



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA CULTIVAR Y COMERCIALIZAR
PATRONES DE PLANTAS DE ROSAS EN LA PARROQUIA DE
TABACUNDO, PROVINCIA DE PICHINCHA**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en
Administración de Empresas y Negocios

Autor

Erazo Mueses Edwin Mauricio

Tutor

Econ. Victor Villacrés

QUITO-ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Erazo Mueses Edwin Mauricio, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIO PARA CULTIVAR Y COMERCIALIZAR PATRONES DE PLANTAS DE ROSAS EN LA PARROQUIA DE TABACUNDO, PROVINCIA DE PICHINCHA”, como requisito para optar al grado de Licenciado de Administración de Empresas, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito al 16 días del mes de febrero del 2022, firmo conforme:

Autor: Erazo Mueses Edwin Mauricio

Firma



.....
Número de Cédula: 172539310-0

Dirección: Pichincha, Cayambe, 6 de Diciembre y Pasaje, Barrio La Isla

Correo electrónico: edwin.pa@live.com

Teléfono: 0983124262

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIO PARA CULTIVAR Y COMERCIALIZAR PATRONES DE PLANTAS DE ROSAS EN LA PARROQUIA DE TABACUNDO, PROVINCIA DE PICHINCHA” presentado por Erazo Mueses Edwin Mauricio para optar por el Título de Licenciado en Administración de Empresas,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 19 de abril del 2022

Econ. Victor Hugo Villacrés

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 19 de abril del 2022



.....
Erazo Mueses Edwin Mauricio

C.I: 172539310-0

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIO PARA CULTIVAR Y COMERCIALIZAR PATRONES DE PLANTAS DE ROSAS EN LA PARROQUIA DE TABACUNDO, PROVINCIA DE PICHINCHA”, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 19 de marzo del 2022

.....
Ing. Andrés Palacio Fierro, M.Sc
LECTORES

.....
Ing. María Fernanda Becerra Sarmiento, M.sc
LECTORES

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado primero a Dios que ha sido mi fortaleza en medio de mis problemas, también le dedico a mi madre y a mi hermano que han sido un pilar fundamental, y me han inculcado a no rendirme y culminar las metas que se me presentan en la vida.

El Autor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por permitirme estar con salud y vida, quiero agradecer de manera muy especial a mi madre quien fue mi inspiración y a mi hermano quien fue mi motor.

El Autor

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I.....	21
Mercado y Comercialización	21
1.1 Objetivo del Capítulo	21
1.2 Antecedentes Investigativos del Producto.....	21
1.2.1 Fundamentos del producto	21
1.2.3 Tabla de características del producto	23
1.3 Mercado.....	23
1.3.1 Público objetivo del producto	23
1.3.2 Demanda potencial.....	44
1.4 Análisis del mercado y micro ambiente	47
1.4.1 Análisis de micro ambiente	47
1.4.2 Análisis de macro ambiente	50
1.4.3 Proyección de la oferta.....	51
1.5 Demanda Potencial Insatisfecha.....	54
1.6 Diseño De Marca (Branding)	55
1.6.1 Nombre de la marca	55
1.6.2 Logotipo	55
1.6.3 Slogan.....	56
1.7 Estrategias de marketing	57
1.8 Publicidad que se realizará	58
1.9 Canales de distribución	59
1.9.1 Venta directa	59
1.10 Seguimiento de clientes	59
1.11 Especificar mercados alternativos	59
2 Operaciones.....	60
2.1 Objetivo del capítulo	60
2.2 Descripción del proceso	60
2.2.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio.....	60
2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	71
2.2.3 Tecnología a aplicar a futuro.....	76
2.2.4 Factores que afectan las operaciones	76
2.3 Capacidad de producción	81
2.3.1 Capacidad de Producción Futura	81

2.4	Definición de recursos necesarios para la producción	82
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	82
2.5	Calidad.....	83
2.5.1	Método de Control de Calidad	83
2.6	Normativas y permisos que afectan la instalación del negocio.....	85
2.6.1	Seguridad e Higiene Ocupacional.....	85
3	Organización y gestión.....	92
3.1	Objetivo del capítulo	92
3.2	Análisis estratégico y definición de objetivos.....	92
3.2.1	Visión de la Empresa	92
3.2.2	Misión de la Empresa.....	92
3.2.3	Objetivos y estrategias	93
3.3	Organización funcional de la empresa	94
3.3.1	Organización Interna.....	94
3.3.2	Descripción de puestos.....	97
3.4	Control de gestión	102
3.4.1	Indicadores de gestión.....	102
	Necesidad del personal.....	104
4	Jurídico Legal.....	105
4.1	Objetivo Del Capítulo	105
4.2	Determinación de la forma jurídica.....	105
4.2.1	Requisitos para Constituir la Empresa	105
4.2.2	Trámite para constituir la empresa.....	107
4.3	Registros de marca	110
4.3.1	Proceso para el registro de la marca.....	110
4.3.2	Trámite para el registro de la marca.....	111
4.4	Registro en el Ministerio de Relaciones Laborales	112
4.4.1	Trámite para el registro Ministerio de Relaciones Laborales	112
4.5	Registro en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS	113
4.6	Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	114
4.6.1	RUC	114
4.6.2	Patente Municipal.....	114
4.6.3	Permiso de los bomberos	115

5	Evaluación financiera.....	116
5.1	Objetivo del capítulo	116
5.2	Plan de inversión	116
5.3	Calculo de costos y gastos.....	119
5.3.1	Mano de obra.....	119
5.3.2	Depreciación	123
5.3.3	Proyección de la depreciación.....	123
5.3.4	Detalles de Costos	125
5.3.5	Proyección de Costos	126
5.3.6	Detalle de Gastos.....	128
5.3.7	Proyección de Gastos	130
5.4	Plan de financiamiento	132
5.4.1	Forma de Financiamiento.....	132
5.5	Cálculo de ingresos	132
5.5.1	Proyección de Ingresos	134
5.6	Punto de equilibrio	135
5.7	Estado de resultados proyectado	137
5.8	Flujo de caja	138
5.9	Evaluación financiera	141
5.9.1	Indicadores	141
6	Bibliografía	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características del producto	23
Tabla 2 Categorización de sujetos.....	25
Tabla 3 Dimensión Conductual.....	26
Tabla 4 Dimensión geográfica	26
Tabla 5 Proyección de la población ecuatoriana, según cantones 2010-2020	27
Tabla 6 Cálculo del tamaño de la Muestra.....	29
Tabla 7 Encuesta Pregunta 1	31
Tabla 8 Encuesta Pregunta 2	33
Tabla 9 Encuesta Pregunta 3	35
Tabla 10 Encuesta Pregunta 4	36
Tabla 11 Encuesta Pregunta 5	38
Tabla 12 Encuesta Pregunta 6	41
Tabla 13 Encuesta Pregunta 7	42
Tabla 14 Proyección de la Demanda Potencial del Producto	45
Tabla 15 Análisis de proveedores	49
Tabla 16 Análisis PESTEL	51
Tabla 17 Número de emprendimientos	52
Tabla 18 Proyección de la Oferta anual del producto	53
Tabla 19 Demanda Potencial Insatisfecha	54
Tabla 20 Estrategia de Marketing	57
Tabla 21 Plan de Medios Publicitarios	58
Tabla 22 Proceso de venta.....	64
Tabla 23 Proceso de Compra	66
Tabla 24 Proceso de Cultivo del Producto	68

Tabla 25 Dimensión de cada área	72
Tabla 26 Descripción de equipos	74
Tabla 27 Hora hombre	75
Tabla 28 Ritmo de producción.....	78
Tabla 29 Nivel de inventario.....	79
Tabla 30 Colaboradores de Patrocom	81
Tabla 31 Capacidad de producción	82
Tabla 32 Check list.....	84
Tabla 33 Simbología de Organigrama	95
Tabla 34 Organigrama Funcional.....	96
Tabla 35 Descripción del puesto Gerente General.....	97
Tabla 36 Descripción del Puesto Asistente de Gerencia.....	98
Tabla 37 Descripción del Puesto Asistente Administrativo Financiero	99
Tabla 38 Descripción del Puesto Operativo.....	100
Tabla 39 Descripción del puesto Ventas.....	101
Tabla 40 Indicadores de Gestión.....	103
Tabla 41 Necesidades del Personal	104
Tabla 42 Requisitos para constituir una Sociedad por Acción Simplificada (S.A.S)	106
Tabla 43 Proceso Registro Marca	110
Tabla 44 Tramite de Registro de Marca.....	111
Tabla 45 Registro Ministerio de Relaciones Laborales	112
Tabla 46 Registro Patronal IESS	113
Tabla 47 Requisitos para la Patente	114

Tabla 48 Plan de Inversión.....	117
Tabla 49 Cálculo Mano de Obra	119
Tabla 50 Cálculo Sueldo Administrativo.....	120
Tabla 51 Cálculo Sueldo Personal Ventas	122
Tabla 52 Detalle de Costos	125
Tabla 53 Proyección de Costos	127
Tabla 54 Detalle de Gastos Administrativos.....	128
Tabla 55 Detalle Gastos de Venta.....	129
Tabla 56 Detalle de Gastos Financieros.....	129
Tabla 57 Proyección de Gastos	130
Tabla 58 Cálculo de Ingresos	133
Tabla 59 Proyección de ingresos	134
Tabla 60 Datos para el Punto de Equilibrio	135
Tabla 61 Formulas para el cálculo del Punto de Equilibrio.....	135
Tabla 62 Cálculo Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	142
Tabla 63 Cálculo Relación B/C.....	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1 Participación (%) del N° de empresas de cultivo flores.....	22
Gráfico 2 Encuesta Pregunta 1	32
Gráfico 3 Encuesta Pregunta 2	34
Gráfico 4 Encuesta Pregunta 3	35
Gráfico 5 Encuesta Pregunta 4.....	37
Gráfico 6 Encuesta Pregunta 5	39
Gráfico 7 Encuesta pregunta 6	41
Gráfico 8 Encuesta Pregunta 7	43
Gráfico 9 Proyección de la Demanda potencial del producto.....	46
Gráfico 10 Mapa estratégico	93
Gráfico 11 Organigrama Estructural	94

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Mapa Político del Cantón Pedro Moncayo	24
Imagen 3 Análisis Estratégico de la Empresa	47
Imagen 4 Fuerzas Competitivas de Porter	48
Imagen 5 Logotipo	55
Imagen 6 Mapa de Proceso	62
Imagen 7 Flujograma del proceso de ventas	65
Imagen 8 Flujograma del Proceso de Compra	67
Imagen 9 Flujograma del Cultivo del Patrón	69
Imagen 10 Ubicación geográfica de la empresa	71
Imagen 11 Layout de distribución.....	73

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA CULTIVAR Y COMERCIALIZAR PATRONES DE PLANTAS DE ROSAS EN LA PARROQUIA DE TABACUNDO, PROVINCIA DE PICHINCHA.

AUTOR: Erazo Mueses Edwin Mauricio

TUTOR: Econ. Victor Villacres

RESUMEN EJECUTIVO

En el cantón Pedro Moncayo está ubicada la empresa “Patrocom” tiene como objetivo ofrecer al mercado un producto de calidad, debido a la crisis sanitaria muchas empresas pequeñas dedicadas al cultivo y comercialización de patrones de rosas quebraron. La recolección de datos e información necesaria para el estudio se logró a través de instrumento de medición, para el caso de este documento se ha utilizado la herramienta de la encuesta donde el total de las personas fue de 381, el estudio de mercado fue realizado en la proveniencia de Pichincha, cantón Pedro Moncayo, así mismo, se proyectó la demanda y la oferta para el producto. Como mecanismo de recolección de datos se utilizaron fuentes primarias y secundarias, en donde se determinó como mercado meta las florícolas del cantón Pedro Moncayo. Para la producción de los patrones de rosas los elementos que se utilizarán son: Fundas negras 5x8, Tierra negra con cascajo y estaca de rosa. La organización está conformada por: el departamento de gerencia general, departamento de finanzas, departamento operativo y por el departamento de ventas, en cuanto a los colaboradores estarán capacitados para el desarrollo óptimo de sus funciones. La empresa “Patrocom” estará legalmente constituida en la Superintendencia de compañías, valores y seguros. En la parte financiera, la empresa estableció un margen de utilidad del 24 % por encima del costo de producción, manteniendo un precio accesible para los consumidores, por lo cual, en el primer año de producción tiene una ganancia de neta de \$1.308 permitiéndole a la empresa que tenga una recuperación de la inversión.

Palabras clave: Patrones, rosas, cultivo

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTY OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES
SCHOOL OF BUSSINES AND MANAGEMENT

THEME: “BUSSINES PLAN FOR GROW AND MARKET ROSE PLANT PATRONES IN THE PARISH OF TABACUNDO, PROVINCE PICHINCHA”

AUTHOR: Erazo Mueses Edwin Mauricio

TUTOR: Econ. Victor Villacres

ABSTRACT

In the parish Pedro Moncayo is located the company "Patrocom" whose objective is to offer the market a quality product, due to the sanitary crisis many small companies dedicated to the cultivation and commercialization of rose patterns went bankrupt. The collection of data and information necessary for the study was achieved through measurement instruments, for the case of this document the survey tool was used where the total number of people was 381, the market study was conducted in the province of Pichincha, canton Pedro Moncayo, likewise, the demand and supply for the product was projected. As a data collection mechanism, primary and secondary sources were used, where the target market was determined to be the flower growers of the Pedro Moncayo canton. For the production of rose patterns, the elements to be used are: 5x8 black bags, black soil with gravel and rose stakes. The organization is made up of: the general management department, the finance department, the operating department and the sales department, and the employees will be trained for the optimal development of their functions. The company "Patrocom" will be legally constituted in the Superintendence of Companies, Securities and Insurance. In the financial part, the company established a profit margin of 24% above the cost of production, maintaining an affordable price for consumers, so that in the first year of production has a net profit of \$ 1,308 allowing the company to have a recovery of the investment.

Keyword: patterns, roses, cultivation

INTRODUCCIÓN

Los patrones de rosas son tallos que sirven para realizar el injerto de cualquier variedad de rosa y así pueda crecer la planta.

Este plan de negocio nace por motivos de Covid 19 y falta de empleo, mucha gente se vio afectada de sus labores. La finalidad del proyecto es el cultivo y comercialización de patrones de rosas a las empresas florícolas que requieren del producto.

El desarrollo de este plan de negocio se encuentra estructurado de la siguiente manera.

Capítulo I: Área de Marketing, se determina la definición del producto, definición del mercado, segmentación, técnicas e instrumentos de recolección de información, proyección de oferta y demanda.

Capítulo II: Área de Producción, se realiza el estudio de los procesos de producción, descripción de instalaciones, equipos, personas, factores que afectan al plan de operaciones, capacidad de producción y recursos necesarios para la producción.

Capítulo III: Área de Organización y Gestión, se observa el análisis estratégico para la empresa, se estructura la misión, visión, objetivos, organización interna, y descripción de puestos.

Capítulo IV: Área Jurídico Legal, se constituye la forma jurídica de la empresa de forma argumentada, detalle de licencia para funcionamiento, patentes y marcas.

Capítulo V: Área Financiera, este capítulo contiene de forma detallada el plan de inversión, financiamiento, detalle de cálculo de costos y gastos, mano de obra, depreciación, flujo de caja, punto de equilibrio, VAN, TIR y la rentabilidad proyectada del negocio.

Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para conocer la factibilidad de crear una empresa cultivadora y comercializadora de patrones de rosas.

Objetivo Específico

1. Comercializar patrones¹ de rosas aplicando técnicas de mercadeo, a fin de dar a conocer del producto a las distintas plantaciones florícolas ubicadas en el cantón Pedro Moncayo Capital Mundial de la Rosa.
2. Describir los procesos de transformación del bien mediante flujogramas, a fin de cumplir con los estándares de calidad y control de la producción.
3. Establecer el equipo y maquinaria necesaria mediante un mapa de proceso para el correcto desarrollo del producto.
4. Determinar la capacidad de producción de la empresa con la finalidad de cubrir la demanda potencial insatisfecha.
5. Definir la estructura organizacional para trabajar de manera conjunta de forma óptima con el fin de alcanzar las metas propuestas por la organización.

¹ Se entiende por patrones de rosas a las estacas de tallo que son cortadas de la planta madre, y posteriormente; las estacas son enterradas en una funda con tierra, dando como resultado una nueva planta para que en el lapso de tres semanas sea injertado en una variedad de rosa.

6. Determinar la documentación legal para el correcto funcionamiento de la empresa “Patrocom” antes del lanzamiento al mercado en el cantón Pedro Moncayo, parroquia La Esperanza.
7. Identificar la viabilidad financiera de la empresa Patrocom, mediante el análisis de los indicadores, del plan de inversión, para conocer los costos y gastos, la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

CAPITULO I

Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Comercializar patrones² de rosas aplicando técnicas de mercadeo, a fin de dar a conocer del producto a las distintas plantaciones florícolas ubicadas en el cantón Pedro Moncayo Capital Mundial de la Rosa.

1.2 Antecedentes Investigativos del Producto

1.2.1 Fundamentos del producto

Según datos de la Corporación Financiera Nacional (2021). En el año 2020 existieron 237 empresas que se dedican al cultivo de flores, de las cuales un 73% se encuentran en la provincia de Pichincha.

² Se entiende por patrones de rosas a las estacas de tallo que son cortadas de la planta madre, y posteriormente; las estacas son enterradas en una funda con tierra, dando como resultado una nueva planta para que en el lapso de tres semanas sea injertado en una variedad de rosa.

Gráfico 1

Participación (%) del N° de empresas de cultivo flores



Fuente: (Corporación Financiera Nacional (CFN), 2021)

Elaborado por: El Auto

Por su parte, el gremio de exportadores de flores (Exploflores), en el 2021 hace referencia; sobre la actividad florícola en el Ecuador, pues viene desarrollándose por más de 37 años., convirtiéndose en una de las importantes fuentes de exportación de producto ecuatoriano hacia el exterior. Según Diario El Universo (2011) “Pedro Moncayo es el principal exponente de la zona norte del país, porque el 25% de la producción de rosas que exporta el país, sale de esta localidad”

De acuerdo a los datos obtenidos de fuentes estadísticas y reportajes de periódicos se puede concluir, que el producto denominado “patrones de rosas” es ideal para las florícolas con el objetivo de realizar injertos y obtener nuevas variantes de rosas para poder ser exportados.

1.2.3 *Tabla de características del producto*

A continuación, se detallan las características del producto.

Tabla 1

Características del producto

Partes del patrón	Descripción
Forma	Alargada
Dimensiones	20 cm alto x 4 cm ancho
Colores	Tallo y hojas: verde Tierra: Negra Funda: Negra
Variedad	Natal Brier
Guía	15 cm de alto
Tallo	7 ga. 15 cm. De alto
Raíz	5 cm. de alto

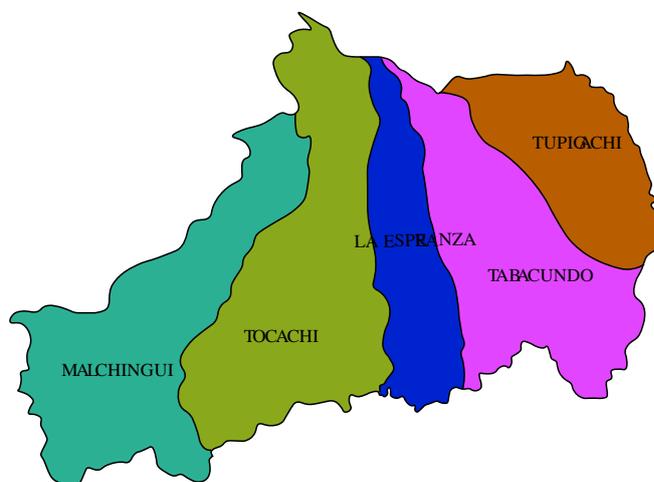
Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

1.3 Mercado

1.3.1 *Público objetivo del producto*

El mercado identificado y elegido para desarrollar la actividad del emprendimiento se encuentra ubicado en el sector norte del país, específicamente; en el Cantón Pedro Moncayo, parroquia de Tabacundo, barrio la Esperanza. Ahora bien, la provincia de Pichincha cuenta con 2'576.287 de habitantes, de ellos; 33.172 habitantes, viven en el cantón Pedro Moncayo, con lo cual se puede concluir que se trata de un pequeño cantón de la provincia.

