



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto
emprendimiento previo a la obtención del Título de
Licenciadas en Administración de Empresas**

**TEMA: “Creación de un enraizador para la
comercialización de plantas de clavel en la
microempresa AMABEL del cantón Pujilí”**

AUTORAS:

Kerly Monserrath Molina Basantes

Anshely Brillith Recalde Chafla

TUTOR: Ing. Mg. María Alexandra López Paredes

AMBATO – ECUADOR

Septiembre 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. María Alexandra López Paredes

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Creación de un enraizador para la comercialización de plantas de clavel en la microempresa AMABEL del cantón Pujilí**” presentado por las señoritas **Kerly Monserrath Molina Basantes y Anshely Brillith Recalde Chafra** para optar por el título de Licenciadas en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 01 de septiembre 2022



Ing. Mg. María Alexandra López Paredes
C.I.:1802795714

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Kerly Monserrath Molina Basantes** y **Anshely Brillith Recalde Chafla** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Kerly Monserrath Molina Basantes
C.I.: 0504761214



Anshely Brillith Recalde Chafla
C.I.: 0550622419

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadoros, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Mg. César Maximiliano Calvache Vargas
C.I.: 1802862498



Ing. Mg. Wilson Fernando Jiménez Castro
C.I.: 1803098126

Ambato, 01 de septiembre 2022

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Kerly Monserrath Molina Basantes
C.I.: 0504761214



Anshely Brillith Recalde Chafra
C.I.: 0550622419

DEDICATORIA

El presente proyecto de emprendimiento lo dedico principalmente a Dios por darme la fuerza suficiente en los momentos más difíciles y ser el inspirador para continuar en el proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mis padres Eduardo y Digna por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, por siempre inculcarme el ejemplo del esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios siempre está conmigo para guiarme por el camino del bien.

Y a mis abuelitos que siempre me han incentivado a seguir adelante, especialmente a mi abuelito Hugo por su cariño y apoyo incondicional durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias.

Kerly Monserrath Molina Basantes

DEDICATORIA

Dedico este Proyecto de Emprendimiento a Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy. Mis padres Abel y Maricela quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y me acompañan en todos mis sueños y metas. Finalmente quiero dedicar este proyecto a mis hermanas, por apoyarme cuando más las necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

Anshely Brillith Recalde Chafra

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por todas sus bendiciones, a mis padres por siempre apoyarme en todo momento, a mis abuelitos por su confianza y apoyo y a la Universidad Técnica de Ambato, a toda la Facultad de Ciencias Administrativa, a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional en especial a mi tutora Ing. María Alexandra López Paredes por su paciencia, dedicación y apoyo incondicional.

Kerly Monserrath Molina Basantes

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por ser el motor principal en mi vida, por acompañarme y permitirme confiarle mis anhelos con la certeza de que estos se materializarán. Les agradezco a mis padres Abel y Maricela porque desde muy pequeña me enseñaron el significado de perseverar y luchar mis sueños, a mis hermanas porque fueron mis primeras compañeras de vida y quienes me enseñaron lo esencial que es un equipo, también agradezco a mis familiares por apoyarme y brindarme su amor.

Le debo este logro a la Facultad de Ciencias Administrativas, donde me he formado a nivel intelectual y humanístico, Así mismo estoy en deuda con todos los docentes que desde su sentido humano me cultivaron el gusto por aprender, quienes día a día luchan para educar a ciudadanos íntegros y humanos desde cada cátedra que pueden dictar.

Este logro más que mío es de todos aquellos que lo hicieron posible y jamás me alcanzarán las palabras para agradecerles, por tanto.

Anshely Brillith Recalde Chafía

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xix
ABSTRACT	xx
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1. Definición del problema.....	1
1.1. Contextualización.....	1
1.2. Árbol de problemas	4
1.3. Análisis del árbol de problemas	5
1.4. Árbol de objetivos	6
1.5. Análisis del árbol de objetivos	7
CAPÍTULO II	8
DESCRIPCION DE EMPRENDIMIENTO	8
2.1. Nombre de emprendimiento	8
2.2. Localización geográfica.....	8
2.4. Objetivos.....	10
2.4.1. Objetivo general	10
2.4.2. Objetivos Específicos	10
2.5. Beneficiarios.....	10
2.6. Resultados a alcanzar	11
CAPÍTULO III	12
ESTUDIO DE MERCADO	12
3.1. Descripción del producto, características y uso	12

3.2. Segmentación del mercado.....	13
3.2.1. Mercado objetivo.....	14
3.2.2. Población.....	14
3.2.3. Muestra.....	14
3.3 Investigación del mercado.....	15
3.4. Estudio de la demanda.....	32
3.4.1 Estudio de la demanda actual.....	32
3.4.2. Estudio de la demanda en productos.....	35
3.5. Estudio de la oferta.....	38
3.5.1 Estudio de la oferta en personas.....	39
3.5.2. Estudio de la Oferta en productos.....	41
3.6 Mercado potencial insatisfecho para el proyecto.....	44
3.7. Precios.....	45
3.8. Canales de comercialización.....	47
3.10. Estrategias de comercialización.....	48
3.10.1 Análisis FODA.....	48
3.10.2 Matriz DAFO.....	49
CAPÍTULO IV.....	51
ESTUDIO TÉCNICO.....	51
4.1 Tamaño óptimo del proyecto.....	51
4.1.1. Factores determinantes del tamaño.....	51
4.1.2. Tamaño óptimo.....	53
4.2 Localización.....	54
4.2.1. Macro localización.....	55
4.2.2. Micro localización.....	55
4.2.3. Localización óptima.....	56
4.3. Ingeniería del proyecto.....	57
a. Producto proceso.....	58
b. Diagrama de flujo.....	59
c. Balance de materiales.....	60
d. Estado inicial del proyecto.....	61

e. Periodo operacional estimado de la planta.....	63
f. Capacidad de producción.....	63
g. Distribución de maquinaria y equipos.....	64
h. Distribución de la planta (Lay - Out).....	65
CAPÍTULO V.....	67
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	67
5.1 Aspectos generales.....	67
5.2 Diseño organizacional.....	68
5.2.1 Niveles jerárquicos.....	68
5.2.2 Misión.....	69
5.2.3 Visión.....	69
5.2.4 Valores.....	70
5.3 Estructura Organizativa.....	71
5.4 Estructura funcional.....	72
5.5 Manual de funciones.....	74
CAPÍTULO VI.....	75
ESTUDIO FINANCIERO.....	75
6.1 Inversión en activos fijos tangibles.....	75
6.2 Inversión en Activos Intangibles.....	78
6.3 Inversión de capital de trabajo.....	79
6.3.1 Activo circulante.....	79
6.3.2 Pasivo Circulante.....	82
6.3.3 Capital de trabajo.....	83
6.4 Resumen de inversiones.....	83
6.5 Financiamiento.....	83
6.6 Plan de inversiones.....	84
6.7 Presupuesto de Costos e Ingresos.....	85
6.7.1 Costos de Producción.....	85
6.7.2 Gastos Administrativos.....	89
6.7.3 Costos de Venta.....	91
6.7.4 Gastos Financieros.....	92

6.7.5 Situación financiera actual	93
6.7.6 Situación financiera proyectada	95
6.7.7 Presupuesto de ingresos.....	97
6.7.8 Estado de resultados	98
6.7.9 Flujo de caja	100
6.8.1 Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	102
6.8.2 Punto de equilibrio en unidades de productos.....	102
6.8.3 Punto de equilibrio graficado	103
6.9 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación del proyecto	103
6.9.1 Cálculo Tmar1 sin financiamiento	103
6.9.2 Cálculo de Tmar2 sin financiamiento.....	104
6.10 Valor presente neto o valor actual neto (VAN).....	104
6.10.1 Calculo VAN 1	104
6.10.2 Calculo VAN 2.....	105
6.11 Indicadores financieros.....	105
6.11.1 Índice de liquidez	105
6.11.2 Índice de solvencia	106
6.11.3 Índice de apalancamiento	106
6.11.4 Índice de endeudamiento.....	107
6.12 Relación costo beneficio.....	107
6.13 Periodo de recuperación de inversión.....	108
6.14 Tasa Interna de retorno.....	108
6.15 Análisis de Sensibilidad	109
CAPÍTULO VII.....	110
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110
7.1 Conclusiones.....	110
7.2 Recomendaciones	111
BIBLIOGRAFÍA.....	112
ANEXOS	117

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Localización geográfica.....	8
Figura 2 Conocimiento de un enraizador en la zona.....	17
Figura 3 Factibilidad de la creación del enraizador	18
Figura 4 Características para cultivar clavel	19
Figura 5 Colores que se cultivas más	20
Figura 6 Tiempo que se cambia las plantas	21
Figura 7 Cantidad que compraría.....	22
Figura 8 Precio por pagar por la planta.....	23
Figura 9 Medios de información.....	24
Figura 10 Importancia al comprar claveles certificados	25
Figura 11 Reacción al saber que se creara un enraizador	26
Figura 12 Veces que se haría uso del enraizador anualmente.....	27
Figura 13 Uso del enraizador	28
Figura 14 Tipo de empaque para el producto.....	29
Figura 15 Forma de pago	30
Figura 16 Promociones al momento de comparar las plantas.....	31
Figura 17 Factibilidad de la creación de enraizador	33
Figura 18 Demanda en persona proyectada	34
Figura 19 Cantidad que compraría.....	36
Figura 20 Demanda anual en productos proyectada	37
Figura 21 Factibilidad de la creación de enraizador	39
Figura 22 Oferta en persona proyectada	41
Figura 23 Cantidad de plantas que se compraría al año.....	42
Figura 24 Oferta en productos proyectada	43
Figura 25 Demanda potencial insatisfecha	45
Figura 26 Precio por pagar por la planta.....	46
Figura 27 Proyección del precio de las plantas por unidades	47
Figura 28 DPI Real a partir del año de estudio 2021 hasta el año 2026	54
Figura 29 Macro localización de la Microempresa AMABEL.....	55

Figura 30 Micro localización de la Microempresa Amabel.....	56
figura 31 Distribución de la planta que se ubicará en el cantón de Pujilí	66
figura 32 Logotipo de la nueva línea de productos de la empresa AMABEL	67
figura 33 Organigrama estructural de la empresa AMABEL	71
figura 34 Organigrama funcional de la empresa AMABEL	73
Figura 35 Ingresos brutos.....	97
figura 36 Punto de equilibrio.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Involucrados	10
Tabla 2 Variable de segmentación de Mercado	13
Tabla 3 Mercado Meta	14
Tabla 4 Valores de fiabilidad	16
Tabla 5 Estadísticas de fiabilidad.....	16
Tabla 6 Conocimiento de un enraizador en la zona	17
Tabla 7 Factibilidad de la creación de enraizador.....	18
Tabla 8 Características para cultivar clavel	19
Tabla 9 Colores que se cultivan más.....	20
Tabla 10 Tiempo que se cambia las plantas.....	21
Tabla 11 Cantidad que compraría	22
Tabla 12 Precio por pagar por la planta	23
Tabla 13 Medio de información.....	24
Tabla 14 Importancia al comprar claveles certificadas.....	25
Tabla 15 Reacción al saber que se creará un enraizador.....	26
Tabla 16 Veces que se haría uso del enraizador anualmente	27
Tabla 17 Uso del enraizador	28
Tabla 18 Tipo de empaque para el producto.....	29
Tabla 19 Forma de pago.....	30
Tabla 20 Promociones al momento de comprar las plantas.....	31
Tabla 21 Estudio de la demanda actual.....	33
Tabla 22 Factibilidad de la creación del enraizador.....	33
Tabla 23 Demanda en persona	34
Tabla 24 Demanda en persona proyectada.....	34
Tabla 25 Cantidad que compraría	35
Tabla 26 Demanda por productos	36
Tabla 27 Proyección de la demanda de los claveles	37
Tabla 28 Factibilidad de la creación de enraizador.....	39
Tabla 29 Oferta real en persona	40

Tabla 30 Proyección de la oferta en personas	40
Tabla 31 Cantidad de plantas que se compraría al año	41
Tabla 32 Oferta anual en productos	42
Tabla 33 Oferta en productos proyectada	43
Tabla 34 Demanda potencial insatisfecha.....	44
Tabla 35 Precio por pagar por la planta	46
Tabla 36 Proyección del precio de las plantas por unidades.....	46
Tabla 37 Análisis FODA.....	48
Tabla 38 Matriz DAFO	49
Tabla 39 DPI Real a partir del año de estudio 2021 hasta el año 2026.....	53
Tabla 40 Método cuantitativo de puntos ponderados	57
Tabla 41 Proceso de actividades de producción de la nueva línea de productos	58
Tabla 42 Diagrama de flujo del proceso de comercialización de claveles certificados ...	60
Tabla 43 Materia prima para la comercialización de claveles	61
Tabla 44 Insumos para enraizar	62
Tabla 45 Materiales indirectos para la comercialización de claveles	62
Tabla 46 Capacidad de producción para la comercialización de claveles	63
Tabla 47 Maquinaria para la empresa AMABEL	64
Tabla 48 Equipos de cómputo de la empresa.....	64
Tabla 49 Suministros de oficina.....	65
Tabla 50 Matriz Axiológica de la empresa AMABEL	70
Tabla 51 Terrenos	76
Tabla 52 Invernaderos.....	76
Tabla 53 Maquinaria	77
Tabla 54 Equipos de computo.....	77
Tabla 55 Muebles y Enseres	78
Tabla 56 Activos fijos tangibles.....	78
Tabla 57 Activos Intangibles	79
Tabla 58 Activo corriente.....	81
Tabla 59 Financiamiento.....	84
Tabla 60 Plan de inversiones.....	84

Tabla 61 Materia prima.....	85
Tabla 62 Insumos	85
Tabla 63 Materiales indirectos	86
Tabla 64 Depreciación	86
Tabla 65 Activos fijos	87
Tabla 66 Amortización.....	87
Tabla 67 Mantenimiento de maquinaria	87
Tabla 68 Mano de obra directa.....	88
Tabla 69 Mano de obra indirecta	88
Tabla 70 Servicios básicos	88
Tabla 71 Costos de producción.....	89
Tabla 72 Servicios básicos	90
Tabla 73 Sueldos administrativos	90
Tabla 74 Suministros de oficina.....	90
Tabla 75 Suministros de aseo.....	91
Tabla 76 Gastos administrativos	91
Tabla 77 Costos de venta	92
Tabla 78 Gastos financieros	92
Tabla 79 Costo financiero	92
Tabla 80 Costos totales	93
Tabla 81 Balance general de la empresa.....	94
Tabla 82 Situación financiera proyectada.....	96
Tabla 83 Ingresos brutos	97
Tabla 84 Estado de resultados.....	99
Tabla 85 Flujo de caja.....	100
Tabla 86 Punto de equilibrio.....	101
Tabla 87 Análisis de sensibilidad.....	109

RESUMEN EJECUTIVO

La biodiversidad geográfica del Ecuador y el clima favorecen el crecimiento de muchas especies de flores, incluido los claveles por su inigualable calidad y belleza, por esta razón en la provincia de Cotopaxi se puede encontrar varios agricultores dedicados a la producción de esta planta que es comercializada a diversos países.

Por tal motivo la Microempresa AMABEL busca cubrir las necesidades de los productores de la Provincia de Cotopaxi a través de la creación de un enraizador para la comercialización de plantas de clavel certificadas para que los agricultores puedan adquirir este producto a un bajo costo.

Para el proyecto de emprendimiento de la creación de un enraizador para la comercialización de plantas de clavel se realiza cuatro estudios primordiales: iniciando con el estudio de mercado, el cual consistió en determinar nuestro segmento de mercado, mercado objetivo, población, muestra y nuestro DPI Real del proyecto, por otro lado se efectuó un estudio técnico para determinar la capacidad instalada y localización óptima del proyecto, el estudio organizacional que permitió determinar estructuras organizacionales y funcionales como también su misión, visión y valores que la Microempresa AMABEL posee, y se desarrolló un estudio económico y financiero para determinar la inversión y factibilidad que se requiere para la comercialización de plantas de clavel.

Finalmente se concluye que el proyecto es viable, puesto que se determinó la aceptación de los productores para la creación del enraizador de plantas, así también se estableció que la Microempresa cuenta con la capacidad de cubrir el mercado insatisfecho logrando generar rentabilidad.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, COMERCIALIZACIÓN, CLAVELES, ENRIZADOR, AGRICULTORES, ESTUDIO DE MERCADO, ESTUDIO TECNICO, PLAN DE NEGOCIOS.

ABSTRACT

Ecuador's geographic biodiversity and climate favor the growth of many species of flowers, including carnations for their unparalleled quality and beauty, for this reason in the province of Cotopaxi can be found several farmers dedicated to the production of this plant that is marketed to various countries.

For this reason, AMABEL Microenterprise seeks to meet the needs of producers in the Province of Cotopaxi through the creation of a rooter for the marketing of certified carnation plants so that farmers can purchase this product at a low cost.

For the project of the creation of a rooter for the commercialization of carnation plants, four main studies were carried out: starting with the market study, which consisted of determining our market segment, target market, population, sample and our Real IPR of the project, on the other hand a technical study was carried out to determine the installed capacity and optimal location of the project, the organizational study that allowed determining organizational and functional structures as well as its mission, vision and values that the Microenterprise AMABEL has, and an economic and financial study was developed to determine the investment and feasibility required for the commercialization of carnation plants.

Finally, it is concluded that the project is viable, since the acceptance of the producers for the creation of the plant rooter was determined, and it was also established that the microenterprise has the capacity to cover the unsatisfied market and generate profitability.

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, COMMERCIALIZATION, CARNATIONS, PLANT ROOTER, FARMERS, MARKET STUDY, TECHNICAL STUDY, BUSINESS PLAN.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Definición del problema

¿Como los escasos de un enraizador de plantas de clavel puede afectar a los productores que se dedican a este tipo de cultivo en Cotopaxi?

Es todo aquello que se convierte en objetivo de reflexión y sobre lo cual se percibe la necesidad de conocer y por tanto de estudiar; de tal forma el problema no es algo disfuncional o negativo, sino todo aquello que incite a ser conocido buscando una respuesta que resuelva algo practico o teórico (Bernal Torres, 2016, pág. 116). Por esta razón dentro de la microempresa AMABEL se pretende realizar un enraizador para la comercialización de plantas de clavel certificados, pues una vez definido el tema se pueden identificar varios aspectos que intervienen en el desarrollo del proyecto

Esto indica que al plantear el problema se logra identificar la apertura existente entre la situación actual en este caso el enraizador de plantas de clavel, y el estado deseado de un proceso.

1.1.Contextualización

Macro contextualización

Las flores ecuatorianas en especial clavel, es considerado como uno de los mejores productos de Ecuador, por su belleza y buena calidad. Hace aproximadamente 2 décadas nuestro país descubrió que cuenta con un potencial para cultivar y exportar flores, claveles, crisantemos, gipsófilas, rosas que son las que han ganado un importante espacio en el mercado internacional (Poveda Burgo et al, 2016)

El Ecuador por su biodiversidad y clima permite el cultivo de varias especies de claveles que se cultivan en áreas cálidas y humedad, su variedad de claveles se puede encontrar en varios cantones de la sierra por sus condiciones geográficas tales como Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Cañar, Azuay, Carchi (Poveda Burgo et al, 2016).

Así mismo las exportaciones del sector floricultor es uno de los motores que mueve la economía del país, debido que se empieza a cultivar flores de verano a partir de 1996, al tener tierras fértiles se produce y exporta varias especies, gracias a los canales de comercio se ha posicionado en el mercado internacional, por lo cual en 2019 se registra un 68% del valor FOB (Costo de Mercancía), este valor está compuesto por las exportaciones realizadas a Estados Unidos con el 45% , el 14% que corresponde a Rusia y Holanda con un 9%, por esta razón la producción de flores es una de las actividades principales a la que se dedica el Ecuador (Poveda Burgo et al, 2016)

Por otro lado, al hablar del clavel que posee características especiales por su aroma inigualable, se caracteriza por ser un tipo de planta herbácea, de crecimiento erecto, tiene diferentes variedades, colores, tallos. Se desarrolla en alrededor de 120 días y se prolonga su ciclo productivo en términos económicos por 18 meses (Poveda Burgo et al, 2016)

Como si fuera poco en el Ecuador se cultivan dos tipos de claveles que son los normales y mini claveles que se han convertido en fuentes de trabajo para los productores.

Meso contextualización

Dentro de la sierra ecuatoriana los factores climáticos son idóneos para el cultivo de flores de verano por lo que, en las provincias de Cotopaxi, Cayambe y Pichincha se produce flores de gran tamaño, con tallos gruesos, largos y con botones de colores vivos, estas características hacen que las flores producidas en la serranía sean de calidad y posteriormente comercializadas (Ramírez, 2016).

La provincia de Cotopaxi se ha convertido en la cuna de la agroindustria de exportación de flores, por la diversidad de producción de muchas empresas que se dedican a la producción de flores cortadas. El Cantón Pujilí se ubica a una altura de 2800 metros sobre el nivel del mar, su clima agradable permite ofrecer a los clientes productos de calidad y lo más importante satisfacer las exigencias del mercado mundial (Mise & Salas, 2011)

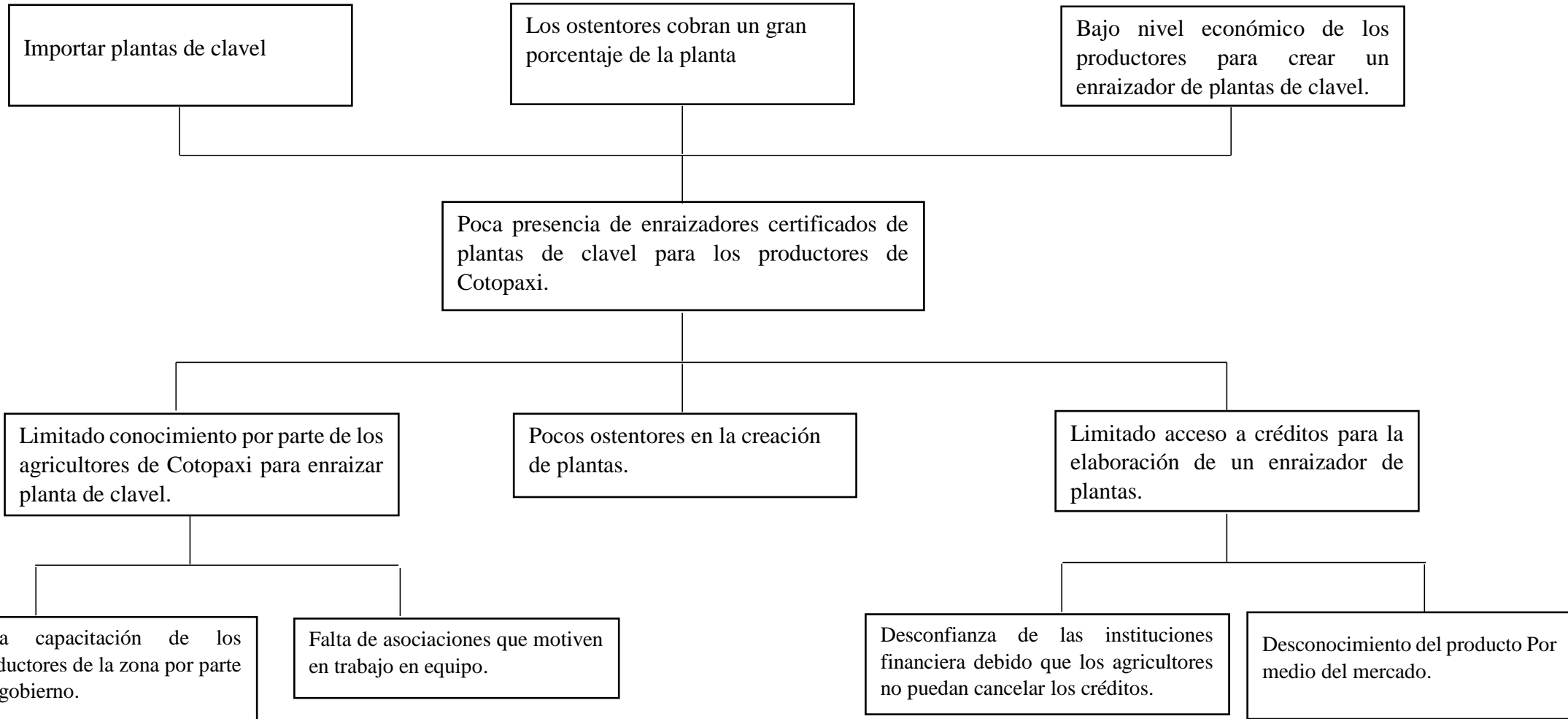
En Pujilí hay distintas empresas que se dedican al cultivo de flores, una de las más reconocidas es AGRORAB esta empresa se dedica a producir claveles de alta calidad gracias a las condiciones climáticas del cantón, es por esto que su producto es exportado (Miranda, 2016).

Micro contextualización

En el Cantón Pujilí debido a su relieve, la temperatura del Cantón varía entre los 6 y 28 °C., lo que significa que tiene varios climas: templado en su zona urbana, frío en las regiones altas y cálidas en áreas del sub trópico. Con clima templado periódicamente seco o meso térmico, y semihúmedo en la zona de los páramos, siendo así que cuenta con suelos desarrollados y fértiles donde el 4,48% del total de su territorio corresponde a tierras productivas, su desarrollo económico se debe a la agricultura es por esto que sus pobladores se dedican a cultivar varios productos y la actividad florícola es una de las más reconocidas del cantón, fortaleciendo la economía local y del territorio ecuatoriano (Izazaga, 2015, pág. 20)

Abel Recalde propietario de la Microempresa AMABEL inicio sus actividades en el año 2017, sus invernaderos se ubican en el cantón Pujilí en el Barrio Patoa de San Isidro, esta microempresa cuenta con cuatro mil metros de cultivo de clavel y lo comercializa en la ciudad de Latacunga. Es por esto que al tener conocimiento en las actividades florícolas se decide la creación de un enraizador certificado para la comercialización de plantas de diversa variedad siendo así el único enraizador de la zona donde los productores serán beneficiados al encontrar la planta dentro del territorio ecuatoriano.

1.2. Árbol de problemas



1.3. Análisis del árbol de problemas

Al ser la provincia de Cotopaxi conocida por la diversidad en producción florícola, es necesario mejorar los procesos existentes en las microempresas, es por ello que existe poca presencia de enraizadores certificados de planta de claves para los productores, lo que conlleva a que los productos no se puedan comercializar en los mercados locales, debido a la poca innovación, el limitado conocimiento de los agricultores acerca de la utilización de enraizadores limita la producción, por la falta de capacitación de organismos estatales y la inexistencia de asociaciones que permitan organizarse para hacer frente a las demandas del mercado.

