

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Ciencias Biológicas y Ambientales

Proyecto StarUp: NativaLips

**Ashley Soleil Mata Iturralde
Deyanira Stephanie Posso Ayala**

Ingeniería en Biotecnología

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Ingeniera en Biotecnología

Quito, 22 de diciembre de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Ciencias Biológicas y Ambientales

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Proyecto StartUp: NativaLips

**Ashley Soleil Mata Iturralde
Deyanira Stephanie Posso Ayala**

Nombre del profesor, Título académico

María José Pozo Andrade, MBS

Quito, 22 de diciembre de 2022

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Ashley Mata & Deyanira Posso

Código: 00205966; 00131686

Cédula de identidad: 1726332867; 1719042101

Lugar y fecha: Quito, 22 de diciembre de 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

NativaLips es una StartUp ecuatoriana que pretende revolucionar la industria cosmética con un producto innovador, hecho con cera extraída de microalgas marinas, y con sabores únicos de frutas tropicales. La empresa presenta un bálsamo labial hecho con componentes orgánicos y veganos, con propiedades humectantes y protección solar, ofreciendo una experiencia única con sus seis diferentes sabores: mango, maracuyá, naranjilla, guanábana, guayaba y pomarrosa. En el presente trabajo, se describió la tecnología que la empresa usa para la obtención de la cera y la posterior fabricación del producto. También se describió la propiedad intelectual que protege la marca y la tecnología, así como también la estructura de la empresa y el análisis económico – financiero. Se determinó que la producción de la cera de microalgas favorece a la empresa en términos económicos, ya que reduce los costos de producción, y se obtendrán ingresos extra de la venta de biomasa restante del proceso. A futuro, la empresa pretende extender su mercado a nivel internacional, no solo vendiendo el producto presentado, sino también, de manera individual, la cera de microalgas.

Palabras clave: StartUp, bálsamo labial, cera de microalgas, cosméticos, sabores frutales

ABSTRACT

NativaLips is an Ecuadorian StartUp that aims to revolutionize the cosmetics industry with an innovative product, made with wax extracted from marine microalgae, and with unique flavors of tropical fruits. The company presents a lip balm made with organic and vegan components, with moisturizers and sun protection, offering a unique experience with six different flavors: mango, passion fruit, naranjilla, soursop, guava and rose apple. In the present work, the technology that the company uses to obtain the wax and the subsequent manufacture of the product was described. The intellectual property that protects the brand and technology was also described, as well as the structure of the company and the economic-financial analysis. It was concluded that the production of microalgae wax favors the company in economic terms, since it reduces production costs, and extra income will be obtained from the sale of biomass remaining from the process. In the future, the company intends to expand its market internationally, not only selling the product presented but also, individually, microalgae wax.

Key words: StartUp, lip balm, microalgae wax, cosmetics, fruity flavors

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	11
Tecnología	13
Propiedad intelectual	15
Análisis de mercado.....	16
Alianzas estratégicas.....	17
Estructura y organización	18
Plan operativo	20
Plan financiero	22
Conclusiones.....	24
Tablas.....	25
Figuras	26
Referencias bibliográficas.....	27
Anexos.....	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Precio unitario y margen de ganancia	25
---	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo de la empresa	26
Figura 2. Logotipos de los sabores de los bálsamos labiales.....	26

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Diagrama de bloques de la estructura organizacional de la empresa.....	30
Anexo 2: Cálculo de costos fijos mensuales y anuales.....	30
Anexo 3: Cálculo de costos variables mensuales y anuales	30
Anexo 4: Proyección de ventas desde 2024 a 2029 en dólares.....	31
Anexo 5: Evaluación del valor de la startup. método de suma de factores de riesgo.....	31

INTRODUCCIÓN

Una *startup*, según Campos (2019) es un negocio pequeño, innovativo que posee una tecnología única o un valor agregado con oportunidades de crecimiento y con un impacto positivo sobre la economía de un país. Además, generalmente surgen a partir de una problemática o carencia observada en el mercado.