Imagen 1*Mapa Político del Cantón Pedro Moncayo*

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

1.3.1.1 Categorización de sujetos

En la siguiente tabla se resume las características y categoría de las personas naturales o jurídicas donde el producto “patrones de rosas” podría ser encuestado con el objetivo de encontrar un nicho de mercado para ser comercializado.

Tabla 2*Categorización de sujetos*

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Las empresas florícolas 1. Grandes 2. Medianas 3. Pequeñas
¿Quién usa?	Las empresas florícolas que requieren de patrones para cultivar nuevas variedades de rosas
¿Quién decide?	Gerentes generales y/o dueños de la organización
¿Quién influye?	Empresas florícolas Grandes Medianas Pequeñas

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

1.3.1.2 Estudio de segmentación

“La segmentación del mercado es un proceso encaminado a la identificación de aquellos consumidores con necesidades semejantes a fin de que resulte posible establecer para cada grupo una oferta comercial diferenciada” (Munuera Alemán & Rodríguez Escudeo, 2007, pág. 67)

A continuación, se presentan tablas que establecen la segmentación de potenciales clientes como base para el estudio del mercado.

Tabla 3*Dimensión Conductual*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Adquisitiva
Tipo de compra producto	Patrones de rosas
Relación con la marca	Si
Actitud frente al producto	Calidad

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Tabla 4*Dimensión geográfica*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Pedro Moncayo
Tamaño	43.952

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Para la dimensión geográfica se tomó datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Censo 2010, con proyecciones hasta el año 2020 y tasa de crecimiento poblacional de 1,55%. Se estableció los siguientes datos poblacionales, correspondientes al cantón Pedro Moncayo, ubicado en la provincia de Pichincha:

Tabla 5*Proyección de la población ecuatoriana, según cantones 2010-2020*

Código	Nombre de cantón	2010	2012	2014	2016	2018	2020
1701	QUITO	2.319.671	2.412.427	2.505.344	2.597.989	2.690.150	2.781.641
1702	CAYAMBE	88.840	92.587	96.356	100.129	103.899	107.660
1703	MEJIA	84.011	88.623	93.353	98.193	103.132	108.167
1704	PEDRO MONCAYO	34.292	36.030	37.802	39.604	41.431	43.281

Fuente: Proyección población ecuatoriana 2010-2020, Censo Nacional 2010, INEC**Elaborado por:** El Autor

Con los datos obtenido, se procedió a realizar la proyección poblacional para el año 2021 más próxima a la realidad, para el cálculo, se aplica la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde,

C _n	Valor Futuro	?
C _o	Valor Inicial	43.281
i	Tasa de Crecimiento INEC 2020	1,55%
n	Número de periodos	1

Cálculo de la proyección de la población del cantón Pedro Moncayo para el año 2021

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

$$Cn = 43.281(1 + 0.0155)^1$$

$$Cn = 43.952 \text{ habitantes}$$

El total de habitantes proyectado para el año 2021 es de **43.952** personas viviendo en el cantón Pedro Moncayo. La dimensión geográfica del Cantón Pedro Moncayo es la zona de segmentación del plan de negocios.

1.3.1.3 Plan de muestreo

Se define como muestra al subgrupo de una población que nos permite inferir resultados sobre el comportamiento de la misma.

Una población es el grupo de todos los elementos que se proponen para obtener una medida característica. Ante la imposibilidad de estudiar toda la población se selecciona un subgrupo de elementos representativos de la población que constituye lo que se denomina muestra. (Pérez Alimaña, 2014, pág. 1)

Para obtener el resultado de la muestra, se aplica la siguiente fórmula,

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

Dónde,

n	Tamaño de la muestra	?
Z	Nivel de confiabilidad	95% = 1,96
p	Probabilidad de ocurrencia	50% = 0,50
q	probabilidad de no ocurrencia	50% = 0,50
N	Población	43.952

e Error de muestra 5% = 0,05

Tabla 6

Cálculo del tamaño de la Muestra

MUESTRA	FÓRMULA
	$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$
	$n = \frac{43.952 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (43.952 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$
	$n = \frac{42.211,92}{111,84}$
	$n = 380,83$
	$n = 381$

Elaborado por: El Autor

Una vez aplicado el procedimiento y la fórmula propuesta, se concluye que la muestra para el estudio es de 381 personas en el Cantón Pedro Moncayo, a las mismas que se procedió a encuestar para obtener información, primar sobre las necesidades referentes al producto “patrones de planta”

1.3.1.4 Instrumentos para la recolección de información

Para obtener los resultados de la presente investigación, se realizó una encuesta elaborada mediante un cuestionario, que fue levantado sobre la población de la muestra previamente calculada (381 personas)

Una encuesta se define como “Técnica que trata de obtener datos o información de varias personas en la cual sus opiniones tienen mucha importancia para el investigador” (Villalba Avilés , 2011, pág. 109)

1.3.1.5 Diseño y recolección de información

La técnica recolección de información empleada para la encuesta, fue puerta a puerta con el fin de alcanzar los objetivos de la presente investigación. La encuesta es una de las herramientas más utilizadas por los investigadores pues, permite inferir datos de interés sobre el comportamiento de la población investigada, en este caso con respecto al producto.

El formulario se realizó en una hoja doble cara que incluye 7 preguntas y cuyo tiempo de respuesta de acuerdo al pilotaje es de aproximadamente 10 minutos. Adicionalmente, debo mencionar que, es el eje principal de la investigación señalada en los apartados anteriores con el fin de alcanzar las metas planteadas en este trabajo de investigación.

1.3.1.6 Análisis e interpretación

Una vez que las encuestas han sido levantadas, se procede a la tabulación de los datos utilizando software estadístico (Excel) que nos permita ordenar los resultados e interpretarlos, mostrando el siguiente análisis por separado.

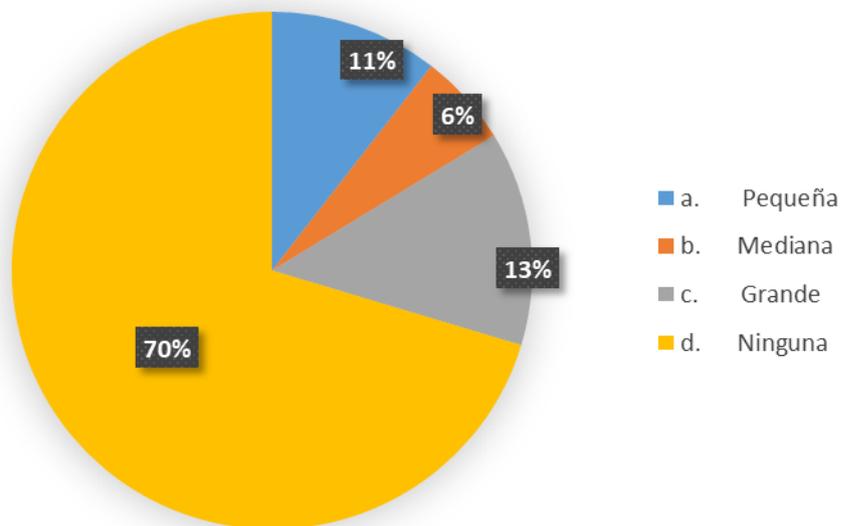
Tabla 7

Encuesta Pregunta 1

PREGUNTA 1		
1. ¿Cuál es el tamaño de su empresa florícola de cultivo de rosas?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a. Pequeña	40	11%
b. Mediana	22	6%
c. Grande	51	13%
d. Ninguna	268	70%
TOTAL	381	100%

Fuente: Anexo 1 Encuesta Pregunta 1

Elaborado por: El Autor

Gráfico 2*Encuesta Pregunta 1*

Fuente: Tabla 9 Encuesta Pregunta 1

Elaborado por: El Autor

Análisis: De los 381 encuestados, el 11% son empresas pequeñas, 6% empresas medianas, 13% empresas grandes y el 70% no poseen empresas.

Interpretación: Delos datos obtenidos, se refleja que no existe un porcentaje alto de personas que posean empresas dedicadas al cultivo de rosas.

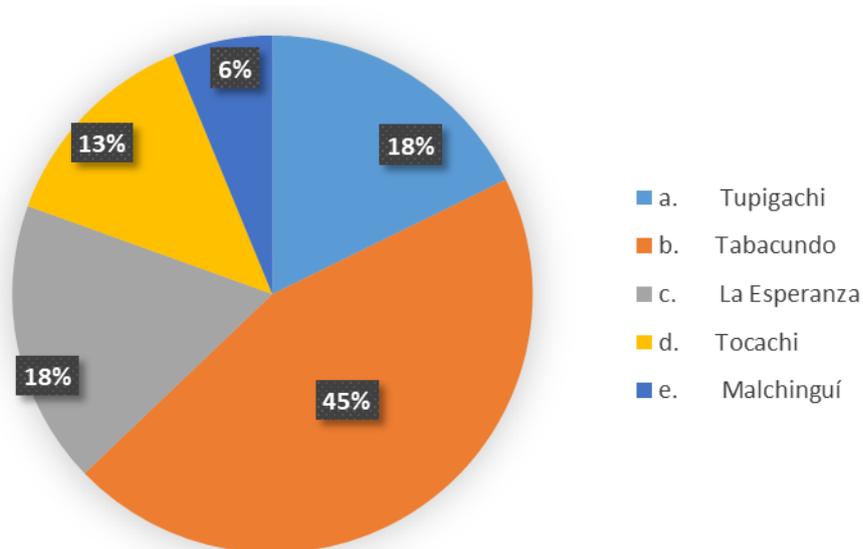
Nota aclaratoria: En los siguientes análisis e interpretaciones, a las 113 personas se tomó como el 100% de frecuencia relativa, debido a que el resto de los encuestados no poseen empresas.

Tabla 8*Encuesta Pregunta 2*

PREGUNTA 2		
2. ¿En qué parte del cantón Pedro Moncayo tiene su empresa florícola de cultivo de rosas?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a. Tupigachi	20	18%
b. Tabacundo	51	45%
c. La Esperanza	20	18%
d. Tocachi	15	13%
e. Malchinguí	7	6%
TOTAL	113	100%

Fuente: Anexo 5 Encuesta Pregunta 2

Elaborado por: El Autor

Gráfico 3*Encuesta Pregunta 2*

Fuente: Tabla 10 Encuesta Pregunta 2

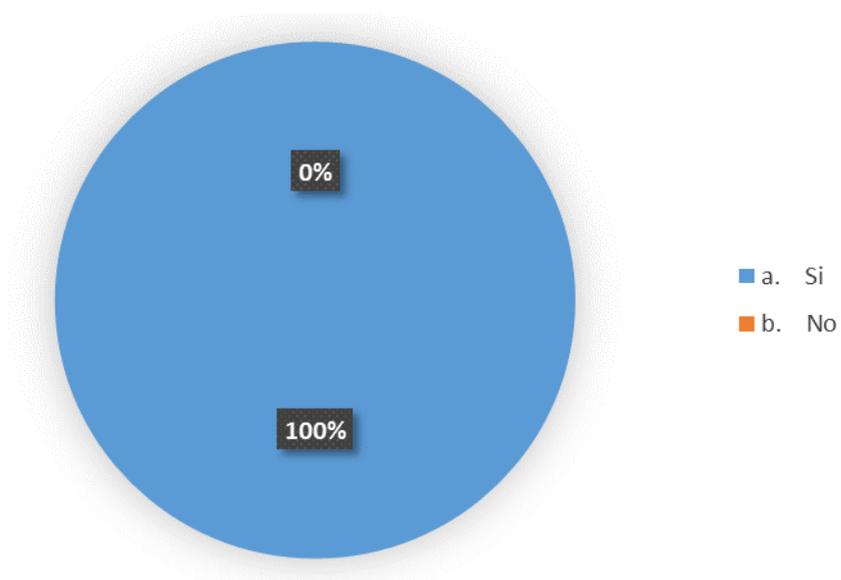
Elaborado por: El Autor

Análisis: De los 113 encuestados, el 18% de las empresas se encuentran en Tupigachi, el 45% están en Tabacundo, el 18% se encuentran en La Esperanza, el 13% se encuentran en Tocachi y el 6% en Malchinguí.

Interpretación: De los datos obtenidos, se refleja que en la parroquia de Tabacundo existe mayor concentración de Florícolas, seguido de la parroquia de La Esperanza y Tupigachi, luego la Parroquia de Tocachi y finalmente la parroquia de Malchinguí.

Tabla 9*Encuesta Pregunta 3*

PREGUNTA 3		
3. ¿Considera que su empresa requiere de patrones de rosas?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a. Si	113	100%
b. No	0	0%
TOTAL	113	100%

Fuente: Anexo 5 Encuesta Pregunta 3**Elaborado por:** El Autor**Gráfico 4***Encuesta Pregunta 3***Fuente:** Tabla 11 Encuesta Pregunta 3**Elaborado por:** El Autor

Análisis: De los 113 encuestados, el 100% consideran que requieren de patrones de rosas.

Interpretación: En base al análisis, se refleja que todas las empresas requieren de patrones de rosas.

Tabla 10

Encuesta Pregunta 4

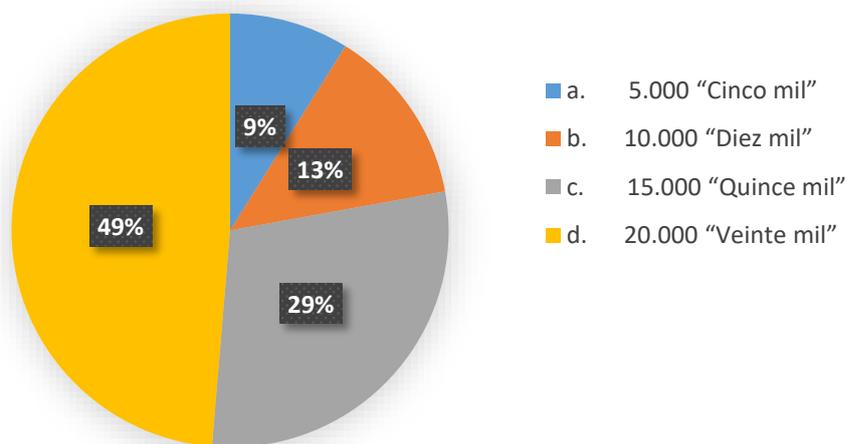
PREGUNTA 4		
4. ¿Cuántos patrones compra al mes?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a. 5.000 “Cinco mil”	10	9%
b. 10.000 “Diez mil”	15	13%
c. 15.000 “Quince mil”	33	29%
d. 20.000 “Veinte mil”	55	49%
TOTAL	113	100%

Fuente: Anexo 5 Encuesta Pregunta 4

Elaborado por: El Autor

Gráfico 5

Encuesta Pregunta 4



Fuente: Tabla 12 Encuesta Pregunta 4

Elaborado por: El Autor

Análisis: De los 113 encuestados, el 9% compra cinco mil patrones de rosas al mes, el 13% compran diez mil patrones de rosas al mes, el 29% compran quince mil patrones de rosas al mes, mientras que 49% compran veinte mil patrones de rosas al mes.

Interpretación: De los datos obtenidos, se refleja que las florícolas requieren de considerable cantidad de patrones de rosas mensuales, lo cual constituye un buen punto de partida para la demanda del producto en el mercado local analizado.

Tabla 11*Encuesta Pregunta 5*

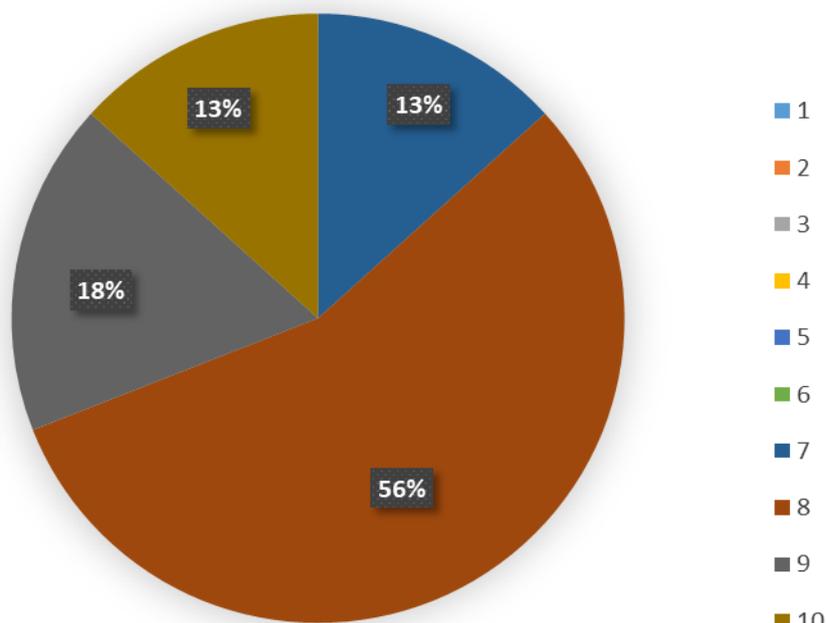
PREGUNTA 5		
5. En la escala del 1 al 10 siendo 1 incumplido y 10 cumplido. Su proveedor ¿Cumple a tiempo con la cantidad solicitada de patrones?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a. 1	0	0%
b. 2	0	0%
d. 3	0	0%
e. 4	0	0%
f. 5	0	0%
h. 6	0	0%
i. 7	15	13%
j. 8	63	56%
k. 9	20	18%
l. 10	15	13%
TOTAL	113	100%

Fuente: Anexo 5 Encuesta Pregunta 5

Elaborado por: El Autor

Gráfico 6

Encuesta Pregunta 5



Fuente: Tabla 13 Encuesta Pregunta 5

Elaborado por: El Autor

Análisis: De los 113 encuestados, el 13% califica con 7 la provisión de patrones de rosas por parte de sus actuales proveedores, el 56% otorga una calificación de 8, el 18% entrega una calificación de 9 mientras que únicamente el 13% califica como excelente y oportuna la entrega de patrones de rosas por parte de sus proveedores.

