 de 2021). *PROTOCOLO DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO PARA EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO*. Obtenido de Archivo PDF: https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/protocolo_de_seguridad_y_salud_en_el_trabajo_para_el_sector_publico_y_privado-signed.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas. (30 de 05 de 2020). *Evaluación Económica*. Obtenido de Archivo PDF: <http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/archivos/Eval%20Soc%20Econ%2011%20sep-.pdf>

OIT. (17 de 06 de 2021). *Acerca de la OIT*. Obtenido de Sitio Web: <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang-es/index.htm>

Sampieri, R. H. (2016). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45207478/metodologia-de-la-investigacion-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1631196160&Signature=ewsqdBRDuKjmGHhiy33UOBe8~DK2J3LIglx1~AdAhw9DY1iPbi-ZOyb2XjVgKnnFY-gPngge6nBONswAnJDIdYL20Fb4EweXUwyN1SQS7zlzqWZuqI4S5q7jzVMP>

ANEXOS



INSTRUMENTO PARA VALIDAR

PROYECTO: "Reactivación económica de la Empresa Ami Runa pos pandemia"

AUTOR: ASDRUAL GEOVANNY ENDARA LÓPEZ

DATOS DEL VALIDADOR:

Nombres y apellidos	William Xavier Ochoa Villamarin
Años de experiencia	7 años
Titulación académica	Magister en Administración de Recursos Financieros y Humanos del Sector Educativo
Cargo actual	Supervisor en la Administración del Centro de Operaciones Sectorial No.1

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					5
Aplicabilidad					5
Conceptualización					5
Actualidad					5
Calidad técnica					5
Factibilidad					5
Pertinencia					5


Firma
William Xavier Ochoa Villamarin
C.I. 0502148075



INSTRUMENTO PARA VALIDAR

PROYECTO: "Reactivación económica de la Empresa Ami Runa pos pandemia"

AUTOR: ASDRUAL GEOVANNY ENDARA LÓPEZ

DATOS DEL VALIDADOR:

Nombres y apellidos	Rommel Vinicio Chantera Anrango
Años de experiencia	4 años
Titulación académica	Magister en Administración de Empresas con Mención En Gerencia de la Calidad y Productividad
Cargo actual	Jefe de Producción de Chaide y Chaide

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					5
Aplicabilidad					5
Conceptualización					5
Actualidad					5
Calidad técnica					5
Factibilidad					5
Pertinencia					5

Firma
Rommel Vinicio Chantera Anrango
CI. 1714425293

10 ANEXOS

Imagen 1 Posicionando la marca en el mercado	28
Imagen 2 Ami Runa en ferias	31
Imagen 3 Producción responsable.....	33
Imagen 4 Productos a expendirse.....	37