Según Alcalde & del Pozo (2004) los labios son una de las zonas más sensibles del cuerpo debido a varios factores, entre los que se encuentra la ausencia de protección por la capa córnea debido a que es muy fina, por lo que los labios tienden a agrietarse fácilmente con la variación del clima y las condiciones externas a las que son expuestos. Adicionalmente, carecen de glándulas sudoríparas lo que causa que se deshidraten con facilidad y los microorganismos proliferen. La ausencia de melanocitos también juega un papel importante ya que la piel de los labios no se broncea como sucede con el resto del cuerpo, sino, al estar en contacto con el sol se queman y son afectados en gran manera por la radiación ultravioleta.

Este es uno de los principales problemas en el Ecuador, debido a su ubicación, según IngenioWeb (2022) esta es una de las zonas del planeta que se encuentra más cerca del sol, por lo que tiene un índice bastante elevado de radiación solar. Quito, sin duda es una de las zonas más afectadas, debido a su ubicación en la línea equinoccial recibe los rayos solares de forma perpendicular, por lo que estos son más nocivos para sus pobladores. De allí nace la necesidad del empleo de cosméticos que minimicen el efecto nocivo de los factores previamente mencionados, de acuerdo con esto surgen los bálsamos labiales como una herramienta que permite el cuidado y protección labial, al mismo tiempo que fomenta la estética que tiene una gran relevancia en el siglo XXI. Los bálsamos labiales que ya se comercializan en el mercado están hechos a base de cera de abejas, Gómez

menciona que su elaboración implica la destrucción de panales ya que las mismas abejas segregan esta cera para la construcción de sus panales al unirlos y moldearlos (2002). También hay otros hechos en base a la cera extraída de la Candelilla y Jojoba que según la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) (2021) requiere un manejo específico para su aprovechamiento ya que debido a este boom en su uso para la extracción de cera podría llegar a estar en peligro de extinción.

Por ello, a raíz de esta problemática se creó NativaLips, la cual es una *startup* cuya misión es revolucionar la industria cosmética con bálsamos labiales 100 % naturales y orgánicos que consideran la conservación de la biodiversidad. Una empresa que no solo ofrece un producto completo para el cuidado de los labios también ha ideado un método alternativo para la elaboración de cera que es nuestra materia prima, totalmente amigable con el medio ambiente y que contribuye con otras empresas. A continuación, se les contará que diferencia realmente a nuestro producto y de dónde proviene nuestra cera.

TECNOLOGÍA

El producto ofrece una humectación máxima para reducir resequedad y grietas provocadas por el polvo, el clima o la falta de consumo de agua. Cuenta con un factor de protección solar SPF 30 ideal para mantener a los labios protegidos contra las radiaciones ultravioleta. Los labios generalmente son olvidados, sin embargo, es importante saber que no solo la piel está expuesta a padecer cáncer. Se sabe que, ante la exposición crónica al sol, los labios pueden sufrir quelinitis actínica, un desorden maligno que puede terminar en carcinoma de células escamosas (Boza & Guillén, 2018).

Por otra parte, se ofrecen sabores únicos de frutas tropicales que crecen en América Latina. Estos son: Guanábana, mango, cultivado de forma masiva en Latinoamérica y también en Ecuador (Zonta et al., 2016). Naranjilla, un sabor popular que se usa en la elaboración de algunas bebidas en América, Guayaba, pomarroza, originaria de India Oriental pero ampliamente cultivada en el Oriente Ecuatoriano y otras zonas de América (Vargas et al., 2018). Todas se han seleccionado por su característico sabor y sus amplias propiedades como el aporte de vitaminas C y B, nutrientes y antioxidantes.

Adicional a todos los valores agregados que presenta el producto, también cuenta con un componente innovador, la materia prima de NativaLips es una cera extraída de microalgas marinas, lo que permite que la empresa se posicione con un precio competitivo y también como una empresa consciente y amigable con el medio ambiente ya que no usa las ceras convencionales de abeja o de plantas nativas que afectan al ecosistema y biodiversidad del lugar. Según Jumiarni & Anggraini (2021) las microalgas marinas tienen la capacidad de proliferarse a gran velocidad, son fáciles de cultivar y se adaptan fácilmente a las condiciones ambientales del lugar. De igual manera, requiere un menor espacio físico para cultivarlas y recursos limitados contrario a las plantas.