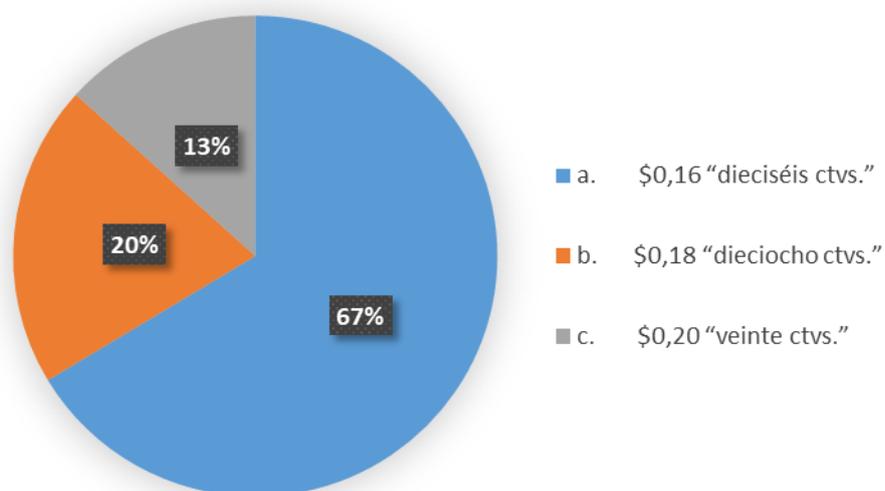
Interpretación: De los datos obtenidos, se refleja que, las cantidades de patrones de rosas solicitadas en un determinado tiempo, muestran un porcentaje alto de incumplimiento por parte de los proveedores de patrones de rosas, dando como resultado, una demanda insatisfecha que podría ser aprovechada por una nueva empresa que se dedica a este negocio.

Tabla 12*Encuesta Pregunta 6*

PREGUNTA 6		
6. ¿A qué precio compra la unidad de patrones?		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
a. \$0,16 “dieciséis ctvs.”	75	67%
b. \$0,18 “dieciocho ctvs.”	23	20%
c. \$0,20 “diecisiete ctvs.”	15	13%
TOTAL	113	100%

Fuente: Anexo 5 Encuesta Pregunta 6

Elaborado por: El Autor

Gráfico 7*Encuesta pregunta 6*

Fuente: Tabla 14 Encuesta Pregunta 5

Elaborado por: El Autor

Análisis: De los 113 encuestados, el 67% compra a \$0,16 “dieciséis ctvs.”

Los patrones de rosas, el 20% compra a \$0,18 “dieciocho ctvs.” Este insumo, y el

13% compra a \$0,20 “veinte ctvs.” Los patrones para la producción de rosas en el sector analizado.

Interpretación: De los datos obtenidos, se refleja que, los patrones de rosas, en su mayoría, son adquiridas a un precio relativamente económico, lo cual, se convierte en un elemento a analizar para un nuevo emprendimiento.

Tabla 13

Encuesta Pregunta 7

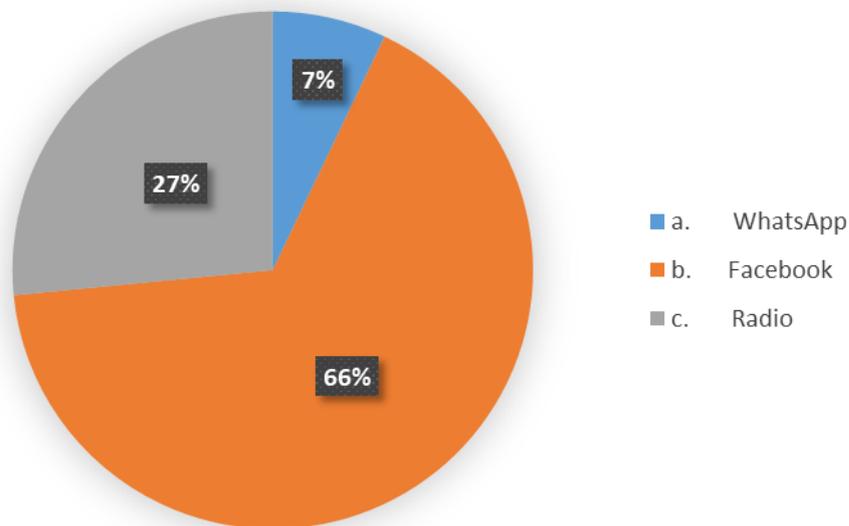
PREGUNTA 7			
6. Para conocer del producto ¿Qué medios de comunicación prefiere?			
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%	
a. WhatsApp	8	7%	
b. Facebook	75	66%	
c. Radio	30	27%	
TOTAL	113	100%	

Fuente: Anexo 5 Encuesta Pregunta 7

Elaborado por: El Autor

Gráfico 8

Encuesta Pregunta 7



Fuente: Tabla 15 Encuesta Pregunta 5

Elaborado por: El Autor

Análisis: De los 113 encuestados, 7% prefieren conocer del producto por WhatsApp, 27% prefieren conocer del producto por la radio y el 66% prefieren conocer del producto por la red social Facebook. En este punto se puede ver la influencia que han tenido las redes sociales en el análisis-pandemia en el grupo encuestado.

Interpretación: De los datos obtenidos, se refleja que, los medios de comunicación preferidos son las redes sociales, generando un aspecto positivo y favorable para el proyecto, puesto que, en general; las redes sociales son medios económicos para publicar a diferencia de los medios tradicionales.

1.3.2 *Demanda potencial*

Según Olivera Revelo, (2015) “La demanda es la cantidad de bienes que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios” (P. 68) La unión de las distintas combinaciones entre precio y cantidad que los consumidores estarían dispuestos a adquirir el producto analizado, formarían la curva (línea) de demanda.

La población potencial fue calculada en base a la pregunta número 3: ¿Considera que su empresa requiere de patrones de rosas?, reflejando una respuesta del 100% “SI”, esto sugiere que, las 113 personas encuestadas requieren de patrones de rosas, lo cual podría ser extrapolado a la población habitante de los diferentes puntos geográficos analizados.

Por otra parte, la demanda potencial en unidades fue calculada en base a la pregunta número 4: ¿Cuántos patrones de rosas compra al mes? De los 113 encuestados, el 9% compra cinco mil patrones de rosas al mes, el 13% compran diez mil patrones de rosas al mes, el 29% compran quince mil patrones de rosas al mes, mientras que 49% compran veinte mil patrones de rosas al mes, esto quiere decir que, el conjunto de empresas dedicadas al cultivo de rosas, requieren de 21'540.000 patrones anuales en el Cantón Pedro Moncayo.

Con estos datos, se realiza la proyección de la demanda, tomando en cuenta el valor referencial a la tasa de crecimiento poblacional para el año 2020, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC es de 1,55%.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde,

Cn	Valor Futuro	?
Co	Valor Inicial	21'540.000
i	Tasa de Crecimiento	1,55%
n	Número de periodos	5

Tabla 14

Proyección de la Demanda Potencial del Producto

Año	Demanda Anual
2022	21.540.000
2023	21.863.100
2024	22.191.047
2025	22.523.912
2026	22.861.771

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

El resultado muestra la demanda de patrones de rosas por parte de las empresas floricultoras, además, ratifica que el proyecto analizado es un negocio viable para implementar en el sector de la Parroquia la Esperanza, cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha.

Gráfico 9

Proyección de la Demanda potencial del producto



Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

En este gráfico se analiza en el eje de las abscisas o “X” el tiempo en años (una proyección hasta el 2027) mientras, en el eje de las ordenadas o “Y” se analiza la cantidad de patrones de rosas demandada para cada periodo de tiempo. Con este antecedente, se puede observar que, la proyección de la demanda es de forma ascendente, lo cual, es beneficioso para la viabilidad del proyecto.

1.4 Análisis del mercado y micro ambiente

El análisis del mercado realiza el estudio del micro entorno como del macro entorno de la organización.

Imagen 2

Análisis Estratégico de la Empresa



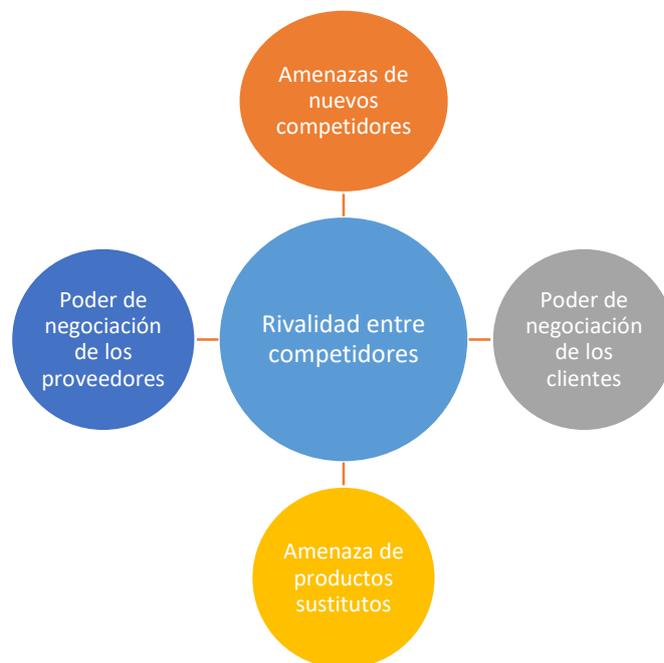
Fuente: (Sánchez Huertas, 2020, pág. 18)

Elaborado por: El Autor

1.4.1 Análisis de micro ambiente

De acuerdo al análisis estratégico de una empresa, el estudio del micro entorno, conocido también como micro ambiente, aplica la herramienta de las cinco fuerzas comparativas de Porter.

Porter, (2015) manifestó “el potencial de rentabilidad de una empresa está definido por cinco fuerzas que compiten entre sí por quedarse con la mayor parte del valor que se produce en una industria” (P.28)

Imagen 3*Fuerzas Competitivas de Porter*

Fuente: (Sánchez Huertas, 2020, pág. 23)

Elaborado por: El Autor

1.4.1.1 Poder de negociación de los Proveedores

Patrocom, nombre del emprendimiento que se está analizando, al observar la actual relación con sus proveedores determinó:

Tabla 15*Análisis de proveedores*

Proveedor	Producto	Dirección
Sr. Hugo	Estacas de rosas	Quinche
Sr. Pancho	Tierra mezclada con cascajo	Cangahua
Plastic Valle	Fundas negras	Tabacundo
Ecodemia	Agua de riego	Tabacundo
Campo Fertil	Fertilizantes	Tabacundo

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

De acuerdo a la información recopilada, la empresa ha comprometido a los proveedores principales, garantizando su suministro durante todo el año en las cantidades requeridas para la elaboración del producto terminado. En cuanto al tema de artículos y equipos de oficina, existen otros proveedores, los cuales pueden ser obtenidos fácilmente sin depender de un abastecedor específico.

1.4.1.2 Poder de negociación de clientes

El precio comparativo es la ventaja que se tiene sobre otros productores, lo cual permitirá un mayor grado de negociación con los clientes que adquieren patrones de rosas.

1.4.1.3 Rivalidad entre competidores

Normalmente los competidores se enfocan en el cultivo de patrones de rosas, pero, debido a la pandemia Covid 19, pequeños emprendimientos de cultivo y comercialización de este producto quebraron, reduciendo el número de oferentes, lo cual podría constituir una ventaja para la empresa analizada.

1.4.1.4 Amenaza de productos sustitutos

La empresa identificó que no existe producto sustituto, ya que para el cultivo de rosas se requiere únicamente de patrones para poder efectuar el injerto.

Esto implica que la demanda es inelástica, pero, genera un reto para los productores y oferentes que consiste en tener el producto a tiempo. En este sentido, la amenaza se presenta en los proveedores de los insumos necesarios para producir patrones de rosas.

1.4.1.5 Amenaza de nuevos competidores

Un competidor sería una empresa que cultive y comercialice patrones de rosas dentro del cantón Pedro Moncayo; mientras más productores existan es posible que el precio disminuya constituyéndose en una amenaza real para la empresa, objeto del presente análisis.

1.4.2 Análisis de macro ambiente

La identificación temprana de los factores externos a los que se enfrenta la organización, ayudará a la temprana y correcta toma de decisiones para generar un impacto positivo dentro de la organización. El crecimiento y la rentabilidad de la empresa dependen básicamente de aspectos internos y externos.

Para el análisis del macro ambiente se utilizará la herramienta Matriz PESTEL.

Tabla 16*Análisis PESTEL*

Factor	Oportunidades	Amenazas
Político	Facilidad de nuevas leyes para emprendimientos	Nuevas leyes que dificulten la expansión del producto
Económico	El PIB del Ecuador tiene un crecimiento positivo para 2022 Ban Ecuador Créditos del 1% de interés con 30 años plazo	Nuevas cepas de Covid que afecten a la economía. Decaimiento de las exportaciones de rosas, por el cierre de aeropuertos debido a nuevas cepas
Social	Las empresas grandes adquieren más de cuatro mil patrones al mes. Generación de plazas de empleo	En Ecuador existen distintos niveles socioeconómicos, la mayoría es de clase pobre y para crear una florícola se requiere de mucha inversión
Tecnológico	Uso de la web para la comercialización de patrones de rosas Mayor agilidad en una toma de decisión	Caída de las redes sociales por factores externos
Ecológico	Patrones en mal estado se usan como abono. Devolución de las fundas por parte de los clientes para la reutilización	Escasez de materia prima. Productos fertilizantes ya no sean orgánicos y dañan al ecosistema Leyes de protección medioambiental en el proceso de fumigación de las rosa.
Legal	Laborar tranquilamente	Cambio de Administración Local y que no nos otorguen los permisos

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

1.4.3 Proyección de la oferta

La oferta se la determinó de acuerdo al número de emprendimientos o empresas que se dedican a la comercialización de patrones de rosas dentro del cantón Pedro Moncayo. Por tal razón, se realizó una investigación exploratoria con

el objetivo de saber cuántos emprendimientos tienen este giro de negocio, de acuerdo a la información levantada se concluyó lo siguiente:

Tabla 17

Número de emprendimientos

Sector	N° de emprendimientos (competidores)
Tupigachi	10
Tabacundo	5
La Esperanza	7
Malchinguí	3
Total	15

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Los emprendimientos que se dedican al cultivo y comercialización de patrones de rosas son 15 fincas. Con este dimensionamiento en mente, se procede a realizar la proyección de la producción total de patrones de rosas teniendo como marco de referencia que la tasa de crecimiento poblacional para el año 2020, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) es de 1,55%.

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Dónde,

Cn	Valor Futuro	?
Co	Valor Inicial	19'576.800
i	Tasa de Crecimiento	1,55%
n	Número de periodos	5

Tabla 18*Proyección de la Oferta anual del producto*

AÑO	OFERTA EN PRODUCTO ANUAL
2022	19.576.800
2023	19.870.452
2024	20.168.509
2025	20.471.036
2026	20.778.102

Fuente: Investigación Personal**Elaborado por:** El Autor**Gráfico 10***Proyección de la Oferta del producto*

La tabla 18 muestra que, la demanda es mayor que la oferta, por lo cual, el proyecto es un negocio viable.



1.5 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia de los datos obtenidos de la demanda y la oferta potencial, en el horizonte del tiempo de 5 años.

Tabla 19

Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI ANUAL
2022	21.540.000	19.576.800	1.963.200
2023	21.863.100	19.870.452	1.992.648
2024	22.191.047	20.168.509	2.022.538
2025	22.523.912	20.471.036	2.052.876
2026	22.861.771	20.778.102	2.083.669

Fuente: Tabla 14 Proyección Demanda y Tabla 18 Proyección Oferta

Elaborado por: El Autor

El análisis refleja que existe una brecha desatendida, es decir, existe la oportunidad para ejecutar el proyecto de: cultivar y comercializar patrones de rosas en el cantón Pedro Moncayo.

1.6 Diseño De Marca (Branding)

Para el diseño de marca, hemos escogido el nombre de Patrocom, razón social que ofrece al mercado florícola un producto que se adapte a las necesidades para el injerto de rosas.

1.6.1 Nombre de la marca

El nombre de la marca ha sido sintetizado en una palabra Patrocom, que es un vocablo que proviene dos raíces: patrón (PATRO) por el tipo de producto escogido y comercialización (COM) porque se trata de una empresa comercializadora de patrones de flores.

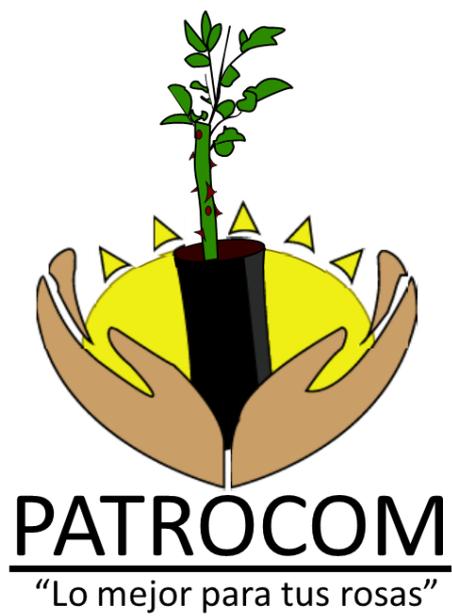
El nombre de la marca se encuentra enfocado en un parámetro, su significado es: Patrocom

1.6.2 Logotipo

El logotipo de la empresa se considera una planta de patrón de rosa, ya que, la empresa tiene como giro principal el cultivo y comercialización de este tipo de plantas.

Imagen 4

Logotipo



Elaborado por: El Autor

1.6.3 Slogan

Con el producto (patrones de rosas) se busca que genere más que una compra, una confianza en el producto.

1.7 Estrategias de marketing

Una vez establecido el logotipo, se implementará la estrategia de marketing de nicho, ya que tiene un enfoque de público y segmentos específicos, adaptándose a las condiciones del estudio.

Tabla 20

Estrategia de Marketing

Producto	Precio	Plaza	Promoción
La empresa se enfoca en entregar un producto de calidad al cliente.	Dar un precio cómodo Descuento por la primera compra. La forma de pago será en efectivo o transferencia	El punto de venta será mediante una oficina en el sector de la parroquia La Esperanza. Buscar expandirnos y dar a conocer a futuros clientes nuestro producto mediante una oficina en la ciudad de Cayambe	Un enfoque es realizar campañas publicitarias en redes sociales. Entregar afiches Generar descuentos

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

1.8 Publicidad que se realizará

La empresa “Patrocom” se plantea lanzar sus campañas publicitarias por redes sociales, aunque, no se descarta en el futuro el uso de medios tradicionales.

Tabla 21

Plan de Medios Publicitarios

Estrategia	Medio Publicitario	Propuesta de Tiempo	Presupuesto Mensual	Responsable
Publicidad de negocio a negocio	Páginas web de insumos Químicos	Se realizará campañas constantes, pero nos enfocaremos en el mes de noviembre y diciembre	\$120	Mercadotecnia
Publicidad Corporativa	Mediante redes sociales	Se asignará un tiempo determinado acorde a la temporada	\$90	Mercadotecnia
Crear campañas especializadas de marketing por correo electrónico	Correo electrónico Mensajes masivos	Se realizará un envío cada mes	\$60	Mercadotecnia
Promocionarse en otras páginas web	YouTube Facebook	Los tiempos de publicidad serán de 30 segundos, serán paulatinamente y aleatoriamente	\$80	Mercadotecnia

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

1.9 Canales de distribución

1.9.1 Venta directa

La venta directa hace referencia a “Canal ultracorto: no existe intermediario alguno, y el producto se dirige desde el fabricante al consumidor final” (Monferrer Tirado, 2013)

1.10 Seguimiento de clientes

El seguimiento a los clientes se desarrolla por medio de llamadas programadas durante tiempos establecidos, se utilizará un CRM para la documentación de los datos y el seguimiento.

1.11 Especificar mercados alternativos

Si se logra satisfacer la demanda del cantón Pedro Moncayo al ofertar patrones de rosas, se cubrirán mercados alternativos como el cantón Cayambe, introduciéndose en ese nicho de mercado.

2 Operaciones

2.1 Objetivo del capítulo

Describir los procesos de transformación del bien mediante flujogramas, a fin de cumplir con los estándares de calidad y control de la producción.