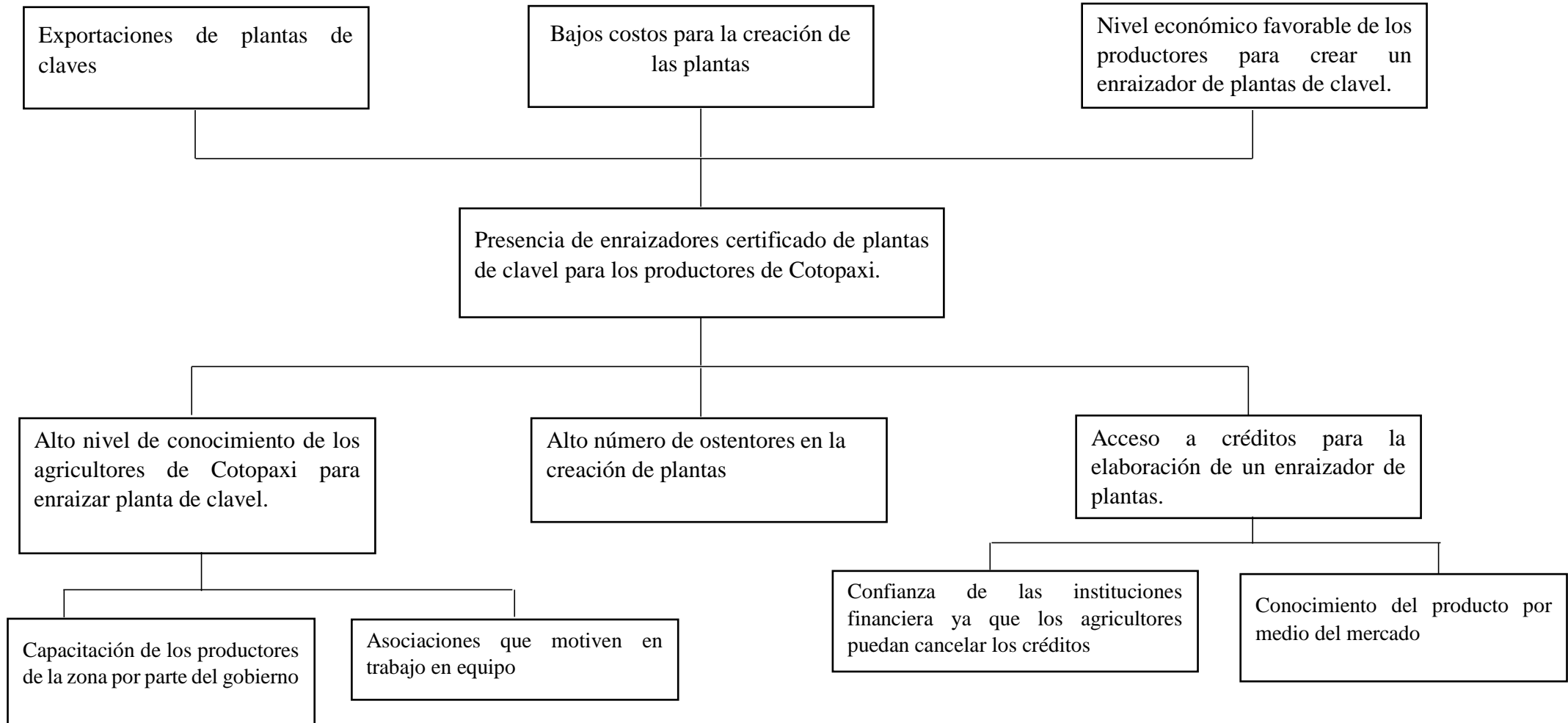
Esto provoca que los costos de producción se eleven y las plantas sean vendidas a precios que muchas veces los productores no puedan pagar, lo que hace que se busque en otros países para reducir los precios.

Hay pocos ostentores en la creación de plantas, es por eso que existe una escasa presencia de enraizadores certificados de plantas de clavel para los productores de Cotopaxi donde los ostentores cobran un gran porcentaje de la planta.

En tal sentido hay un limitado acceso a créditos para la elaboración de un enraizador de plantas ya que por esto existe poca presencia de enraizadores certificados para los productores de Cotopaxi dándonos así un bajo nivel económico de los productores para crear un enraizador de plantas de clavel.

El limitado acceso a los créditos es un factor primordial para que la producción no siga adelante, debido a que las instituciones financieras no apuestan a estos nuevos emprendimientos por la poca información y el tiempo que dura el proceso de enraizamiento de las plantas, lo que provoca que muchos productores no tengan los materiales e insumos necesarios para poder invertir en enraizadores para los claveles.

1.4. Árbol de objetivos



1.5. Análisis del árbol de objetivos

Con la presencia de enraizadores en la producción de plantas de la provincia de Cotopaxi, se puede establecer que la producción de claveles mejora castamente, gracias al conocimiento y capacitación de los agricultores para la realización del proceso, debido a que son capacitados permanentemente y trabajan en asociaciones para mejorar siempre su producción que atienda las necesidades del mercado nacional.

Debido al conocimiento y a la capacitación permanente de varios profesionales encargados de enraizar las plantas certificadas, ha permitido que los costos estén al alcance de los productores en la provincia de Cotopaxi, gracias a los créditos con tasas bajas de interés entregadas por BanEcuador lo que permite el desarrollo económico y social de la provincia.

El acceso a créditos de los agricultores es un parte fundamental porque a través de estos se pueden contar con materiales, insumos necesarios para mejorar la producción de clavel en la zona, lo que ayuda a mejorar las condiciones de vida de las personas del sector.

CAPITULO II

DESCRIPCION DE EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre de emprendimiento

“Creación de un enraizador para la comercialización de plantas de clavel en la microempresa AMABEL del cantón Pujilí”

2.2. Localización geográfica

País: Ecuador

Zona: Tres

Provincia: Cotopaxi

Ciudad: Pujilí

Parroquia rural: Pujilí

Figura 1

Localización geográfica



Justificación

A partir de la década de los 80, en Ecuador se iniciaron los experimentos de cultivos a base de invernadero, de esta manera, se revolucionó la industria florícola y comenzaron los procesos de exportación de gran escala hacia el mercado internacional. Es así que el sector florícola se convirtió en el tercer producto no tradicional en generar mayores ingresos de las exportaciones del país, después del petróleo y el banano.

Actualmente las flores ecuatorianas en especial los claveles son considerados como los mejores del mundo por su inigualable calidad y belleza. Ecuador descubrió su potencial para cultivar y exportar flores; claveles, crisantemos, gipsófilas, rosas, fueron las primeras flores que se sembraban para exportación, y ahora posee una porción importante del mercado internacional (Poveda Burgo et al, 2016, pág. 3)

Por otro lado, se considera que el cultivo y exportación de flores es una de las actividades más importantes que han permitido el desarrollo económico del Ecuador, entre las flores de verano que se producen y comercializan al exterior se encuentra el clavel por ser una de las flores más apetecibles.

Además, se considera que los claveles son una de las más relevantes flores de corte en el negocio mundial. Gracias a su simple e inmediata multiplicación, el clavel es objeto de un fundamental negocio mundial de esquejes. Las tendencias del mercado plantean un nuevo desafío: la reconversión del producto, debido a que el clavel es el tipo de flor más extendido y se necesita un cambio hacia otras especies o híbridos más atractivos para el mercado

De acuerdo con Maldonado (2019) la provincia de Cotopaxi adquirió representatividad en este sector debido a sus buenas condiciones geográficas, es por ello que se realiza el estudio para la creación de un enraizador de claveles en la microempresa AMABEL, a fin de que se logre comercializar la planta a los productores dedicados al cultivo de esta flor debido que el producto es muy apreciado y apetecido, para el fomento del comercio exterior.

De la misma forma, la creación de un enraizador permitirá que la microempresa sea altamente competitiva, con diversidad de productos, personal calificado generando rentabilidad que vaya en beneficio de sus empleados. Por otro lado, es importante reducir las importaciones de plantas de Colombia, lo que permitiría con nuestros productos innovadores incursionar en el mercado nacional.

Los beneficiarios del proyecto serán los productores de la localidad debido a los bajos costos de producción, cumpliendo con normas técnicas y con el cumplimiento de los aspectos fitosanitarios.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo general

Establecer un plan de negocios para la creación de un enraizador y comercialización de plantas de clavel en la Microempresa AMABEL del Cantón Pujilí.

2.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un estudio de mercado a los productores para la comercialización de plantas de clavel en la Microempresa AMABEL.
- ✓ Efectuar un estudio técnico para determinar la capacidad instalada y localización óptima para la creación de un enraizador de plantas de clavel
- ✓ Desarrollar un estudio económico y financiero para determinar la inversión y factibilidad que se requiere para la creación de un enraizador y la comercialización de plantas de clavel.

Análisis de beneficiarios

En la tabla 1 se detalla los grupos de interés para el desarrollo de este proyecto de emprendimiento, donde destacan: Los productores de clavel, Proveedores de planta madre, Agrocalidad, Personal y el Servicios de Retas Internas (SRI) donde cada uno posee intereses específicos que responden a problemáticas percibidas.

2.5. Beneficiarios

Tabla 1

Matriz de Involucrados

GRUPO	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS
Productores de Clavel	Encontrar plantas de clavel en la Provincia a un bajo costo	Inexistencia de plantas en el mercado nacional
	Disminuir la importación de plantas	Alto costo de la plana
Proveedores de planta Madre	Ofrecer más plantas Madre al mercado.	Por su costo elevado hay desinterés por parte de los productores para su consumo.
	Mayor venta de la planta madre	

Agrocalidad	Control y regulación de la sanidad	Incumplimiento a los parámetros de sanidad
Personal	Capacitaciones al personal	Mejor desempeño laboral
	Buen ambiente laboral	Crecimiento profesional
SRI	Recaudación de impuestos	Evasión en el pago de impuestos
Gobierno	Elevar la producción de clavel y generar nuevos emprendimientos	Poco interés por parte del gobierno para para incentivar a nuevos emprendimientos

2.6. Resultados a alcanzar

Ecuador es uno de los países que tiene un fuerte potencial para cultivar y a la vez exportar flores, es por esto que la producción ha crecido al punto de llegar a comercializar a Estados Unidos, Rusia, Unión Europea, China y otros países en el resto del mundo (Jamilet Yépez et al, 2019). La idea de crear un enraizador surge por la necesidad de satisfacer la demanda de plantas de clavel a los productores de la provincia de Cotopaxi, dado que no se puede encontrar este producto debido a la falta de investigación y recursos en el país por lo que es fundamental importar desde Colombia.

Según Azamar & Carrillo (2017) mencionan que “La explotación de recursos naturales es una de las actividades más importantes puesto que satisface las necesidades económicas de un país y fomenta el comercio internacional”, p.400.

Por esta razón la creación de un enraizador de plantas de clavel tendrá un gran impacto económico y social en la provincia, lo que permitirá generar empleos de forma directa e indirecta, incentivando a los productores a tener mayor conocimiento de otras alternativas de producción con la finalidad de innovar los productos y mantener una ventaja competitiva en el mercado nacional para satisfacer las necesidades de la sociedad. Así como también mejorar las condiciones de vida de los habitantes del sector.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del producto, características y uso

Se puede definir al Producto como “el conjunto de atributos tangibles e intangibles que el cliente adquiere por medio de una compra cuya finalidad es satisfacer necesidades” (Martínez y otros, 2018, p.94).

Por lo tanto, el producto es un grupo de características y atributos tangibles como su forma, tamaño, color e intangibles como su su marca, imagen de organización, servicio que el cliente acepta, en inicio como algo que va a saciar sus necesidades.

Descripción del producto

Para lograr enraizar una planta, esta debe tener un PH apropiado, niveles de nutrientes suficientes, un óptimo drenaje y una buena retención de agua; es fundamental que el sustrato para enraizar sea estable, debido a que este en realidad se calienta y puede quemar los esquejes últimamente enraizados (Colombo, 2019, pág. 65)

Un esqueje en un trozo de tallo o puede ser de hoja o raíz, cortado de una planta e introducido en sustrato o directamente en el suelo, para que enraíce con la finalidad de reproducirla, esta forma se llama reproducción asexual, ya que, a diferencia de la sexual, no necesita fecundación

La microempresa AMABEL en su nueva línea de productos ofrecerá plantas de clavel enraizadas, de distintas variedades y colores como el rosado, amarillo, rojo, verde, blanco y bicolor. Cabe destacar que las plantas cumplirán con aspectos técnicos y fitosanitarios que se requiere para el cultivo de flores, así también la longitud de la planta será de aproximadamente 15 cm. Donde los beneficiarios son los productores que se dedican al cultivo de esta flor, cabe destacar que las plantas cumplirán con aspectos técnicos y fitosanitarios que se requiere para el cultivo de flores, así también la longitud de la planta será de aproximadamente 15 cm.

Características

Las plantas de clavel que ofrecerá la microempresa Amabel serán de distintas variedades y colores, su longitud de aproximadamente 15 cm, hojas lineales, angostas y de color verde grisáceo.

Empaque

El empaque es una parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y herramienta (Arenal Laza, 2018, pág. 130). Por lo tanto, las plantas de clavel serán empaquetadas con una funda plástica desechable simple, y posteriormente se las ubicará en cajas de cartón doble, una vez que las plantas sean empacadas se las ubicará en un cuarto frío para mantenerlas frescas durante un mes para que las plantas no se maltraten y lleguen en buen estado.

Usos

Las plantas de clavel serán cultivadas por los productores, luego la planta crecerá y su duración será de dos años, en todo este tiempo empezará a producir tallos de clavel que serán cortados en punto copa ya que la vida útil de este producto es de 15 días y posteriormente sean seleccionados para ser embonchados y comercializados.

3.2. Segmentación del mercado

La segmentación de mercado toma como punto de partida en el reconocimiento de que el mercado es heterogéneo, el que se divide en grupos o segmentos homogéneos, que pueden ser elegidos como mercados o meta de una empresa. Para el proceso de segmentación de mercado se requiere de una diferenciación de las necesidades dentro de un mercado (Smarandache & Leyva Vázquez, 2019, pág. 95)

Para la segmentación de mercado de la creación de un enraizador para plantas de clavel se tomará en cuenta datos presentados por

Tabla 2

Variable de segmentación de Mercado

VARIABLE DE SEGMENTACION	VARIABLE	DATO	FUENTE	AÑO
Geográfica	Zona 3	3504	INEC	2021
Geográfica	Provincia de Cotopaxi	968	INEC	2021

Empresas por tamaño	Microempresas dedicadas al cultivo de flores	350	INEC	2021
Empresas por actividad	Dedicados al cultivo de Clavel.	197	Agrocalidad	2021

Fuente: (Agrocalidad, 2021) .

3.2.1. Mercado objetivo

Tabla 3

Mercado Meta

Año	Mercado objetivo	TCF
2021	197	1,5%
2022	200	3

Fuente: (Agrocalidad, 2021)

3.2.2. Población

La población es un grupo de individuos o animales de la misma especie que se encuentran en un momento y sitio definido. Donde también es la agrupación o conjunto de elementos, con características especiales, similares y comunes, que forman parte de un universo, esta condición de similitud facilita su reunión para realizar estudios estadísticos (Naresh, 2004, pág. 315)

Según Agrocalidad (2021) Para la segmentación de mercado se escoge a la provincia de Cotopaxi, puesto que consta de 200 productores de clavel, el enraizador estará ubicado en la Provincia de Cotopaxi en el Cantón de Pujilí, Barrio Patoa de San Isidro

3.2.3. Muestra

La muestra se tomará a un subconjunto de la población total, y mediante el cálculo estadístico obtener una aproximación de las empresas que se podrían encuestar a cerca de la creación de un enraizador para plantas de clavel y para realizar este cálculo tener en cuenta un margen de error del 5%.

Según Pacheco (2019) afirma que “La muestra estadística como el procedimiento relacionado con la selección de datos y la observación individual de una determinada

población; nos ayuda a hacer inferencias estadísticas sobre una representación total de los datos de forma adecuada” (p.20).

N: Población	$n = \frac{z^2 P Q N}{e^2 (N-1) + z^2 P Q}$
n: Tamaño de la muestra	$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(200)}{(0,05)^2 (200-1) + 1,96^2 (0,5)(0,5)}$
z: Nivel de confiabilidad	$n = \frac{192,08}{1,46}$
P: Probabilidad de éxito	$n = 131,75 \approx 132$
Q: Probabilidad de fracaso	
e: Margen de error	

Datos:

N: 200 productores

n: ?

z: 1,96

P: 50%

Q: 50%

e: 5%

3.3 Investigación del mercado

Para realizar un proyecto se debe tomar en cuenta las fuentes primarias y secundarias, al realizar una investigación con fuentes primarias, se refiere a que la información se la obtiene de forma directa, pueden ser testimonios orales o documentos elaborados con el propósito expreso de transmitir información que pueda ser usada en la investigación (Molina & Garza, 2021, p.158). Es por esto que para el desarrollo del proyecto se hace uso de fuentes primarias, ya que se obtendrá información directa de los productores y así considerar la factibilidad de la creación de un enraizador de plantas de clavel.

Por otro lado, las fuentes secundarias son aquellas que contienen, suministran o transfieren información resultante de cualquier tipo de procesamiento de información primaria. Contienen información reelaborada, sintetizada y reorganizada, o remiten a ella (Borges, 2009, p.6).

Es por ello que la encuesta es una fuente de información primaria, siendo un método para captar información acerca de un cierto grupo o población de objetos en un momento determinado (Lastra, 2000, p.263).

La técnica aplicada para este proyecto es de carácter cuantitativa, esta encuesta estará dirigida a los productores de clavel de la provincia de Cotopaxi, el cuestionario consta de 15 preguntas con la finalidad de determinar la aceptación de la creación del enraizador de plantas.

Confiabilidad del instrumento

El instrumento empleado en este caso la encuesta consta de 15 preguntas con información que compromete al encuestado, la misma que se aplicó a 132 productores interesados en adquirir las plantas de clavel en el cantón de Pujilí. Para poder determinar la confiabilidad se aplicó el método del Alfa de Cronbach con una prueba piloto al 10% de muestra poblacional es decir 13 habitantes del total de la muestra. Donde la fórmula por el método del Alfa de Cronbach es:

Tabla 4

Valores de fiabilidad

Pregunta	Criterio
Coeficiente alfa > 9 a 9.5	Es excelente
Coeficiente alfa > 8	Es bueno
Coeficiente alfa > 7	Es aceptable
Coeficiente alfa > 6	Es cuestionable
Coeficiente alfa > 5	Es pobre
Coeficiente alfa < 5	Es inaceptable

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,896	2

Análisis e interpretación de la Encuesta

Pregunta 1

¿Conoce de algún enraizador de plantas de clavel certificado existente en el mercado?

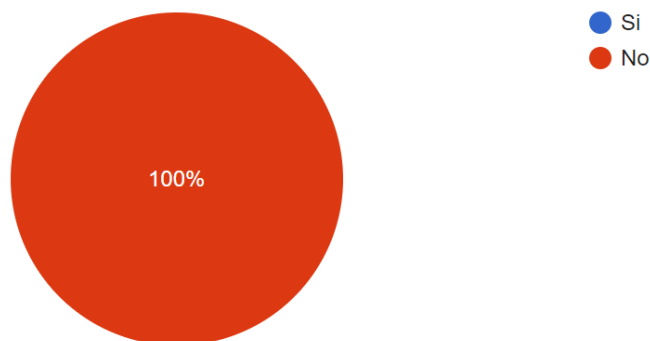
Tabla 6

Conocimiento de un enraizador en la zona

	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	132	100%
Total	132	100%

Figura 2

Conocimiento de un enraizador en la zona



Análisis:

Una vez aplicado el cuestionario a la muestra seleccionada, el 100% que corresponde a 132 personas encuestadas, responden que no existe un enraizador en el cantón de Pujilí, Provincia de Cotopaxi.

Interpretación:

Se evidencia que en el cantón Pujilí no existe un servicio enraizador certificado para la producción de claveles, por lo tanto, es importante contar con dicho servicio para mejorar la producción.

Pregunta 2

¿Considera factible la creación de un enraizador de plantas de clavel certificado en el Cantón Pujilí?

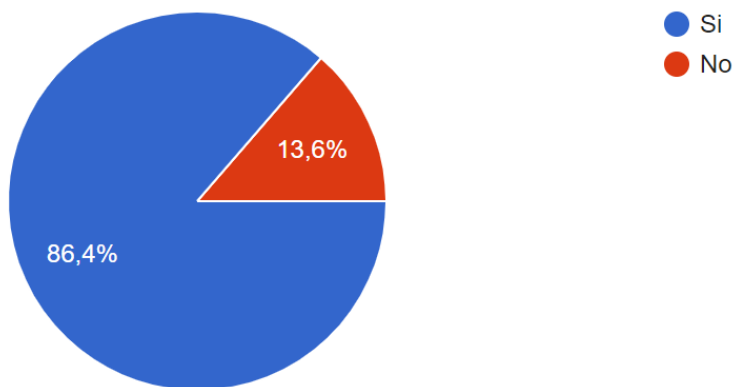
Tabla 7

Factibilidad de la creación de enraizador

	Frecuencia	Porcentaje
Si	114	86,4%
No	18	13,6%
Total	132	100%

Figura 3

Factibilidad de la creación del enraizador



Análisis:

El 86,4% de encuestados compraría plantas de clavel certificadas en el cantón Pujilí, mientras que el 13,6% no lo haría.

Interpretación:

Se deduce que la mayoría de encuestados están dispuestas a comprar plantas de clavel certificada en un enraizador del cantón Pujilí, debido a que mejoraría la producción de claveles en el sector y por ende incrementaría el nivel de ventas.

Pregunta 3

¿Qué características principales busca al cultivar clavel?

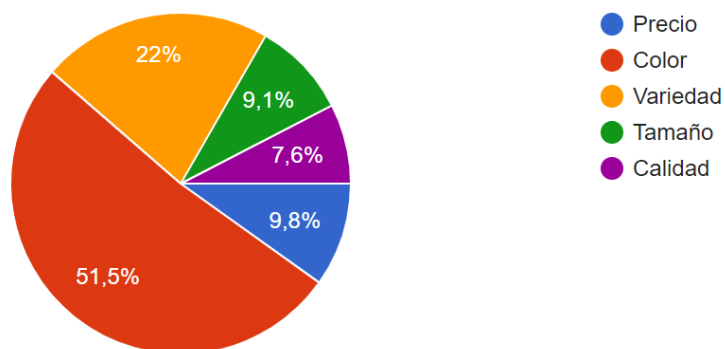
Tabla 8

Características para cultivar clavel

	Frecuencia	Porcentaje
Precio	13	9,8%
Color	68	51,5%
Variedad	29	22%
Tamaño	12	9,1%
Calidad	10	7,6%
Total	132	100%

Figura 4

Características para cultivar clavel



Análisis:

El 51,5% de los encuestados se fija más para cultivar clavel en el color, mientras el 22% se fija en la variedad, el 9,8% en el precio, el 9,1 en el tamaño y el 7,6% en la calidad

Interpretación:

Se deduce que la mayoría de cultivadores se fijan más en el color del clavel por lo que debemos tomar más en cuenta el color de clavel que más cultivan.

Pregunta 4

¿Cuáles son los colores de clavel que cultiva más?

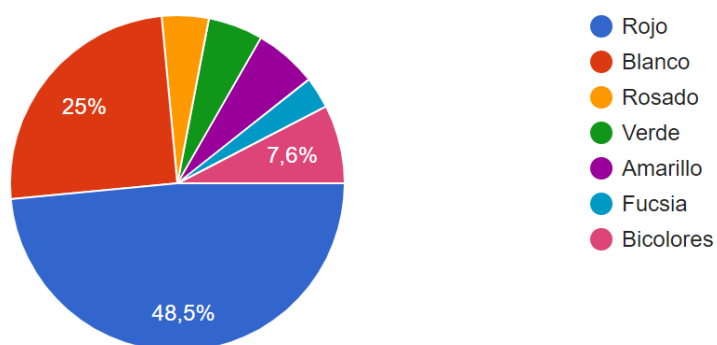
Tabla 9

Colores que se cultivan más

	Frecuencia	Porcentaje
Rojo	64	48,5%
Blanco	33	25%
Rosado	6	4,5%
Verde	7	5,3%
Amarillo	8	6,1%
Fucsia	4	3%
Bicolores	10	7,6%
Total	132	100%

Figura 5

Colores que se cultivas más



Análisis:

El 48,5% de los encuestados cultivan más clavel de color rojo, mientras el 25% el color blanco, el 7,6% el bicolor, el 6,1% corresponde al color amarillo, el 5,3% prefiere el color verde, el 4,5% al color rosado y el 3% corresponde al color fucsia.

Interpretación:

Se evidencia que la mayoría de personas encuestadas cultivan plantas de color rojo y blanco lo que permite saber qué color se debe enraizar más.

Pregunta 5

¿Con que frecuencia cambia las plantas de su cultivo?

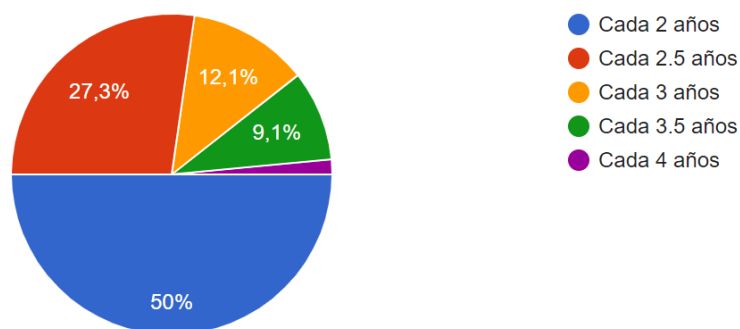
Tabla 10

Tiempo que se cambia las plantas

	Frecuencia	Porcentaje
Cada 2 años	66	50%
Cada 2.5 años	36	27,3%
Cada 3 años	16	12,1%
Cada 3.5 años	12	9,1%
Cada 4 años	2	1,5%
Total	132	100%

Figura 6

Tiempo que se cambia las plantas



Análisis:

El 50% de encuestados cada 2 años cambian las plantas de su cultivo, mientras el 27,3% cambian las plantas de su cultivo cada 2 años y medio, el 12,1% corresponde a cada 3 años, el 9,1 prefiere cada 3 años y medio y el 1,5% cada 4 años.

Interpretación:

Se evidencia que la mayoría de los encuestados cada 2 años cambian las plantas de su cultivo siendo así un tiempo muy bueno para su enraizamiento.

Pregunta 6

¿Qué cantidad de plantas compraría?

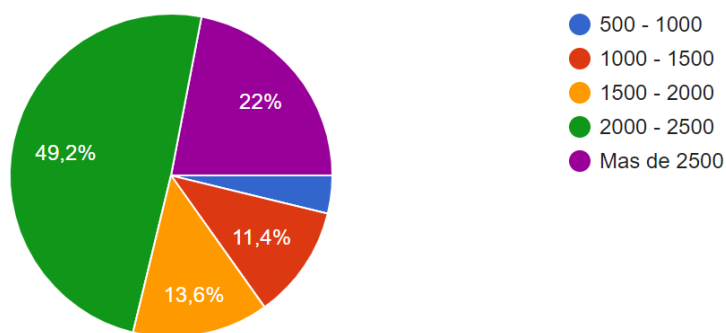
Tabla 11

Cantidad que compraría

	Frecuencia	Porcentaje
500 – 1000	5	3,8%
1000 – 1500	15	11,4%
1500 – 2000	18	13,6%
2000 – 2500	65	49,2%
Más de 2500	29	22%
Total	132	100%

Figura 7

Cantidad que compraría



Análisis:

El 49,2% de los encuestados compraría de 2000 a 2500 plantas, mientras que el 22% compraría más de 2500 plantas, el 13,6 compraría 1500 a 2000 plantas, el 11,4% corresponde a 1000 a 1500 plantas y el 3,8 compraría 500 a 1000 plantas.