La especie de microalga seleccionada *Isohrysis galbana* produce una elevada cantidad de lípidos en comparación con otras especies. Estos lípidos con un punto de fusión elevado (aprox. 70 °C) se conocen como alquenonas de cadena larga y presentan un gran potencial dentro de la industria cosmética (McIntosh et al., 2018) dado que su producción es fácilmente escalable reduce en gran manera los costos de producción y es mucho más estable que otros tipos de cera que hay actualmente en el mercado.

La extracción de las alquenonas se la realiza mediante un sistema de extracción de líquidos presurizados que usa una alta temperatura y presión para lograr la extracción junto con una mezcla de solventes como hexano e isopropanol (proporción 2:1) a una temperatura de 100 °C, ya que se ha comprobado que es la temperatura óptima para lograr un buen rendimiento de la extracción (Señoráns, Castejón & Señoráns, 2020). Este método se ha seleccionado debido a su rapidez, eficiencia y que no contiene volúmenes importantes de disolventes tóxicos que pueden comprometer la calidad y seguridad de los bálsamos labiales. Mediante la producción de esta cera no solo se obtiene la materia prima, también un subproducto de biomasa de microalgas que todavía es rica en proteínas y otros componentes, la cual se pretende comercializar a empresas encargadas de la elaboración de nutracéticos y alimento para animales contribuyendo a la economía circular y a la sostenibilidad. Debido al gran valor agregado del producto y al valor de la empresa como tal se pretende protegerla ante la ley como se describe a continuación.

PROPIEDAD INTELECTUAL

La empresa NativaLips ha definido un diseño del logo que representa a la marca, así como también un eslogan que se relacione y caracterice el producto. El eslogan ha sido definido como: *“Sabores tropicales en tus labios”*.

En las *figuras 1 y 2* se puede observar el diseño del logotipo de la empresa, y de cada uno de los sabores de los bálsamos labiales respectivamente. Estos serán protegidos como Marca Registrada en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI individualmente. Esto se realiza a través de un trámite en línea, donde se solicita el registro de inscripción o concesión de derecho de marca con una duración de 10 años y es renovable con un valor de \$208,00 USD (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, n/a).

Adicionalmente, se protegerá como secreto comercial la tecnología del producto, así como también, la composición del bálsamo de labios. Para esto, según la Ley de Propiedad Intelectual de Ecuador (Registro Oficial, 1998), se puede depositar la información confidencial en un sobre sellado ante notario público, el cual informará al IEPI sobre su recepción para posteriormente realizar el registro en esta misma institución, siguiendo los pertinentes pasos para el registro de marcas. Dentro de la empresa los empleados no se rotarán dentro de las distintas áreas, sino que los empleados únicamente conocerán el proceso asociado a la sección donde laboran y se firmará un acuerdo de confidencialidad en el momento de la recepción del trabajo por parte de cada uno para mantener el secreto comercial debidamente. Asimismo, las cantidades usadas de cada uno de los componentes para la producción total del día se las entregará al inicio del día como un lote ya pesado y en las cantidades adecuadas para que los trabajadores no sepan toda la receta del producto, solo las cofundadoras y el gerente lo conocerán.

ANÁLISIS DE MERCADO

Actualmente la gente se preocupa más por el cuidado y lo estético, por ello han surgido varias marcas de cosmética con este propósito a nivel nacional e internacional. Acorde a una encuesta revisada se observó que al menos un 61% de mujeres de la población y un 10% de hombres usan siempre o casi siempre un bálsamo labial, además de que según hay una tendencia significativa del 57,53% para el uso diario de un bálsamo labial en la población (Arévalo, 2019).