Establecer el equipo y maquinaria necesaria mediante un mapa de proceso para el correcto desarrollo del producto.

Determinar la capacidad de producción de la empresa con la finalidad de cubrir la demanda potencial insatisfecha.

2.2 Descripción del proceso

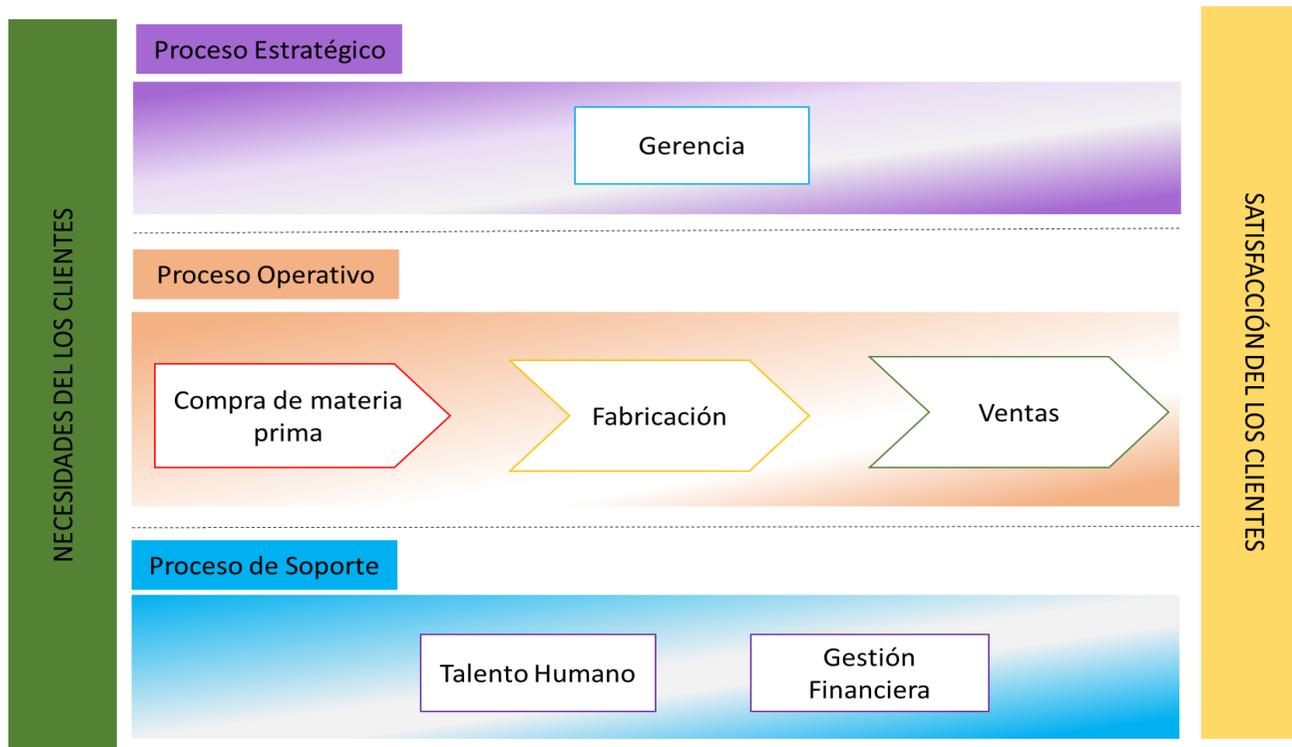
2.2.1 *Descripción del proceso de transformación del bien o servicio*

Según Arnoletto, (2006) la productividad “... es el empleo óptimo, con el mínimo posible de merma, de todos los factores de la producción, para obtener la mayor cantidad de producto de esos insumos, en las cantidades planificadas, con la calidad debida, en los plazos acordados” (P.8)

Por otra parte, para Pardo Álvarez, (2012) un mapa de proceso “...es una representación gráfica de los procesos de una organización. Es una representación global de procesos, que individualmente se puede representar mediante flujogramas” (P.23)

El mapa de proceso de Patrocom representa la estructura general del trabajo de la organización, gracias a su conjunto de procesos; los cuales, ejecutados conjuntamente, permiten a la empresa alcanzar los objetivos. A continuación, se detalla el trabajo de cada proceso.

- **Resultado del producto:** Pasado un intervalo de 5 semanas, se entrega el patrón listo para realizar la injertación.
- **Proceso estratégico:** Principalmente incluye la toma de decisiones y las actividades realizadas por la alta gerencia de la empresa.
- **Proceso operativo:** Están directamente vinculados con el producto que ofrece al cliente. En este proceso intervienen varias áreas funcionales y son las que emplean mayores recursos.
- **Proceso de apoyo:** Llamados así porque sirven de soporte/apoyo al proceso estratégico y operativo. Estos procesos son determinantes para conseguir los objetivos dirigidos a cubrir las necesidades y expectativas del cliente. Así tenemos elaboración, compras, auditorías, informática.
- **Requerimientos y expectativas de los clientes:** Responde a las necesidades del cliente de tener una respuesta, solución y un plan de acción a la satisfacción una necesidad.

Imagen 5*Mapa de Proceso*

Fuente: Pardo Álvarez, M. J. (2012). *Configuración y uso de un mapa de proceso*. P.72

Elaborado por: El Autor

Cada proceso es un conjunto de actividades operativas y de control, que, con el apoyo y soporte técnico, permiten que se cumpla un objetivo específico.

A continuación, se detallan el proceso y flujograma de las principales tareas operativas en la elaboración del producto denominado “patrones de rosas”.

Según Pardo Álvarez, (2012) el flujograma lo define como una herramienta que genera “una alternativa muy apropiada para documentar procesos. Al encontrarse el proceso representado en forma gráfica, puede verificarse de un solo vistazo, con mayor rapidez que leyendo un texto” (P.23) las diferentes partes del mismo lo que facilita su entendimiento”

Tabla 22*Proceso de venta*

N°	Etapas	Actividad	Herramientas	Tiempo
1	Prospección	Realizar estudio de mercado Elaborar Campañas publicitarias	Encuesta Redes sociales Correo Electrónico Tarjetas de presentación	1 mes 1 hora 1 hora 2 horas
2	Clasificación de leads	Identificar cuáles son los potenciales clientes que han demostrado interés en el producto	Computadora tabulación datos	1 semana
3	Preparación	Capacitar al vendedor	Material de apoyo	1 hora
4	Presentación	Llamar al cliente Coordinar reuniones presenciales con personal del departamento de compras o gerencial Reunirse con el cliente interesado	Teléfono Guías positivas	30 min 30 min
5	Argumentación	Exponer el producto que se vende	Técnica AIDA	15 min
6	Cierre de venta	Cerrar la venta	Transferencia web Datafast	15 min 15 min
7	Post venta	Guardar la información para generar llamadas futuras	Celular	5 min

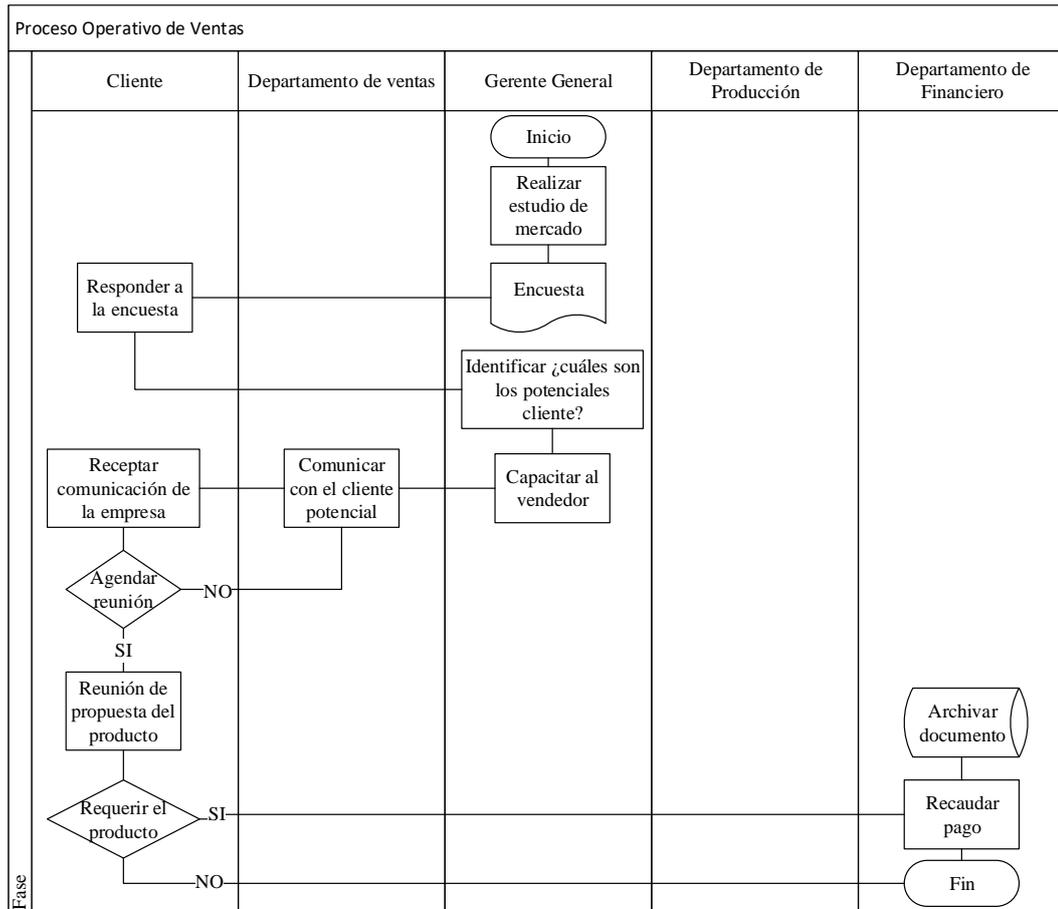
Fuente: Escudero Serrano, J. (2014). *Proceso de Venta*. (P.28)

Elaborado por: El Autor

Una vez descrito el proceso que realiza Patrocom, se representa el flujograma del proceso, con la finalidad de visualizar la actividad del personal involucrado.

Imagen 6

Flujograma del proceso de ventas



Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Tabla 23*Proceso de Compra*

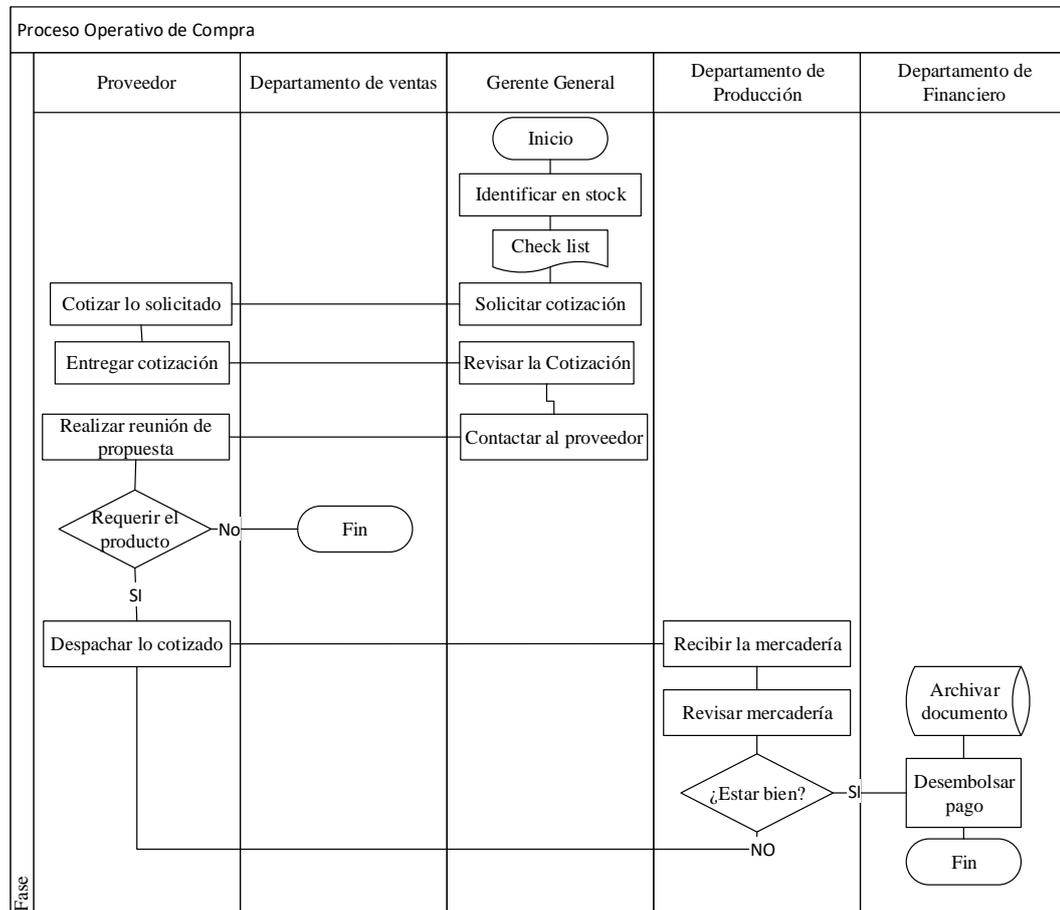
N°	Etapas	Actividad	Herramientas	Tiempo
1	Reconocimiento de la necesidad	Identificar el stock del material y materia prima	Check list de materiales y materia prima	20 min
2	Identificación de alternativas	Solicitar a los proveedores la cotización de los materiales que se desea adquirir.		3 horas
3	Evaluación de alternativas	Revisar las cotizaciones de los proveedores	Computadora	3 horas
4	Decisión de compra	Contactar con el proveedor seleccionado para la adquisición de material y materia prima Reunirse con el proveedor	Celular	30 min 2 horas
5	Cierre de compra	Cierre de compra	Transferencia web	15 min
6	Post Compra	Guardar la información para hacer una llamada a futuro	Celular	5 min

Fuente: Escudero Serrano, J. (2014). *Proceso de Venta*. (P.10)

Elaborado por: El Autor

Imagen 7

Flujograma del Proceso de Compra



Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Tabla 24*Proceso de Cultivo del Producto*

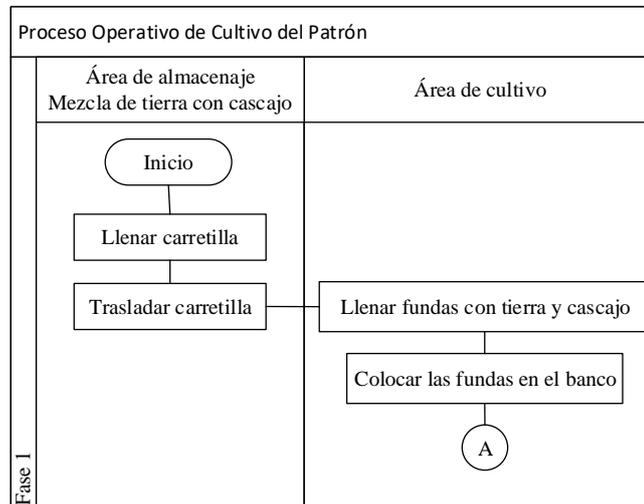
N°	Actividad	Herramientas	Tiempo
1	Poner las estacas en la gaveta	Gavetas	5 min/gaveta
2	Trasladar la gaveta con estacas al banco		3 min
3	Llenar la carretilla con la mezcla de tierra y cascajo	Pala	2 min/Carretilla
4	Trasladar la mezcla de tierra y cascajo al banco	Carretilla	3 min
5	Llenar las fundas con la mezcla de tierra y cascajo	Pala ovalada	2 seg/funda
6	Colocar las fundas llenas de tierra y cascajo en el banco		1 seg
7	Humedecer la funda que contiene la mezcla de tierra y cascajo	Maguera de agua	30 min/10.000 fundas
8	Realizar mezcla de hormonagro, captain y agua "Fertilizante"	Balde	10 min/10.000 fundas
9	Trasladar la mezcla de hormonagro, captain y agua al banco "Fertilizante"		3 min
10	Humedecer con la mezcla liquida de hormonagro, captain y agua la punta de la estaca "Fertilizante"		2 seg/estaca
11	Enterrar la estaca humedecida en la funda que contiene la mezcla de tierra y cascajo	Tablón	2seg/estaca

Fuente: Investigación Personal. Anexo 7

Elaborado por: El Autor

Imagen 8

Flujograma del Cultivo del Patrón proceso 1

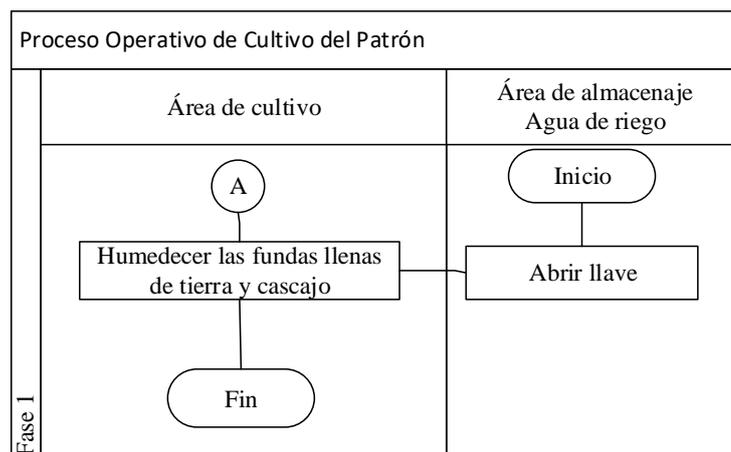


Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

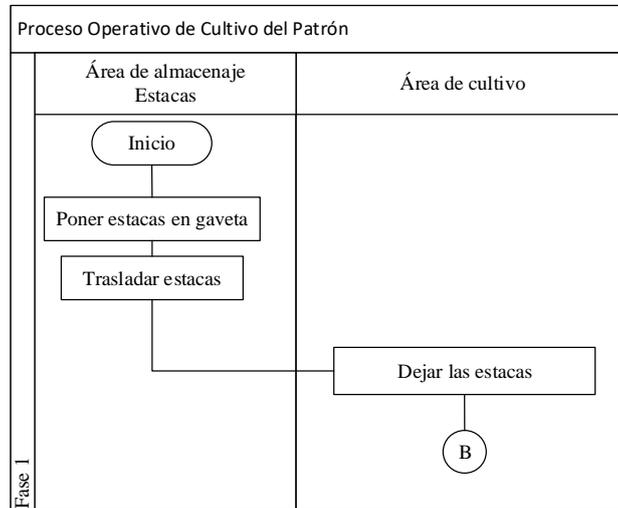
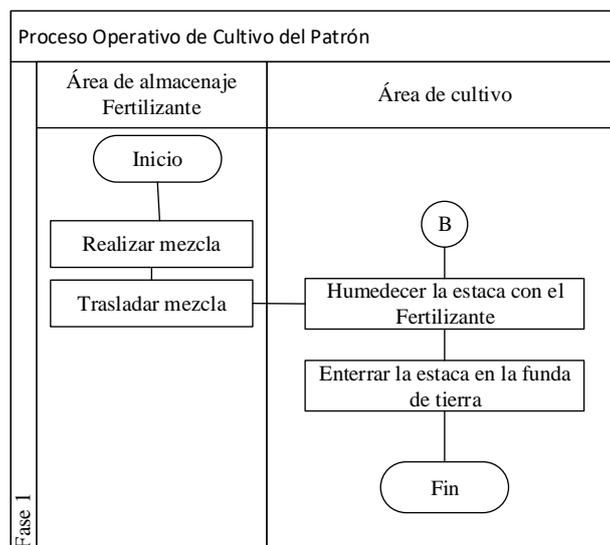
Imagen 9

Flujograma del Cultivo del Patrón proceso 2



Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Imagen 10*Flujograma del Cultivo del Patrón proceso 3***Fuente:** Investigación Personal**Elaborado por:** El Autor**Imagen 11***Flujograma del Cultivo del Patrón proceso 4***Fuente:** Investigación Personal**Elaborado por:** El Autor

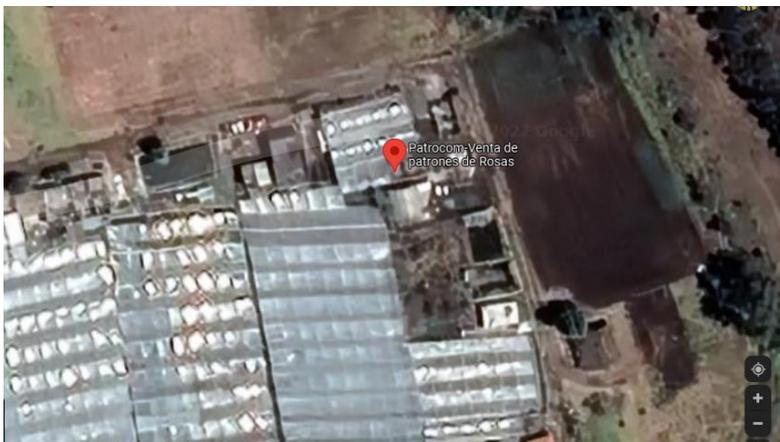
2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

2.2.2.1 Descripción de instalación

La empresa “Patrocom” proyecta ubicarse en el cantón Pedro Moncayo Parroquia la Esperanza de acuerdo a la ubicación que se presenta en la siguiente foto:

Imagen 12

Ubicación geográfica de la empresa



Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

La empresa “Patrocom” proyecta tener una infraestructura de $815,75 m^2$ para la elaboración de patrones de rosas, a continuación se detalla las áreas.