Interpretación:

Se evidencia que la mayoría de personas encuestadas comprarían de 2000 a 2500 plantas en el enraizador siendo así una buena cantidad de plantas vendidas una vez implementado el emprendimiento.

Pregunta 7

¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por planta?

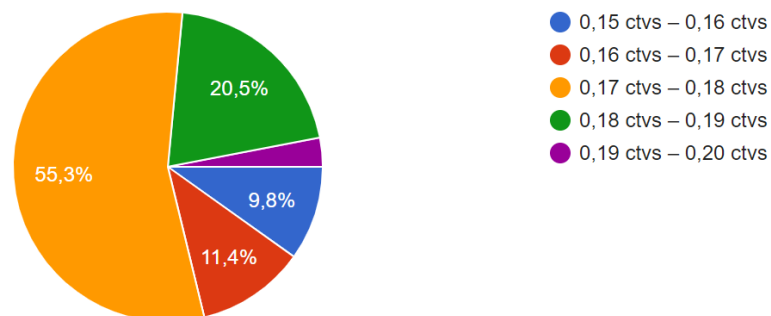
Tabla 12

Precio por pagar por la planta

	Frecuencia	Porcentaje
0,15 ctvs. – 0,16 ctvs.	13	9,8%
0,16 ctvs. – 0,17 ctvs.	15	11,4%
0,17 ctvs. – 0,18 ctvs.	73	55,3%
0,18 ctvs. – 0,19 ctvs.	27	20,5%
0,19 ctvs. – 0,20 ctvs.	4	3%
Total	132	100%

Figura 8

Precio por pagar por la planta



Análisis:

El 55,3% de encuestados está dispuesto a pagar 0,17ctvs a 0,18ctvs por planta, mientras que el 20,5% pagaría 0,18ctvs a 0,19ctvs por planta, el 11,4% prefiere 0,16ctvs a 0,17ctvs por planta, el 9,8% pagaría 0,15ctvs a 0,16ctvs y el 3% pagarían 0,19ctvs a 0,20ctvs.

Interpretación:

Se evidencia que la mayoría de personas encuestadas estaría dispuesto a pagar 0,17ctvs a 0,18ctvs por planta favoreciendo así al emprendimiento ya que es un valor muy favorable para empezar.

Pregunta 8

¿A través de que medios le gustaría recibir información sobre el enraizador?

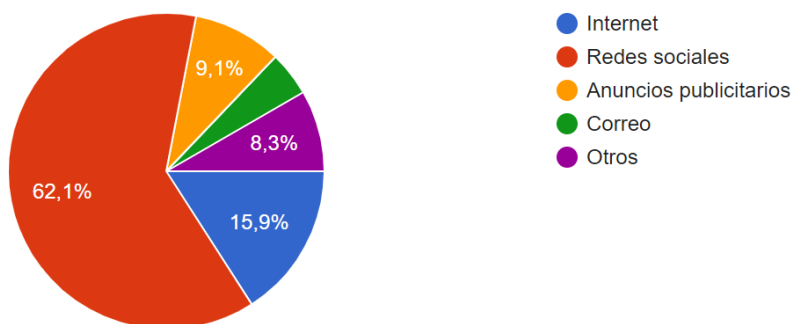
Tabla 13

Medio de información

	Frecuencia	Porcentaje
Internet	21	15,9%
Redes sociales	82	62,1%
Anuncios publicitarios	12	9,1%
Correo	6	4,5%
Otros	11	8,3%
Total	132	100%

Figura 9

Medios de información



Análisis:

El 62,1% de encuestados prefiere recibir información sobre el enraizador a través de redes sociales, mientras el 15,2% lo prefiere a través de internet, el 9,1% corresponde a anuncios publicitarios y el 8,3% y 4,5% corresponde respectivamente a otros medios y correo.

Interpretación:

Se deduce que la mayoría de las personas que fueron encuestadas prefieren que la información acerca del enraizador sea a través de redes sociales, por lo cual hay que enfocarse en el marketing de redes sociales para ofertar el producto.

Pregunta 9

¿Qué tan importante considera comprar plantas de clavel certificadas?

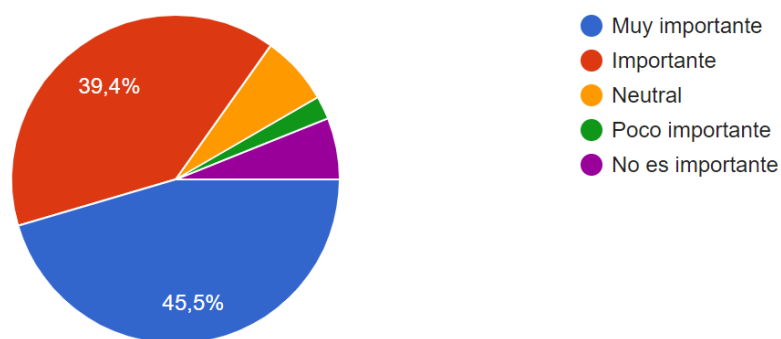
Tabla 14

Importancia al comprar claveles certificadas

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	60	45,5%
Importante	52	39,4%
Neutral	9	6,8%
Poco importante	3	2,3%
No es importante	8	6,1%
Total	132	100%

Figura 10

Importancia al comprar claveles certificados



Análisis:

El 45,5% de encuestados ha respondido que es muy importante comprar plantas de clavel certificadas, mientras el 39,4% considera que es importante, el 6,8% a neutral,

el 6,1% corresponde a que no es importante, mientras el 2,3% considera que es poco importante.

Interpretación:

Se entiende que para la mayoría de las personas encuestadas es muy importante comprar plantas de clavel certificadas, por lo cual crear el enraizador que ofrezca este producto dentro de la provincia beneficiara a los productores.

Pregunta 10

¿Cuál es su primera reacción al saber que se creara un enraizador con plantas de clavel certificadas?

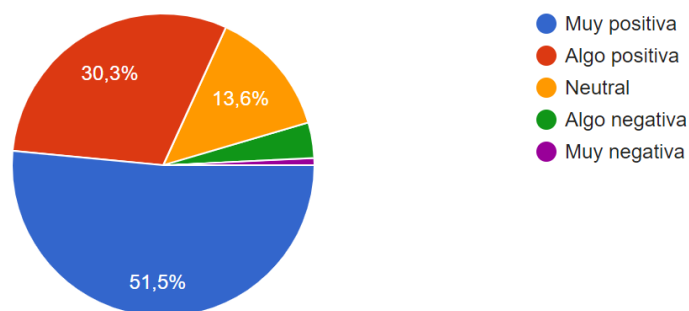
Tabla 15

Reacción al saber que se creará un enraizador

	Frecuencia	Porcentaje
Muy positiva	68	51,5%
Algo positiva	40	30,3%
Neutral	18	13,6%
Algo negativa	5	3,8%
Muy negativa	1	0,8%
Total	132	100%

Figura 11

Reacción al saber que se creara un enraizador



Análisis:

El 51,5% de encuestados reaccionaron de forma muy positiva al saber que se creara un enraizador de plantas certificada, el 30,3% han respondido que su reacción ha sido algo positiva, el 13,6% se mantiene neutral, mientras el 3,8 y 31 0,8 corresponde respectivamente a una reacción algo negativa y muy negativa.

Interpretación:

Se evidencia que para la mayoría de las personas encuestadas su reacción es muy positiva al conocer que se creara un enraizador de plantas de clavel certificadas, lo cual se muestra que es una buena idea la creación de este vivero.

Pregunta 11

¿Anualmente cuantas veces haría el uso del enraizado para sus plantas?

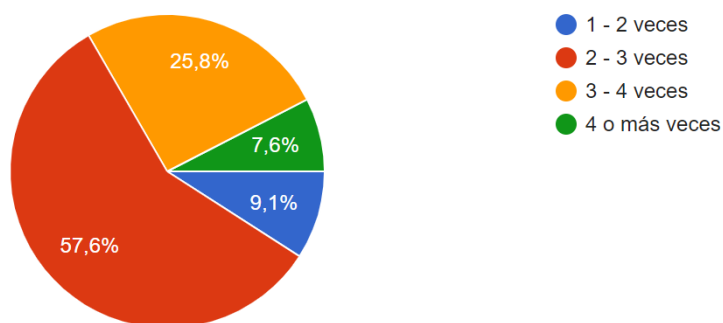
Tabla 16

Veces que se haría uso del enraizador anualmente

	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2 veces	12	9,1%
2 – 3 veces	76	57,6%
3 – 4 veces	34	25,8%
4 o más veces	10	7,6%
Total	132	100%

Figura 12

Veces que se haría uso del enraizador anualmente



Análisis:

El 57,6% de encuestados haría uso del enraizador de 2 a 3 veces, mientras el 25,8% lo usaría de 3 a 4 veces, mientras el 7,6% lo usaría 4 veces o más, mientras el 9,1% corresponde de 1 a 2 veces.

Interpretación:

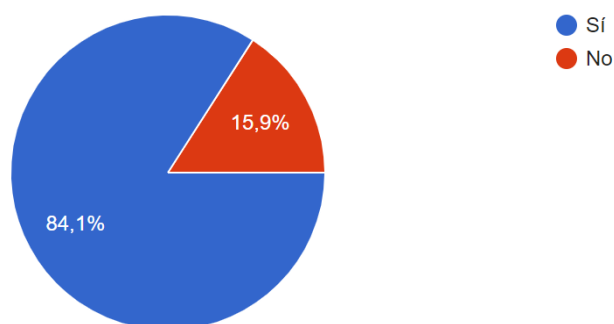
Se deduce más del 50% de las personas encuestadas haría uso del enraizador de 2 a 3 veces, por esta razón será necesario realizar planificaciones de plantación que permitan cumplir con la demanda.

Pregunta 12

¿Si existiera un enraizador para plantas de clavel en la provincia de Cotopaxi usted haría uso del enraizador para sus plantas?

Tabla 17*Uso del enraizador*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	111	84,1%
No	21	15,9%
Total	132	100%

Figura 13*Uso del enraizador***Análisis:**

El 84,1% de encuestados ha respondido que, si hiciera uso del enraizador, mientras el 15,9% no lo usaría.

Interpretación:

Se deduce que la mayoría de las personas encuestadas si hicieran uso del enraizador, por lo que la creación del enraizador sería favorable.

Pregunta 13

¿En qué tipo de empaque le gustaría recibir el producto?

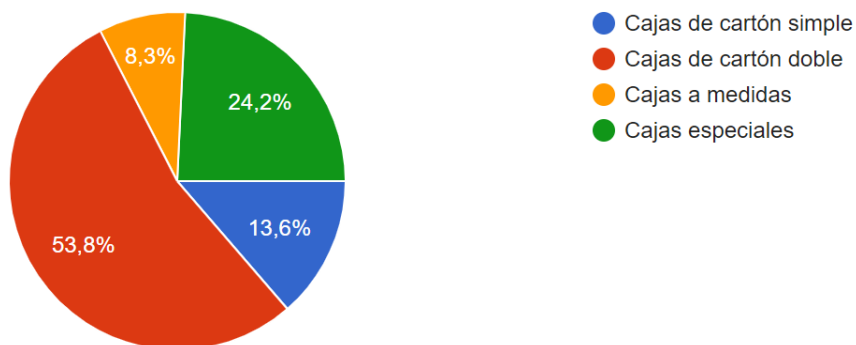
Tabla 18

Tipo de empaque para el producto

	Frecuencia	Porcentaje
Cajas de cartón simple	18	13,6%
Cajas de cartón doble	71	53,8%
Cajas a medida	11	8,3%
Cajas especiales	32	24,2%
Total	132	100%

Figura 14

Tipo de empaque para el producto



Análisis:

El 53,8% de encuestados les gustaría recibir el producto en un empaque de cartón doble, el 24,2% lo preferiría en cajas especiales, el 13,6% ha respondido que prefiere cajas de cartón simple el 8,3% lo preferiría en cajas a medida.

Interpretación:

Se determina que a la mayoría de las personas encuestadas les gustaría recibir el producto con empaque de cajas de cartón doble, por lo cual para el empaque de las cajas contendrá las plantas de clavel se deberá hacer uso de cartón doble.

Pregunta 14

¿Qué forma de pago le gustaría realizar?

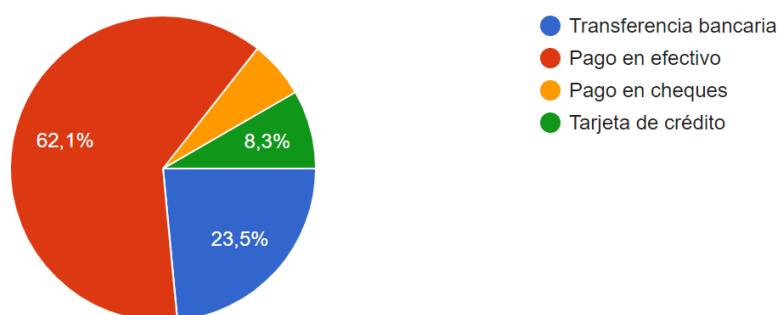
Tabla 19

Forma de pago

	Frecuencia	Porcentaje
Transferencia bancaria	31	23,5%
Pago en efectivo	82	62,1%
Pago en cheques	8	6,1%
Tarjetas de crédito	11	8,3%
Total	132	100%

Figura 15

Forma de pago



Análisis:

El 62,1% de encuestados realizaría el pago en efectivo, el 23,5% lo realizaría a través de transferencias bancarias, el 8,3 % corresponde a pago con tarjetas de crédito y el 6,1% a través de pago en cheques.

Interpretación:

Se entiende que para la mayoría de las personas encuestadas es más cómodo realizar el pago en efectivo, ya que puede resultar más seguro el pago contra - entrega.

Pregunta 15

¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir al momento de comprar plantas de clavel?

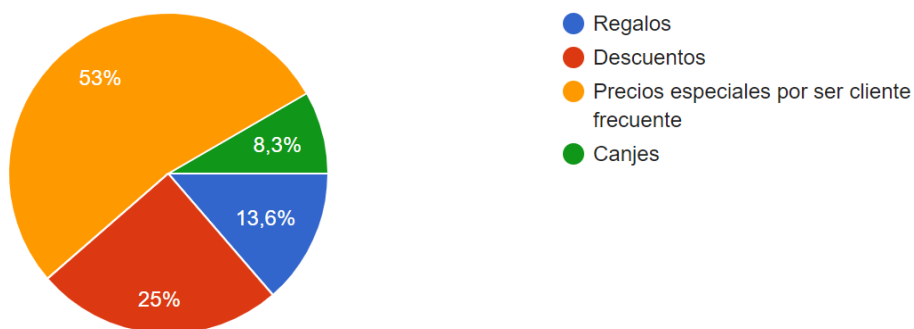
Tabla 20

Promociones al momento de comprar las plantas

	Frecuencia	Porcentaje
Regalos	18	13,6%
Descuentos	33	25%
Precios especiales por ser cliente frecuente	70	53%
Canjes	11	8,3%
Total	132	100%

Figura 16

Promociones al momento de comprar las plantas



Análisis:

El 53% de encuestados respondió que la promoción que le gustaría recibir al comprar plantas son precios especiales por ser cliente frecuente, el 25% corresponde a descuentos, el 13,6% prefiere regalos y el 8,3% corresponde a canjes.

Interpretación:

Se evidencia que la mayoría de personas encuestadas prefiere tener precios especiales por ser cliente frecuente, esto es una ventaja ya que esto les incentiva a los cultivadores a comprar en nuestro vivero.

3.4. Estudio de la demanda

La demanda es un entorno económico consiste en el conjunto de productos y servicios que se mueven en un momento dado dentro de un lugar. Dependiendo del momento, lugar y participante, se podrá hablar de un tipo de demanda o de otra (Cruz Fernández , 2018, pág. 51) siendo así que la demanda conlleva a un estudio de los productos o servicios que los consumidores potenciales necesitan para satisfacer ciertos puntos de atención.

3.4.1 Estudio de la demanda actual

Un estudio de demanda es un trabajo de indagación que busca recopilar datos acerca del mercado y examinar puntos sobre nuestros potenciales clientes, saber qué es lo que quieren, para de esta forma tener datos objetivos y poder vender mejor (Maynard Keynes, 2014, pág. 268)

Este término se refiere al estudio que procura decidir el volumen, tanto de bienes como de servicios, que los consumidores están listos a pagar y obtener.

Con el análisis de datos se logrará identificar variables que intervengan en los procesos productivos de la empresa AMABEL, con la finalidad de tomar mejores decisiones y así poder cumplir con los diferentes objetivos.

Es por eso que para determinar la demanda en persona se tomara en cuenta el porcentaje de acogida de la pregunta N°2 de la encuesta dirigida a los productores de clavel

Pregunta 2

¿Considera factible la creación de un enraizador de plantas de clavel certificado en el Cantón Pujilí?

Tabla 21

Estudio de la demanda actual

Año	Población Segmentada	Porcentaje aceptación	de Demanda
2022	200	86,40%	172,80

Nota. Datos tomados de la demanda en persona junto al porcentaje de aceptación (2022).

Estudio de la demanda en personas

Pregunta 2

¿Considera factible la creación de un enraizador de plantas de clavel certificado en el Cantón Pujilí?

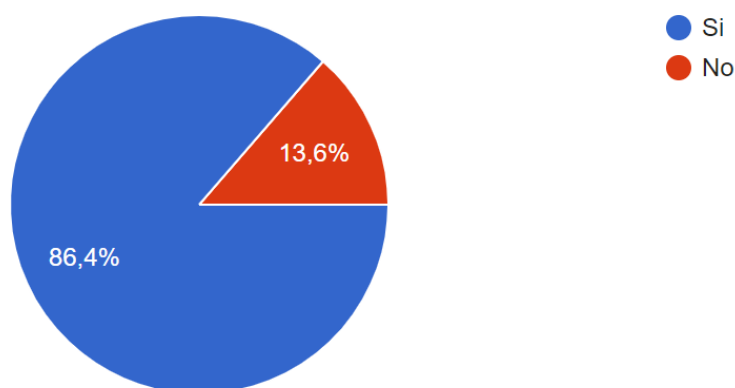
Tabla 22

Factibilidad de la creación del enraizador

	Frecuencia	Porcentaje
Si	114	86,4%
No	18	13,6%
Total	132	100%

Figura 17

Factibilidad de la creación de enraizador



La demanda calculada parte de los agricultores, donde el valor fue 86,4% y se obtuvo un resultado de 172 personas.

Demanda en persona

Tabla 23

Demanda en persona

Año	Mercado Meta	Porcentaje de aceptación	Demanda
2022	200	86,4%	172

La proyección se realiza a cinco años de vida útil del proyecto, especificándose una tasa de crecimiento poblacional (TCP) de 1.50% establecido por Agrocalidad

Proyección de la demanda en persona

Tabla 24

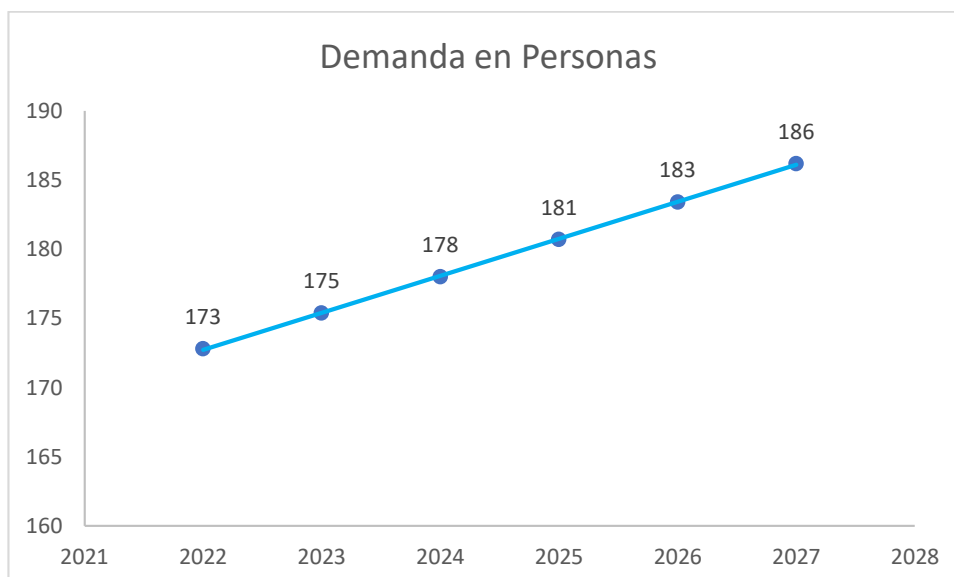
Demanda en persona proyectada

Año	Demanda en personas	TCP
2022	173	1,50%
2023	175	2,592
2024	178	2,631
2025	181	2,670
2026	183	2,710
2027	186	2,751

Nota. Datos tomados del cálculo de la demanda proyectada junto a la tasa de crecimiento de productores (2022).

Figura 18

Demanda en persona proyectada



Nota. La figura muestra la demanda proyectada desde el año 2022 hasta el año 2027.

Análisis e interpretación

Se muestra que, en el año 2022, hay un total de 173 cultivadores, los cuales utilizaran el enraizador certificado

Al proyectar la demanda con la tasa de crecimiento poblacional se obtiene que para el año 2027 el número de personas se incrementará en un total de 186 cultivadores.

3.4.2. Estudio de la demanda en productos

Pregunta 6

¿Qué cantidad de plantas compraría al año?

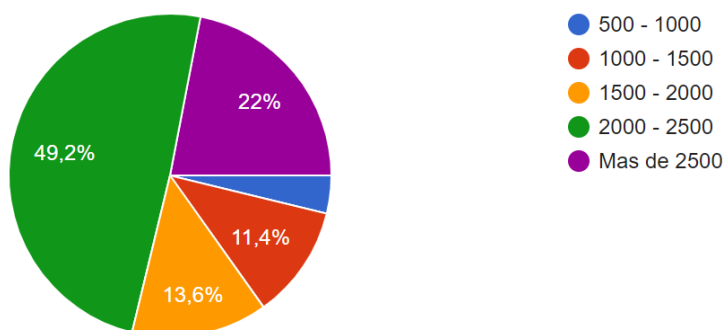
Tabla 25

Cantidad que compraría

	Frecuencia	Porcentaje
500 – 1000	5	3,8%
1000 – 1500	15	11,4%
1500 – 2000	18	13,6%
2000 – 2500	65	49,2%
Más de 2500	29	22%
Total	132	100%

Figura 19

Cantidad que compraría



Para este cálculo se utiliza el porcentaje de abastecimiento anual del total de la demanda de personas, valor que se multiplica por la cantidad promedio de abastecimiento; obteniéndose que, en el año 2022, los clientes demandaran en productos 714964 unidades de plantas.

Tabla 26

Demanda por productos

Año	Demanda	Cantidad (Plantas por unidades)	Porcentaje de aceptación	Mercado Objetivo	Cantidad promedio	Tiempo	Demanda en Productos (Unidades)
2022	173	500 – 1000	3,80%	6,574	750	2	9861
		1001-1500	11,40%	19,722	1251	2	49325
		1501 -2000	13,60%	23,528	1751	2	82372
		2001-2500	49,20%	85,116	2251	2	383107
		Más de 2500	22%	38,060	2500	2	190300
			100%	173			714964

Nota. Datos tomados de la demanda anual en productos en unidades (2022).

Proyección de la demanda en productos

Tabla 27

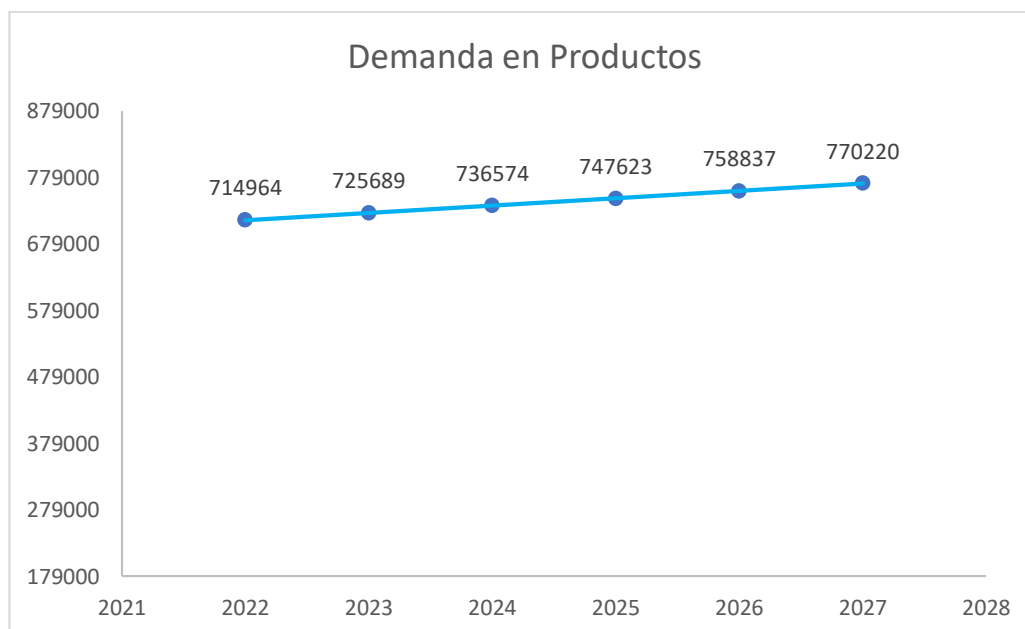
Proyección de la demanda de los claveles

Año	Demanda por producto (Planta por unidades)	Tasa Crecimiento Productores
2022	714964	1,50%
2023	725689	10724
2024	736574	10885
2025	747623	11049
2026	758837	11214
2027	770220	11383

Nota. Datos tomados de la demanda en productos proyectada junto con la tasa de crecimiento poblacional (2022).

Figura 20

Demanda anual en productos proyectada



Nota: La figura muestra la demanda en personas desde el año de estudio 2021 hasta el año 2026.

Análisis e interpretación

Se detalla que en el año 2022 la demanda en productos corresponde a 714964 unidades de plantas para abastecerse de claveles, después de proyectarla a cinco años con la tasa

de crecimiento de productores se obtiene que para el año 2027 la demanda en productos es de 770220 plantas por unidades.

3.5. Estudio de la oferta

Se llama oferta a la cantidad de bienes que las compañías o empresa producen, si hay una gran oferta de un artículo, pero la demanda es baja, el precio será bajo. Si hay poca oferta, pero mucha demanda, el precio será alto (La Bella , 2016, pág. 5) entonces por oferta se entiende que es la cantidad de bienes y servicios que los comerciantes están dispuestos a la comercialización en el mercado a unos precios justos.

Poder de negociación de los clientes

“La negociación hace referencia a un proceso de intercambio de información y compromisos en el cuál dos o más partes, que tienen intereses comunes y otros divergentes, intentan llegar a un acuerdo” (Roldán, 2017).

Para este proyecto se determinó la necesidad de crear un enraizador de plantas de clavel ya que las personas que se dedican al cultivo y comercialización de esta planta deben importarla de otros países, es por esto que los productores de clavel son potenciales clientes del enraizador de plantas, por esto se realiza el cálculo y análisis de la oferta.