Justamente basado en las estadísticas mencionadas y a que el producto va dirigido para un público de todas las edades, sin restricción de sexo, la marca ya se encontraría posicionada en el Ecuador con un mercado potencial de al menos 6797188,18 personas, sin contabilizar la frecuencia de compra del producto por parte de los consumidores y los clientes fieles. De igual manera, la penetración del mercado de la empresa es de 7,4% en un inicio debido a que el producto debe socializarse.

Se observa que el mercado potencial es bastante grande únicamente aquí en el Ecuador y tiene potencial de crecimiento, no solo a nivel nacional, ya que hay varias marcas que se encuentran a nivel internacional similares a nuestro producto que son LipSmacker, Nivea, Chapstick, entre otros cuenta con sabores comunes o de productos comerciales como lo son Coca Cola y su precio oscila entre los 5 a 7 dólares por unidad. Por ello, debido al potencial del producto por sus valores agregados planeamos tener un alcance mayor, mediante una expansión a nivel internacional dado que nuestro producto es competitivo con las marcas actuales populares en el mercado tanto en bondades del producto como en precio debido al origen de la materia prima.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Establecer alianzas estratégicas para el desarrollo de la empresa es uno de los enfoques principales en cuanto a la planificación y ejecución del proyecto, para esto se analizó quienes proveen la materia prima en función de los componentes más relevantes de nuestro producto. En este caso, se seleccionaron dos empresas cuya misión se alinea con la de NativaLips, estas son: Aromalab y Cofina.

Aromalab es una empresa ecuatoriana enfocada en la producción y comercialización de aceites esenciales, el cual constituye un componente importante del producto, pues estos aceites le dan el aroma y sabor al bálsamo labial. El acuerdo con dicha empresa será formal, y a largo plazo, a través de un contrato, se podrán establecer las condiciones de parte y parte para que se mantenga una relación armoniosa entre ambas empresas. El objetivo de esta alianza es que ambas empresas obtengan un beneficio bilateral, es así que parte del acuerdo es que Aromalab pueda producir aceites esenciales de nuevas frutas nativas y nos provea de este producto a precios más bajos. A cambio, en la etiqueta informativa de nuestro producto se encontrará el nombre de “Aromalab”, aumentando sus ventas y reputación.

Por otro lado, Cofina es una empresa también ecuatoriana que se dedica a la elaboración y comercio de cacao en grano y derivados, como la manteca de cacao, un ingrediente de interés para la fabricación del producto. Se estableció un acuerdo a largo plazo, el cual es beneficioso para ambas partes, ya que NativaLips obtiene un componente de la materia prima de calidad para la fabricación del producto, además reduce costos de producción y por ende el precio de venta, por el contrario, Cofina lograría que su manteca de cacao sea conocida a nivel nacional y posteriormente a nivel internacional a través del bálsamo de labios y también obtiene publicidad ya que su marca estaría incluida en la composición del bálsamo labial.

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

La estructura organizacional lineal basada en un orden jerarquizado de arriba hacia abajo en nivel de autoridad se adapta perfectamente a la visión de la empresa. La principal ventaja que nos brinda este modelo es que incentiva una comunicación efectiva dado que permite una relación cercana entre superiores y trabajadores, lo cual da estabilidad a la organización, además define claramente el nivel de responsabilidad de cada trabajador y motiva a los empleados con posibilidades de promoción. También fomenta la agilidad en la toma de decisiones (Williams, s.f.; Salazar, 2019).

La empresa será dirigida por la CEO, Ashley Mata, la cual tendrá contacto directo con los tres gerentes que tendrán a su cargo las áreas de Producción, Marketing y Ventas y Administración y Finanzas (ANEXO 1). La empresa contará con un total de 42 empleados divididos en distintas áreas y departamentos.

El área de administración y finanzas tiene como objetivo el manejo de entrada y salida de capital para cualquiera que sea el fin en relación a las necesidades e intereses de la empresa. Habrá un gerente que maneja toda el área y a su vez, 3 jefes de departamentos cuyos roles serán más específicos. El departamento de compras estará encargado de establecer relaciones comerciales y de manejar convenios y alianzas con empresas proveedoras de materias primas, para lo cual habrá un operario experto en comunicación organizacional y otro en finanzas. En el departamento de Gestión de Cobros y Pagos, se gestionará cobros y ganancias de la empresa y la salida de capital de la empresa destinado a rol de pagos. Por último, el departamento de Talento Humano tendrá como objetivo la gestión del capital humano y operario de la empresa, contrataciones o despidos, así como también la comunicación entre los trabajadores de la empresa.