Tabla 25*Dimensión de cada área*

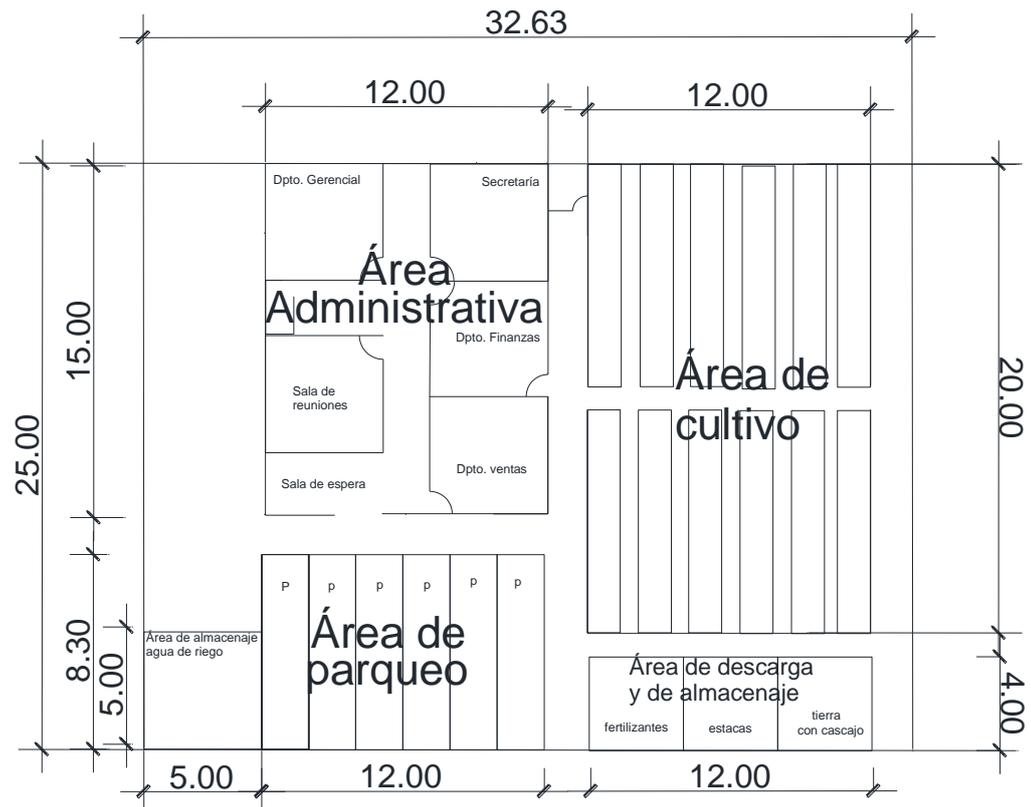
Descripción	Referencia (m²)	Área (m²)
Área administrativa		180
Dpto. Gerencial	25	
Secretaría	25	
Dpto. Finanzas	25	
Dpto. Ventas	25	
Sala de espera	18,62	
Sala de reuniones	25	
Baño	2,76	
Pasillos de movilidad	33,62	
Área de cultivo		240
Bancos	159,6	
Pasillos de movilidad	80,4	
Área de descarga y almacenaje		48
Tierra con cascajo	16	
Estacas	16	
Fertilizantes	16	
Área de parqueo		99,6
Parqueo 1	16,6	
Parqueo 2	16,6	
Parqueo 3	16,6	
Parqueo 4	16,6	
Parqueo 5	16,6	
Parqueo 6	16,6	
Área de almacenaje agua de riego		25
Áreas de movilidad restante		223,15
Área total		815,75

Fuente: Investigación Personal**Elaborado por:** El Autor

El Layout de la empresa, está estructurada en función a las áreas que intervienen directamente como indirectamente en la elaboración del producto

Imagen 13

Layout de distribución



Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

2.2.2.2 Descripción de equipos

Tabla 26

Descripción de equipos

EQUIPO PARA LA PRODUCCIÓN				
Actividad	Equipo	Especificaciones Técnicas		Costo
Traslada el agua desde el canal de riego hacia el reservorio	Bomba de agua	Marca	USA Adventure Gear	\$ 250,00
		Fuente de energía	Eléctrica.	
		Caudal máximo	5.75 Galones por minuto	

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

2.2.2.3 Descripción de personas

Tabla 27

Hora hombre

Actividad	Tiempo (min)	Nº de personas	Hora/hombre (min)
Poner las estacas en la gaveta	5	1	5
Trasladar la gaveta con estacas al banco	3	1	3
Llenar la carretilla con la mezcla de tierra y cascajo	2	1	2
Trasladar la mezcla de tierra y cascajo al banco	3	1	3
Llenar las fundas con la mezcla de tierra y cascajo	136	1	136
Colocar las fundas llenas de tierra y cascajo en el banco	91	1	91
Humedecer la funda que contiene la mezcla de tierra y cascajo	8	1	8
Realizar mezcla de hormonagro, captain y agua “Fertilizante”	3	1	3
Trasladar la mezcla de hormonagro, captain y agua al banco “Fertilizante”	3	1	3

Humedecer con la mezcla líquida de hormonagro, captan y agua la punta de la estaca “Fertilizante”	136	1	136
Enterrar la estaca humedecida en la funda que contiene la mezcla de tierra y cascajo	91	1	91
TOTAL	480		480

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Para hacer 2.719 patrones se requieren de 480 minutos por persona, esto quiere decir 8 horas por día.

2.2.3 Tecnología a aplicar a futuro

La empresa optará después de los 3 primeros años de funcionamiento, un software de control de entrada y salida de los productos, con la finalidad de dejar a un lado el papel y pasarse a la automatización de los kardex. Esto permitirá que la empresa cuide del medio ambiente y aplique conceptos de responsabilidad social empresarial.

2.2.4 Factores que afectan las operaciones

Los principales factores que incluyen en la asignación adecuada de recursos capital y trabajo. Por un lado, el personal necesario para cumplir oportunamente con el abastecimiento del producto y, por otro lado, el capital para poder comprar los insumos y materiales necesarios para la elaboración de patrones de rosas.

El tiempo promedio de trabajo de una persona se calculó por 20 días laborables al mes. Para la obtención del tiempo normal, se suma el 5% del tiempo promedio, dándonos como resultado los detalles en la siguiente tabla:

Tabla 28*Ritmo de producción*

Actividad	Nº de personas	Tiempo promedio (min)	Tiempo normal (min)	Ritmo de producción
Poner las estacas en la gaveta		100	105	Normal
Trasladar la gaveta con estacas al banco		60	63	Normal
Llenar la carretilla con la mezcla de tierra y cascajo		40	42	Normal
Trasladar la mezcla de tierra y cascajo al banco		60	63	Normal
Llenar las fundas con la mezcla de tierra y cascajo		2719	2855	Normal
Colocar las fundas llenas de tierra y cascajo en el banco	1	1813	1903	Normal
Humedecer la funda que contiene la mezcla de tierra y cascajo		163	171	Normal
Realizar mezcla de hormonagro, captain y agua “Fertilizante”		54	57	Normal
Trasladar la mezcla de hormonagro, captain y agua al banco “Fertilizante”		60	63	Normal

Humedecer con la mezcla liquida de hormonagro, captain y agua la punta de la estaca “Fertilizante”	2719	2855	Normal
Enterrar la estaca humedecida en la funda que contiene la mezcla de tierra y cascajo	1813	1903	Normal

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

El ritmo de trabajo de Patrocom está en función de las disposiciones legales que establece el Código de Trabajo en cuanto a la jornada laboral normal que está establecida para cualquier trabajador dentro del país; sin embargo, es importante recalcar que la producción es directamente proporcional a la demanda de los clientes y por consiguiente, si la carga de pedidos se incrementa es posible que se aumenten las horas de trabajo, las cuales serían canceladas como horas extras y retribuidas económicamente como establece la legislación vigente. Este punto dependerá mucho de la experiencia de los colaboradores para reducir tiempos en sus tareas.

2.2.4.1 Nivel de inventario

Tabla 29

Nivel de inventario

Producto	Cantidad mes	10% de unidades mes	Nivel de inventario unidades mensual	Inventario anual
-----------------	-------------------------	------------------------------------	---	-----------------------------

Patrones para rosas	54.380	5.438	48.942	587.304
------------------------	--------	-------	--------	---------

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

2.2.4.2 Número de trabajadores

Para Patrocom, el capital humano es un factor importante, ya que permite el desarrollo de las actividades de la empresa, es por ello que se detallan sus funciones de talento humano en la siguiente tabla:

Tabla 30*Colaboradores de Patrocom*

Nº de personas	Cargo	Funciones	Puesto Fijo o variable	Horas diarias
1	Gerente General	Planificación de las actividades de la empresa Controlar el cumplimiento de lo planificado	Fijo	8
1	Asistente de Gerencia	Asistencia a gerencia. Tener documentación necesaria para reuniones de trabajo	Fijo	8
1	Asistente Financiero	Obtener los resultados necesarios. Formular el programa anual de financiamiento	Fijo	8
2	Operador	Control de calidad Control de inventarios Medir los tiempos de ejecución	Fijo	8
1	Vendedor	Fijar metas. Planificar estrategias de venta. Brindar atención al cliente.	Fijo	8

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

2.3 Capacidad de producción

2.3.1 Capacidad de Producción Futura

La tasa de crecimiento poblacional (TCP) fue tomada para realizar la proyección de la capacidad de producción, sabiendo que TCP es 1,55%., se procedió a realizar la proyección, tomando en cuenta la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde,

Cn	Valor Futuro	?
Co	Valor Inicial	38
i	Tasa de Crecimiento	1,55%
n	Número de periodos	5

Tabla 31

Capacidad de producción

Año	Producción anual $C_n = C_o(1 + i)^n$	Ventas mensuales	Ventas semanales	ventas diarias
1	1.305.120	108.760	27.190	5.438
2	1.325.349	110.446	27.611	5.522
3	1.345.892	112.158	28.039	5.608
4	1.366.754	113.896	28.474	5.695
5	1.387.938	115.662	28.915	5.783

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

2.4 Definición de recursos necesarios para la producción

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Según Molina, (2016) define la materia prima como “...materiales que constituyen un elemento fundamental de costo de la producción” (P.49). Bajo este concepto, los elementos requeridos para la producción de patrones de rosas como materia prima con sus respectivos proveedores de detallan a continuación.

Materia prima	Proveedor	Sustitución
Estacas de rosas	Hugo Pacheco	Hugo Pérez
Tierra mezclada con cascajo	Pancho Riera	Trans122
Fundas negras	Plastic Valle	Campo Fertil
Agua de riego	Ecodemia	No existe
Fertilizantes	Campo Fertil	Equaquímica

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

2.5 Calidad

2.5.1 Método de Control de Calidad

Según Nava Carbellido (2006), la calidad es “...el grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (P.16)

La empresa se enfoca en ofrecer un producto de calidad por lo cual, los parámetros establecidos para la verificación del material que ingresa a la empresa, lo revisa el operario y verifica que cumplan con las especificaciones requeridas.

Patrocom utilizará para el proceso de control de calidad el modelo de herramienta “Check list” (lista de verificación) para la verificación del producto.

Tabla 32*Check list*

Lista de chequeo			
Departamento:			
Encargado:			
Producto:			
Verificación:			
Actividad	Si cumple	No cumple	Observaciones
Recepción de materia prima			
¿Cumple con la calidad establecida?			
Almacenamiento de materia prima			
¿Los productos se encuentran libres de un lugar como lluvia, polvo etc.?			
¿Se encuentran los productos dentro de la fecha de uso?			
¿Se ha realizado mantenimiento de las instalaciones?			
Proceso de producción			
¿El personal utiliza los equipos de protección durante el proceso de elaboración			
Cumple con el uso de los materiales requeridos?			
Se ha optimizado recursos durante el proceso, cero desperdicio?			
El producto final cumple con los protocolos de control de calidad establecido?			
Proceso de despacho			
Se realiza los despachos dentro del tiempo establecido?			
Firma de evaluador	Firma del responsable		
-----	-----		

Fuente: Investigación Personal**Elaborado por:** El Autor

2.6 Normativas y permisos que afectan la instalación del negocio

2.6.1 Seguridad e Higiene Ocupacional

INTRODUCCIÓN

Patrocom, empresa dedicada al cultivo de patrones de rosas, domiciliado en el cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha consciente de la responsabilidad de fomentar el cuidado y protección de sus trabajadores ha decidido redactar un reglamento de seguridad y salud ocupacional.

Cada colaborador de la empresa independientemente de su nivel jerárquico, debe respetar y acatar todas las disposiciones contenidas en el reglamento interno de seguridad, con el objetivo de minimizar o eliminar los riesgos dentro del lugar de trabajo.

La responsabilidad del cumplimiento del reglamento interno de seguridad y salud ocupacional, recae sobre cada uno de los trabajadores, que tienen la obligación de hacerlo cumplir en todo momento.

POLÍTICA DE SEGURIDAD E HIGIENE OCUPACIONAL

Objetivo de la política

Definir los lineamientos de las actividades tendientes a proteger, mantener y mejorar la Seguridad y Salud ocupacional de los colaboradores de Patrocom y de todas las personas que intervienen en la ejecución del proceso.

Alcance de la Política

Va dirigido a todo colaborador de la empresa Patrocom.

Políticas

- Patrocom reconoce la Seguridad e Higiene Ocupacional como valores vitales en el desarrollo de sus negocios y en el relacionamiento con sus colaboradores, contratistas y demás personas involucradas en su proceso.
- Patrocom incorpora a su proceso las medidas necesarias para la conservación de la vida y la salud de sus colaboradores y de todos aquellos que participan en ellos y generará condiciones que minimicen y controlen los factores de riesgo existentes inherentes a la actividad producida en la empresa.
- Patrocom reconocen el cuidado mutuo como una responsabilidad de todos y una actitud personal que propende hacia el desarrollo permanente de estilos de trabajo seguros y hábitos de la vida saludable.
- Todo colaborador se compromete con el cumplimiento de la normatividad legal aplicada en Salud Ocupacional.
- Es responsabilidad de los colaboradores notificar los actos, condiciones inseguras e incidentes de trabajo que se observen durante la jornada laboral, así como sus condiciones de salud para implementar oportuna y apropiadamente las acciones preventivas y/o correctivas que propendan a la mejora continua.

FUNDAMENTO LEGAL

Las disposiciones aquí descritas, se sustentan en las normas legales vigentes relativas en materia de Seguridad Industrial.

CAPITULO 1

DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS

Cumpliendo con el Art. 434 del código del Trabajo vigente, que determina la obligación del Empleador de elaborar o someter a aprobación del Ministerio de Trabajo y Empleo el Reglamento Interno de Seguridad y Salud, la Empresa Patrocom da cumplimiento al mismo, mediante este documento.

Art. 1.-OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR

Obligaciones REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO Decreto Ejecutivo 2393 Art 11.

- a) Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
- b) Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
- c) Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
- d) Organizar y facilitar los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes.
- e) Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
- f) Efectuar reconocimientos médicos periódicos de los trabajadores en actividades peligrosas; y, especialmente, cuando sufran dolencias o defectos

físicos o se encuentren en estados o situaciones que no respondan a las exigencias psicofísicas de los respectivos puestos de trabajo.

- g) Instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la empresa.
- h) Dar formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos.
- i) Adoptar las medidas necesarias para el cumplimiento de las recomendaciones dadas por el Comité de Seguridad e Higiene, Servicios Médicos o Servicios de Seguridad.
- j) Proveer a los representantes de los trabajadores de un ejemplar del presente Reglamento y de cuantas normas relativas a prevención de riesgos sean de aplicación en el ámbito de la empresa. Así mismo, entregar a cada trabajador un ejemplar del Reglamento Interno de Seguridad e Higiene de la empresa, dejando constancia de dicha entrega.
- k) Instruir al personal a su cargo sobre los riesgos específicos de los distintos puestos de trabajo y las medidas de prevención a adoptar.
- l) Prohibir o paralizar los trabajos en los que se adviertan riesgos inminentes de accidentes, cuando no sea posible el empleo de los medios adecuados para evitarlos. Tomada tal iniciativa, la comunicarán de inmediato a su superior jerárquico, quien asumirá la responsabilidad de la decisión que en definitiva se adopte.

Art. 2.-OBLIGACIONES DEL LOS TRABAJADORES

Obligaciones REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO Decreto Ejecutivo 2393 Art 13.

- a) Participar en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.
- b) Asistir a los cursos sobre control de desastres, prevención de riesgos, salvamento y socorrismo programados por la empresa u organismos especializados del sector público.
- c) Usar correctamente los medios de protección personal y colectiva proporcionados por la empresa y cuidar de su conservación.
- d) Informar al empleador de las averías y riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo. Si éste no adoptase las medidas pertinentes, comunicar a la Autoridad Laboral competente a fin de que adopte las medidas adecuadas y oportunas.
- e) Cuidar de su higiene personal, para prevenir al contagio de enfermedades y someterse a los reconocimientos médicos periódicos programados por la empresa.
- f) No introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias.
- g) Colaborar en la investigación de los accidentes que hayan presenciado o de los que tengan conocimiento.

Art. 3.-PROHIBICIONES PARA EL EMPLEADOR

Prohibiciones REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO Decreto Ejecutivo 2393 Art 187.