Amenazas de productos sustitutivos

Según Corchelo y Quiroga (2014) indica que “un producto sustituto se refiere que las empresas puedan desarrollar y proporcionar un producto o servicio con el fin de remplazarlos a los productos ya existentes o servicios” (p. 153).

El clavel es una flor apetecida y es por esto que hay varios productores que se dedican al cultivo de esta planta, pero puede ser sustituida por otras flores de verano ya que los gustos de las personas pueden cambiar, por lo tanto, los productores se verán obligados cambiar sus cultivos para poder obtener ganancias, por lo que la venta de plantas de clavel disminuiría.

Rivalidad existente entre competidores

La competencia intensa entre competidores puede entenderse como una variedad de estrategias encaminadas en enfrentar con lo demás y de esta manera buscar estrategias para afrontar la amenaza en el mercado (Eggers, 2016)

El nivel de competencia dentro de la provincia en la actualidad es bajo a causa de la inexistencia de este tipo de proyectos, sin embargo, tomando referencia a los países que importan planta el nivel de competencia es alta.

3.5.1 Estudio de la oferta en personas

Pregunta 2

¿Considera factible la creación de un enraizador de plantas de clavel certificado en el Cantón Pujilí?

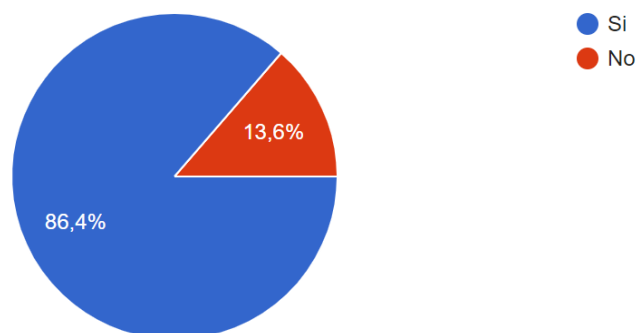
Tabla 28

Factibilidad de la creación de enraizador

	Frecuencia	Porcentaje
Si	114	86,4%
No	18	13,6%
Total	132	100%

Figura 21

Factibilidad de la creación de enraizador



La demanda calculada parte del número de clientes que tiene la empresa AMABEL, donde el valor fue 13,6% y se obtuvo un resultado de 27,20 personas

Oferta en personas

Tabla 29

Oferta real en persona

Año	Mercado Meta	Porcentaje de no aceptación	Oferta
2022	200	13,6%	27,20

Nota. Datos tomados de la oferta en persona junto al porcentaje de no aceptación (2022).

Análisis

El mercado meta conformado de 200 productores de clavel, el porcentaje de no aceptación corresponde al 13,6% obteniendo así 27 oferentes.

Proyección de la oferta en personas

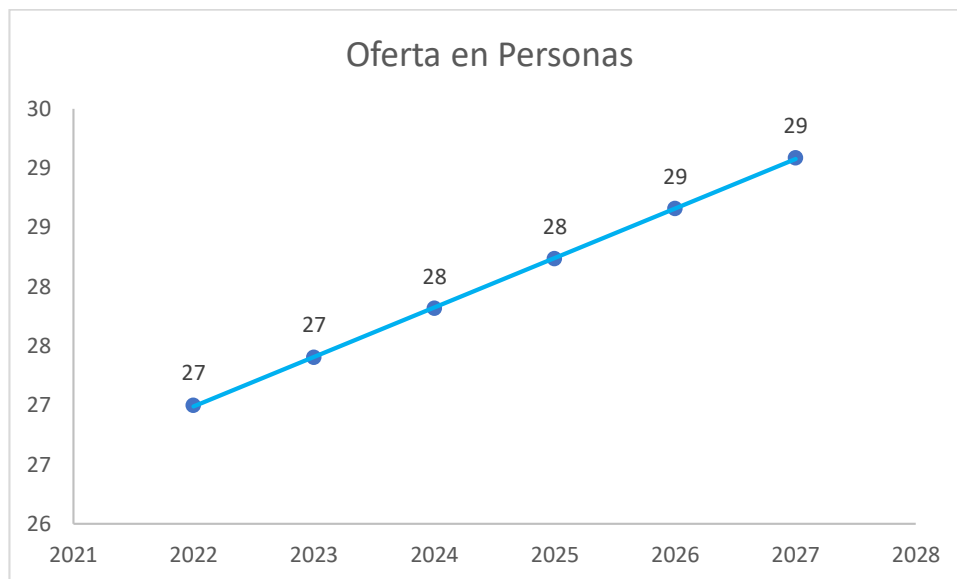
Tabla 30

Proyección de la oferta en personas

Año	Oferta en personas	TCP
2022	27	1,50%
2023	27	0,405
2024	28	0,411
2025	28	0,417
2026	29	0,423
2027	29	0,430

Figura 22

Oferta en persona proyectada



Análisis e Interpretación

Se muestra que en el año 2022 la oferta es de 27 personas, cantidad que refleja los potenciales y futuros clientes del enraizador certificado como estrategia de comercialización para adquirir sus claveles. Al proyectar la oferta con la tasa de crecimiento de productores se obtiene que para el año 2027 en enraizador certificado tendrá una oferta de 29 personas.

3.5.2. Estudio de la Oferta en productos

Pregunta11

¿Qué cantidad de plantas compraría al año?

Tabla 31

Cantidad de plantas que se compraría al año

	Frecuencia	Porcentaje
500 – 1000	5	3,8%
1000 – 1500	15	11,4%
1500 – 2000	18	13,6%
2000 – 2500	65	49,2%
Más de 2500	29	22%

Total	132	100%
--------------	-----	------

Figura 23

Cantidad de plantas que se compraría al año

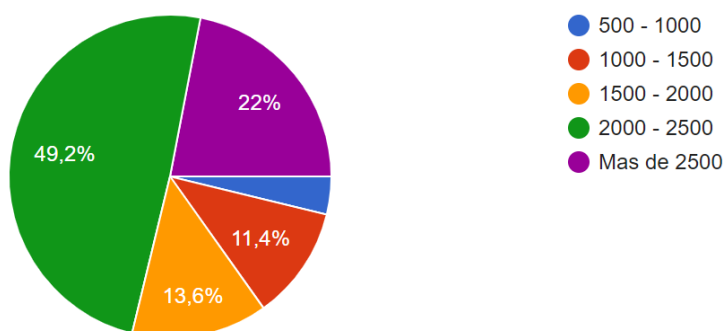


Tabla 32

Oferta anual en productos

Año	Oferta	Cantidad (Plantas por unidades)	Porcentaje de aceptación	Mercado Objetivo	Cantidad promedio	Tiempo	Oferta en Productos (Unidades)
2022	173	500 – 1000	3,80%	6,574	750	2	9861
		1001-1500	11,40%	19,722	1251	2	49325
		1501 -2000	13,60%	23,528	1751	2	82372
		2001-2500	49,20%	85,116	2251	2	383107
		Más de 2500	22%	38,060	2500	2	190300
			100%	173			714964

Nota. Datos tomados de la oferta anual en productos en unidades (2022).

Proyección de oferta en productos

La proyección se realiza a cinco años de vida útil del proyecto mientras que para el año base se obtiene una oferta de 714964 unidades de plantas; especificándose una tasa de crecimiento poblacional (TCP) de 1.50% establecido por Agrocalidad.

Tabla 33

Oferta en productos proyectada

Año	Demanda por producto (Planta por unidades)	Tasa Crecimiento Productores
2022	714964	1,50%
2023	725689	10724
2024	736574	10885
2025	747623	11049
2026	758837	11214
2027	770220	11383

Nota. Datos tomados de la oferta en productos proyectada junto a su tasa de crecimiento poblacional (2022).

Figura 24

Oferta en productos proyectada



Nota. La figura muestra la oferta en productos desde el año de estudio 2021 hasta el año 2026

Análisis e interpretación

Se detalla que en el año 2022 el enraizador certificado la oferta de productos será de 714964 unidades de plantas para cultivar claveles, después de proyectarla a cinco años

con la tasa de crecimiento poblacional se obtiene que para el año 2027 el enraizador certificado se usara 770220 veces.

3.6 Mercado potencial insatisfecho para el proyecto

Es el número máximo de competidores al que se puede dirigir la oferta comercial y que está disponible para todas las empresas de un sector durante un periodo de tiempo determinado. Si estos compradores potenciales reciben suficientes estímulos de marketing pueden llegar a demandar el producto ofertado (López-Pinto Ruiz , 2004, pág. 23).

Es la estimación de volumen a alcanzar por las ventas de un producto en particular, o un conjunto de compradores que son capaces de adquirir este producto; los consumidores que compran el tipo de producto producido por la empresa y la competencia (Yoza Ramos , 2016, pág. 30).

Demanda potencial Insatisfecha DPI

Tabla 34

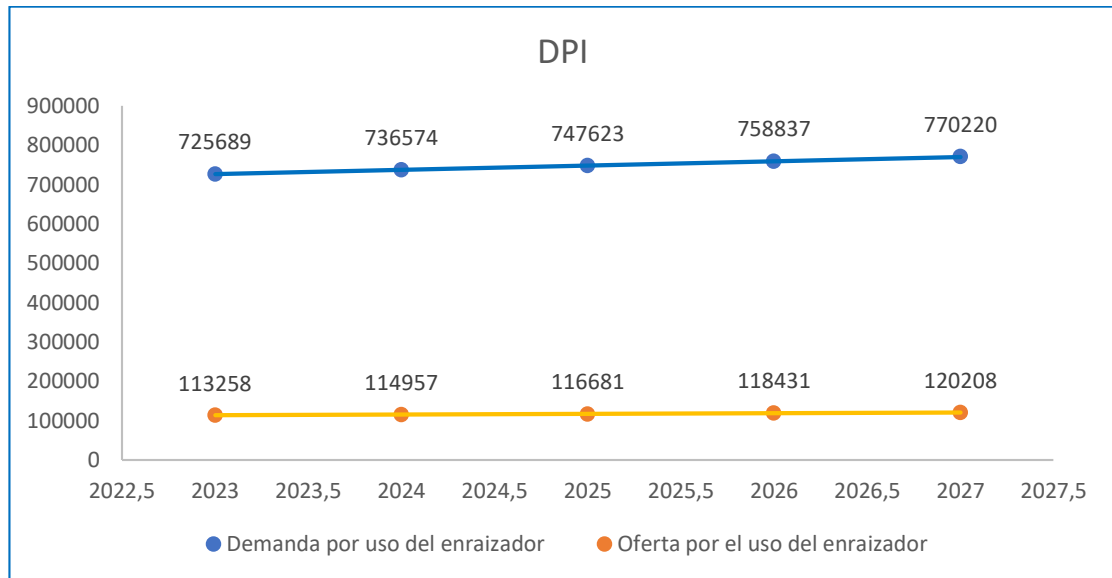
Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda de productos	Oferta de productos	DPI
2022	714964	111584	603380
2023	725689	113258	612431
2024	736574	114957	621618
2025	747623	116681	630942
2026	758837	118431	640406
2027	770220	120208	650012

Nota. Datos tomados de la demanda potencial insatisfecha en unidades (2022).

Figura 25

Demanda potencial insatisfecha



Nota: La figura muestra la demanda potencial insatisfecha (DPI) desde el año de estudio 2021 hasta el año 2026.

3.7. Precios

El precio puede definirse como la cantidad de dinero, también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios que el comparador intercambia por productos y/o servicios recibidos del vendedor, siendo así una relación que indica la cantidad de dinero necesaria para adquirir una cantidad dada de un bien o servicio (Díaz et al, 2022, pág. 91)

La empresa AMABEL tomara en consideración los costos y gastos que genera crear claveles certificados para establecer el precio apropiado que se comercializara a los productores. A continuación, se especifica el cálculo del costo que los productores cancelaran por utilizar el enraizador certificado

Trabajar con 2,90% de inflación acumulado de junio del 2022

Pregunta 7

¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por planta?

Tabla 35

Precio por pagar por la planta

	Frecuencia	Porcentaje
0,15 ctvs. – 0,16 ctvs.	13	9,8%
0,16 ctvs. – 0,17 ctvs.	15	11,4%
0,17 ctvs. – 0,18 ctvs.	73	55,3%
0,18 ctvs. – 0,19 ctvs.	27	20,5%
0,19 ctvs. – 0,20 ctvs.	4	3%
Total	132	100%

Figura 26

Precio por pagar por la planta

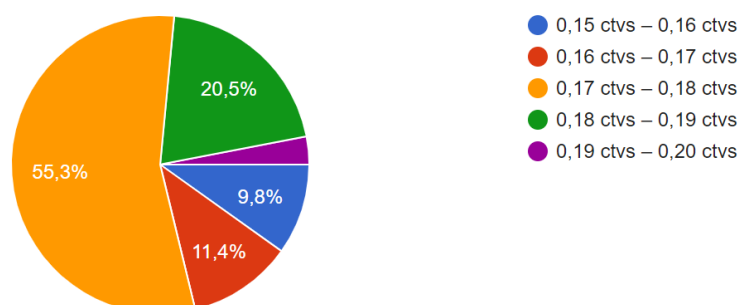


Tabla 36

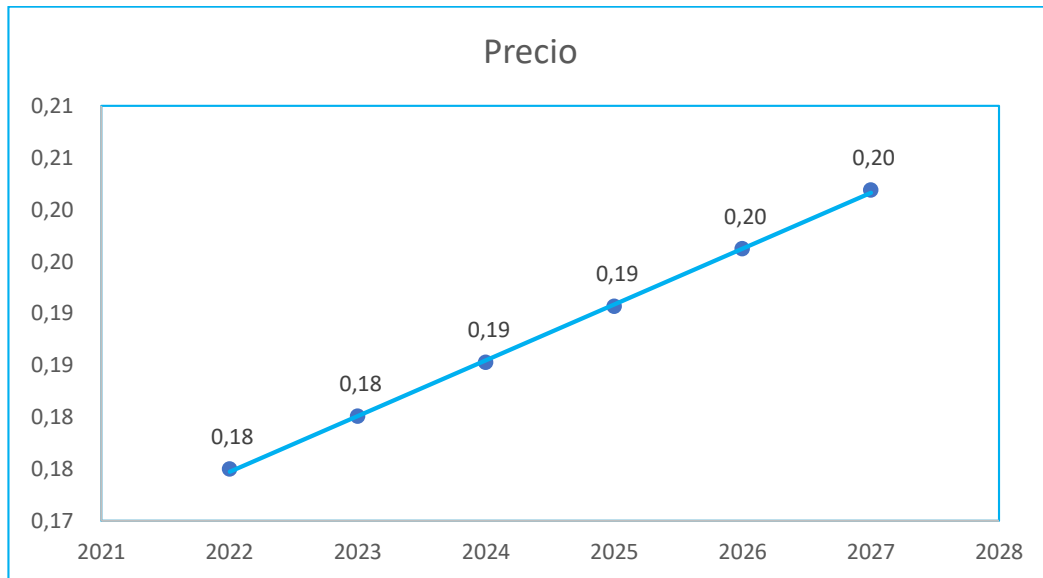
Proyección del precio de las plantas por unidades

Año	Inflación	Precio
2022	2,90%	0,175
2023	0,005	0,180
2024	0,005	0,185
2025	0,005	0,191
2026	0,006	0,196
2027	0,006	0,202

Nota. Datos tomados de la proyección del precio del helado al por mayor a través del Banco Central del Ecuador (2022).

Figura 27

Proyección del precio de las plantas por unidades



Nota: La figura muestra la proyección del precio de las plantas por unidades (2022).

Definición e interpretación

Se detalla que en el año 2022 el costo por planta de 0,18 ctvs, valor que al proyectarlo con la tasa de inflación para el año 2027 será de 0,20 ctvs.

3.8. Canales de comercialización

La empresa AMABEL busca comercializar sus productos a su mercado meta a través de los siguientes canales de comercialización.

Internet

La internet ha pasado de ser un medio de comunicación utilizado casi de modo exclusivo en ambientes académicos a ser un fenómeno de enorme y creciente popularidad con más de cinco millones de nuevos usuarios diarios en todo el mundo, donde la educación, el trabajo, la actividad económica, las relaciones sociales e incluso la vida privada se van a ver profundamente afectadas por esta nueva interconectividad (Flores Redondo , 2018, pág. 8)

Redes sociales

Las redes sociales se han convertido en una prioridad para las empresas y son muchas las que tienen integradas las redes sociales en el día a día. Las macas se ven

beneficiadas con su mera presencia en estas plataformas, las marcas que tienen un perfil en redes sociales inspiran más confianza (Sicilia et al, 2021, pág. 13)

La empresa AMABEL debe mantener la consistencia de la imagen de marca en redes sociales en dos ámbitos, en imagen y en contenido; la consistencia en imagen se refiere a la utilización de los mismo colores, símbolos y logos en las diferentes redes sociales las cuales son Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok y Telegram. Mientras que el contenido generado en las diferentes redes sociales debe ser fluido, claro y que atraiga al cliente.

Canales de distribución

El canal es el medio a través del cual un mercado realiza la transferencia de propiedad de bienes y servicios. Es el o un grupo de productos se transfieren físicamente, distribuidos desde su punto de producción hasta el punto en que se ponen en disposición del cliente final (Eslava Sarmiento , 2017, pág. 129)

El canal de distribución está definido como el destino que tiene un producto para cumplir con el procedimiento de producción y venta y así logre llegar a los clientes finales.

La empresa AMABEL busca vender sus productos a los productores que son consumidores directos, ya que para este proyecto se utilizará el canal de distribución directo, debido a que las plantas creadas en el enraizador se venderán directamente a los productores.

3.10. Estrategias de comercialización

3.10.1 Análisis FODA

Tabla 37

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
F1. Personal calificado.	D1. Poca de publicidad.
F2. Ubicación geográfica favorable.	D2. La microempresa no es reconocida en la Provincia.
F3. Propietario tiene conocimiento y experiencia en el cultivo de clavel.	D3. No se realiza sondeos de satisfacción al cliente.
Oportunidades	Amenazas

O1. Incremento de productores de clavel.	A1. Alza de precios de los materiales necesarios para la producción.
O2. Ampliación de cartera de productos.	A2. Productos Sustitutos (rosas, clavelina, etc.)
O3. Insumos a bajo costo	A3. Surgimiento de nuevos competidores.

Nota. Datos tomados del análisis FODA (2022).

3.10.2 Matriz DAFO

Tabla 38

Matriz DAFO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Personal calificado. F2. Ubicación geográfica favorable. F3. Propietario tiene conocimiento y experiencia en el cultivo de clavel.	D1. Poca de publicidad. D2. La microempresa no es reconocida en la Provincia. D3. No se realiza sondeos de satisfacción al cliente.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1. Incremento de productores de clavel. O2. Ampliación de cartera de productos. O3. Insumos a bajo costo	(F1O1): Ofrecer asesorías de personal calificado a los nuevos productores de clavel para mantener la competitividad de la microempresa. (F2O2): Brindar variedad de plantas de clavel y sobre todo de calidad a los productores de la provincia.	(D1O2): Invertir en publicidad para ofertar la cartera de productos. (D2O1): Ganar mercado aprovechando los precios y productos, para que la empresa se posicione y sea reconocida.
AMENZAS	ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS
A1. Conflictos de canales de distribución. A2. Productos Sustitutos (rosas, clavelina, etc.) A3. Surgimiento de nuevos competidores.	(F2A1): Establecer alianzas estratégicas para comercializar los productos con otras empresas. (F3A3): Innovación de procesos gracias a los conocimientos del propietario.	(D1A3): Mejorar la publicidad para incrementar el número de clientes. (D3A3): Fidelizar a los clientes a través de un servicio oportuno.

Nota. Datos tomados de la matriz FODA junto a sus factores externos e internos (2022).

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objetivo verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto, así como también analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para la realización de la producción (Montenegro y otros, 2017, p.135).

Para realizar este proyecto es necesario determinar la infraestructura, los costos y tecnología que se utilizará para la investigación. En la microempresa AMABEL se debe determinar la capacidad instalada óptima que permita enraizar una gran cantidad de plantas para satisfacer la demanda de los productores de clavel.

4.1 Tamaño óptimo del proyecto

Según Kalenatic y otros (2009) destacan que La capacidad instalada es la cantidad de máquinas y equipo que una organización productiva posee y el potencial de producción que estos permiten alcanzar, así también es el espacio físico para el almacenamiento de productos terminados, productos en proceso y materiales, así como para la instalación de nuevos equipos y puestos de trabajo (p.69).

La microempresa AMABEL está ubicada en la provincia de Cotopaxi en el Cantón Pujilí, cuenta con cuatro mil metros de invernadero en el que se podrá realizar el enraizador de plantas contando así con una infraestructura adecuada para llevar a cabo este proyecto.

4.1.1. Factores determinantes del tamaño

Demanda potencial insatisfecha real

Para Andía (2011) la demanda potencial insatisfecha “es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta” (p.4).

Para este proyecto se ha determinado que existen varios factores que intervienen al momento de que los productores compren planta de clavel. A través de los datos obtenidos se identificó la demanda potencial insatisfecha en cuanto a la adquisición de plantas de clavel, por lo que el mercado meta a ser cubierto son los productores de clavel de Cotopaxi.

Financiamiento

“Consiste en la obtención de fondos para la puesta en marcha, mantenimiento o ampliación de una empresa, o para la introducción de nuevos proyectos” (Boscán, 2009).

La microempresa AMABEL para la implementación del enraizador de plantas está dispuesto a invertir.

Para poder llevar a cabo este proyecto se necesita contar con capital propio o ajeno y se lo puede obtener a través de entidades financieras que se encuentra dentro de la Provincia. Por lo que la para la implementación del enraizador de plantas se necesita invertir \$12.000,00, el propietario de la microempresa Amabel está dispuesto a asignar \$7.000,00 para la planificación, y las autoras están dispuestas a invertir \$5000,00 para la realización del proyecto, todo este dinero será financiado por la cooperativa de Ahorro y Crédito “CHIBULEO” que se ubica en el cantón Pujilí.

Mano de obra

La mano de obra se define como el esfuerzo de carácter físico y de la mente que un trabajador hace a cambio de dinero, es el personal que tiene toda empresa para realizar sus ocupaciones empresariales. Donde además es un elemento fundamental del mercado profesional, representa un costo en el proceso de producción, pues si deseamos integrar trabajadores al proceso de producción se le debería pagar (Quiroa, 2019, pág. 2)

La microempresa AMABEL cuenta con personal altamente calificado y con experiencia en el área de cultivo, es por esto que un empleado será el encargado del manejo del vivero se le pagará un sueldo de acuerdo con las horas que trabaje en el vivero, por otro parte el dueño de la microempresa se encargara de supervisar el enraizador ya que tiene conocimiento de los procesos para producir las plantas de clavel

Materia prima

La materia prima son todos los recursos que se integran en la preparación de un producto, también es aquel componente que se transforma y junta en un producto final. Un producto acabado tiene integrado una secuencia de elementos y subproductos que

por medio de un proceso de transformación han permitido la fabricación del producto final (Amat, 2007, pág. 31)

Para la creación del enraizador es primordial considerar como materia prima los esquejes de clavel ya que de ellos proviene la nueva planta, estos se los obtiene de la planta madre y el costo es de 0,10ctvs por esqueje, una vez que los esquejes son extraídos se los deja reposar con un enraizante que está compuesto de hormonas que permiten generar raíz, posteriormente son sembrados los esquejes en gavetas que contienen turba o cascajo y al cabo de dos meses ya se obtiene la planta de clavel

Tecnología

La tecnología no solo es un medio para capacitar a los estudiantes, sino que se convierte en un método de comunicación, y de comunicación, así como una parte ubicua y transparente de su vida, la tecnología que usamos se soporta cada vez más en la nube (López Meneses, 2020, pág. 29).

La tecnología dentro de un proyecto es importante debido a que es una herramienta que permite optimizar y mejorar procesos, es por ello que para la creación del enraizador es necesario usar el sistema de riego por nebulización, y dentro de los materiales empleados para este sistema se usa una bomba eléctrica y una bomba a diesel. El uso de estas herramientas permite aumentar la humedad dentro del invernadero garantizando que las plantas conserven su frescura y calidad.

4.1.2. Tamaño óptimo

Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo (Meza Orozco, 2017, pág. 28)

El tamaño óptimo del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto podemos decir que, en funcionalidad de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, a lo largo de un definido

Tabla 39

DPI Real a partir del año de estudio 2021 hasta el año 2026

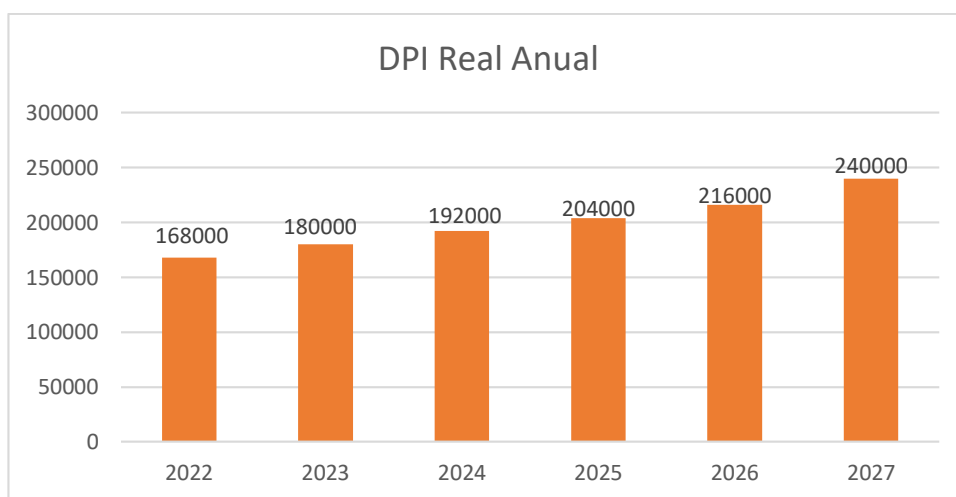
AÑO	DPI	ESTIMACION	DPI Real Anual
------------	------------	-------------------	-----------------------

2022	603380	3,59%	168000
2023	612431	3,40%	180000
2024	621618	3,24%	192000
2025	630942	3,09%	204000
2026	640406	2,96%	216000
2027	650012	2,71	240000

Nota. Datos obtenidos de la demanda potencial insatisfecha a partir del año base (2022).

Figura 28

DPI Real a partir del año de estudio 2021 hasta el año 2026



Nota. La figura muestra los datos obtenidos de la demanda potencial insatisfecha a partir del año base 2022 hasta el año 2026.

Análisis:

El porcentaje de estimación para cubrir la demanda potencial insatisfecha en el periodo 2021 es del 3,59% que corresponde a 168.000 unidades de plantas.

4.2 Localización

El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es una cosa fácil cambiar de domicilio (Meza Orozco, 2017, pág. 27)

4.2.1. Macro localización

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto (Meza Orozco, 2017, pág. 28)

País: Ecuador

Zona: Tres

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Pujilí

Parroquia rural: Pujilí

Análisis:

Para el presente proyecto la planta de producción estará ubicado en el cantón Pujilí debido a que la microempresa cuenta con la maquinaria necesaria en dicho lugar que permitirá la implementación del enraizador de plantas, de tal forma que se deberá adaptar la unidad de producción para elaborar el producto mencionado.