El área de marketing y ventas enfocado al manejo de la marca y productos, así como también de la parte del diseño y publicidad. El gerente de esta área será quien unifique y

apruebe las ideas de todos sus departamentos y a su vez sea un intermediario con el CEO para comunicar ideas de innovación que fluyan desde los operarios de cada departamento hacia la gerencia, en beneficio de la empresa. Existirán dentro de esta área, dos departamentos con sus respectivos jefes: El departamento de Marketing encargado del manejo de redes sociales y publicidad en general, y el departamento de ventas que dirigirá las relaciones comerciales con empresas asociadas al producto o supermercados que funcionan como puntos de venta aliados, así como también el propio punto de venta de la empresa que será una tienda independiente. Este departamento tendrá a su cargo la expansión comercial del producto y el establecimiento de más alianzas comerciales que puedan servir para la distribución más amplia del producto a mercados más grandes, y/o la expansión del producto y la empresa a otros lugares del país o fuera del país.

El área de producción dirigida por Deyanira Posso como gerente. En esta área se maneja toda la producción del bálsamo de labios, para lo cual se dividirá en tres departamentos con sus respectivos jefes: El Departamento de logística que se encargará de la dirección y planificación de todos los procesos que se dan en los otros departamentos, así como también la recepción y distribución de la materia prima. En el departamento técnico se realizan todos los procesos industriales que abarcan la producción del bálsamo y su envase, así como en el envasado, etiquetado y empaquetado del producto. Por último, el Departamento de calidad se encargará de evaluar la calidad del producto y de los procesos dados en la planta, así como la evaluación y resolución de conflictos que afecten la calidad del proceso y producto. Esta área contará con el apoyo de 3 ingenieros de producción.

PLAN OPERATIVO

La empresa establecerá un punto de fábrica del producto, oficinas y ventas en el sector de Carcelén, en la ciudad de Quito, el cual será un inmueble arrendado. El galpón industrial tiene un área de construcción de 438m², el cual cuenta con área de oficinas, y otra área libre, en donde se puede adaptar el área de la planta de producción y bodegas. Adicionalmente, cuenta con un local adjunto el cual funcionará como punto de venta.

Para la elaboración y manufactura del producto, se adquirirá la maquinaria necesaria como biorreactores, extractor con ultrasonido, olla mezcladora, maquinas envasadoras y de etiquetado. Por otro lado, la materia prima del producto consta de dos partes: la primera que es la cera, la cual será obtenida dentro de la planta de producción de la empresa, para lo cual se obtendrá un inóculo de la microalga de interés una sola vez a través de un proveedor externo, ya que las microalgas estarán en biorreactores donde se multiplican y se puede conservar inóculos del microorganismo por un tiempo prolongado. La segunda parte, consta de los reactivos necesarios para la obtención de la cera, y también de los demás ingredientes del bálsamo labial, de los cuales dos de ellos se obtendrán a precios mas bajos gracias a las alianzas estratégicas que la empresa establecerá, y se abastecerá de esta materia prima mensualmente a través de proveedores locales.

Una vez obtenido el producto final, se almacenará los productos en una bodega propia, de donde saldrá la mercadería a varios sectores. La producción de bálsamos labiales mensualmente será de 2800 unidades. De estas, se distribuirá una parte del producto al punto de venta ubicado en el mismo lugar, en el cual la venta será por mayor o menor, directamente al público en general, sean empresas o usuarios. Además, otra parte del producto se distribuirá a tiendas y supermercados locales por mayor, para lo cual se contratará servicios de transporte externos. Por último, la venta del producto será también a través de una tienda online, la cual se promocionará a través de redes sociales y pagina

web, por unidades o combos, directamente a los usuarios, por lo cual la distribución de dichas ventas será a través de servicios de transporte o aplicaciones móviles de *delivery*.