- a) Obligar a sus trabajadores a laborar en ambientes insalubres por efecto de polvo, gases o sustancias tóxicas; salvo que previamente se adopten las medidas preventivas necesarias para la defensa de la salud.
- b) Permitir a los trabajadores que realicen sus actividades en estado de embriaguez o bajo la acción de cualquier tóxico.
- c) Facultar al trabajador el desempeño de sus labores sin el uso de la ropa y equipo de protección personal.
- d) Permitir el trabajo en máquinas, equipos, herramientas o locales que no cuenten con las defensas o guardas de protección u otras seguridades que garanticen la integridad física de los trabajadores.
- e) Transportar a los trabajadores en vehículos inadecuados para este efecto.
- f) Permitir que el trabajador realice una labor riesgosa para la cual no fue entrenado previamente.
- g) Dejar de cumplir las disposiciones que sobre prevención de riesgos emanen de la Ley, Reglamentos y las disposiciones de la División de Riesgos del Trabajo, del IESS.
- h) Dejar de acatar las indicaciones contenidas en los certificados emitidos por la Comisión de Valuación de las Incapacidades del IESS sobre cambio temporal o definitivo de los trabajadores, en las actividades o tareas que

puedan agravar sus lesiones o enfermedades adquiridas dentro de la propia empresa.

Art. 3.-PROHIBICIONES PARA LOS TRABAJADORES

Prohibiciones REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO Decreto Ejecutivo 2393 Art 188.

- a) Efectuar trabajos sin el debido entrenamiento previo para la labor que van a realizar.
- b) Ingresar al trabajo en estado de embriaguez o habiendo ingerido cualquier tóxico.
- c) Fumar o prender fuego en sitios señalados como peligrosos para no causar incendios, explosiones o daños en las instalaciones de las empresas.
- d) Distraer la atención en sus labores, con juegos, riñas, discusiones, que puedan ocasionar accidentes.
- e) Alterar, cambiar, reparar o accionar máquinas, instalaciones, sistemas eléctricos, etc., sin conocimientos técnicos o sin previa autorización superior.
- f) Modificar o dejar inoperantes mecanismos de protección en maquinarias o instalaciones.
- g) Dejar de observar las reglamentaciones colocadas para la promoción de las medidas de prevención de riesgos

3 Organización y gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Definir la estructura organizacional para trabajar de manera conjunta de forma óptima con el fin de alcanzar las metas propuestas por la organización.

3.2 Análisis estratégico y definición de objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Ser reconocidos en los próximos 5 años (2027), como una empresa de referencia por nuestro producto en términos de calidad y cumplimiento.

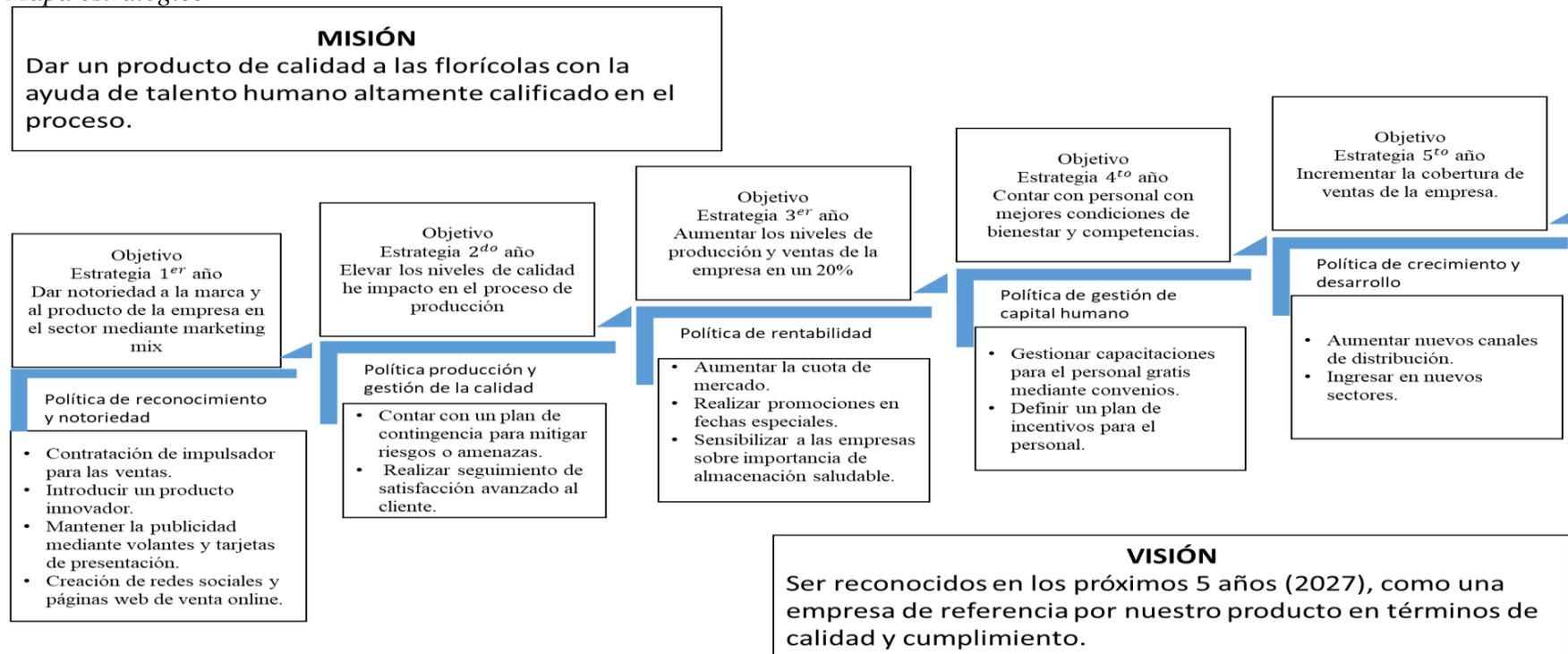
3.2.2 Misión de la Empresa

Dar un producto de calidad a las florícolas con la ayuda de talento humano altamente calificado en el proceso.

3.2.3 Objetivos y estrategias

Gráfico 11

Mapa estratégico



Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

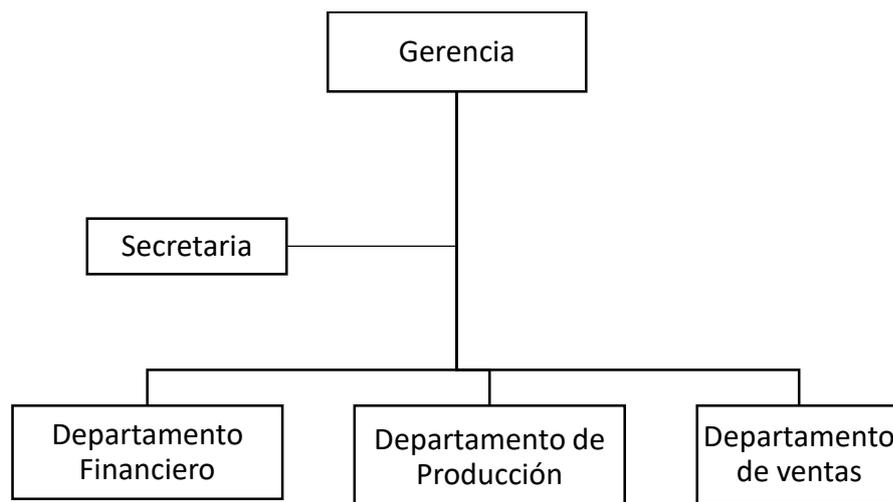
3.3 Organización funcional de la empresa

3.3.1 Organización Interna

Según, (Hellriegel , Jackson, & Slocum, 2012), “Un organigrama es un diagrama que ilustra las líneas de dependencia que existen entre los departamentos y las personas de una organización”(P.358). En resumen, un organigrama es el esqueleto de una organización en la que identifica y muestra las funciones departamentales y/o sus líneas de autoridad.

Gráfico 12

Organigrama Estructural

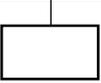
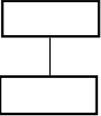


Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha:

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

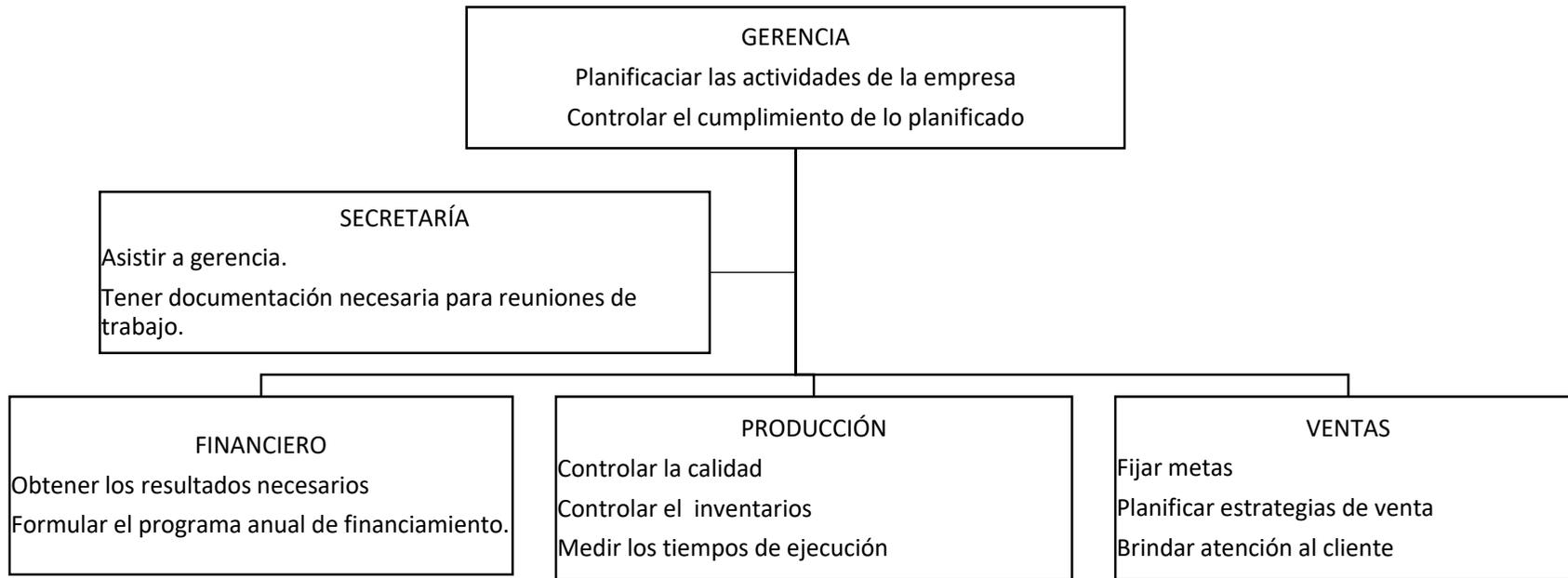
Tabla 33*Simbología de Organigrama*

	Referencia
	Relación de mando
	Relación de línea
	Relación de autoridad funcional

Fuente: Investigación Personal**Elaborado por:** El Autor

Tabla 34

Organigrama Funcional



Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha:

3.3.2 Descripción de puestos

Tabla 35

Descripción del puesto Gerente General

I. Información básica	
Puesto	Gerente General
Jefe inmediato superior	No Aplica
Supervisa a	Secretaria, Personal Financiero, Producción y Ventas
II. Naturaleza del Puesto	
Responsable por dirección estratégica y representación de la empresa. Planifica el crecimiento a corto y largo plazo de la empresa.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades y recursos de la empresa ➤ Ejercer la presentación legal de la empresa. ➤ Realizar la administración global de las actividades de la empresa. ➤ Garantizar el cumplimiento de reglamentos y políticas de la empresa. ➤ Controlar y supervisar los reportes financieros como los presupuestos ➤ Manejar de proyectos de la inversión ➤ Diseñar estrategias a incrementar la participación en el mercado ➤ Revisar y aprobar informes ➤ Realizar negociaciones con otras empresas 	
IV. Requisitos para el puesto	
Título Profesional	Tercer nivel en Administración de Empresas, Administración Comercial, Finanzas y/o a fines.
Experiencia	Mínimo 1 año y medio de experiencia en cargos como Gerente General.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Facilidad de comunicación • Conocimiento de cómo potencializar negocios • Manejo del personal • Capacidad de resolución de problemas • Motivación

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Tabla 36*Descripción del Puesto Asistente de Gerencia*

I. Información básica	
Puesto	Asistente de Gerencia
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	No Aplica
II. Naturaleza del Puesto	
Proporcionar apoyo secretarial y administrativo a la Gerencia, sujetándose a políticas y procedimientos.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizar la agenda de acuerdo a prioridades, concede y coordina las entrevistas. ➤ Revisar y controlar la correspondencia a ser suscrita por el gerente manteniendo privacidad y discrecionalidad de los documentos. ➤ Supervisar el ingreso, clasificación y distribución de la correspondencia del despacho de Gerencia. ➤ Llevar copia de los contratos realizados y ordenes de trabajo. ➤ Archivar la documentación ➤ Realizar cualquier otra actividad designada por la Gerencia. 	
IV. Requisitos para el puesto	
Título Profesional	Tercer nivel Tecnólogo/a en Secretariado Ejecutivo
Experiencia	Experiencia mínima de 5 años en cargos Administrativos y de Control.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Excel Intermedio • Manejo de Microsoft Office

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Tabla 37*Descripción del Puesto Asistente Administrativo Financiero*

I. Información básica	
Puesto	Asistente Administrativo Financiero
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	No Aplica
II. Naturaleza del Puesto	
Persona encargada de supervisar la parte contable de la empresa, verifica los recursos económicos, los procesos de adquisiciones y compra. Ejecutar actividades asignadas, identifica la mejor alternativa de rentabilidad y liquidez de la empresa.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar estrategias de inversión. ➤ Realizar el proceso de compras y de adquisición. ➤ Llevar la parte financiera de la empresa. ➤ Llevar un registro detallado de las transacciones. ➤ Identificar la tendencia del mercado financiero. ➤ Desarrollar estrategias de comercio 	
IV. Requisitos para el puesto	
Título Profesional	Tecnólogo en Administración, Finanzas y Auditoría
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia de Asistente Administrativo Financiero
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • • Conocimiento en Administración Financiera • Creatividad • Disciplina • Organización • Responsabilidad • Trabajo en Equipo • Trabajo bajo presión • Excelente habilidad de comunicación • Respuesta rápida a resolución de problemas financieros

Fuente: Investigación Personal**Elaborado por:** El Autor

Tabla 38*Descripción del Puesto Operativo*

I. Información básica	
Puesto	Operativo
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Ninguno
II. Naturaleza del Puesto	
Es responsable de coordinar actividades y elaborar el proceso de producción de los patrones de rosas, llevando el control del almacenamiento de la materia prima, así como también organizando el área interna de producción que cumpla con los procesos de calidad. Encargado de la creación y fabricación.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Verifica y lleva un control de las actividades de producción. ➤ Coordina la elaboración del plan anual de compras del departamento de producción. ➤ Encargado de la fabricación del producto para su comercialización. ➤ Verifica el producto, mediante un control de calidad. ➤ Vela por el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene ocupacional del área de producción. 	
IV. Requisitos para el puesto	
Título Profesional	Tecnólogo en Agropecuaria
Experiencia	No se requiere experiencia
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Disciplina • Organización • Responsabilidad • Trabajo en equipo • Trabajo bajo presión • Manejo de herramientas • Manejo de maquinaria

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Tabla 39*Descripción del puesto Ventas*

V. Información básica	
Puesto	Vendedor
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Ninguno
VI. Naturaleza del Puesto	
Realiza el proceso de comercialización de los patrones de rosas, realizando publicidad en redes sociales, gestionando entregas, cobranzas y teniendo el conocimiento de marketing para posicionar la marca y ampliar a nuevos mercados.	
VII. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entregar un reporte de ventas ➤ Realizar publicidad para posicionamiento y expiación de la empresa. ➤ Realiza cobranzas. ➤ Asesora a los compradores potenciales. ➤ Indica los beneficios y características de los productos de venta. ➤ Capta nuevos clientes. ➤ Cumple con las ventas calificadas. 	
VIII. Requisitos para el puesto	
Título Profesional	Tecnólogo en Administración de Empresas, Marketing
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en ventas
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Disciplina • Manejo de medios digitales • Facilidad de palabra • Empatía • Vocación de servicio • Manejo de herramientas tecnológicas • Orientación al cliente

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

3.4 Control de gestión

3.4.1 Indicadores de gestión

Según (Mora Garcia, 2008)

“Los indicadores de gestión se convierten en los signos vitales de la organización, y su continuo monitoreo permite establecer las condiciones e identificar los diversos síntomas que se derivan del desarrollo normal de las actividades

...En una organización también se debe contar con el mínimo número posible de indicadores que garanticen contar con información constante, real y precisa sobre aspectos tales como: efectividad, eficiencia, productividad, calidad, todos los cuales constituyen los signos vitales de la organización” (P. 1)

Los indicadores permiten captar, analizar y realizar una correcta toma de decisión. Son pilares fundamentales de la industria ya que nos permiten mejorar aquellos aspectos débiles y así poder alcanzar los objetivos de la empresa.

Patrocom se orientará en los siguientes indicadores para analizar la respectiva medición de sus procesos:

Tabla 40*Indicadores de Gestión*

Área de implementación	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia
Gerencia General	Eficiencia presupuestaria	$\frac{\text{Presupuesto ejecutado}}{\text{Presupuesto programado}} * 100$	Cumplir con al menos el 90% de lo planificado	Mensual
	Mejoramiento de competencia del personal	$\frac{N^{\circ} \text{ cursos realizados}}{N^{\circ} \text{ cursos planificados}} * 100$	Contar con el 95% del personal calificado	Anual
Dpto. Administrativo	Punto de Equilibrio	$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de contribución}}$	Verificar si la empresa es rentable con 95%	Anual
Financiero	Periodo de recuperación de la inversión	$\frac{\text{Monto inicial}}{\text{Flujo de efectivo por periodo}}$	Contar con un crecimiento del 90% de margen de recuperar la inversión	Anual
Dpto. de Producción	Índice de productividad mano de obra	$\frac{N^{\circ} \text{ de unidades producidas}}{\text{Hora hombre empleadas}} * 100$	Optimizar el tiempo de producción en un 70%	Mensual
	Eficiencia de utilización de maquinaria	$\frac{\text{Capacidad Utilizada}}{\text{Capacidad disponible}} * 100$	Mantener un buen estado el 100% de la maquinaria	Mensual
Dpto. Ventas	Eficiencia Comercial	$\frac{N^{\circ} \text{ de ventas realizadas}}{N^{\circ} \text{ de ventas esperadas}} * 100$	Obtener un 85% de eficiencia en ventas	Mensual
	Rentabilidad clientes	$\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{Monto promedio de compra}} * 100$	Lograr satisfacción en al menos el 90% de nuestros clientes	Trimestral

Fuente: Bautista & García Cediell, Indicadores de Gestión (2016)

Elaborado por: El Autor

Necesidad del personal

La necesidad de Talento Humano se dimensiona en base al crecimiento de la empresa, a fin de cumplir con la metas y actividades planeadas hacia futuro. A continuación, se describe la cantidad de personas requeridas en la empresa Patrocom en la siguiente tabla.

Tabla 41

Necesidades del Personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	1	1	1	1	1
Secretaria	1	1	1	1	1
Asistente Administrativo Financiero	1	1	1	1	1
Operarios	1	1	1	1	2
Vendedores	1	1	1	1	2
Total del personal	5	5	5	5	7

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

A partir del quinto año se contará con dos personas adicionales, una en el departamento de producción y otra en el departamento de ventas.