Figura 29

Macro localización de la Microempresa AMABEL



Nota. La figura muestra la ubicación geográfica donde se encuentra la planta de producción de la microempresa Amabel. Fuente: Google Maps (2022)

4.2.2. Micro localización

Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano

de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle, cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización (Meza Orozco, 2017, pág. 28)

Cantón: Pujilí

Dirección: Calle Juan Salinas

Análisis:

El área de distribución de las plantas de clavel estará ubicada en el cantón Pujilí en la calle Juan Salinas, barrio Patoa de San Isidro, ya que la microempresa tiene su planta de producción y distribución en dicha zona para lo que los productores tendrán que acudir al establecimiento para adquirir el producto.

Figura 30

Micro localización de la Microempresa Amabel



Nota. La figura muestra la ubicación geográfica donde se encontrará el área de distribución de las plantas de clavel. Fuente: Google Maps (2022)

4.2.3. Localización óptima

El establecimiento de la localización óptima se hace a través de matrices de costo, dada su mayor objetividad y la facilidad en el manejo que manejan las hojas electrónicas de cálculo, favoreciendo para cada opción un cálculo independiente y propio de la misma opción (Murcia et al, 2019, pág. 212)

La localización óptima es considerada como una herramienta que permite determinar si la ubicación del proyecto es el adecuado, por esta razón se lo realiza para establecer si la ubicación de la microempresa AMABEL es la apropiada para que pueda obtener la máxima rentabilidad y bajos costos al momento de producir. Por lo tanto, aplicaremos el método cuantitativo de puntos ponderados.

Tabla 40

Método cuantitativo de puntos ponderados

Factores relevantes	Peso asignado	Opciones					
		A		B		C	
		Patoa de San Isidro		San Marcos		San Juan	
		Califi.	Peso Pond.	Califi.	Peso Pond.	Califi.	Peso Pond.
Acceso a servicios básicos	0,20	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Ubicación	0,20	3	0,6	1	0,2	1	0,2
Movilidad y bajo trafico	0,15	2	0,3	1	0,15	2	0,3
Seguridad del sector	0,20	2	0,4	2	0,4	1	0,2
Proximidad a proveedores	0,20	3	0,6	1	0,2	1	0,2
Mano de Obra	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05
Total	1	2,4		1,40		1,35	

4.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería de proyectos se entiende como enlace entre la dirección del proyecto y las disciplinas técnicas involucradas en el mismo y por ello se deben tener los

conocimientos suficientes de las diversas disciplinas, siendo habitual también que sea el principal punto de contacto técnico para el consumidor. (Aguayo, et al., 2018, p. 9)

a. Producto proceso

La producción de plantas de clavel se lo realiza a través de varios pasos los cuales serán detallados a continuación:

1. **Cosecha de esquejes de clavel.** - Esta actividad consiste en extraer de forma manual la rama que crece a un lado de la planta madre de clavel.
2. **Hormonar los esquejes.** - Es el proceso en el cual se aplica un producto químico en la base de los esquejes para que se estimule el crecimiento de la raíz y forme la planta.
3. **Sembrar los esquejes.** - Es la acción de colocar los esquejes hormonados en la tierra.
4. **Venta.** - Consiste en comercializar el producto con la finalidad de obtener ingresos y así también satisfacer las necesidades del cliente.

A continuación, se detalla el proceso de actividades que se llevara a cabo en la producción de plantas de clavel.

Tabla 41

Proceso de actividades de producción de la nueva línea de productos

Actividades y Tareas	Detalle	Tiempo
Recepción de la materia prima.	Esta actividad consiste en recepcionar la materia prima que llega a la microempresa AMABEL.	30 min
Cosecha de esquejes de clavel.	El trabajo consiste en retirar la rama que crece en la planta madre.	60 min
Hormonar los esquejes.	Esta actividad consiste en rociar productos químicos en los esquejes.	30 min
Preparar el sustrato.	El sustrato es ubicado en bancos.	120 min

Preparar la turba.	La turba es aplicada en gavetas.	120 min
Sembrar los esquejes.	En esta actividad se coloca los esquejes en la turba.	60 min
Regar las plantas.	Consiste en verter agua en las plantas.	5 min
Fumigar esquejes.	Se rocía productos químicos en los esquejes para evitar plagas y enfermedades.	60 min
Retirar plantas de la gaveta	Se debe extraer las plantas de la gaveta.	20 min
Almacenamiento	El producto debe ser almacenado en un cuarto frio para su conservación.	1 mes -43800min
Venta	Se entrega el producto al cliente.	5 min

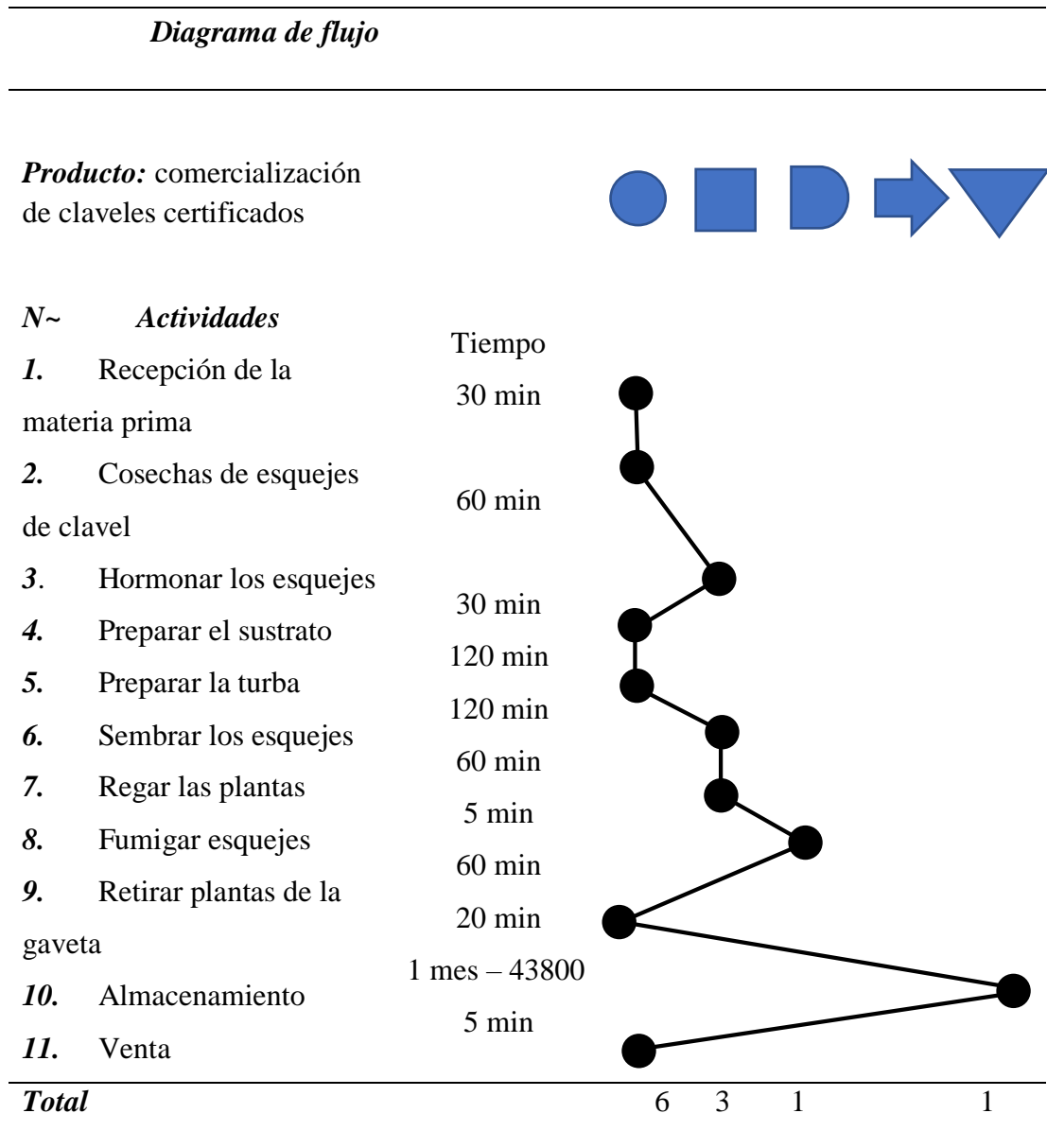
Nota. Datos obtenidos a través del proceso de producción de plantas de clavel (2022).

b. Diagrama de flujo

Los diagramas de flujo, también llamados organigramas, flujogramas o fluxogramas constituyen un instrumento importante en el trabajo en las ciencias de la computación ya que señalan los pasos necesarios que deben efectuarse para llegar a la solución de un problema (Pérez González et al, 2017, pág. 112).

Tabla 42

Diagrama de flujo del proceso de comercialización de claveles certificados



c. Balance de materiales

Realizar el balance de materia y energía de un proceso productivo es equivalente a tener claridad sobre qué se hicieron los recursos que entraron al proceso. El balance de materia aplicado a los procesos productivos se fundamenta en la Ley de la Conservación de la Materia: nada se crea, nada se destruye, todo se transforma. Es la contabilidad de los materiales (Méndez Delgado, 2017, pág. 273).

Para la creación de claveles certificados hay diferentes materiales que hacen que la producción sea optima y de un gran impacto

d. Estado inicial del proyecto

Para la comercialización de claveles certificados se debe identificar se debe identificar la materia prima, insumos y materiales indirectos que son requeridos para la producción, de la misma manera la microempresa AMABEL requiere de maquinaria y equipos que ayuden a cubrir nuestro mercado meta, adicional a esto la empresa deberá implementar una nueva línea de producción puesto que la empresa no cuenta con esta área.

Características de materia prima, insumos y materiales indirectos

Materia prima

Las materias primas son todos aquellos elementos que se usan para elaborar un producto. Siendo la materia prima el elemento que se transforma y se convierte en un producto final. Este último producto será consumido directamente sin tener que realizarle ninguna acción sobre él (Garrido Fernández, 2015, pág. 13)

Tabla 43

Materia prima para la comercialización de claveles

Descripción	Cantidad	Cantidad anual
Planta madre de clavel	10000	10000

Análisis

Para realizar el cálculo de la materia prima necesaria para la comercialización de claveles certificados, de las 10000 plantas nacen 4 esquejes para poder enraizar las plantas, donde las 40000 plantas se producirán a los dos meses y estas plantas madres de clavel en su totalidad en el periodo que se inicia el proyecto abastecerá de 240000 esquejes

Insumos

“Los insumos son todo lo que puede servir y satisfacer las necesidades humanas, es decir, nos referimos a todas las materias primas utilizadas para producir nuevos artículos” (Pedrosa, 2017).

La empresa AMABEL a través de un ingeniero agrónomo pretende dar a conocer la cantidad de insumos que se necesita para la comercialización de claveles.

Tabla 44

Insumos para enraizar

Descripción	Cantidad para enraizar 40000 esquejes	Unidad de medida	Cantidad Anual
Agroiba	7	Gr	42
Alcohol industrial	500	MI	3
Agua destilada	500	MI	3
Vitabax	5	MI	6
Cascajo	8	m3	1

Análisis

Para enraizar las plantas utilizaremos agroiba donde la cantidad para enraizar 40000 esquejes de 7 gr la cantidad anual es de 42gr también utilizaremos alcohol industrial donde la cantidad para enraizar 40000 esquejes de 500 ml la cantidad anual es de 3 ml, el agua destilada de 500 ml donde la cantidad anual es de 3 ml siguiendo de vitabax donde la cantidad para enraizar 40000 esquejes es de 5 ml donde la cantidad anual es de 6 ml y finalmente el casco donde su cantidad para enraizar es de 8 m3 y su cantidad anual es de 1 m3

Materiales indirectos

“Loa materiales Indirectos son aquellos que se pueden identificar, medir, contar y asignar a cada área, orden de producción o producto” (Sánchez et al, 2018, pág. 73).

Los materiales indirectos son un conjunto de materiales utilizados como insumos o suministros dentro del proceso productivo.

Tabla 45

Materiales indirectos para la comercialización de claveles

Descripción	Cantidad anual	Unidad de medida
Cartones para planta	160	Unidad
Fundas plásticas	4800	Unidad

Análisis

Para la comercialización de claveles certificadas se toma en cuenta los siguientes materiales indirectos, cartones para planta donde su cantidad anual es de 160 unidades y fundas plásticas donde su cantidad anual es de 4800 unidades para la entrega de claveles.

e. Periodo operacional estimado de la planta

El periodo operacional se define como el tiempo de vida útil de algún proyecto. La empresa AMABEL al comercializar claveles certificados se estima que el proyecto tenga una vida útil de 5 años y poder satisfacer las necesidades de nuestro mercado meta.

f. Capacidad de producción

Según Ramírez et al. (2019) menciona que la capacidad de producción (CP) hace referencia que cada empresa, ya sea que proporcione bienes tangibles o intangibles, y por lo tanto es un elemento esencial en la organización de las operaciones de la empresa, para poder desarrollar su cartera de productos, de acuerdo con los estándares, en términos de apariencia y estructura. (p. 1)

Tabla 46

Capacidad de producción para la comercialización de claveles

AÑO	DPI	ESTIMACIÓN	DPI Real Anual
2022	603380	3,59	168000

g. Distribución de maquinaria y equipos

Maquinaria

“La maquinaria es un conjunto de bienes tangibles que se dedica a la producción y es cada vez más fiable, segura y cómoda para el operador, facilitándole las labores de conservación” (Yepes Piqueras, 2015, pág. 10).

La empresa AMABEL para la comercialización de claveles certificados utilizo maquinaria que ayuda al personal a desarrollar actividades más rápidas y precisas con el fin de lograr eficiencia en el proceso productivo

Tabla 47

Maquinaria para la empresa AMABEL

Descripción	Cantidad
Bomba de riego pequeña	1
Bomba de riego grande	1

Equipos de computo

Según (Bravo, 2017) “Un equipo de cómputo un equipo de cómputo es un dispositivo electrónico que almacena información y que la muestra en una interfaz para nuestra disposición”

La empresa AMABEL utilizara diferentes equipos de cómputo que se detallaran a continuación:

Tabla 48

Equipos de cómputo de la empresa

Descripción	Cantidad
Escritorio	2
Sillas	4
Archivador	1

Suministros de oficina

Los materiales de oficina pueden ser considerados como aquellos materiales o suministros que son indispensables para que una oficina pueda funcionar de la manera más correcta posible y que se puedan cumplir a cabalidad cada uno de los objetivos que se pueden llegar a pretender (Ortíz , 2021, pág. 2)

Los suministros de oficina que la empresa AMABEL utilizara para el presente proyecto se detalla a continuación

Tabla 49

Suministros de oficina

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Tinta de Impresora Epson L-355	4	Unidad
Resmas de papel	1	Unidad
Archivador	2	Unidad
Separador de Hojas	1	Unidad
Corrector liquido	1	Unidad
Esfero punta fina	6	Unidad

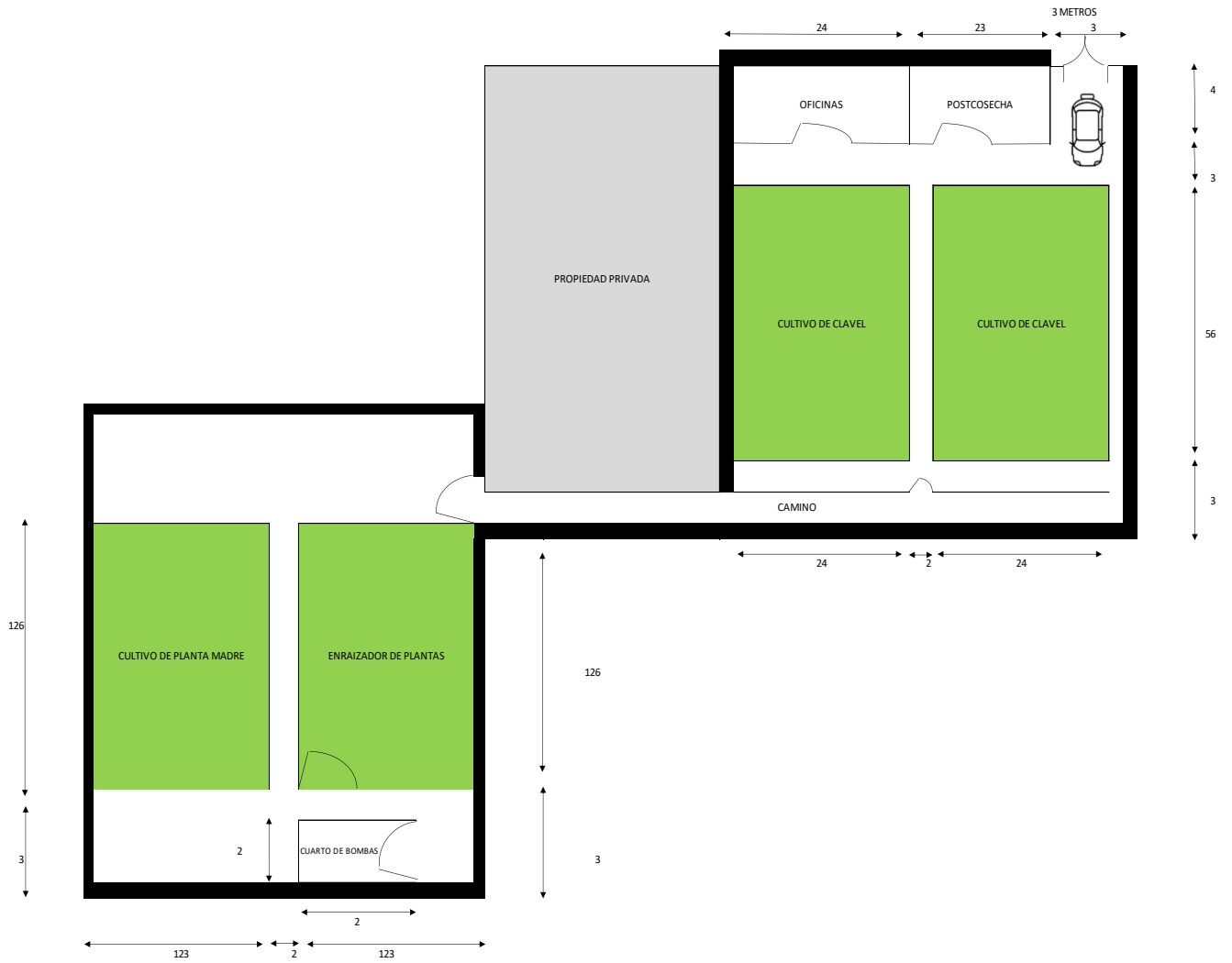
h. Distribución de la planta (Lay - Out)

La distribución de la planta está orientado a los procesos y los componentes del sistema productivo se agrupan de acuerdo con la función que desempeñan ya que estos pueden ser como (un taller mecánico que produce piezas bajo pedido, un taller de reparación de vehículos, un hospital, etc. suelen tener distribuciones en planta de este tipo)en donde indispensable para el movimiento de materiales resulta en general complejo y es así que se obtiene flexibilidad y fiabilidad. (Vallhonrat Bou, 2019, pág. 50)

La empresa AMABEL a través del diseño de la planta busca distribuir el espacio físico de acuerdo a la capacidad de la empresa donde permite ejercer las actividades de las diferentes áreas, se visualiza a continuación como está plasmado el centro de distribución en el cantón Pujilí

figura 31

Distribución de la planta que se ubicará en el cantón de Pujilí



CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio de las organizaciones se ha caracterizado por una orientación técnico, instrumental y prescriptiva, relegando los problemas organizacionales a factores que se deben resolver bajo el criterio de la eficiencia y la productividad. A raíz de esto, se ha configurado históricamente un isomorfismo organizacional en torno a un solo eje, la eficiencia de la empresa: "La empresa se convierte en el punto de referencia de la organización, y su lenguaje, métodos, herramientas y técnicas contaminan cada vez más el mundo organizacional" (Garcés Uribe, 2020, pág. 23)

5.1 Aspectos generales

Se puede explicar como un proceso de planteamiento, ejecución y control, de comienzo a fin, destinados a conseguir un objetivo final en un periodo definido, con un presupuesto y grado de calidad, por medio de la movilización de recursos técnicos, financieros y humanos.

La empresa AMABEL empezó sus actividades en el año 2015, su propietaria es la señora Maricela Margoth Chafla Pérez, es contribuyente Persona Natural, la actividad económica principal es Cultivo de flores, incluida la producción de flores cortadas y capullos.

Constitución de la empresa

Ruc: 0201434263001

Nombre: AMABEL

Actividad:

Representante legal: Maricela Margot Chafla Pérez

Dirección: Cotopaxi / Pujilí / Barrio Patoa de Quevedo

Razón social: AMABEL

Logotipo

figura 32

Logotipo de la nueva línea de productos de la empresa AMABEL



Slogan

“Innovamos para cultivar su futuro”

5.2 Diseño organizacional

El diseño de una organización orientada al cliente empieza por fijar y comprender el contenido de cada uno de sus componentes críticos, en términos de los recursos y capacidades de la firma y las relaciones entre ellos. Esto implica entender la organización como un sistema en donde los enlaces se tornan críticos para el fortalecimiento de las ventajas competitivas y el alto desempeño (Barrera Duque, 2013, pág. 269)

5.2.1 Niveles jerárquicos

El primer criterio para determinar qué modelo implementar es el nivel jerárquico de la estructura al que se aplicará la gestión por competencias. Según el nivel de que se trate, cada uno de los modelos adquiere su mayor efectividad en las diferentes capas o estamentos jerárquicos de la estructura organizacional (Saracho, 2005, pág. 67)

Alta dirección

Se entienden como tales a aquellos trabajadores que ejercitan poderes inherentes a la titularidad jurídica de la empresa, y relativos a los objetivos generales de la misma con autonomía y plena responsabilidad, sólo limitados por los criterios e instrucciones directas emanadas de la persona o de los órganos superiores de gobierno y administración de la entidad que respectivamente ocupe aquella titularidad. De esta forma, como personal de alta dirección en las sociedades, y a la vista de la definición

referenciada, básicamente encontramos al director general, al gerente o cargos similares (Ortega Figueiral, 2008, pág. 520)

La empresa AMABEL cuenta con el Gerente General dentro de los niveles jerárquicos

Nivel auxiliar

La empresa AMABEL para el centro de distribución deberá extender un puesto más de una secretaria para que tenga el control de todas las actividades a realizar y precautelar el orden.

Directivo medio

Los directivos medios se enfocan en tener comunicación con los directivos de primera línea y la alta dirección, el cual interviene como puntos de conexión entre ambos mandos además su principal característica es que sus superiores como sus subordinados directos son directivos (Pérez Gómez, 2011). La empresa AMABEL dentro de su estructura organizacional cuenta con los diferentes directivos como:

Jefe de producción

Abel Recalde

Jefe Postcosecha

Abel Recalde

5.2.2 Misión

La misión refleja su intención de satisfacer las necesidades de los consumidores, puede ser modificada con el paso del tiempo como consecuencia de los cambios que acontecen en el entorno y en la misma empresa, en cualquier caso, se entiende como una declaración de intenciones (Rodríguez Ardura et al, 2011, pág. 58)

Misión de la empresa AMABEL

Ser una empresa dedicada a la producción de plantas y venta de clavel y rosas que cumple con estándares de calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

5.2.3 Visión

El punto de comienzo para articular la jerarquía de metas de una empresa es la visión de una compañía, que podíamos definir como la declaración que determina dónde

queremos llegar en el futuro. Una visión puede o no puede tener éxito, depende de si el resto sucede según la estrategia de la empresa (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005, pág. 21).

Visión de la empresa AMABEL

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de plantas en el mercado brindando un producto de calidad por medio de trabajo en equipo y optimización continua

5.2.4 Valores

Los valores son las creencias del individuo o del grupo acerca de lo que consideran importante en la vida, tanto en aspectos éticos como en los que no lo son. Se adquieren a la más temprana edad con procesos de socialización y se amplían con educación y acceso a medios (Fresno Chávez, 2018, pág. 12)

Matriz Axiológica

Tabla 50

Matriz Axiológica de la empresa AMABEL

Principios y Valores	Grupos de referencia		
	Proveedores	Clientes	Empleados
Calidad			X
Respeto	X	X	X
Lealtad	X	X	X
Trabajo en equipo			X
Responsabilidad social		X	X

- **Calidad:** Adoptar un compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente, esforzándonos por lograr una mejora continua en todas las áreas de trabajo.
- **Respeto:** Relacionarnos con nuestros clientes, colaboradores y proveedores de manera armónica, favoreciendo el dialogo y generando un sentido de pertenencia.

- **Lealtad:** Crear condiciones óptimas de trabajo, de manera que nuestros trabajadores alcancen un buen desempeño organizacional a partir de la alineación de objetivos personales y profesionales que generen un sentido de pertenencia hacia la empresa.
- **Trabajo en equipo:** Integrar a todos los miembros que son parte de la empresa, haciéndolos partícipes de las decisiones, promoviendo mejores resultados.
- **Responsabilidad social:** Acompañamiento a nuestros colaboradores de manera que se estimule su crecimiento dentro del mercado.

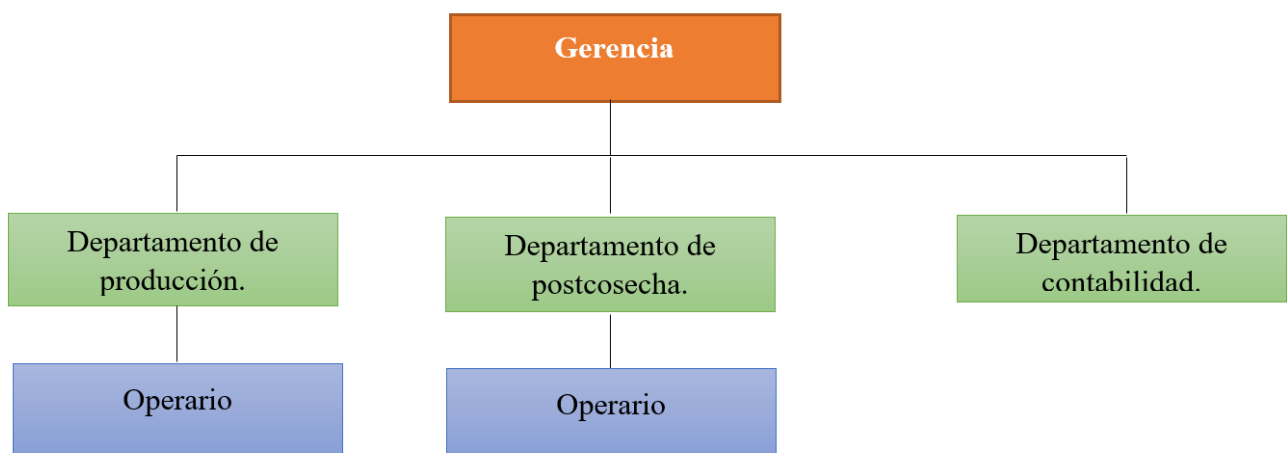
5.3 Estructura Organizativa

Los organigramas son la representación gráfica de una organización. También se llaman cartas o gráficas de organización. Se utilizan para indicar, además de la línea jerárquica, las relaciones de autoridad y responsabilidad, la división de funciones, los canales de autoridad y de comunicación y las relaciones existentes entre los diferentes departamentos o secciones de la empresa (Fernández Verde & Fernández Rico, 2010, pág. 13).