Como empresa, una de las misiones planteadas para crecer en el mercado es llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles, por lo que se establecerán estrategias de marketing en las que se use los medios digitales para llegar en primera instancia a usuarios jóvenes, y que a través de ellos el producto llegue también a otro tipo de usuarios de diferentes edades. Estas estrategias constan en un contacto mas cercano con el público y/o los usuarios a través de publicaciones constantes de posts sobre los productos y sus beneficios, así como también de videos o *reels*, ya que este es un medio que actualmente causa mucho más impacto en el público.

Por último, es importante mencionar que la tecnología del producto tiene un valor muy alto, no solo en el aspecto financiero, sino también por ser algo innovativo, que comercialmente tiene potencial y que puede ser ampliamente distribuido puesto a que es un producto vegano, orgánico, con sabores únicos dentro del mercado actual de bálsamos labiales y diferente por la tecnología usada para la producción de su materia prima.

PLAN FINANCIERO

Se realizó un análisis de costos variables y fijos para establecer el precio unitario de cada bálsamo de labios, para lo cual, como se observa en la tabla 1, se estableció que el valor será de \$5,67 USD por unidad, con un margen bruto unitario de ganancia de \$2,06 USD. Para el cálculo de los costos fijos (ANEXO 2) fueron calculados en base a salarios, arriendo, pago de servicios básicos, y de obligaciones financieras, lo cual dio un total anual de \$70.839,72 USD. Además, para los costos variables (ANEXO 3), se tomó en cuenta los valores de la materia prima, de empaquetamiento, transporte y comisiones por venta, y se obtuvo un costo total aproximado anual de \$52.293,32 USD..

Adicionalmente el valor que se requiere para alcanzar un punto de equilibrio en la empresa, se requiere vender aproximadamente 34505 unidades del bálsamo labial, lo cual será en un periodo de tiempo de 1 año y 1 mes.

En cuanto a la proyección de ventas de la empresa, se estableció un 5,8% de incremento anual de las ventas. Se solicitó una inversión de \$100.000,00 USD, por lo que, en torno a la proyección de ventas, se determinó que el retorno de inversión será dentro de los cinco primeros años de funcionamiento de la empresa (ANEXO 4).

Por otra parte, para determinar el valor del startup, se analizó varios métodos, considerando que es una empresa que aún no ha iniciado sus operaciones ni ha tenido ventas hasta el momento. Para ello, se seleccionó el Método de Suma de Factores de Riesgo, descrito por Ohio TechAngels, es una variante del método Berkus, el cual es una herramienta que ajusta el valor de una empresa emergente, en base a los factores de riesgo que puedan afectar a la misma (Akkaya, 2020). Para esto se realiza una matriz (ANEXO 5) en donde se asignan símbolos (+ ó -) para quitarle o agregarle valor a la empresa. Es así que, si hay un doble “+” ó “-” se agrega o quita \$500.000,00 USD al valor final; si hay un solo “+” ó “-”, se agrega o quita \$250.000,00 USD; y si hay un “0” en la matriz, no se

agrega ni quita ningún valor. Es así como en base a la evaluación de riesgos estimada, se calculó que el startup NativaLips tendrá un valor de \$750.000,00 USD.

Este valor también será el número de acciones de la empresa, por lo cual, se determinó que inicialmente, cada acción tendrá un costo de \$0,38 ctvs. USD. En base a esto, si el inversor ofrece \$100.000,00 USD para la empresa, se le otorgarán 263.158 acciones, lo cual representa el 35,08% de porcentaje de participación. Sin embargo, se considerarán negociaciones si se requiriera, puesto a que se priorizará el enfoque de crecimiento y bienestar de la empresa.

CONCLUSIONES

El potencial de la idea de la que surge esta empresa permitirá que en cinco años se obtenga el retorno de inversión para los socios que tengan la intención aportar su capital para unirse a este gran proyecto. La inversión que venga por parte de los nuevos socios juega un papel crucial en las primeras etapas de la empresa, ya que será importante para iniciar con las operaciones y producción del bálsamo labial.