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivo Del Capítulo

Determinar la documentación legal para el correcto funcionamiento de la empresa “Patrocom” antes del lanzamiento al mercado en el cantón Pedro Moncayo, parroquia La Esperanza.

4.2 Determinación de la forma jurídica

Según, (Espejo Jaramillo, 2007)“Negocios personales. Se constituyen con un solo propietario. Sociedades o compañías. Se constituyen con el aporte del capital de varias personas naturales o jurídicas.” (P.6)

“Patrocom” estará legalmente constituida en una sociedad de acciones simplificadas (SAS), ya que se acopla a los parámetros establecidos a la Ley de compañías. La estructura legal estará conformada por un socio y la ubicación de la empresa será en el cantón Pedro Moncayo, parroquia La Esperanza, provincia de Pichincha.

4.2.1 Requisitos para Constituir la Empresa

Tabla 42*Requisitos para constituir una Sociedad por Acción Simplificada (S.A.S)*

-
1. Certificado electrónico del accionista
 2. Reserva de la dominación.
 3. Contrato privado o escritura
 4. Nombramiento
 5. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema:
 - a) Tipo de Solicitud
 - b) Nombre completo
 - c) Número de identificación
 - d) Correo electrónico
 - e) Teléfono convencional
 - f) Provincia
 - g) Ciudad
 - h) Dirección
 6. Copia de la cédula
-

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaborado por: El Autor

4.2.2 Trámite para constituir la empresa

Paso 1

Crear reserva de denominación

- a) Ingrese al portal www.supercias.gob.ec
- b) Ingrese al Portal de Trámites-Sector Societario
- c) Ingrese usuario y clave y escoja la opción reserva de Denominación
- d) Ingrese a la Opción Constitución
- e) Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipos de compañías S.A.S
- f) Terminando el proceso genere/imprima su reserva.

Paso 2

Descargar formato de documentos: contrato, nombramientos, formularios de registro.

- a) Ingrese al portal web www.supercias.gob.ec
- b) Ingrese a Guías del Usuario y descargue los formatos y documentos requeridos.

Llene la información solicitada en los documentos descargados.

Paso 3

Si se opta por la constitución tradicional, enviar los documentos con firma manuscrita al Centro de Atención al Usuario CAU; si los documentos fueran suscritos con firma electrónica, enviar al correo electrónico de la oficina correspondiente, junto con los documentos habilitantes.

Constitución con firma electrónica:

Para constituir una empresa con firma electrónica se necesita cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Solicitud de Constitución.
- b) Un archivo PDF que contenga Contrato Privado / Escritura + Reserva debidamente firmado electrónicamente.
- c) Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.
- d) Un archivo PDF que contenga las copias de los documentos de identificación de accionista y representante.

Constitución con firma manuscrita:

- a) Solicitud
- b) Acto o contrato firmado
- c) Nombramiento firmado
- d) Reserva de denominación

Copias de documentos de identificación

Paso 4

Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante de acuerdo al proceso expuesto en la página web institucional.

Paso 5

El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante

para subsanar cualquier observación del proceso. De no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del acto o contrato y del o los nombramientos según sea el caso. (Si la constitución de la S.A.S., se realizó en el sistema de constitución electrónica, dicho sistema generará de manera automática las razones de inscripción de la constitución, el nombramiento y le otorgará el número del RUC.).

Paso 6

Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes.

4.3 Registros de marca

De acuerdo al Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2022) una marca es definida como “Signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o rama. Puede estar representada por una palabra, un símbolo, números, un diseño, un logotipo, un olor, un sonido, la textura o una combinación de estos”

4.3.1 Proceso para el registro de la marca

Tabla 43

Proceso Registro Marca

Pasos	Descripción
1	Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
2	Seleccionar PROGRAMA/SERVICIOS
3	Ingresar opción CASILLERO VIRTUAL
4	Llenar los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
5	Una vez que haya dado este procedimiento, llegará a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6	Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LÍNEA.
7	Ingresar con su usuario y contraseña
8	Ingresar a la opción PAGOS
9	Opción TRÁMITES NO EN LÍNEA

-
- 10 Opción GENERAR COMPROBANTE
 - 11 Se despliega una plantilla para llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
 - 12 Ingresar los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
 - 13 Imprimir el comprobante
 - 14 Cancelar en el BANCO DEL PACIFICO la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso)
 - 15 Escanear los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
 - 16 Enviar vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
 - 17 Enviar el informe de búsqueda a su correo.
-

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2022)

Elaborado por: El Autor

4.3.2 Trámite para el registro de la marca

Tabla 44

Tramite de Registro de Marca

Pasos	Descripción
1	Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
2	Ingresar a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
3	Opción REGISTRO
4	Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS

-
- 5 Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca
 - 6 Después de haber ingresado los datos
 - 7 Botón GUARDAR
 - 8 Botón VISTA PREVIA
 - 9 Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00
 - 10 Cancele en el Banco del Pacífico
 - 11 Icono INICIO DE PROCESO.
-

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2022)

Elaborado por: El Autor

4.4 Registro en el Ministerio de Relaciones Laborales

4.4.1 Trámite para el registro Ministerio de Relaciones Laborales

Tabla 45

Registro Ministerio de Relaciones Laborales

Pasos	Descripción
1	Ingresar al link https://sut.trabajo.gob.ec/contratosweb/mrl/loginContratos.xhtml
2	Ir a la opción “Registro de nuevo empleador
3	Digitar su usuario y contraseña.
4	Ingresar en el módulo de registro de datos del trabajador y actas de finiquito.

-
- 5 Escoger la pestaña de datos del trabajador, seleccionar la opción ingresos datos del trabajador.
 - 6 Llenar el formulario en línea del trabajador que será vinculado en la empresa, guardando la información el SUT.
 - 7 Imprimir el contrato de trabajo
-

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales (2022)

Elaborado por: El Autor

4.5 Registro en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS

Tabla 46

Registro Patronal IESS

Pasos	Descripción
1	Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec
2	Escoger la opción Empleador-registro nuevo empleador
3	Ingresar el número de RUC y escoger a que sector pertenece (privado, público o doméstico).
4	Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
5	Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de información.
6	Acercarse a la agencia del IESS, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS (2022)

Elaborado por: El Autor

4.6 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Los documentos y licencias que necesita “Patrocom” son:

4.6.1 RUC

El servicio de Rentas Internas (2022) establece que los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

1. Inscripción en el Registro Único de Contribuyente
2. Emisión de comprobante de ventas
3. Declaración de impuestos
4. Pago de impuestos

Para el cumplimiento de las obligaciones, describe realizar las siguientes:

1. Declaración mensual de impuestos retenidos en la fuente
2. Declaración del valor agregado (IVA)
3. Declaración de Impuesto a la Renta

4.6.2 Patente Municipal

Los requisitos obligatorios de la patente municipal se describen a continuación.

Tabla 47

Requisitos para la Patente

Nº de requisitos	Requisitos
1	Copia de la cédula y papeleta de votación
2	Formulario de Inscripción
3	Copia de Ruc
4	Copia del permiso de los bomberos actualizado

5	Certificado de no adeudar al municipio
---	--

Fuente: GAD Pedro Moncayo

Elaborado por: El Autor

4.6.3 Permiso de los bomberos

N° de requisitos	Requisitos
1	Solicitud de inspección al local
2	Croquis de la ubicación de la empresa
3	Copia del plano de las instalaciones
4	Informe favorable de la inspección
5	Pago al día de los predios
6	Copia de RUC
7	Uso de suelo
8	Certificado de visto bueno de planos

Fuente: Cuerpo de Bomberos Pedro Moncayo

Elaborado por: El Autor

5 Evaluación financiera

5.1 Objetivo del capítulo

Identificar la viabilidad financiera de la empresa Patrocom, mediante el análisis de los indicadores, del plan de inversión, para conocer los costos y gastos, la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

5.2 Plan de inversión

El plan de inversión, Pacheco Coello & Pérez Brito, (2015) lo define como “Un plan que se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil al ser humano o la sociedad en general” (P.12)

A continuación, se detalla el plan de inversión de la empresa Patrocom, a fin de, conocer el monto que necesita el propietario para emprender en este negocio.

Tabla 48*Plan de Inversión*

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Total (USD)
Local			500,00	500,00
Arriendo (Planta e Infraestructura)	Unidad	1	500,00	500,00
Instalaciones y remodelaciones			0,00	0,00
instalaciones electricas			0,00	0,00
Muebles y Enseres			1.650,00	5.135,00
Archivador grande	Unidad	4	145,00	580,00
Escritorio de oficina	Unidad	4	800,00	3.200,00
Estantería de libros	Unidad	1	150,00	150,00
Estanteria grande	Unidad	1	75,00	75,00
Mesa de centro de recepción redonda	Unidad	1	150,00	150,00
Mesa de reuniones	Unidad	1	60,00	60,00
Pizarra tiza liquida	Unidad	1	40,00	40,00
Silla de escritorio giratoria	Unidad	4	70,00	280,00
Silla gerencial	Unidad	1	65,00	65,00
Silla para mesas de reuniones	Unidad	12	40,00	480,00
Sillón para recepción	Unidad	1	55,00	55,00
Herramientas - Utensilios			161,00	161,00
Azadón	Unidad	1	15,00	15,00
Carretilla	Unidad	1	60,00	60,00
Carriso	Unidad	1	1,00	1,00
Mochila de fumigar	Unidad	1	60,00	60,00
Pala	Unidad	1	25,00	25,00
Maquinaria y Equipo			250,00	295,00
Bomba de agua	Unidad	1	250,00	250,00
Gramera	Unidad	1	25,00	25,00
Radio	Unidad	1	20,00	20,00
Vehículos			0,00	0,00
				0,00
Equipo de computación			2.050,00	3.250,00
Cámara de seguridad de 8 unidades	Unidad	2	300,00	600,00
Computador de escritorio	Unidad	4	300,00	1.200,00
Impresora láser Xerox A4-B/N	Unidad	1	250,00	250,00
Sistema contable Zero post	Unidad	1	1.200,00	1.200,00
Equipo de oficina			2.225,00	2.450,00
Dispensador de agua de botellón	Unidad	2	25,00	50,00
Proyector	Unidad	1	2.000,00	2.000,00
Teléfonos celulares	Unidad	2	200,00	400,00
Inventarios			0,16	3.052,22
Estacas	Unidad	27.190	0,07	1.903,30
Tierra negra	g	5.438.000	0,00	135,95

Fundas negras	Unidad	27.190	0,04	978,84
Captain fungicida	g	272	0,03	6,80
Hormonagro 1	g	1.088	0,02	26,75
Agua de riego	lts	7	0,00	0,00
Agua de riego	g	23.927.200	0,00	0,57
Costos de Constitución			255,00	255,00
Patente Municipal	Unidad	1	25,00	25,00
Permiso de los bomberos	Unidad	1	22,00	22,00
Registro de marca	Unidad	1	208,00	208,00
RUC	Unidad	1	0,00	0,00
Capital de trabajo		0	0,00	754,91
TOTAL				15.853,13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.3 Calculo de costos y gastos

5.3.1 Mano de obra

La empresa “Patrocom” requerirá de mano de obra, con el objeto de, realizar actividades en cada departamento.

Tabla 49

Cálculo Mano de Obra

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos		Valor a pagar	
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%		Total
		Operador		425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
		Operador 2		425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
		TOTALES		850,00	0,00	850,00	0,00	80,33	80,33	769,68
	Provisiones	Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacaciones	Total Provisión	Costo MO
		11,15%	0,50%	0,50%						
		47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	0,00	17,71	140,18	525,02
		47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	0,00	17,71	140,18	525,02
		94,78	4,25	4,25	70,83	70,83	0,00	35,42	280,36	1.050,03
										COSTO MENSUAL MANO DE OBRA 1.050,03

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 50

Cálculo Sueldo Administrativo

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor	
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	a pagar	
		Gerente General		1.000,00	0,00	1.000,00	0,00	94,50	94,50	905,50	
		Asistente de Gerencia		600,00	0,00	600,00	0,00	56,70	56,70	543,30	
		Asistente Financiero		600,00	0,00	600,00	0,00	56,70	56,70	543,30	
	TOTALES			2.200,00	0,00	2.200,00	0,00	207,90	207,90	1.992,10	
	Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserv a	Vacaciones	Total Provisió n	Costo MO	
		111,50	5,00	5,00	83,33	35,42	0,00	41,67	281,92	1.092,92	
		66,90	3,00	3,00	50,00	35,42	0,00	25,00	183,32	669,92	
		66,90	3,00	3,00	50,00	35,42	0,00	25,00	183,32	669,92	
		245,30	11,00	11,00	183,33	106,25	0,00	91,67	648,55	2.432,75	
COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO											
									2.432,75		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 51*Cálculo Sueldo Personal Ventas*

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos		Valor a pagar	
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%		Total
		Vendedor		600,00	0,00	600,00	0,00	56,70	56,70	543,30
TOTALES				600,00	0,00	600,00	0,00	56,70	56,70	543,30
	Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacaciones	Total Provisión	Costo MO
		66,90	3,00	3,00	50,00	35,42	0,00	25,00	183,32	669,92
		66,90	3,00	3,00	50,00	0,00	0,00	25,00	183,32	669,92
COSTO MENSUAL MANO DE OBRA									669,92	

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

5.3.2 Depreciación

El método de depreciación que mejor se adopta a los requerimientos de la empresa, es el método de línea recta, por lo cual, se tomó en cuenta los porcentajes de la depreciación de la vida útil de los productos y por ende a los años de utilidad.

La depreciación de los activos fijo representa un monto de 1887,33 de desgaste por año replantado en dólares. A continuación, se representa la tabla:

Tabla 52

Cálculo de la Depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y Enseres	10	5.135,00	10%	513,50
Herramientas - Utensillos	10	161,00	10%	16,10
Maquinaria y Equipo	10	295,00	10%	29,50
Vehículos	5	0,00	20%	0,00
Equipo de computación	3	3.250,00	33%	1.083,23
Equipo de oficina	10	2.450,00	10%	245,00
TOTAL		11.291,00		1887,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.3.3 Proyección de la depreciación

La proyección de la depreciación de los activos fijos fue realizada para los primeros 5 años de funcionamiento, por tal razón, el monto total de la depreciación es de \$ 3.119

Tabla 53

Proyección de la depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	513,50	513,50	513,50	513,50	513,50
Herramientas - Utensillos	16,10	16,10	16,10	16,10	16,10
Maquinaria y Equipo	29,50	29,50	29,50	29,50	29,50
Vehículos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Equipo de computación	1.083,23	1.083,23	1.083,23	0,00	0,00
Equipo de oficina	245,00	245,00	245,00	245,00	245,00
TOTAL	1.887,33	1.887,33	1.887,33	804,10	804,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.3.4 Detalles de Costos

La empresa “Patrocom” detalla los costos de fabricación del producto (Patrones de rosas), sus costos mensuales son de \$13.233,92 mientras el costo anual proviene del cálculo respectivo por los doce meses que asciende a \$ 158.807,05

Tabla 54

Detalle de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costos anual
Materia prima				7.613,20	91.358,40
Estacas	unid	108.760,00	0,07	7.613,20	91.358,40
Mano de Obra				1.050,03	12.600,40
Operador		2,00	525,02	1.050,03	12.600,40
Costos Indirectos				4.515,40	54.184,83
Tierra negra	g	21.752.000	0,000025	543,80	6.525,60
Fundas negras Captain	unid	108.760	0,036	3.915,36	46.984,32
fungicida	g	1.088	0,025	27,19	326,28
Hormonagro 1	g	1.088	0,0246	26,75	321,06
Agua de riego	lts	27	0,000024	0,00	0,01
Agua de riego	g	95.708.800	0,000000024	2,30	27,56
TOTALES				13.178,64	158.143,63

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.3.5 *Proyección de Costos*

Al proyectar los costos se aprecia un incremento de los valores de cada año, puesto que el costo es sensible a los niveles de inflación y se sujeta a los impuestos que la política económica imponga con el pasar de los años. Para proyectar los costos se toma como referencia los datos del INEC (2022) de la tasa de inflación del año 2007 al 2021, obteniendo un promedio de %1,9 como se presenta a continuación:

Tabla 55

Promedio de inflación anual

N	Año	Inflación
1	2017	2,5
2	2018	1,5
3	2019	5,5
4	2020	-1
5	2021	1
	Total	9,5
Promedio de inflación anual		0,019

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC 2021)

Elaborado por: El Autor

Tabla 56*Proyección de Costos*

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2	Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia prima	7.613		7.613	91.358	0	7.758	93.094	0	7.905	94.863	0	8.055	96.665	0	8.209	98.502
Estacas	7.613		7.613	91.358	0	7.758	93.094	0	7.905	94.863	0	8.055	96.665	0	8.209	98.502
Mano de Obra	1.050	1.050		12.600	1.070	0	12.840	1.090	0	13.084	1.111	0	13.332	1.132	0	13.586
Operador	1.050	1.050		12.600	1.070	0	12.840	1.090	0	13.084	1.111	0	13.332	1.132	0	13.586
Costos Indirectos	4.515	0	4.515	54.185	0	4.601	55.214	0	4.689	56.263	0	4.778	57.332	0	4.868	58.422
Tierra negra	544		544	6.526	0	554	6.650	0	565	6.776	0	575	6.905	0	586	7.036
Fundas negras	3.915		3.915	46.984	0	3.990	47.877	0	4.066	48.787	0	4.143	49.714	0	4.222	50.658
Captain fungicida	27		27	326	0	28	332	0	28	339	0	29	345	0	29	352
Hormonagro 1	27		27	321	0	27	327	0	28	333	0	28	340	0	29	346
Agua de riego	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Agua de riego	2		2	28	0	2	28	0	2	29	0	2	29	0	2	30
TOTALES	13.179	1.050	12.129	158.144	1.070	12.359	161.148	1.090	12.594	164.210	1.111	12.833	167.330	1.132	13.077	170.509

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

5.3.6 Detalle de Gastos

Los gastos son desembolsos para ofrecer y mantener las operaciones de la empresa. A continuación, se detallan cada uno de los rubros necesarios para la operación de la empresa Patrocom.