A continuación, se detalla el organigrama estructural establecido por la empresa AMABEL

figura 33

Organigrama estructural de la empresa AMABEL



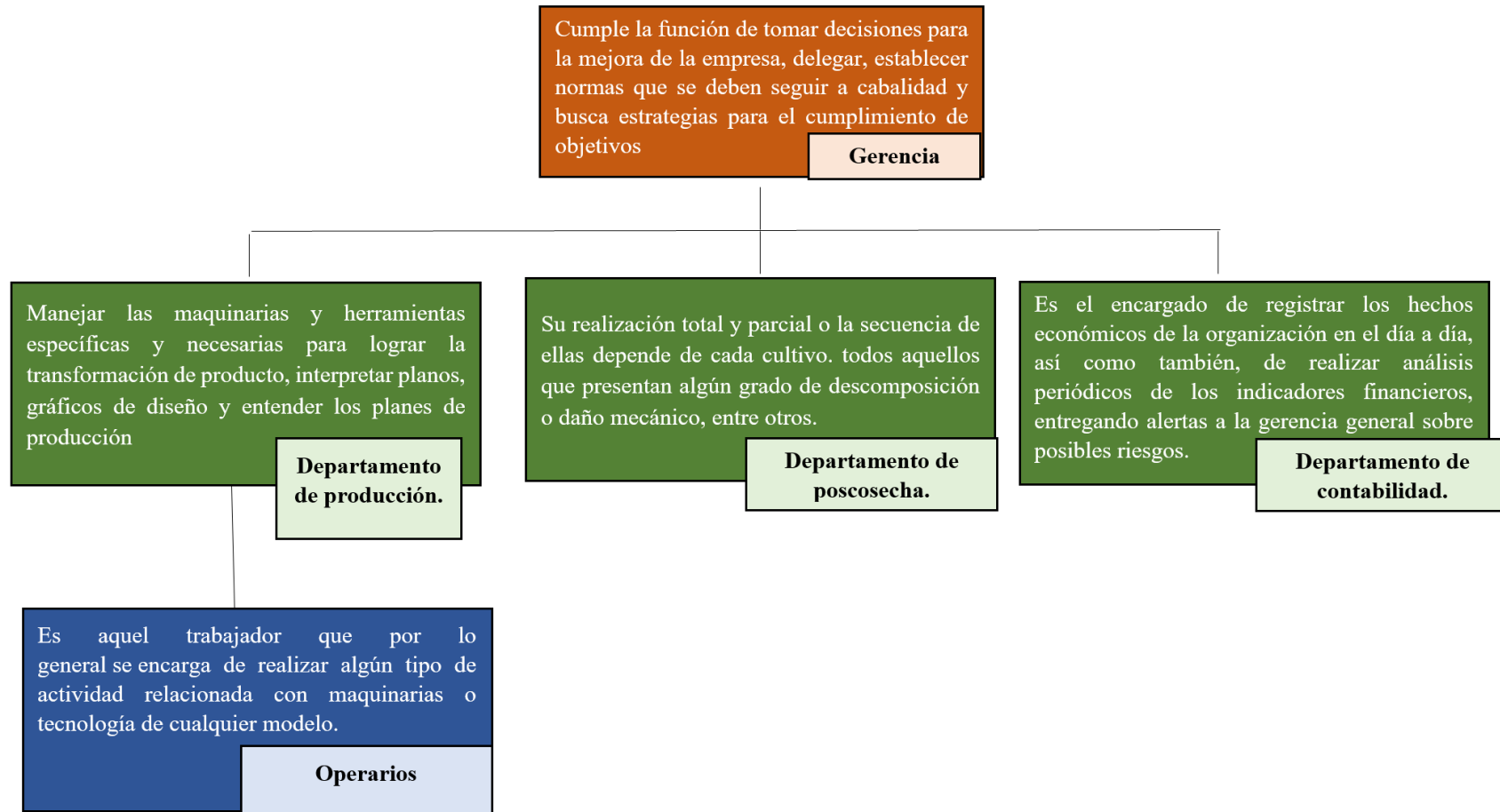
5.4 Estructura funcional

Una de las principales fases del plan estratégico de actuación es la organización de los recursos humanos. En primer lugar, se establece el organigrama funcional que determina las diferentes funciones ejercidas por el personal que interviene en el programa, su jerarquía y sus vías de comunicación (Orts Delgado, 2005, pág. 193)

A continuación, se detalla el organigrama funcional establecido por la empresa AMABEL:

figura 34

Organigrama funcional de la empresa AMABEL



5.5 Manual de funciones

Un manual de funciones es un documento donde se detallan las actividades; un proceso que consiste en enumerar las tareas o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la empresa, es la enumeración detallada de las funciones del cargo que hace el ocupante, la prioridad de la ejecución y los objetivos del cargo (Pérez Barionuevo & Villafuerte Burgos, 2018, pág. 21)

- Realizar el análisis de los cargos para establecer las funciones desempeñadas por cada uno de los integrantes de la empresa, nivel de responsabilidad y compromiso.
- Construir el manual de funciones e identificar los diferentes procesos que se desarrollan dentro de la organización.
- Dirigir, planificar, organizar y controlar la gestión contable de la empresa
- Establecer claramente las funciones básicas y las responsabilidades que corresponde desempeñar a cada dependencia,

La empresa AMABEL para su cartera de productos deberá aplicar nuevas funciones para la secretaria para que tenga el control de todas las actividades a realizar y precautelar el orden.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Un estudio financiero permite identificar los aspectos económicos que muestran las condiciones en que operara la empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones gerenciales, económicas y financieras en la actividad empresarial (Rosillón, 2009, p.607).

Así también, el objetivo del estudio financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan el Estudio Técnico y de Mercado, posteriormente se elabora cuadros de datos que sirven de base para la evaluación financiera (Salinas, 2008, p.5).

El estudio financiero se puede considerar como una herramienta para determinar la rentabilidad que se puede obtener a través de la inversión que se realizará para efectuar un proyecto, para este estudio se plasman los datos monetarios acerca de la creación de un enraizador para la comercialización de plantas y conocer si es viable el proyecto.

6.1 Inversión en activos fijos tangibles

Las inversiones en activos fijos son aquellas que son realizadas en los bienes tangibles y que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto, se debe tomar en cuenta que de los activos fijos forman parte los terrenos, las obras civiles, maquinarias, equipamientos, instrumentos e infraestructura (Riquelme, 2019, p.1).

Para llevar a cabo un proyecto es necesario adquirir bienes tangibles, pues son necesarios para realizar para el funcionamiento de los procesos en las empresas. A continuación, se detalla los activos tangibles de la microempresa AMABEL.

Terrenos

Parcelas de propiedad de la empresa, donde se encuentren o no la fábrica, oficina, bodega, etc. Y otras unidades auxiliares de la empresa (Moreno, 2017).

Para este proyecto es necesario la adquisición de un terreno para la construcción del enraizador, a través de la aplicación de la matriz de ponderación se escogió adquirir el bien que consta de 1562,61 metros cuadrados en el Barrio Patoa de Quevedo, por lo que se muestra el detalle a continuación.

Tabla 51

Terrenos

Descripción	Cantidad Anual	Precio Unitario	Total
Terreno	1	\$3.000,00	\$ 3.000,00
Total			\$ 3.000,00

Nota. Datos obtenidos a través de escritura de Compraventa Notaria segunda a cargo de Lic. Edita Medina (2022).

Invernaderos

Los invernaderos pueden ser estructuras altamente tecnificadas, son activos fijos tangibles que poseen las empresas las cuales su actividad es el cultivo de productos (Díaz, 2013, p.11).

Se considera al invernadero como uno de los activos tangibles importantes para el desarrollo de este proyecto, este invernadero cuenta de 500 metros cuadrados, 84 metros cuadrados corresponde para el enraizador y 322 metros cuadrados para el cultivo de plantas madre, a continuación se detalla la información.

Tabla 52

Invernaderos

Descripción	Cantidad Anual	Precio Unitario	Total
Invernadero	1	\$1.529,00	\$ 1.529,00
Total			\$ 1.529,00

Nota. Datos obtenidos a través de la proforma proporcionada por cerrajería Pazmiño (2022).

Maquinaria

La maquinaria es el conjunto de activos tangibles de los que dispone una empresa, para la fabricación de productos o para ejecutar actividades específicas dentro del desarrollo de los procesos operacionales (Fullana & Paredes, 2008, p.15). La Microempresa AMABEL para este proyecto necesitará de maquinaria para producir las plantas de clavel.

Tabla 53

Maquinaria

Descripción	Cantidad		Total
	Anual	Precio Unitario	
Bomba de riego pequeña	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Bomba de riego grande	1	\$ -	\$ -
Total			\$ 220,00

Nota. Datos obtenidos a través de la plataforma de ventas ecuador (2022).

Equipos de computo

Es todo equipo adquirido por la empresa para realizar labores administrativas, estos pueden ser monitores, computadoras, impresoras (Martinez, Briseida y Liuba, 2012, p.23). Para poder realizar las labores administrativas la microempresa deberá adquirir equipos de computo ya que estas actividades son parte primordial de la empresa, a continuacion se detalla los equipos de computo necesarios.

Tabla 54

Equipos de computo

Descripción	Cantidad anual	Precio unitario	Total
Laptop	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Impresora	1	\$ 225,00	\$ 225,00
Total			\$ 775,00

Nota. Obtenido de proformas TEKBOSS y Artefacta (2022).

Muebles y Enseres

Es todo el mobiliario que utiliza la compañía para realizar sus actividades y se consideran un activo fijo (Cabrera, 2014, p.18). Para el desarrollo de las funciones dentro del departamento administrativo es necesario disponer de muebles y enseres, es por esto que se considera necesario la adquisición de estos activos tangibles que se presenta a continuación.

Tabla 55

Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad anual	Precio unitario	Total
Escritorio	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Sillas	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Archivador	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Total			\$ 215,00

Nota. Datos obtenidos de proforma VICYEP, DICOECC Y Tmodulares (2022).

Total Activo Fijo

Para la ejecución del proyecto de la creación de un enraizador para la comercialización de plantas se presenta en la siguiente tabla los activos tangibles de los que dispone la Microempresa.

Tabla 56

Activos fijos tangibles

ACTIVO FIJO O TANGIBLE	
Terreno	\$ 3.000,00
Invernadero	\$ 1.529,00
Maquinaria	\$ 220,00
Equipos de computo	\$ 775,00
Muebles y Enseres	\$ 215,00
Total	\$ 5.739,00

Nota. Datos obtenidos a través del cálculo realizado para obtener el total de los Activos Fijos.

6.2 Inversión en Activos Intangibles

Los activos intangibles son aquellos identificables, sin sustancia física, utilizados para la producción o abastecimiento de bienes, prestación de servicios o para propósitos administrativos que generarán beneficios económicos futuros controlados por la entidad, aportando beneficios específicos, reduciendo costos o aumentando los ingresos futuros (Cataño, 2014, p.46).

Los activos intangibles no pueden ser percibidos pues no tienen una forma o son algo material, pero permite desarrollar las actividades empresariales para obtener un beneficio económico, por lo cual a continuación se detalla los activos intangibles que posee la microempresa AMABEL.

Tabla 57

Activos Intangibles

Descripción	Cantidad anual	Precio unitario	Total
Impuesto Predial	1	\$3	\$3
Registro de marca	1	\$208	\$208
Total			\$211

Nota. Datos obtenidos de SENADI, GAD MUNICIPAL DE PUJILI y el cálculo realizado para obtener el total de activos diferidos(2022).

6.3 Inversión de capital de trabajo

6.3.1 Activo circulante

Activo circulante es la expresión material del financiamiento propio y/o ajeno utilizado para conformar la estructura económica corriente de una organización (Hernández, Espinosa, & Salazar, 2014).

El activo circulante, es también conocido como activo corriente o líquido, el cual puede ser vendido con rapidez, en economía existen distintos tipos de activos, entre ellos se encuentra el activo corriente o circulante, que puede ser fácilmente vendido ya que no comporta un costo negativo (Sosa, 2015, p.1).

Caja

La cuenta Caja pertenece al Activo Corriente y es dinero representado por las monedas, los billetes y los cheques a la vista, en moneda nacional y extranjera, que posee la empresa en un momento determinado y que es de disponibilidad inmediata (Bustos, 2016, p.9).

Bancos

Es una cuenta del Activo corriente que registra el valor de los depósitos realizados por la empresa en moneda nacional y extranjera, en bancos del país o del exterior. Además,

controla el movimiento de valores monetarios que se retiran de instituciones bancarias relacionadas (Bustos, 2016, p.9).

La Microempresa AMABEL dispone de \$7.000,00 en efectivo para poder llevar a cabo la creación del enraizador para la comercialización de plantas de clavel

Inventarios

Inventarios son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso ordinario de un negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. Los inventarios comprenden, además de las materias primas, productos en proceso y productos terminados o mercancías para la venta (Pacheco & Rivera, 2010, p.18). Para determinar el inventario de la microempresa Amabel se utiliza la siguiente fórmula:

$$LE = \frac{\sqrt{2 * F * U}}{C * P}$$

Donde:

2: Constante

F: Transporte y estibaje

U: Consumo anual de unidades de materia prima

C: Tasa de interés pasiva 6,1%

P: Precio unitario de compra

$$LE = \frac{\sqrt{2*10*10000}}{0,061*0,40}$$

$$LE = \frac{\sqrt{200.000}}{0,0244}$$

$$LE = 2.862,99 * 0,40$$

$$LE = 1.145,20 \text{ inventario en dólares}$$

Análisis:

El lote óptimo de producción que determina la proporción igualitaria entre los costos de aumento y disminución con el volumen del inventario, a través de los cálculos realizados se establece que el inventario en dólares es de \$ 1.145,20 para este proyecto.

Cuentas por cobrar

Las Cuentas por Cobrar no es más que la extensión de un crédito comercial a los clientes por un tiempo prudencial; en la mayoría de los casos, es un instrumento utilizado por la mercadotecnia para promover las ventas y por ende las utilidades (Gómez, 2007, p.3). Por esta razón al realizar el cálculo de las cuentas por cobrar se determinó que la microempresa deberá recuperar su cartera en un periodo promedio de recuperación de 20 días.

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ventas Anuales}}{360} * \text{período promedio de recuperación}$$

$$CXC = \frac{29.400,00}{360} * 20$$

$$CXC = 81,67 * 20$$

$$CXC = \mathbf{1.633,33}$$

Una vez realizado este cálculo se detalla la tabla del Activo corriente y sus respectivas cuentas:

Tabla 58

Activo corriente

ACTIVO CORRIENTE	
Caja	\$7.000,00
Bancos	
Inventario	\$1.145,20
Cuentas por cobrar	\$1.633,33
TOTAL	\$9.778,53

Nota. Datos obtenidos a través del cálculo realizado para obtener los activos totales corrientes(2022).

Análisis:

El activo corriente está compuesto por la cuenta Caja en la cual se refleja \$7.000,00, es lo que la microempresa esta dispuesta a invertir en el proyecto, la cuenta Bancos al momento esta representada con valor \$0 en vista de que el préstamo solicitado de \$5.000,00 aún no ha sido otorgado, también se encuentra la cuenta Inventario en la que se refleja \$1.145,20 y por último Cuentas por Cobrar con un valor de \$9.778,53 con un periodo de recuperacion promedio de 20 días.

6.3.2 Pasivo Circulante

Lo constituyen las deudas y obligaciones a cargo de la entidad, cuyo vencimiento sea en un plazo menor de un año, o menor al de su ciclo financiero a corto plazo; su principal característica es su mayor grado de exigibilidad (Pereira, y otros, 2011, p.24). Para determinar el pasivo circulante se lo realiza aplicando la siguiente fórmula:

$$**Tasa Circulante** = \frac{\textit{Activo Circulante}}{\textit{Pasivo Circulante}}$$

Donde:

TC: 2,5

AC: 9.778,53

PC:?

$$PC = \frac{9.778,53}{2,5}$$

$$**PC = 3.911,41**$$

Análisis:

El Pasivo Circulante se determino a traves de la aplicación de la fórmula reemplazando los datos, en los cuales el 2,5 corresponde a la tasa circulante obtenida de los datos del Banco Central del Ecuador, el activo corriente corresponde a la tabla anterior con un valor de 9.778,53 obteniendo asi el PC de \$3.911,41.

6.3.3 Capital de trabajo

Capital de trabajo es la cantidad de efectivo requerida para financiar el ciclo operativo de la empresa, o también, la disponibilidad de activos de rápida conversión en efectivo para cubrir un ciclo operativo de la empresa (Angulo, 2016, p.55). Por esta razón se aplica la fórmula del Capital de Trabajo y determinar el valor de este para la microempresa AMABEL.

$$\textit{Capital de Trabajo} = \textit{Activo Corriente} - \textit{Pasivo Corriente}$$

$$CP = 9.778,53 - 3.911,41$$

$$CP = 5.867,12$$

Análisis:

Para la creación del enraizador para la comercialización de plantas de clavel en la Microempresa AMABEL se requiere un capital de trabajo de \$5.867,12 para producir y comercializar el producto, para conocer el periodo de recuperación del Capital de trabajo se tendrá en cuenta las ventas del primer año con un valor de \$32.413,50, los costos de producción de \$18.646,44, gastos administrativos de 6.849,88, gastos financieros de \$669,05 y gastos de ventas de \$123,48, a través de los cálculos se determina que el capital de trabajo se recuperará en el periodo de dos meses ya la producción y comercialización de plantas tarda ese tiempo y las ventas en este periodo ascienden a \$5.402,25.

6.4 Resumen de inversiones

$$\textit{Inversión Inicial} = \textit{Activo Fijo} + \textit{Activo Diferido} + \textit{Capital de Trabajo}$$

$$\textit{Inversión Inicial} = 5.739,00 + 211,00 + 5.867,12$$

$$\textit{Total Inversión Inicial} = 11.817,12$$

Análisis:

A través del cálculo con la fórmula se determina que la Microempresa AMABEL para el proyecto necesita una inversión inicial de \$11.817,12, dinero que será destinado para la producción y comercialización del producto.

6.5 Financiamiento

El financiamiento para este proyecto está conformado por el capital propio de la Microempresa AMABEL que corresponde al 58%, así también el préstamo que será

otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo que ofrece un porcentaje de interés del 18% con un periodo de duración de 3 años y representa el 14% de financiamiento para poder efectuar el proyecto.

Tabla 59

Financiamiento

Financiamiento	Monto	% de aceptación
Capital Propio	\$6.817,12	58%
Préstamo	\$5.000,00	42%
Total	\$11.817,12	100%

Nota. Datos obtenidos a través del cálculo realizado para obtener el financiamiento inicial para el proyecto (2022).

6.6 Plan de inversiones

Los cálculos realizados anteriormente han permitido determinar el plan de inversiones correspondiente para la creación de un enraizador para la comercialización de plantas de clavel, la inversión y financiamiento se la presenta a continuación:

Tabla 60

Plan de inversiones

INVERSIÓN	MONTO	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL
ACTIVO TANGIBLE	\$5.739,00	49%
ACTIVO DIFERIDO	\$211,00	2%
CAPITAL DE TRABAJO	\$5.867,12	50%
TOTAL INVERSIÓN	\$11.817,12	100%
CAPITAL PROPIO	\$6.817,12	58%
PRÉSTAMO	\$5.000,00	42%
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$11.817,12	100%

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado para obtener el plan de inversiones para el proyecto (2022).

Análisis:

Para el proyecto de la creación de un enraizador para la comercialización de plantas se invertirá el 49% en Activos Fijos siendo \$5.739,00, el 2% corresponde a los activos fijos

con un valor de \$211,00, y un capital de trabajo de \$5.867,12 que corresponde al 50% y el préstamo que otorgará la entidad financiera Chibuleo que corresponde al 42%.

6.7 Presupuesto de Costos e Ingresos

6.7.1 Costos de Producción

Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados, son tres elementos los que integran el costo de producción: materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos (García, 2012, p.10).

Materia prima

Tabla 61

Materia prima

Descripción	Cantidad de plantas Anual	Unidad de medida	Precio Unitario	Total
Plantas madre de clavel	10000	Unidades	\$0,40	\$4.000
Total				\$4.000

Nota. Datos Obtenidos de Proforma Flores la Unión y mediante el cálculo realizado para obtener la cantidad total que se necesita para la producción de plantas (2022).

Insumos

Tabla 62

Insumos

Descripción	Cantidad para enraizar 40000esquejes	Unidad de medida	Cantidad Anual	Precio Unitario	Total
Agroiba	7	Gr	42	\$0,60	\$ 25,20
Alcohol	500	ml	3	\$1,50	\$ 4,50
Agua destilada	500	ml	3	\$0,50	\$ 1,50
Vitabax	5	ml	6	\$0,05	\$ 0,30
Cascajo	8	m3	1	\$90,00	\$ 90,00
Total					\$ 121,50

Nota. Datos obtenidos de Proformas y mediante el cálculo realizado para obtener la cantidad total de insumos para la producción de plantas (2022).

Materiales Indirectos

Tabla 63

Materiales indirectos

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Total
Cartones para planta	160	Unidad	0,15	\$ 24,00
Fundas plásticas	4800	Unidad	0,04	\$ 192,00
Total				\$ 216,00

Nota. Datos obtenidos mediante el calculo realizado para obtener la cantidad total de materiales indirectos de fabricación para la produccion de plantas de clavel (2022).

Depreciación

La depreciación es el método de asignación del costo depreciable (costo de adquisición menos valor de salvamento) de un activo a través de su vida de servicio. Un activo alcanza el fin de su vida de servicio debido al deterioro físico y daño o debido a la obsolescencia técnica (Ijiri & Kaplan, 2007, p.171).

Para calcular la depreciación de los activos fijos se debe tener en cuenta el porcentaje para cada cuenta y el tiempo de vida útil, el cálculo se lo hizo dividiendo el valor del activo fijo para el porcentaje de depreciación.

Tabla 64

Depreciación

Activos tangibles o fijos	Valor	Porcentaje	Depreciación
Bomba de riego	220,00	10,00%	22,00
Invernadero	1.529,00	20,00%	305,80
TOTAL	1.749,00		327,80

Nota. Datos obtenidos a través del cálculo realizado para obtener la depreciación de activos tangibles (2022).

Tabla 65

Activos fijos

Activos tangibles o fijos	Valor	Porcentaje	Depreciación
Equipo de computo	\$775,00	33,00%	\$258,33
Muebles y enseres	\$215,00	10,00%	\$21,50
TOTAL	\$990,00		\$279,83

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado para obtener la depreciación de los activos tangibles (2022).

Amortización

Para reconocer la contribución de los activos intangibles a la generación del ingreso, se deben amortizar de manera sistemática durante su vida útil. Ésta se debe determinar tomando el lapso que fuere menor entre el tiempo estimado de su explotación y la duración de su amparo legal o contractual (Soto, Salazar, & Galvis, 2006, p.94).

Para los activos intangibles también se aplica el porcentaje de depreciación y se lo divide para los 5 años que se amortiza el activo diferido.

Tabla 66

Amortización

Activos intangibles o diferidos	Valor	Porcentaje	Amortización
Registro de marca	\$208	20%	\$20,8
Total			\$20,8

Nota. Datos obtenidos mediante el calculo realizado para obtener la amortizacion de los activos intangibles (2022).

Mantenimiento de Maquinaria

Tabla 67

Mantenimiento de maquinaria

Descripción	Total Maquinaria Y Equipo	Costo Total
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$ 220,00	\$11
Total		\$11

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado a través del total de maquinaria y equipo con un 5% para el costo total del mantenimiento (2022).

Mano de obra directa

Tabla 68

Mano de obra directa

Descripción	Operarios	Sueldo mensual	Sueldo anual
Operarios	1	\$212, 50	\$ 2.550,00
Total			\$ 2.550,00

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado a través de la mano de obra directa en relacion al sueldo anual y mensual a recibir (2022).

Mano de obra indirecta

Tabla 69

Mano de obra indirecta

Descripción	Cantidad Anual	Sueldo mensual	Sueldo anual
Jefe de Producción	1	\$212,50	\$ 2.550,00
Total			\$ 2.550,00

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado a través de la mano de obra indirecta en relacion al sueldo anual y mensual a recibir (2022).

Servicio Básicos

Tabla 70

Servicios básicos

Descripción	Unidad de medida	Consumo mensual	Consumo anual	Valor Unitario	Valor Anual
Energía					
Eléctrica	kW/h	74	888	0,069	\$61,272
Agua					
Potable	m3	78	936	0,11	\$102,96

Total	\$164,232
--------------	-----------

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado de los servicios básicos mediante ELEPCO S.A. Y EPAA-AA (2022).

A continuación se detalla todos los costos de producción que tendrá la Microempresa AMABEL para la producción de plantas:

Tabla 71

Costos de producción

Costos de Producción	
Materia Prima	\$4.000,00
Insumos	\$121,50
Materiales Indirectos de fabricación	\$216,00
Mano de obra directa	\$6.640,20
Mano de obra indirecta	\$6.640,20
Cargos de depreciación	\$ 327,80
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$11,00
Servicios Básicos	\$164,232
Total Costos de Producción	\$18.120,93

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado del total de los costos de producción de la Microempresa AMABEL (2022).

6.7.2 Gastos Administrativos

Son aquellos gastos operacionales, que se despliegan en el desarrollo del objeto social de la organización y que incluyen básicamente desembolsos relacionados con la gestión administrativa encaminada a los procesos de dirección, planeación, organización, así como las actividades ejecutivas (Moscoso & Apaza, 2020, p.15).

Los gastos administrativos de la Microempresa Amabel están compuestos por los salarios del personal administrativo que estará a cargo de estas operaciones, también se toma en cuenta los servicios básicos, suministros, por esta razón a continuación se presenta a través de tablas todos los gastos:

Servicios básico

Tabla 72

Servicios básicos

Descripción	Unidad de medida	Consumo mensual	Consumo anual	Valor Unitario	Valor Anual
Internet	Megas	5	60	2,34	\$140,40
TOTAL					\$140,40

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado de servicios básicos y datos obtenidos de CNT (2022).

Sueldos administrativos

Tabla 73

Sueldos administrativos

Descripción	Cantidad anual	Sueldo mensual	Sueldo anual
Sueldo Gerente		1 212,50	2.550,00
Sueldo Auxiliar Contabilidad		1 212,50	2.550,00
TOTAL			5.100,00

Nota. Datos Obtenidos mediante el cálculo de sueldos para empleados del departamento administrativo (2022).

Suministro de Oficina

Tabla 74

Suministros de oficina

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Precio Unitario	Precio Total
Tinta de Impresora Epson L-355	4	Unidad	\$5,00	\$20,00
Resmas de papel	1	Unidad	\$2,50	\$2,50
Archivador	2	Unidad	\$2,00	\$4,00
Separador de Hojas	1	Unidad	0,90	0,90
Corrector liquido	1	Unidad	0,56	0,56

Esfero punta fina	6	Unidad	0,16	0,96
Total				\$28,92

Nota. Datos obtenidos a través de librería Pujilí (2022).