Por otra parte, el producto se puede posicionar rápidamente en el mercado, no solo por presentar un bálsamo labial con sabores tropicales bien conocidos en la región, sino también por sus propiedades y por su tecnología que permite obtener un producto cuyo precio es competitivo. Por esta razón, los márgenes de ganancia permitirían que la empresa crezca rápidamente dentro de unos años. Para esto es importante también manejar una estrategia de marketing sólida y competitiva, que se adapte a las preferencias del target de consumidores, de manera que se pueda llegar a más usuarios y potenciar las ventas.

Esta *StartUp* ha sido estructurada y desarrollada desde varios ejes que constituyen pilares fundamentales, y que permiten que el proyecto sea sólido para su desarrollo. El plan de negocio que se ha planteado es el alma de este proyecto y la empresa, el cual ha sido desarrollado con bases científicas y confiables que aseguran procesos robustos y un producto de calidad, competente para establecerse de manera permanente en el mercado actual.

Se debe ejecutar cada uno de los pasos planteados en este plan de negocios, sin dejar de lado la esencia y los valores que fueron parte del desarrollo de ahora es *NativaLips*, para que la empresa pueda proyectarse a futuros más grandes, no solo a nivel regional, sino también a nivel internacional.

TABLAS**Tabla 1.** Precio unitario y margen de ganancia

Costo unitario	3,68
Unidades producidas anuales	33600
Unidades mensuales producidas	2800
% margen bruto	0,35
Margen bruto unitario	2,06
Precio Unitario	5,67

FIGURAS



Figura 1. Logotipo de la empresa



Figura 2. Logotipos de los sabores de los bálsamos labiales

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalde, T., & del Pozo, A. (2004). Barras de labios. *Elsevier* 25(11), 151-153.
<https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-barras-labios-i--13070168>
- Akkaya, M. (2020). *Startup valuation: Theories, models, and future. In Valuation Challenges and Solutions in Contemporary Businesses* (pp. 137-156). IGI Global.
- Arévalo, J. (2009). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN LABIAL DE ORIGEN NATURAL DENOMINADO “ECOLIPSTICK” EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO – META.
- Boza, Y., & Guillén, D. (2018). Queilitis actínica: Reporte de tres casos y revisión de literatura. *ODOVTOS-International Journal of Dental Sciences* 23(3), 33-42.
- Campos, J. (2019). How to Create a Startup: A Quick Guide. *European Innovation Academy*. Inacademy.eu/blog/how-to-create-a-startup/
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. (2021). Manual de procedimientos para emitir consideraciones técnicas por especie para la formulación de Dictámenes de Extracción no Perjudicial (NDF): Candelilla (*Euphorbia antisyphilitica*). Autoridad Científica CITES de México
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. (2021). Manual de procedimientos para emitir consideraciones técnicas por especie para la formulación de Dictámenes de Extracción No Perjudicial (NDF): Candelilla (*Euphorbia Antisyphilitica*).
- Gómez, A. (2002). La cera de abeja control y factores de calidad. *IV Jornada Malagueña de apicultura*.

IngenioWeb. (2018). Radiación solar en Ecuador. <https://energitysa.com/blog/radiacion-solar-en-ecuador/>

Jumiarmi, D., & Anggraini, N. (2021). Characterization of microalgae from lowlands in South Sumatera (Indonesia) as a potential source for biodiesel production. *Journal of Physics: Conference Series*. doi:10.1088/1742-6596/1731/1/012002

McIntosh, K., Smith, A., Young, L., Leitch, M., Tiwari, A., Reddy, C., O'neil, G., Liberatore, M., Chandler, M., & Bazi, G. (2018). Alkenones as a Promising Green Alternative for Waxes in Cosmetics and Personal Care Products. *Cosmetics* 5(2). <https://doi.org/10.3390/cosmetics5020034>

Registro Oficial (1998). Ley de la Propiedad Intelectual Ecuador. Retrieved December 3, 2022, from http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/l320g.asp#:~:text=La%20solicitud%20de%20registro%20de,requisitos%20que%20determine%20el%20Reglamento.