Tabla 57

Detalle de Gastos Administrativos

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos al personal administrativo	Usd			2.432,75	29.193,00
		1.092,9			
Gerente General	Usd	2	1	1.092,92	13.115,00
Asistente de Gerencia	Usd	669,92	1	669,92	8.039,00
Asistente Financiero	Usd	669,92	1	669,92	8.039,00
Arrendamientos	Usd	500,00	1	500,00	6.000,00
Arriendo (Planta e Infraestructura)	Usd	500,00	1	500,00	6.000,00
Suministros de oficina				7,40	88,80
Clip	unid	0,35	4	1,40	16,80
Resma de hoja A4	unid	4,00	1	4,00	48,00
Esfero Azul	unid	0,40	5	2,00	24,00
Depreciaciones				157,28	1.887,33
Activos administrativos	Usd			153,48	1.841,73
Otros activos	Usd			3,80	45,60
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				3.097,43	37.169,13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 58*Detalle Gastos de Venta*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldo al personal de ventas				669,92	8.039,00
Vendedor	Usd	669,92	1,00	669,92	8.039,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	0,00	669,92	1,00	669,92	8.039,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 59*Detalle de Gastos Financieros*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Préstamo Coop Pilahuin Tio	Usd	327,37	1,00	327,37	3.928,44
Cuota mensual	Usd	327,37	1,00	327,37	3.928,44
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		327,37	1,00	327,37	3.928,44
TOTAL DE GASTOS				4.094,71	49.136,57

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.3.7 Proyección de Gastos

La proyección de los gastos se realizó en base a los primeros 5 años de funcionamiento, con referencia los datos del INEC (2022) de la tasa de inflación del año 2007 al 2021, obteniendo un promedio de %.1,9 promedio de inflación anual

Tabla 60

Proyección de Gastos

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos Variables		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables				
Sueldos al personal administrativo	2.433	2.433	0	29.193	2.479	0	29.748	2.526	0	30.313	2.574	0	30.889	2.623	0	31.476
Gerente General	1.093	1.093	0	13.115	1.114	0	13.364	1.135	0	13.618	1.156	0	13.877	1.178	0	14.141
Asistente de Gerencia	670	670	0	8.039	683	0	8.192	696	0	8.347	709	0	8.506	722	0	8.668
Asistente Financiero	670	670	0	8.039	683	0	8.192	696	0	8.347	709	0	8.506	722	0	8.668
Arrendamientos	500	500	0	6.000	510	0	6.114	519	0	6.230	529	0	6.349	539	0	6.469
Arriendo (Planta e Infraestructura)	500	500	0	6.000	510	0	6.114	519	0	6.230	529	0	6.349	539	0	6.469
Suministros de oficina	7	0	7	89	0	8	90	0	8	92	0	8	94	0	8	96
Clip	1	0	1	17	0	1	17	0	1	17	0	1	18	0	2	18
Resma de hoja A4	4	0	4	48	0	4	49	0	4	50	0	4	51	0	4	52
Esfero Azul	2	0	2	24	0	2	24	0	2	25	0	2	25	0	2	26
Depreciaciones	157	157	0	1.887	160	0	1.923	163	0	1.960	166	0	1.997	170	0	2.035
Activos administrativos	153	153	0	1.842	156	0	1.877	159	0	1.912	162	0	1.949	165	0	1.986
otros activos	4	4	0	46	4	0	46	4	0	47	4	0	48	4		
TOTAL	3.097	3.090	7	37.169	3.149	8	37.875	3.209	8	38.595	3.270	8	39.328	3.332	8	40.076

GASTOS DE VENTAS

Descripcion	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos Variables		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables				
Sueldo al personal de ventas	670	670	0	8.039	683	0	8.192	696	0	8.347	709	0	8.506	722	0	8.668
Vendedor	670	670	0	8.039	683	0	8.192	696	0	8.347	709	0	8.506	722	0	8.668
TOTAL	670	670	0	8.039	683	0	8.192	696	0	8.347	709	0	8.506	722	0	8.668

GASTOS FINANCIEROS

Descripcion	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos Variables		Total año 2	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables				
Prestamo Coop Pilahuin Tio	327	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928
TOTAL	327	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928
TOTALES	327	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928	327	0	3.928

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.4 Plan de financiamiento

5.4.1 Forma de Financiamiento

El proyecto funcionará con un plan de financiamiento, la empresa; para su funcionamiento, requerirá de \$15.853,13 misma que será financiada mediante capital propio de \$4.000,13 y lo restante se obtendrá con un préstamo en la Cooperativa de ahorro y crédito 29 de octubre.

Tabla 61

Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	4.000,13	100	25
Efectivo	4.000,13	100	25
Bienes	0	0	0
Recursos de terceros	11.853,00	100	75
Préstamo bancario	11.853,00	100	75
TOTAL	15.853,13		100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.5 Cálculo de ingresos

A continuación, se presenta un cálculo que detalla el total de los ingresos mensuales, por lo cual se procede a dividirlo para la cantidad total de muebles elaborados por mes, dando como resultado un precio de \$0,16.

Tabla 62*Cálculo de Ingresos*

Productos	Materia Prima	Mano de Obra	Costos Indirectos	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Margen de utilidad		Precio de Venta Unitario
						%	\$	
Patrón de rosas	7.613	1.050,03	4.515,40	13.178,64	108.760	26%	17.808,97	0,160
TOTALES				13.179		0	17.809	0,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.5.1 Proyección de Ingresos

La proyección de los ingresos para los primeros 5 años de funcionamiento, tomó, como referencia los datos del INEC (2022) de la tasa de inflación del año 2007 al 2021, obteniendo un promedio de %. 1,9 promedio de inflación anual

Tabla 63

Proyección de ingresos

Productos	Can	Precio Unit.	Total año 1	Can	Precio Unit.	Total año 2	Can	Precio Unit.	Total año 3	Can	Precio Unit.	Total año 4	Can	Precio Unit.	Total año 5
Patrón de rosas	1.305.120	0,16	208.819	1.329.917	0,16	212.787	1.355.186	0,17	216.830	1.380.934	0,17	220.949	1.407.172	0,17	225.148
TOTAL INGRESOS			208.819			212.787			216.830			220.949			225.148

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.6 Punto de equilibrio

En la tabla se detalla los datos requeridos para el punto de equilibrio.

En el gráfico analizado, se puede observar que se requiere vender 105.095 unidades para lograr un punto de equilibrio, con la cantidad vendida; se obtendrá \$16.815,14 en ingresos

Tabla 64

Datos para el Punto de Equilibrio

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	12.600,40	145.543,23	158.144
Gastos de Administración	37.080,33	88,80	37.169
Gastos de Ventas	8.039,00	0,00	8.039
Gastos Financieros	3.928,44	0,00	3.928
TOTAL	61.648,17	145.632,03	207.280,20
Número unidades	1.305.120		
Precio unitario de venta	0,16		
Ingresos totales	208.819,20		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 65

Formulas para el cálculo del Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio en unidades físicas	Punto de equilibrio en unidades monetarias	Punto de equilibrio en valores relativos
$P.E.u = \frac{CF}{PVU - CVU}$	$P.E.\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$	$P.E = \frac{PE\$}{IT} 100$

Dónde:

Costos Variables	CV
Costos Fijos	CF
Costos Totales	CT
Ingresos Totales	IT
Número de Unidades	N
Precio de venta Unitario	PVU
Costo Variable Unitario	CVU

Punto de equilibrio en unidades físicas

$$P.E.u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$P.E.u = \frac{61.648,17}{0,16 - 0,11}$$

$$P.E.u = 1'273.332 \text{ anual}$$

$$P.E.u = 106.111 \text{ mensual}$$

Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$P.E.\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$P.E.\$ = \frac{61.648,17}{1 - \frac{145.632,03}{208.819,20}}$$

$$P.E.\$ = 203.733 \text{ anual}$$

$$P.E.\$ = 16.977,15 \text{ mensual}$$

Punto de equilibrio en valores relativos

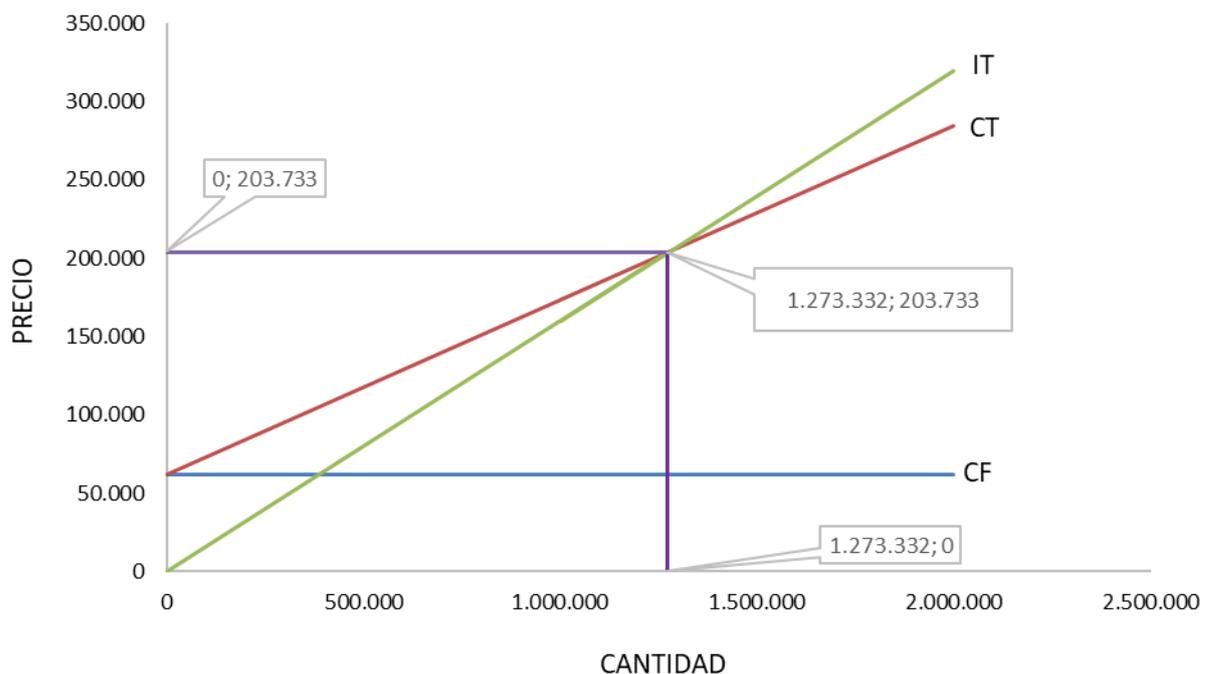
$$P.E = \frac{PE\$}{IT} 100$$

$$P.E = \frac{203.733}{208.819,20} 100$$

$$P.E = 97,56\%$$

Gráfico 13

Gráfica del punto de equilibrio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.7 Estado de resultados proyectado

El reporte financiero detallado, muestra en detalle los ingresos, gastos y el beneficio que generará la empresa en un periodo de cinco años, misma que, refleja una cantidad considerable desde el primer año, la cual, se cumple el 100% de las metas proyectadas, se puede concluir que, la empresa puede seguir operando y participando de su presencia en el mercado al obtener este resultado.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	208.819	212.787	216.830	220.949	225.148
(-) Costo de Ventas	158.144	161.148	164.210	167.330	170.509
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	50.676	51.638	52.620	53.619	54.638
(-) Gastos de venta	8.039	8.192	8.347	8.506	8.668
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	42.637	43.447	44.272	45.113	45.970
(-) Gastos Administrativos	37.169	37.875	38.595	39.328	40.076
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	5.467	5.571	5.677	5.785	5.895
(-) Gastos Financieros	3.928	3.928	3.928	3.928	3.928
(+) Otros Ingresos	0	0	0	0	0
(-) Otros Egresos	0	0	0	0	0
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	1.539	1.643	1.749	1.857	1.967
(-) 15% Participación trabajadores	231	246	262	278	295
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	1.308	1.396	1.486	1.578	1.672
(-) Impuesto a la renta	0	0	0	0	0
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	1.308	1.396	1.486	1.578	1.672

5.8 Flujo de caja

En la tabla se establece los flujos de efectivo, es decir, los ingresos y salidas de efectivo en el horizonte de cinco años, misma que demuestra la liquidez del proyecto.

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	15.853	224.672	212.787	216.830	220.949	225.148

Recursos propios	4.000	4.000				
Recursos de terceros	11.853	11.853				
Ingresos por ventas		208.819	212.787	216.830	220.949	225.148
B. EGRESOS OPERACIONALES	0	219.205	197.994	201.756	205.589	210.585
Local		500				
Instalaciones y remodelaciones		0				
instalaciones eléctricas		0				
Muebles y Enseres		5.135				
Herramientas - Utensilios		161				
Maquinaria y Equipo		295				
Vehículos		0				
Equipo de computación		3.250				
Equipo de oficina		2.450				
Inventarios		3.052				
Costos de Constitución		255				
Capital de trabajo		755				
Materia prima directa		91.358	93.094	94.863	96.665	98.502
Mano de obra directa		12.600	12.840	13.084	13.332	13.586
Costos indirectos de fabricación		54.185	54.185	55.214	56.263	58.422
Gastos Administrativos		37.169	37.875	38.595	39.328	40.076
Gastos de Ventas		8.039				
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	15.853	5.467	14.793	15.074	15.360	14.563
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0	0	0
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo						
Aportes de capital						

	Aportes para futura capitalización						
	Recuperación de inversiones temporales						
	Recuperación de otros activos						
	Otros ingresos						
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES	0	231	246	264	294	325
	Pago de créditos a largo plazo		0	0	0	0	0
	Pago de participación de utilidades						
	Pago de interés en créditos a largo plazo						
	Reparto de impuestos						
	Reparto de dividendos						
	Adquisición de inversiones temporales						
	Adquisición de activos fijos						
	Pago de participación de utilidades		231	246	262	278	295
	Pago de impuestos		0	0	1,49	15,43	30
	Otros egresos						
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	0	-231	-246	-264	-294	-325
G	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	15.853	5.698	15.039	15.337	15.654	14.887
H	SALDO INICIAL DE CAJA	0	15.853	21.551	36.590	51.928	67.582
I	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	15.853	21.551	36.590	51.928	67.582	82.469

El flujo de caja generado anualmente es el saldo neto o líquido que le da a la empresa en dinero real sin tomar en cuenta las depreciaciones. Por tanto, para el primer año se tiene un flujo neto de \$ 21.551.

La proyección del flujo de caja a cinco años refleja valores en positivos, esto quiere decir que lo proyectado para estos años no tendrá pérdidas si se cumple con lo planificado.

5.9 Evaluación financiera

5.9.1 Indicadores

5.9.1.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La TMAR es la tasa de referencia para los inversionistas. Este valor es el que los inversionistas están dispuestos a recibir (mínimo de rentabilidad) por el valor del proyecto planteado.

Tabla 66*Cálculo Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)*

DESCRIPCION	VALOR	%	TASA DE	PROMEDIO
		PARTICIPACION	RENTABILIDAD	PONDERADO
Capital Propio	4.000,13	25,23	12,00	3,03
Capital financiado	11.853,00	74,77	22	16,45
TOTAL DE LA INVERSIÓN	15.853,13	100,00		19,48

TMAR=19,48%

Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo de VAN se aplica la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum \frac{Ft}{(1+i)^t}$$

$$VAN = -I_0 + \frac{F}{(1+i)} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -I_0 + \frac{F}{(1+i)} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \frac{F4}{(1+i)^4} + \frac{F5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -18.853 + \frac{5.698}{(1+19,48)^0} + \frac{15.039}{(1+19,48)^2} + \frac{15.337}{(1+19,48)^3} + \frac{16.654}{(1+19,48)^4} + \frac{14.887}{(1+19,48)^5}$$

$$VAN = 3.242,57$$

5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$VAN = -I_0 + \sum \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = 0$$

$$0 = -I_0 + \frac{F}{(1 + TIR)^1} + \frac{F2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F3}{(1 + TIR)^3} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n}$$

$$0 = -I_0 + \frac{F}{(1 + TIR)^1} + \frac{F2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F3}{(1 + TIR)^3} + \frac{F4}{(1 + TIR)^4} + \frac{F5}{(1 + TIR)^5}$$

$$0 = -18.853 + \frac{5.698}{(1 + TIR)^1} + \frac{15.039}{(1 + TIR)^2} + \frac{15.337}{(1 + TIR)^3} + \frac{15.654}{(1 + TIR)^4} + \frac{14.887}{(1 + TIR)^5}$$

$$TIR = 29,81\%$$

5.9.1.3 Beneficio Costo

Este indicador es un cociente que permite medir la relación entre costo y beneficio, comparando los beneficios y los costos, y así, poder determinar cuál es la viabilidad del proyecto.

Tabla 67

Cálculo Relación B/C

Tiempo	Beneficio	Costo
0		15.853
1	224.672	219.205
2	212.787	206.189
3	216.830	210.103
4	220.949	214.095
5	225.148	219.253
Valor Presente (VNA)	1'100.386	1'068.842

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

Dónde,

VAI = Valor actual de los ingresos totales

VAC = Valor actual de la inversión inicial

Cálculo de Beneficio Costo

$$B/C = 1,06$$

5.9.1.4 Periodo de Recuperación

El Periodo de Recuperación de la inversión llamada también *payback* es el tiempo que va tardar la empresa en recuperar su inversión inicial, mediante entradas de efectivo que son generadas por la inversión.

$$\text{Payback} = a + \frac{I_0 - b}{F_t}$$

Dónde,

a = Es el número del periodo inmediatamente anterior hasta recuperar el desembolso inicial.

I_0 = Inversión inicial del proyecto.

b = Es la suma de los flujos hasta el final del periodo “ a ”

F_t = Es el valor de los flujos de caja del año en que se recupera la inversión.

Calculo del periodo de recuperación

Tabla 68

Periodo de recuperación

TIEMPO DE RECUPERACIÓN		
AÑOS	FLUJOS	PENDIENTE RECUPERAR
0	-15.853	-15.853
1	5.698	-10.155
2	6.847	-3.308
3	6.990	3.682
4	7.148	3.466
5	6.220	2.754

$$\text{Payback} = a + \frac{I_0 - b}{F_t}$$

$$\text{Payback} = 2 + \frac{15.853 - 5.698}{6.990}$$

$$\text{Payback} = 3,48 \text{ años}$$

PERIODO DE	AÑO	3
RECUPERACIÓN	MES	5
	DIA	22

6 Bibliografía

- Arnoletto, J. E. (2006). *Administración de la producción como ventaja competitiva*. B-EUMED.
- Bautista, M. C., & García Cediell, G. A. (2016). *Indicadores de gestión: manual básico de aplicación para MIPYMES*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Corporación Financiera Nacional (CFN). (2021). *Ficha sectorial cultivo de rosas*. Quito: CFN.
- El Universo*. (24 de 09 de 2011). Obtenido de Pedro Moncayo será declarado capital mundial de la rosa:
<https://www.eluniverso.com/2011/09/24/1/1416/canton-pedro-moncayo-sera-declarado-capital-rosa.html>
- Escudero Serrano, J. (2014). *Proceso de Venta*. Madrid: Editorial Paraninfo S.A.
- Espejo Jaramillo, L. B. (2007). *Contabilidad General*. Loja: Ediloja.
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2012). *Administración Un enfoque basado en competencias (11a. edición)*. México D.F.: Cengage Learning Editores, S.A.
- J. Fesquet, A. (1964). *Elementos de Ciencias Naturales*. Buenos Aires : Editorial Kapelusz S.A.
- Molina, A. (2016). *Contabilidad de costos 5ta edición*. Quito: Jorase.
- Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Castellón de la Plana, España: Universitat Jaume.
- Mora García, L. A. (2008). *Indicadores de la gestión logística*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Munuera Alemán, J. L., & Rodríguez Escudeo, A. I. (2007). *Estrategia de marketing*. Madrid: Esic Editorial.
- Nava Carbellido, V. M. (2006). *¿Qué es la calidad?* Ciudad de México: Limusa.
- Olivera Revelo, J. (2015). *Fundamentos de economía*. La Loma de Tlalnepantla de Baz, México: Editorial Digital UNID.
- Pacheco Coello, C. E., & Pérez Brito, G. J. (2015). *El Proyecto de Inversión como Estrategia Gerencial*. Ciudad de México D.F: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Pardo Álvarez, M. J. (2012). *Configuración y uso de un mapa de proceso*. Madrid: AENOR.
- Pérez Alimaña, V. D. (2014). *Muestreo y Preparación de la muestra*. Madrid, España: Editorial Cano Pina.

Porter, M. (2015). *Estrategia Comparativa (Seg. Ed)*. México: Grupo Editorial Patria.

Sánchez Huertas, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid: Bubok Publishing S.L.

Villalba Avilés , C. (2011). *Metodología de la Investigación Científica*. Quito: Editorial Sur Editores.