Suministros de Aseo

Tabla 75

Suministros de aseo

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Precio Unitario	Precio Total
Desinfectante de pisos	1	Unidad	1,00	1,00
Trapeadores	1	Unidad	1,00	1,00
Escobas	1	Unidad	1,00	1,00
Fundas de Basura	25	Unidad	0,20	5,00
Recogedores de basura	1	Unidad	1,95	1,95
TOTAL				\$9,95

Nota. Datos obtenidos a través de BOOM Limieza Pujilí (2022).

Total Gastos Administrativos

Tabla 76

Gastos administrativos

Gastos Administrativos	
Suministros de Oficina	\$ 28,92
Suministros de Aseo	\$ 9,95
Servicios Básicos	\$ 140,40
Sueldos y Salarios	\$ 6.197,73
Depreciación	\$ 279,83
Total	\$ 6.656,84

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo realizado para obtener el total de los gastos administrativos (2022).

6.7.3 Costos de Venta

Estima los gastos de venta que se producirán en el período. Los gastos de venta son los costos relacionados con la comercialización y la venta de un producto a los clientes. Estos

gastos generalmente incluyen exhibiciones de tiendas, letreros, campañas publicitarias y costos de envío a los clientes (Ricardo, 2017, p.3).

Tabla 77

Costos de venta

Costo de Venta				
Publicidad	Valor Unitario	Cantidad	Cantidad Anual	Costo Total
Instagram	5	2	10	60
Facebook	5	2	10	60
Total				120

Nota. Datos obtenidos mediante el cálculo de costos de venta (2022).

6.7.4 Gastos Financieros

Costo incidente al financiamiento de una empresa, a diferencia de uno aplicable directamente a las operaciones. Ejemplos: Intereses sobre adeudos; descuento sobre bonos amortizado (Kolher, 2022, p.1).

Tabla 78

Gastos financieros

Costos Financieros	
Interés por préstamo tasa activa referencial del 18%	\$ 1.271,45

Nota. Datos obtenidos a través de la Cooperativa de ahorro y crédito Chibuleo (2022).

Total Costo Financiero

A continuación se presenta la tabla de valores totales de los gastos financieros del interés del préstamo realizado en la Cooperativa de ahorro y crédito Chibuleo para el desarrollo del proyecto.

Tabla 79

Costo financiero

Costos Financieros	
Total interés préstamo bancario	\$1.271,45

Nota. Datos obtenidos a través de la Cooperativa de ahorro y crédito Chibuleo (2022).

Resumen del presupuesto de Costos

Tabla 80

Costos totales

COSTOS TOTALES	
Costos de Producción	\$ 18.120,93
Materia prima	\$ 4.000,00
Insumos	\$ 121,50
Materiales Indirectos de Fabricación	\$ 216,00
Mano de Obra directa	\$ 6.640,20
Mano de Obra Indirecta	\$ 6.640,20
Cargos de Depreciación	\$ 327,80
Servicios Básicos	\$ 164,23
Mantenimiento de Máquinaria y Equipos	\$ 11,00
Gastos Administrativos	\$ 6.656,84
Suministros de Oficina	\$ 28,92
Suministros de Aseo	\$ 9,95
Servicios Básicos	\$ 140,40
Sueldos y Salarios	\$ 6.197,73
Depreciación	\$ 279,83
Gastos de Ventas	\$120
Publicidad y Promoción	\$120
Gastos Financieros	\$ 669,05
Interés	\$ 669,05
Total	\$ 25.566,82

Nota. Datos obtenidos a través de los calculos realizados para cada gasto (2022).

6.7.5 Situación financiera actual

El estado de situación financiera o balance general es el estado financiero que presenta la situación financiera de una entidad. Entendiendo ésta como la relación existente entre el activo, el pasivo y el patrimonio de la entidad a una fecha determinada (Marcotrigiano, 2010, p.72).

A continuación, se presenta el Balance General de la microempresa AMABEL.

Tabla 81

Balance general de la empresa

MICROEMPRESA AMABEL			
BALANCE GENERAL			
ACTIVOS			PASIVOS
CORRIENTES		\$6.778,53	CORRIENTES
Caja	\$ 4.000,00		\$ (2.739,00)
Bancos			Proveedores
Inventario	\$1.145,20		Interés por pagar
Cuentas por cobrar	\$1.633,33		15% Participación
			trabajadores
			\$ (675,33)
			2% Impuesto a la Renta
			por pagar
			\$ (76,54)
FIJOS		\$5.411,20	NO CORRIENTE
Terreno	\$ 3.000,00		\$ -
Invernadero	\$1.529,00		Préstamo por pagar
			Interés por pagar (24
			meses)
Maquinaria y Equipo	\$220,00		
Equipo de computo	\$775,00		TOTAL PASIVOS
Muebles y enseres	\$215,00		\$ (3.490,87)
(-) Depreciación			
acumulada	-\$327,80		
DIFERIDO		231,80	PATRIMONIO
Impuesto Predial	\$3,00		Capital
Registro de marca	\$208,00		\$ (5.180,30)
			Utilidad del ejercicio
			\$ (3.750,36)
(-) Amortización			TOTAL
acumulada neta	\$20,80		PATRIMONIO
			\$ (8.930,66)
TOTAL ACTIVOS		\$12.421,53	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO
			\$(12.421,53)

6.7.6 Situación financiera proyectada

La proyección del estado de situación financiera proyectada se lo realizó aplicando la tasa de inflación acumulada del mes de junio de 2022 de 2,90%, esto se lo proyecta para los 5 años futuros a realizarse el proyecto.

Tabla 82

Situación financiera proyectada

MICROEMPRESA AMABEL				
BALANCE GENERAL				
ACTIVOS			PASIVOS	
CORRIENTES		\$6.975,11	CORRIENTES	
Caja	\$ 4.116,00		Proveedores	-\$2.818,43
Bancos			Interés por pagar	
Inventario	\$1.178,41		15% Participación	-\$694,92
			trabajadores	
Cuentas por cobrar	\$1.680,70		2% Impuesto a la Renta	-\$78,76
			por pagar	
FIJOS		\$5.568,12	NO CORRIENTE	\$ -
Terreno	\$ 3.087,00		Préstamo por pagar	
Invernadero	\$1.573,34		Interés por pagar (24	
			meses)	
Maquinaria y Equipo	\$226,38		TOTAL PASIVOS	\$ (3.529,11)
Equipo de computo	\$797,48			
Muebles y enseres	\$221,24			
(-) Depreciación				
acumulada	-\$337,31			
DIFERIDO		\$238,52	PATRIMONIO	
Impuesto Predial	\$3,09		Capital	-\$5330,53
Registro de marca	\$214,03		Utilidad del ejercicio	-\$3.859,12
			TOTAL	
(-) Amortización			PATRIMONIO	\$9.189,65
acumulada neta	\$21,40			
TOTAL ACTIVOS		\$12.782,75	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$(12.781,75)

6.7.7 Presupuesto de ingresos

Para el cálculo de presupuestos de ingresos para la creación de un enraizador para la comercialización de plantas de clavel en la Microempresa AMABEL, se multiplica la Demanda Potencial Insatisfecha (DPI) real por el precio de venta establecido a través de los cálculos obtenidos anteriormente obteniendo los siguientes Ingresos Anuales:

Tabla 83

Ingresos brutos

Ingresos Brutos			
Año	DPI real	Precio por unidad de planta	Ingresos Brutos
2022	168000	0,175	29.400,00
2023	180000	0,180	32.413,50
2024	192000	0,185	35.577,06
2025	204000	0,191	38.896,84
2026	216000	0,196	42.379,25
2027	240000	0,202	48.453,61

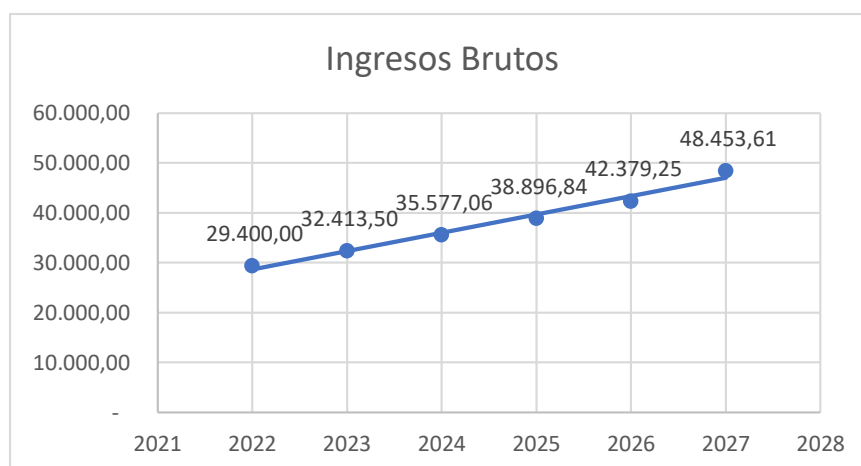
Nota. Datos obtenidos a través de los ingresos brutos con relación al DPI real y el precio de venta de la planta (2022).

Análisis:

La microempresa AMABEL obtiene Ingresos Brutos de \$29.400,00 en el año 2022 con una tasa de inflación del 2,90%, con precio unitario por planta de 0,17 ctvs, y para los Ingresos Brutos proyectados para el año 2027 los Ingresos Brutos serán de \$48.453,61.

Figura 35

Ingresos brutos



Nota. La figura detalla los ingresos brutos proyectados en el periodo de 5 años.

6.7.8 Estado de resultados

El estado de resultados de un determinado periodo debería reflejar todos los ingresos adecuadamente reconocidos y todos los costos incurridos, con independencia de si son resultados de las operaciones del periodo, de tal modo que para cualquier conjunto de periodos en la historia de la empresa la acumulación de los estados de resultados exprese completamente todos los gastos y los ingresos (Sousa, 2009, p.57).

Tabla 84*Estado de resultados*

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	-29.400,00	-32.413,50	-35.577,06	-38.896,84	-42.379,25	-48.453,61
(-) Costos de producción	18.120,93	18,646,44	19.187,19	19.743,61	20.316,18	20.905,35
(=) Utilidad Bruta	-11.297,07	-13,767,06	-16.389,87	-19.153,23	-22.063,07	-27-548.26
(+) Ingresos Financieros						
(-) Gastos administrativos	6.656,84	6.849,88	7.048,53	7.252,95	7.463,27	7.679,71
(-) Gastos financieros	-	669,05	493,00	109,40		
(-) Gastos de ventas	120	123,48	127,06	130,75	134,54	138,44
(=) Utilidades antes de participación trabajadores	-4.502,23	-6.124,65	-8.721,28	-11.660,14	-14.465,26	-19.730,12
(-) 15% Participación trabajadores	-675,33	-918,70	-1.308,19	-1.749,02	-2.169,79	-2.959,52
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	-3.826,90	-5.205,95	-7.413,09	-9.911,12	-12.295,47	-16.770,60
(-)2% Impuesto a la renta	-76,54	-104,12	-148,26	-198,22	-245,91	-335,41
(=) Utilidad Neta	-3.750,36	-5.101,83	-7.264,83	-9.712,90	-12.049,56	-16.435,19
(=) Flujos netos de Efectivo	-3.750,36	-5.101,83	-7.264,83	-9.712,90	-12.049,56	-16.435,19

6.7.9 Flujo de caja

Es un instrumento contable que muestra el dinero que genera la empresa, tanto a través de sus actividades ordinarias como extraordinarias en un periodo de tiempo determinado (Mavila & Polar, 2005, p.10).

Tabla 85

Flujo de caja

Microempresa AMABEL	
Estados de Flujos de Efectivo	
Al 31 de diciembre de 2022	
(En dólares de los Estados Unidos de América - US\$)	
	<u>Al 31 de diciembre de</u>
	<u>2021</u>
Flujos de efectivo por las actividades de operación:	
Efectivo recibido de clientes	27.766,67
Efectivo pagado a proveedores, empleados	-23.004,67
Efectivo neto provisto en las actividades de operación	4.762,00
Flujo de efectivo por fuentes de financiamiento	
Prestamos Instituciones Financieras	-
Efectivo neto utilizado en las fuentes de financiamiento	-
Flujos de efectivo por las actividades de inversión:	
Adquisición de activos fijos	-6.018,83
Venta de activos fijos	-
Efectivo neto utilizado en las actividades de inversión	-6.018,83
Aumento (disminución) neto del efectivo y equivalentes de efectivo	-1.256,84
Efectivo y equivalentes al inicio del año	14.191,45
Efectivo y equivalentes al final del año	12.934,61
Conciliación de la utilidad neta al efectivo neto utilizado en las actividades de operación	
Resultado del ejercicio	3.750,36
Ajustes:	
Provisión cuentas incobrables	-
Depreciación y amortización de propiedad y equipo	607,63
Participación Trabajadores	675,33
Impuesto a la Renta	76,54

Cambios netos en activos y pasivos:	
Cuentas por Cobrar comerciales	-1.633,33
Inventarios	-1.145,20
Cuentas por pagar	2.430,66
Pasivos acumulados	-
Pasivos acumulados largo plazo	-
Otras cuentas por Pagar	-
Efectivo neto utilizado por las actividades de operación	4.762,00

Punto de Equilibrio

Cuando las ventas de la empresa son iguales a sus costos y gastos, puede decirse que no hay pérdida ni ganancia, a esto se le llama punto de equilibrio. Para calcularlo, es necesario conocer cuanto deja cada unidad vendida, lo que llamaremos margen de contribución (Sánchez, 2019, p.12).

Tabla 86

Punto de equilibrio

Costos Fijos	\$	Costos Variables	\$
Mano de obra indirecta	6.640,20	Materia Prima	4.000,00
Cargos de depreciación	327,80	Insumos	121,50
Cargos de amortización	20,80	Materiales Indirectos	216,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	11,00	Servicios básicos	164,23
Sueldos y Salarios Administrativos	6.197,73	Mano de obra directa	6.640,20
Interés	669,05		
Publicidad y Promoción	120,00		
Suministros de oficina	28,92		
Servicios Básicos	140,40		
Suministros de aseo	9,95		
TOTAL	14.165,85	TOTAL	11.141,93

Nota. Datos obtenidos a través del cálculo de costos fijos y costos variables para determinar el punto de equilibrio (2022).

6.8.1 Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{14.165,85}{1 - \frac{11.141,93}{29.400}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{14.165,85}{0,621022721}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \$22.811,00$$

Análisis:

Para calcular el punto de equilibrio es importante tener en cuenta los costos variables, costos fijos y las ventas, con el uso de estos datos se obtuvo \$22.811,00 unidades monetarias.

6.8.2 Punto de equilibrio en unidades de productos

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de venta unitario}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{14.165,85}{0,175}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 80.948 \text{ unidades}$$

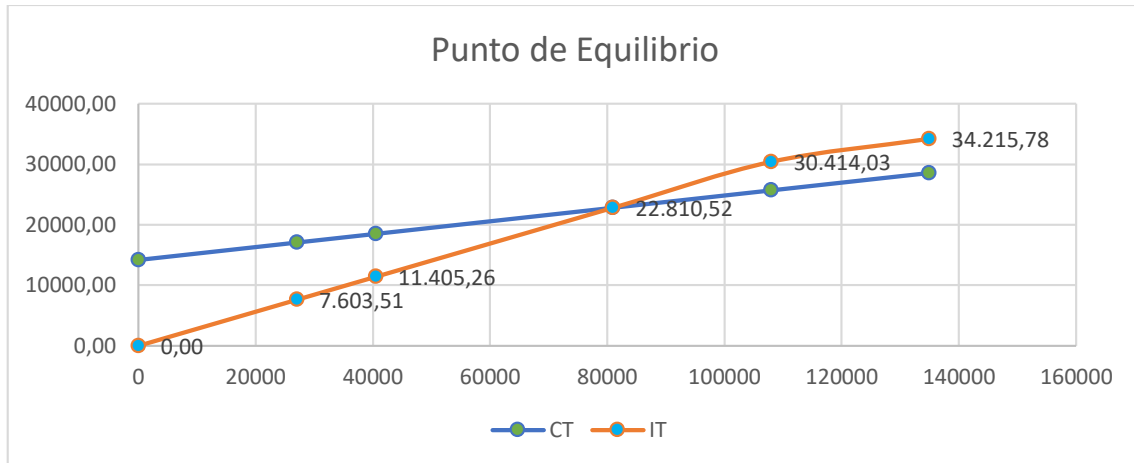
Análisis:

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades se debe tomar los costos fijos y dividirlos para el precio unitario del producto, al aplicar la fórmula se ha obtenido 80.948 unidades que mantendrían a la empresa estable sin pérdidas ni ganancias.

6.8.3 Punto de equilibrio graficado

Figura 36

Punto de equilibrio



Nota. La figura representa el punto de equilibrio para que la Microempresa se mantenga estable sin pérdidas o ganancias.

6.9 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación del proyecto

La tasa de descuento es el factor financiero que se utiliza en general, para determinar el valor del dinero en el tiempo y de forma particular, para calcular el valor actual de un capital futuro o para evaluar proyectos de inversión (Almarales, et al., 2019, p. 17).

6.9.1 Cálculo Tmar1 sin financiamiento

$$Tmar1 = i + f$$

Donde:

i: Tasa Pasiva

f: Inflación

Nota. El porcentaje de riesgo país es usado cuando el capital de dinero proviene del exterior.

Tasa pasiva = 9,44%

f = 2,90 %

$$Tmar1 = 0,0944 + 0,029$$

$$Tmar1 = 0,1234$$

$$T_{mar1} = 12,34\%$$

Análisis:

Para arriesgar el capital los inversionistas esperan obtener un rendimiento de 12,34% en el proyecto.

6.9.2 Cálculo de T_{mar2} sin financiamiento

$$T_{mar2} = i + f(2)$$

Donde:

i: Tasa Pasiva

f: Inflación

$$T_{mar2} = 0,0944 + 0,029*2$$

$$T_{mar2} = 0,1524$$

$$T_{mar2} = 15,24\%$$

Análisis:

Para el cálculo se considera un valor adicional para la tasa de inflación, y se obtiene el 15,24%, esto interviene en la decisión de los inversores pues este valor afecta el valor del dinero en el futuro.

6.10 Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

El VAN es un indicador que muestra la riqueza adicional que genera un proyecto luego de cubrir todos sus costos en un horizonte determinado de tiempo, es decir, cuando se analiza una inversión, lo mínimo que se debe obtener es: cubrir sus costos (Valencia, 2011, p. 5).

6.10.1 Calculo VAN 1

$$VAN1 = -Inv. inicial + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN1 = -11.817,12 + \frac{5.101,83}{1,12} + \frac{7.264,83}{1,26} + \frac{9.712,90}{1,42} + \frac{12.049,56}{1,59} + \frac{16.435,19}{1,79}$$

$$VAN1 = -11.817,12 + 4.541,42 + 5.756,47 + 6.850,87 + 7.565,43 + 9.185,50$$

$$VAN1 = -11.817,12 + 33.899,69$$

$$VAN1 = \$22.082,57$$

Análisis:

El proyecto es viable pues el valor actual neto es de \$22.082,57, con una tasa de rendimiento de 12,34%.

6.10.2 Calculo VAN 2

$$VAN2 = -Inv. inicial + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN2 = -11.817,12 + \frac{5.101,83}{1,15} + \frac{7.264,83}{1,33} + \frac{9.712,90}{1,53} + \frac{12.049,56}{1,76} + \frac{16.435,19}{2,03}$$

$$VAN1 = -11.817,12 + 4.427,14 + 5.470,40 + 6.346,57 + 6.832,17 + 8.086,46$$

$$VAN1 = -11.817,12 + 31.162,73$$

$$VAN1 = \$19.345,61$$

Análisis:

Al calcular VAN 2 el valor es de \$19.345,61 con una tasa de rendimiento de 15,24%, siendo así el proyecto viable.

6.11 Indicadores financieros

Los indicadores financieros expresan una relación matemática comprensible, clara y directa entre dos magnitudes. Su importancia radica en que permite obtener información, condición o situación de los componentes individuales de los estados 15 financieros que a simple observación no son detectados o entendidos (Gárces, 2019, p. 14).

6.11.1 Índice de liquidez

Este indicador muestra la cantidad de dólares que existe en el activo corriente por cada dólar que se tiene de deuda a corto plazo. Para 16 su interpretación, el nivel de liquidez que presente la empresa dependerá de su resultado, cuanto mayor es, mejor liquidez presenta (Gárces, 2019, p.15).

$$Liquidez Corriente = \frac{Activo Corriente}{Pasivo Corriente}$$

$$Liquidez Corriente = \frac{6.778,53}{3.490,87}$$

$$Liquidez Corriente = \$1,94$$

Análisis:

Esta índice prueba que por cada dólar que se debe a corto plazo la Microempresa tiene \$1,94 para solventar la deuda, por lo tanto, se posee solidez financiera.

6.11.2 Índice de solvencia

Esta razón es la que mide la capacidad de la empresa cuando esta solicita un crédito a corto plazo; en términos generales un índice de solvencia de 1 se considera aceptable en una empresa comercial (Sáenz & Sáenz, 2019, p. 3).

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{12.421,53}{3.409,87}$$

$$\text{Solvencia} = \$ 3,56$$

Análisis:

La capacidad de recuperación para el proyecto es de \$3,56 por cada dólar que se a invertido.

6.11.3 Índice de apalancamiento

Índice de apalancamiento consiste en la utilización de deuda para aumentar la rentabilidad esperada del capital propio. Es una posibilidad de financiar la adquisición de activos sin necesidad de recurrir a dinero inmediato sacado de la operación de la empresa (Flores, 2011, p. 11).

$$\text{Apalancamiento Neto} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{Apalancamiento Neto} = \frac{12.421,53}{5.180,30}$$

$$\text{Apalancamiento Neto} = 2,39$$

Análisis:

El índice de apalancamiento es de 2,39 muestra que financiar el proyecto genera mayor rentabilidad.

6.11.4 Índice de endeudamiento

Es un indicador financiero que mide los pasivos totales como porcentaje de sus activos totales. Esta herramienta de las finanzas permite conocer el total de activos financiados por inversores. De hecho, podría interpretarse como la proporción de los activos de una compañía que se mantiene con deuda (Bold, 2021, p.17).

$$\textit{Endeudamiento Neto} = \frac{\textit{Pasivo Total}}{\textit{Activo Total}}$$

$$\textit{Endeudamiento Neto} = \frac{3.490,87}{12.421,53}$$

$$\textit{Endeudamiento Neto} = 0,2810 * 100$$

$$\textit{Endeudamiento Neto} = \mathbf{28,10\%}$$

Análisis:

El índice de endeudamiento de la Microempresa Amabel es del 28,10%, quiere decir que este porcentaje representa el nivel de endeudamiento con los inversores.

6.12 Relación costo beneficio

El análisis del costo-beneficio es un proceso que, de manera general, se refiere a la evaluación de un determinado proyecto, de un esquema para tomar decisiones de cualquier tipo. Ello involucra, de manera explícita o implícita, determinar el total de costos y beneficios de todas las alternativas para seleccionar la mejor o más rentable (Aguilera, 2017, p.329).

$$\mathbf{RB/C} = \frac{\mathbf{\Sigma \textit{Ingresos Brutos}}}{\mathbf{\Sigma \textit{Ingresos Totales del Proyecto}}}$$

$$\mathbf{RB/C} = \frac{277.120,27}{159.870,87}$$

$$\mathbf{RB/C} = \mathbf{1,42}$$

Análisis:

La microempresa es rentable pues genera 0,42 ctvs por cada dólar que invertirá en el proyecto.

6.13 Periodo de recuperación de inversión

El tiempo exacto que requiere una empresa para recuperar su Inversión inicial en un proyecto. Se estima a partir de las Entradas de efectivo (Salinas R. J., 2015, p. 103).

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\frac{\Sigma FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{11.817,12}{\frac{54.314,67}{5}}$$

$$PRI = 1,09 \text{ años}$$

$$PRI = 1,09 \text{ años} * 12 = 1,05 \text{ meses}$$

$$PRI = 0,05 * 30 = 1,62 \text{ días}$$

Análisis:

Se espera que la inversión que realice la Microempresa AMABEL se recupere en un período promedio de 13 meses y 1 día.

6.14 Tasa Interna de retorno

Tasa interna de retorno es la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) de una inversión sea igual a cero (VAN = 0). una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor (tasa de descuento) (Muñoz, 2018, p.2).

$$TIR = Inversion Inicial + Flujos de caja$$

$$TIR = -11.817,12 + 5.101,83 + 7.264,83 + 9.712,90 + 12.049,56 + 16.435,19$$

$$TIR = 0,60$$

$$TIR = 60\%$$

Análisis:

La tasa interna de retorno que resulta del ejercicio es del 60%, por lo cual este proyecto es rentable pues la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento.

6.15 Análisis de Sensibilidad

Es una herramienta que nos permite prever las limitaciones o alcances del proyecto para tomar decisiones, se divide en dos escenarios para lo cual el 10% se sumara a los ingresos y corresponderá al escenario optimista, de igual manera para el escenario pesimista se usara el 10% pero en este caso se resta este porcentaje y determinar qué sucederá si el proyecto no cumple con los escenarios determinados.

Tabla 87

Análisis de sensibilidad

Escenarios	Escenario Positivo	Escenario Real	Escenario Pesimista
	10%		10%
VAN1	23.937,84	22.082,57	3.103,64
VAN2	21.130,61	19.345,61	1.793,00
TIR	66%	60%	20%
PRI	9 meses 20 días	13 meses 1 día	20 meses
PCB	1,56	1,42	1,28

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

La idea de crear un enraizador para la comercialización de plantas de clavel surge a través de la necesidad de los productores para adquirir localmente este producto para sus cultivos y así poder reducir el costo, por esta razón a través de los estudios realizados se concluye lo siguiente:

- Al realizar el estudio de mercado se determina que la demanda potencial corresponde a 173 productores de clavel por lo que representa un buen nivel de aceptación del proyecto y la oferta que está representado por 27 productores, estos datos están proyectados con la tasa de crecimiento de productores del 1,5%.
- Para el estudio técnico se determina que la capacidad para producir plantas de clavel durante el primer año es de 168.000 unidades para cubrir al 70% de la demanda insatisfecha, con una producción de 40.000 plantas cada dos meses.
- En el estudio financiero se determina que la inversión inicial para el proyecto es de \$11.817,12 el 58% corresponde a financiamiento de capital propio, mientras el 42% corresponde al financiamiento de una entidad bancaria, este compuesto por el Activo tangible de \$5.739,00, Activo intangible de \$211,00 y capital de trabajo de \$5.867,12. Así también, se determina que el proyecto es rentable al obtener Valores actuales Netos \$22,082,57 y \$19.345,61 con una tasa interna de retorno del 60%, por lo cual indica que proyecto es rentable pues la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento.