Señoráns, M., Castejón, N., & Señoráns, F. (2020). Advanced Extraction of Lipids with DHA from *Isochrysis galbana* with Enzymatic Pre-Treatment Combined with Pressurized Liquids and Ultrasound Assisted Extractions. *Molecules* 25(14). doi:10.3390/molecules25143310

Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (n.d.). Retrieved December 3, 2022, from <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Vargas, Y., Prado, J., Nicolalde, J., Casanoves, F., Virginio, E., & Viera, W. (2018). Caracterización y rol de los frutales amazónicos en fincas familiares en las provincias de Sucumbíos y Orellana (Ecuador). *Ciencia y Tecnología*

Agropecuaria 19(3). Doi: https://doi.org/0.21930/rcta.vol19_num3_art:812

Zonta, M., Inacio, A., Rufino, E., & Mota, A. (2016). Mango: Production, properties and health benefits are approaching. *ResearchGate*.

https://www.researchgate.net/publication/325811599_Mango_Production_properties_and_health_benefits_are_approaching

ANEXO 1: DIAGRAMA DE BLOQUES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA



ANEXO 2: CÁLCULO DE COSTOS FIJOS MENSUALES Y ANUALES

	Costos Fijos	Mensual c/u	Mensual total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	Salario Director	1800	1800	29100	111339,72	111339,72	111339,72	111339,72
	Salario Gerentes áreas (3)	1400	4200					
	Salario Jefes departamento (8)	1150	9200					
	Salario Operarios (28)	400	11200					
	Salario Ing. producción (3)	900	2700					
		5650	29100					
Local arriendo	Incluye oficinas	1250	1250	15000				
Agua		36	36	432				
Luz		393	393	4716				
Teléfono		29,11	29,11	416,52				
Internet	Incluye IVA	89,6	89,6	1175,2				
Pago obligaciones financieras		1667	1667	20000				
Total		9114,71	32564,71	70839,72				354198,6

ANEXO 3: CÁLCULO DE COSTOS VARIABLES MENSUALES Y ANUALES

Costos Variables			
Variable	Mensual	Anual	Quinto Año
Hexano	65,64	787,68	1575,36
Alcohol isopropilico	15,6	187,2	374,4
Manteca de cacao	385	4620	9240
Vitamina E	89,97	1079,64	2159,28

Oxido de Zinc	16,8	201,6	403,2
Karité	462	5544	11088
Aceites esenciales	2100	25200	50400
Envase	616	7392	14784
Comisiones por venta	560	6720	13440
Empaquetamiento	70	840	1680
Transporte	30	360	720
Total	4411,01	52932,12	105864,24

ANEXO 4: PROYECCIÓN DE VENTAS DESDE 2024 A 2029 EN DÓLARES

Proyección Ventas desde 2024 a 2029 (\$)					
% incremento anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5,8	190418,2154	201459,6383	213147,293	225509,8556	238589,4334
Rentabilidad	92436,02689	97795,94091	103469,5597	109470,8037	115820,1133
Payback	18487,20538	19559,18818	20693,91194	21894,16074	23164,02266

ANEXO 5: EVALUACIÓN DEL VALOR DE LA STARTUP. MÉTODO DE SUMA DE FACTORES DE RIESGO

Método de suma de factores de riesgo		
Factor	Grado	Equivalencia monetaria
Riesgo de Gestión	0	0
Etapas del negocio	0	0
Riesgos legislativos o políticos	++	500000

Riesgos de fabricación	0	0
Riesgos de venta y marketing	0	0
Riesgos de financiación y capital	0	0
Riesgos derivados de la competencia	-	-250000
Riesgos tecnológicos	0	0
Riesgo de litigios	+	250000
Riesgo Internacional	0	0
Riesgo de reputación	+	250000
Potencial salida lucrativa	0	0
	Valor del negocio	750000