7.2 Recomendaciones

- Se recomienda ejecutar el proyecto ya que hay gran aceptación por parte de los productores y además el precio es aceptable y tiene un amplio nicho de mercado puesto que en el cantón de Pujilí no existen enraizadores para la comercialización de claveles certificados.
- Se recomienda emplear correctas estrategias de marketing que logre llegar con facilidad a los productores para poder hacerse conocer mucho más en el área, de la misma manera se sugiere implementar publicidad por redes sociales puesto que permite comercializar el producto.
- Es importante encontrar inversionista para la ejecución del proyecto puesto que genera beneficios económicos a futuro en la empresa AMABEL y así poder seguir extendiéndose en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Agrocalidad. (25 de noviembre de 2021). *Agrocalidad*. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/en-cotopaxi-se-entregaron-certificaciones-bpa-y-mabio-a-mas-de-15-productores-locales/>
- Angel, L. (octubre de 2021). *economia.org*. Obtenido de <https://economia.org/produccion.php>
- Arenal Laza, C. (2018). *Animación y presentación del producto en el punto de venta*. La Rioja: TUTOR FORMACIÓN. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=jmWBDwAAQBAJ&pg=PA165&dq=definicion+de+empaque&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewih1uS43fj4AhWWRDABHVkBBvEQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q&f=false>
- Ballesteros, P. (junio de 2008). *redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84903839.pdf>
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación*. Bogotá: PEARSON.
- Braslavsky, C., & Benavot, A. (2008). *Conocimiento escolar en una perspectiva histórica y comparativa*. Argentina: Unesco. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=HB35DwAAQBAJ&pg=PA157&dq=Marco+exploratorio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjyoMjMqbn0AhWysDEKHQ7wD3sQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=Marco%20exploratorio&f=false>
- Castilla, Y., Xiqués, X., González, M., & Pinares, A. (2018). *redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193217899011>
- César Augusto, B. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA56&dq=metodo+deductivo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewix4r-Vzrf0AhVcRDABHXX2A-EQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=metodo%20deductivo&f=false
- Corchuelo, M., & Quiroga, A. (2014). *Lecciones de microeconomía, producción, costes y mercados*. Madrid : Pirámide .
- Cruz Fernández , A. (2018). *Planificación y gestión de la demanda*. Maálaga: IC Editirial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uta/129549?page=56>
- Díaz et al, I. M. (2022). *Gestión de precios*. Madrid: ESIC EDITORIAL. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YckHEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=que+es+el++precio&ots=7W_09HJUoo&sig=LLM-cHbTZuuBiq-6x75MQwwzGgg#v=onepage&q=que%20es%20el%20%20precio&f=false
- Eslava Sarmiento , A. (2017). Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=6zOjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+DE+canales+de+comercializaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewiNroOktNP4AhUXZjABHRKoDZwQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=DEFINICION%20DE%20canales%20de%20comercializaci%C3%B3n&f=false>
- Eslava Sarmiento , A. (2017). *Canales de distribución logístico - comerciales* . ISBN.

- Espinoza, G. (9 de agosto de 2020). *tumundoeconomia*. Obtenido de <https://tumundoeconomia.com/empresas/recursos-materiales/>
- Evan Hirsh , S. W. (2005). *Los canales de distribucion* . Copyright.
- Felizia, S. (22 de enero de 2019). *kws*. Obtenido de <https://www.kws.com/es/es/innovacion/metodos-de-fitomejoramiento/obtencion-vegetal-de-hibridos/>
- Fernández Quesada , I., & de la Fuente García, D. (2005). *Distribución de la planta* . Ediun .
- Figueredo, M. (2019). *unimilitar*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12770/Tesis%20Final%20Michelle%20Figueredo.pdf;jsessionid=2B3C84F0774C1CA2DCCC918825B7E743?sequence=1>
- Gaitán Méndez, J. E. (2020). *Microeconomía básica en siete lecciones* . Bogotá: Uniagustiniana .
- García Córdoba, F. (2004). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. México: Limusa. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=-JPW5SWuWOUC&printsec=frontcover&dq=instrumento+el+cuestionario&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjggu2Tprn0AhXrSTABHf0HDrEQ6AF6BAglEAI#v=onepage&q=instrumento%20el%20cuestionario&f=false>
- García Gonzáles , A., & Bória Reverter, S. (2006). *Los nuevos emprendedores* . UBe.
- Gil Estallo , M., & Giner de la Fuente , F. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa* . Esic.
- Gil Estallo, M., & Celma Benaiges, M. D. (2016). *Concepto, contenido y objetivo de la administración de empresas*. Uoc.
- Hernández Sánchez, B., & Sánchez García, J. (2018). *Educación, Desarrollo e Innovación Social*. Medellín. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=BKNfDwAAQBAJ&pg=PA400&dq=ENFOQUE+cuantitativo+EN+UN+EMPREDIMIENTO&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjQqbaSlrf0AhXnRjABHYmoA-cQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=ENFOQUE%20cuantitativo%20EN%20UN%20EMPREDIMIENTO&f=false>
- Iborra, M., Dasí, Á., Dols, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas* . Esic.
- Iglesias López, A. (2016). *Distribución y logística*. España: Esic.
- Imesun. (2016). *ilo.org*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/--emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
- Izazaga, F. (2015). *Diagnostico PDOT gobierno autonomo descentralizado del Canton Pujilí*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000540001_PD%20Y%20OT%20PUJILI%20APROBADO_11-04-2016_08-31-01.pdf
- Jamilet Yépez et al, S. F. (junio de 2019). *eumed*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/exportaciones-flores-ecuatorianas.html>

- La Bella , L. (2016). *Qué son la oferta y la demanda?* New York: Britannica. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=4JOjDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+oferta&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20oferta&f=false
- LolaFlora Blog. (09 de enero de 2018). *Todo lo que necesitas saber sobre los claveles*. Obtenido de <https://www.lolaflora.es/blog/todo-sobre-los-claveles/>
- López Meneses, E. (2020). *Las tecnologías de la información y la comunicación en la praxis universitaria*. Barcelona: Octaedro. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Ui3pDwAAQBAJ&pg=PA29&dq=que+es+tecnologia+a%C3%B1os+2017&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjqs-L0jq74AhUDRzABHa88AaMQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=que%20es%20tecnologia%20a%C3%B1os%202017&f=false>
- López-Pinto Ruiz , B. (2004). *La esencia del Marketing*. Barcelona: UPC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=cOWeCe4pYNgC&pg=PA23&dq=mercado+potencial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjsmcrxMNP4AhVEglQIHqD_4Q6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=mercado%20potencial&f=false
- Mancuzo, G. (7 de diciembre de 2018). *comparasoftware*. Obtenido de <https://blog.comparasoftware.com/recursos-de-un-proyecto/>
- Meleán, R., & Velasco, J. (2017). *redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78252811004.pdf>
- Miranda, R. M. (11 de septiembre de 2018). *clubdeltrade*. Obtenido de <https://clubdeltrade.com/blog/canales-de-distribucion-de-productos/>
- Miranda, W. D. (2016). *repositorio.uta*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/22605/1/299%20o.e..pdf>
- Molinillo Jiménez, S. (2014). *Distribución comercial aplicada*. Esic.
- Moreda, P. (2020). *sedici*. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/97916/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- Muñoz Razo , C. (1998). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=1ycDGW3ph1UC&pg=PA93&dq=investigacion+de+Campo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiSwry_uLf0AhWRSjABHZ1XBTcQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=investigacion%20de%20Campo&f=false
- Naresh, M. (2004). *Investigación de mercados: Un enfoque aplicado*. Mexico: PEARSON EDICACIÓN. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=SLmEblVK2OQC&pg=PA315&dq=definicion+de+poblacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjT27uZ2fj4AhUYsoQIHd0-AuMQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=definicion%20de%20poblacion&f=false>
- Nieto Martín, S., & Rodríguez Conde, M. (2010). *Investigación y evaluación educativa en la sociedad del conocimiento*. España: Salamanca. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=0OmjkbteDG8C&pg=PA104&dq=investigacion>

+transversal&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiG5pnVxrf0AhW2SzABHXMNBOEQ6AF6BAGL
EAl#v=onepage&q=investigacion%20transversal&f=false

- Parra Guerrero , F., Peris , S. M., Lhermia , C., & Romero, M. J. (2006). *Distribución Comercial* . Esic.
- Poveda Burgo et al, G. M. (2016). Analisis de las exportaciones de claveles ecuatorianos cortados en miniatura hacia el mercado Japonés. *Eumed*, 3. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/japon/27/claveles.html#:~:text=En%20el%20Ecuador%20existen%20128,entre%2013%C2%BA%20y%2026%C2%BA%20C.&text=Los%20claveles%20est%C3%A1ndar%20y%20miniatura%2C%20siguen%20siendo%20las%20m%C3%A1s%20importantes,corte%20en%20el%20comer>
- Ramírez, P. (2016). *utmachala*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/6804/1/TUACE-2016-CI-CD00003.pdf>
- Ríos, D. M., & Filgueira, J. J. (2019). *redalyc*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/218/218897003/218897003.pdf>
- Rockcontent. (17 de agosto de 2018). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-segmentacion-de-mercados/>
- Roldán, P. N. (29 de 05 de 2017). *Negociación*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/negociacion.html>
- Ruiz, R. Á. (10 de abril de 2018). *abtasty*. Obtenido de <https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>
- Salas Ocampo, D. (3 de Diciembre de 2019). *Investigación bibliográfica*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/>
- Silva, D. d. (9 de septiembre de 2020). *zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>
- Smarandache, F., & Leyva Vázquez, M. (2019). *Neutrosophic Computing and Machine Learning*. México: University of New Mexico. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XNcrEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA94&dq=segmentaci%C3%B3n+del+mercado+concepto&ots=mJyh5a9qk&sig=Vbz0DML0_-E5JL0hFypxGSNKsBs#v=onepage&q&f=false
- Soret los Santos, I. (2006). *Logística y marketing para la distribución comercial*. Madrid: Esic.
- Suñé, A., Gil, F., & Arcusa, I. (2004). *Manual practico de diseño de sistemas productivos* . Scan.
- Ubillus, F. (2021). *repositorio.upch*. Obtenido de https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/9054/Recursos_UbillusIzquierdo_Francisco.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yoza Ramos , M. (2016). *Determinación del mercado potencial de servicios de mantenimiento de bienes inmuebles, para reposicionar la empresa Galablue S.A. en la ciudad de Guayaquil, año 2016*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación

Social. Carrera de Publicidad y Mercadotecnia. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8909>

ANEXOS

ANEXO A

Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CLAVEL

Objetivo: Realizar un estudio de mercado mediante la aplicación de un cuestionario a los productores de clavel, que permita recopilar información confiable y verídica.

Instrucciones: Seleccione según considere su respuesta

1. ¿Conoce de algún enraizador de plantas de clavel certificado existente en el mercado?
Si
No
2. ¿Compraría plantas de clavel certificadas en un enraizador del Cantón Pujilí?
Si
No
3. ¿Qué características principales busca al cultivar clavel?
 - a) Precio
 - b) Color
 - c) Variedad
 - d) Tamaño
 - e) Calidad
4. ¿Cuáles son los colores de clavel que cultiva más?
 - a) Rojo
 - b) Blanco
 - c) Rosado
 - d) Verde
 - e) Amarillo
 - f) Fucsia
 - g) Bicolores

5. ¿Con que frecuencia cambia las plantas de su cultivo?
- a) Cada 2 años
 - b) Cada 2.5 años
 - c) Cada 3 años
 - d) Cada 3.5 años
 - e) Cada 4 años
6. ¿Qué cantidad de plantas compraría?
- a) 500 – 1000
 - b) 1000 – 1500
 - c) 1500 – 2000
 - d) 2000 – 2500
 - e) Mas de 2500
7. ¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por planta?
- a) 0,15 ctvs – 0,16 ctvs
 - b) 0,16 ctvs – 0,17 ctvs
 - c) 0,17 ctvs – 0,18 ctvs
 - d) 0,18 ctvs – 0,19 ctvs
 - e) 0,19 ctvs – 0,20 ctvs
8. ¿A través de que medios le gustaría recibir información sobre el enraizador?
- a) Internet
 - b) Redes sociales
 - c) Anuncios publicitarios
 - d) Correo
 - e) Otro
9. ¿Qué tan importante considera comprar plantas de clavel certificadas?
- a) Muy importante
 - b) Importante
 - c) Neutral
 - d) Poco importante
 - e) No es importante
10. ¿Cuál es su primera reacción al saber que se creara un enraizador con plantas de clavel certificadas?
- a) Muy positiva

- b) Algo positiva
- c) Neutral
- d) Algo negativa
- e) Muy negativa

11. ¿Anualmente cuantas veces haría el uso del enraizado para sus plantas?

- 1 - 2 veces
- 2 – 3 veces
- 3 – 4 veces
- 4 o más veces

12. ¿Si existiera un enraizador para plantas de clavel en la provincia de Cotopaxi usted haría uso del enraizador para sus plantas?

Si

No

13. ¿En qué tipo de empaque le gustaría recibir el producto?

- a) Cajas de cartón simple
- b) Cajas de cartón doble
- c) Cajas a medida.
- d) Cajas especiales.

14. ¿Qué forma de pago le gustaría realizar?

- a) Transferencia bancaria
- b) Pago en efectivo
- c) Pago por cheques
- d) Tarjeta de crédito

15. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir al momento de comprar plantas de clavel?

- a) Regalos
- b) Descuentos
- c) Precios especiales por ser cliente frecuente
- d) Canjes

ANEXO B

Tasa de Crecimiento de Productores

2022	1,5%
------	------

ANEXO C

Tabla 1. Índice de Precios al Consumidor y sus variaciones

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
jun-21	104,89	-0,18%	-0,69%	0,63%
jul-21	105,45	0,53%	0,45%	1,16%
ago-21	105,57	0,12%	0,89%	1,28%
sep-21	105,58	0,02%	1,07%	1,30%
oct-21	105,80	0,21%	1,47%	1,51%
nov-21	106,18	0,36%	1,84%	1,87%
dic-21	106,26	0,07%	1,94%	1,94%
ene-22	107,02	0,72%	2,56%	0,72%
feb-22	107,27	0,23%	2,71%	0,96%
mar-22	107,39	0,11%	2,64%	1,07%
abr-22	108,03	0,59%	2,89%	1,67%
may-22	108,63	0,56%	3,38%	2,24%
jun-22	109,34	0,65%	4,23%	2,90%

Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

ANEXO D

Terreno

2013	05	04	02	P02078
AÑO	PROVINCIA	CANTÓN	NOTARIA	SECUENCIAL

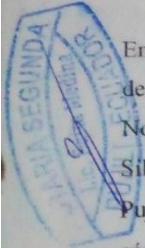
COMPRVENTA

DE: SR. CECILIO SORIA YANEZ E HIJOS

A FAVOR DE: SR. SEGUNDO ABEL RECALDE
GUERRERO

SRA. MARICELA MARGOTH CHAFLA PÉREZ

CUANTÍA: USD \$ 577,07



En la ciudad de Pujilí, Parroquia Pujilí, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi, República del Ecuador, hoy miércoles trece (13) de Noviembre del año dos mil trece, ante mí, Licenciada Erita Silvana Medina Medina, Notaria Segunda Encargada del Cantón Pujilí, comparecen por una parte en calidad de vendedores los cónyuges señor CECILIO SORIA YANEZ, de estado civil viudo, la señora MARÍA ROSA SORIA PILATASIG, de estado civil casada, la señora MARÍA MERCEDES SORIA PILATASIG, de estado civil casada, la señorita MONICA ROCIO HURTADO SORIA, de estado civil soltera, la señorita MIRIAN ALICIA SORIA, de estado civil soltera, el señor LUIS ANTONIO SORIA PILATASIG, de estado civil soltero; y por otra parte como compradores el señor SEGUNDO ABEL RECALDE GUERRERO y señora MARICELA MARGOTH CHAFLA PÉREZ, de estado civil casados entre sí; todos los comparecientes ciudadanos ecuatorianos, con cédula de

ANEXO E

Proforma Invernadero

GASTOS PARA INVERNADERO						
FECHA	UNIDADES	DETALLE	P.U	TOTAL	GRABADO CC	TOTAL
		PAGO AL SEÑOR ROBERTO		\$ 580,00		\$ 580,00
		Valor unitario				
4/12/2021	1	PAGO MANO DE	20	\$ 20,00		\$ 20,00
9/12/2021	21	LIBRAS DE PERNOS		\$ 42,00		
	1	BROCA 3/4	2,5	\$ 2,50		
	1	REPUESTO SEGUIE	1,8	\$ 1,80		
		TOTAL		\$ 46,30		\$ 46,30
9/12/2021	1	Clavos	6	\$ 6,00		\$ 6,00
10/12/2021		MADERA		\$ 176,00		
	1	CARRERA	12	\$ 12,00		
		TOTAL		\$ 188,00		\$ 188,00
10/12/2021	1	BROCA	2,5	\$ 2,50		
	30	PERNOS J	0,15	\$ 4,50		
				\$ 7,00		\$ 7,00
11/12/2021	1	PARA EL SEÑOR F	220	\$ 220,00		
	1	CABLE ACERADO	240	\$ 240,00		
				\$ 460,00		\$ 460,00
11/12/2021	1	CABLE ACERO GA	160,71	\$ 160,71	\$ 19,285	
	50	ARGOLLAS GALV	0,17	\$ 8,50	\$ 1,020	
	50	BASTON GALVAN	0,13	\$ 6,50	\$ 0,780	
		COSTO HOJA IMPRESIÓN			0,07	
				\$ 175,71	\$ 21,16	\$ 197,52
11/12/2021	1	PAGO MANO DE	20	\$ 20,00		\$ 20,00
11/12/2021		PERNOS	6	\$ 6,00		
		COLAS PARA ABE	3	\$ 3,00		
				\$ 9,00		\$ 9,00
18/12/2021	1	PAGO MANO DE	\$ 20,00	\$ 20,00		
		CEMENTO	\$ 5,00	\$ 5,00		
				\$ 25,00		\$ 25,00
		TENSORES PAGO	\$30	\$30		\$30
				\$300		\$300
		PAGO A SEÑOR E	\$300	\$300		\$300
				\$20		\$20
		PAGO DAVID GU	\$20	\$20		\$20
				\$74		\$74
		MADERA KATYA	\$74	\$74		\$74
				\$26		\$26
		PAGO ERIBERTO	\$26	\$26		\$26
				\$150		\$150
		MANGUERAS		\$150		\$150
Total						\$1.529

ANEXO F

Proforma Bomba de agua



Motobomba Bomba De Agua A Gasolina Ptk 7.0 Hp 3 Pulgadas
U\$S 220

ANEXO G

Proformas de equipo de computo



[Inicio](#) [Productos](#) [Contáctanos](#) [Información](#)

Inicio / Laptops / HP / Laptop HP 14 DK1025



Laptop HP 14 DK1025

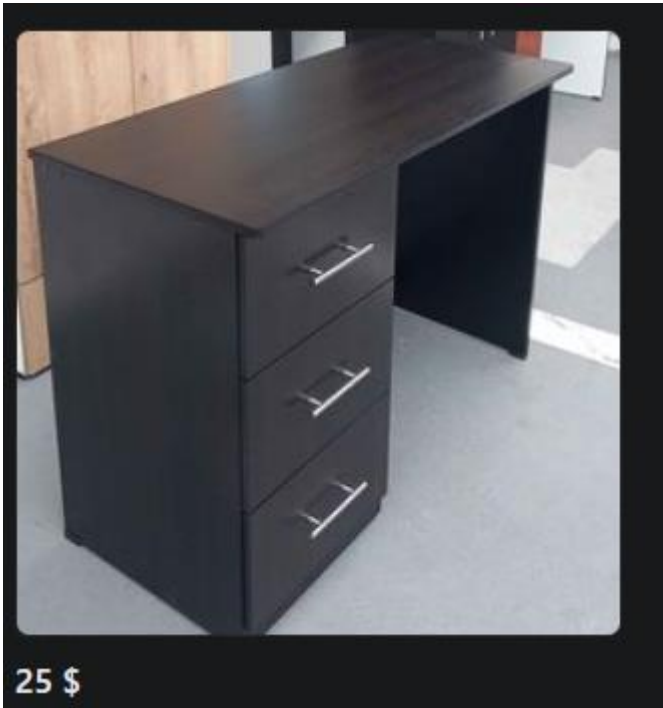
- AMD Ryzen™3 3250U Turbo 3,50Ghz
- Memoria RAM 4GB
- Disco Duro 1TB
- Pantalla 14,0" LED HD
- Tarjeta Gráfica AMD Radeon Vega 8

\$605,00 | Efect. \$550,00

The screenshot shows the product page for the HP 500 Smart Tank printer. At the top, there is a red navigation bar with the 'artefacta.com' logo, a search bar, and links for 'Tiendas', 'Mi Cuenta', and '0 artículos'. The main content area features a large image of the printer with a 'Zoom' button below it. To the right of the image, the price is listed as '\$225.00 (Incluido IVA)'. Below the price is the HP logo and the product name 'HP Impresora / 500 Smart Tank / Multifunción', along with the SKU '123020'. There is a 'Compartir' button and a note 'Se el primero en comentar este producto'. A 'Métodos de Pago' section lists various payment options: VISA, Mastercard, American Express, Discover, and others. At the bottom, there are icons for 'Métodos de Envío', 'Servicio Técnico', and 'Servicio al Cliente'.

ANEXO H

Muebles y Enseres



ANEXO I

Activos Intangibles


GADM DE PUJILI
DEPARTAMENTO FINANCIERO

IMPUESTO PREDIAL RURAL TITULO DE CREDITO No.: **2020-000636-PR**

CONTRIBUYENTE: RECALDE GUERRERO - SEGUNDO ABEL

RUC/CC: 1002382305 **CLAVE CATASTRAL: 050450510104117000**
Dirección Domicilio: SITIO/BARRIO: PATOA DE QUEVEDOS SAN ISIDRO
NOMBRE DEL PREDIO: TINGOLOMA

AVALÚO	RUBROS	VALORES
Terreno: \$ 1,483.35	Impuesto Predial Rural: \$ 0.00	
Construcción: \$ 0.00	Servicios Administrativos: \$ 3.00	
Otras Inversiones: \$ 0.00		
Valor de la Propiedad: \$ 1,483.35	Bomberos: \$ 0.00	
Rebaja Hipotecaria: 0.00		
Base Imponible: 0.00	VALOR EMITIDO: \$ 3.00	
Fecha de Emisión: 01/01/2020	RECAUDACIÓN DESCUENTO: \$ 0.00	
Fecha Recaudación: 05/02/2020 12:22	RECARGOS: \$ 0.00	
	INTERESES: \$ 0.00	
	TOTAL A PAGAR: \$ 3.00	



DIRECTOR FINANCIERO	JEFE DE RENTAS	TESORERO	RECAUDADOR
---------------------	----------------	----------	------------

El costo es de \$10.00

¿Cuánto cuesta registrar una marca en el Ecuador y cuánto tiempo dura la protección?

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208.00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

¿Cuál es el proceso para registro de marca?

1.- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec

2.- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS

3.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL

4.- llene 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)

ANEXO 2

Manual de funciones

AMABEL	Manual de funciones	Fecha	20	07	2022
		Página	1	DE	4
IDENTIFICACIÓN					
CARGO		Director de producción			
NIVEL		Directivo medio			
DEPENDENCIA		Departamento de producción			
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		Gerente General			
OBJETIVO DEL CARGO					
Realizar el análisis de los cargos para establecer las funciones desempeñadas por cada uno de los integrantes de la empresa AMABEL, analizar los productos o servicios y el control de calidad					
PERFIL DEL CARGO					
ESTUDIOS		Ingeniero Agrónomo			
EXPERIENCIA		2 años en cargos similares			
CONOCIMIENTO ESPECIFICO		Buen conocimiento biología, ganadería y agricultura			
COMPETENCIAS		Analítico, resolutiva y responsable			
FUNCIONES/ACTIVIDADES DEL CARGO					
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar los equipos de trabajo, la actividad productiva y sus niveles de eficiencia • Asegurarse que la calidad del producto sea el adecuado y cumplan con todas las normas • Desarrollo de pronósticos • Analizar posibles mejoras de los productos y el cumplimiento de los estándares de calidad • Vigilar el cumplimiento de las normas de seguridad y actividades preventivas. 					
Elaborado por: Kerly Molina Anshely Recalde		Revisado por:			

AMABEL	Manual de funciones	Fecha	20	07	2022
		Página	2	DE	4
IDENTIFICACIÓN					
CARGO		Gerente general			
NIVEL		Ejecutivo			
DEPENDENCIA		Ninguno			
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		Gerente General			
OBJETIVO DEL CARGO					
Construir el manual de funciones e identificar los diferentes procesos que se desarrollan dentro de la organización.					
PERFIL DEL CARGO					
ESTUDIOS		Profesión en administración			
EXPERIENCIA		3 años en gerencia			
CONOCIMIENTO ESPECIFICO		Auditoria, finanzas y administración			
COMPETENCIAS		Buen manejo del equipo, emprendedor e integridad			
FUNCIONES/ACTIVIDADES DEL CARGO					
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar las actividades del enraizador. • Controlar los servicios del enraizador, asistencia al cliente y entrega de pedidos. • Revisión del catálogo de productos y actualización de sus precios en el enraizador. • Gestión de proveedores • Gestión de recursos 					
Elaborado por: Kerly Molina Anshely Recalde			Revisado por:		

AMABEL	Manual de funciones	Fecha	20	07	2022
		Página	3	DE	4
IDENTIFICACIÓN					
CARGO		Jefe de poscosecha			
NIVEL		Directivo medio			
DEPENDENCIA		Departamento de poscosecha			
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		Gerente General			
OBJETIVO DEL CARGO					
Establecer claramente las funciones básicas y las responsabilidades que corresponde desempeñar a cada dependencia.					
PERFIL DEL CARGO					
ESTUDIOS		Ingeniero Agrónomo			
EXPERIENCIA		2 años			
CONOCIMIENTO ESPECIFICO		Buen conocimiento biología, ganadería y agricultura			
COMPETENCIAS		Analítico y responsable			
FUNCIONES/ACTIVIDADES DEL CARGO					
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la integridad física y calidad de los productos • Preservar los productos por tiempo prolongado para evitar que se dañe su calidad y su valor comercial • Manejo adecuado para la conservación de los productos en la empresa AMABEL • Hacer uso eficaz a los recursos. 					
Elaborado por: Kerly Molina Anshely Recalde			Revisado por:		

AMABEL	Manual de funciones	Fecha	20	07	2022
		Página	4	DE	4
IDENTIFICACIÓN					
CARGO		Jefe de contabilidad			
NIVEL		Nivel auxiliar			
DEPENDENCIA		Departamento de contabilidad			
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		Gerente General			
OBJETIVO DEL CARGO					
Dirigir, planificar, organizar y controlar la gestión contable de la empresa					
PERFIL DEL CARGO					
ESTUDIOS		Profesión en contabilidad			
EXPERIENCIA		1 año			
CONOCIMIENTO ESPECIFICO		Título de tercer nivel en contabilidad y auditoria			
COMPETENCIAS		Iniciativa y ejecución			
FUNCIONES/ACTIVIDADES DEL CARGO					
<ul style="list-style-type: none"> • Lleva el registro de las planillas de los salarios de todo el personal que labora en la empresa. • Establece procedimientos generales y específicos para el efectivo control y seguridad de los registros contables • Proveer toda la información contable y financiera necesaria para la toma de decisiones • Elabora, de acuerdo a las disposiciones legales, los estados financieros de la Institución. 					
Elaborado por: Kerly Molina Anshely Recalde			Revisado por:		

