



ESCUELA DE NEGOCIOS

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA ORGANIZACIONAL

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
CAPACITACIÓN PARA PEQUEÑOS PRODUCTORES DE FLORES EN
LA PARROQUIA DE EL QUINCHE.

Profesor

Sandra Paola Muñoz Beltrán

Autor

Giovanny Alexander Subía Narvárez

Año

2022

Resumen

La creación del presente plan de negocios es una investigación de suma importancia en base a la constitución de una consultora agrícola que se caracteriza por brindar un servicio de calidad y garantizar el desarrollo de los pequeños agricultores dentro de la parroquia de El Quinche.

Este proyecto se enfoca en proponer diferentes alternativas que sean aplicables para los pequeños agricultores, brindando asesoría externa para sus procesos de producción y administración, con el afán de generar productos agrícolas de alta calidad que puedan ser competitivos con los grandes productores y a su vez puedan manejar de una forma eficiente su gestión de comercialización. El servicio de calidad que se oferta está enfocado a satisfacer las necesidades y requerimientos de manera puntual, oportuna y brindando un valor agregado que será el diferenciador frente a la competencia.

Otro de los principales diferenciadores es el servicio especializado que tendrá consultores que se enfoquen en garantizar la identificación de las necesidades de los clientes y trabajar sobre la corrección personalizada de sus problemas.

El análisis financiero permitirá conocer la viabilidad que mantiene este plan de negocios y conocer su rentabilidad proyectada, esto servirá para trazar metas y objetivos medibles y alcanzables.

ABSTRACT

The creation of this business plan is a relevant investigation based on the creation of an agricultural consultant that is characterized by providing quality service and guaranteeing the development of small farmers within the parish of El Quinche.

This project focuses on proposing different alternatives that are applicable to small farmers, providing external advice for their production and administration processes, with the aim of generating high quality agricultural products that can be competitive with large producers and at the same time they can manage in an efficient way its marketing management. The quality service that is offered is focused on satisfying the needs and requirements in a punctual, timely manner and providing added value that will be the differentiator against the competition. Another of the main differentiators is the specialized service that will have consultants who focus on guaranteeing the identification of the clients' needs and working on the personalized correction of their problems.

The financial analysis will allow to know the viability that this business plan maintains and to know its projected profitability, this will serve to set measurable and achievable goals and objectives.

Índice de contenido

1.	Revisión de la literatura relacionada al problema.....	8
2.	Identificación del objeto de estudio	9
3.	Planteamiento del Problema	10
3.1	Detalle de la propuesta y justificación de alternativas de solución.....	10
3.2	Matriz de evaluación de alternativas estudiadas	11
3.3.	Objetivos generales del plan de negocio planteado	12
3.4.	Objetivos específicos del plan de negocio planteado	12
4.	Justificación y aplicación de la metodología a utilizar	13
4.1.	Entorno macroeconómico y político – PESTEL.....	13
4.2	Análisis del sector	16
4.3	Análisis de la competencia – PORTER.....	16
Figura 1.	Análisis de la competencia – PORTER	16
4.4	Análisis del mercado/ investigación del mercado/mercado objetivo Estudio de mercado con fuentes secundarias y primarias, investigación cualitativa y cuantitativa.	17
4.5	Definición de la estrategia genérica específica del negocio	19
4.6	Conclusiones del capítulo.....	20
5.	Propuesta de solución al problema identificado	20
5.1	Estrategia de marketing	20
5.1.1	Ventaja competitiva y propuesta de posicionamiento considerando la estrategia genérica definida.....	21
5.2	Estrategias de Mercadeo – 4P’S.....	22
5.2.1	Servicio.....	22
5.2.2.	Estrategias de distribución	22
5.2.3.	Precio	23
5.2.4.	Promoción.....	23
5.2.5.	Plaza.....	24
5.3	Operaciones	25
5.3.1.	Ubicación	25
5.3.2.	Instalaciones	26
5.3.3.	Ventaja Competitiva	26
5.3.4.	Necesidades y requerimientos	27
5.3.5.	Plan de compras	28

5.3.6. KPI'S de desempeño del proceso productivo.....	28
5.4. Filosofía empresarial.....	29
5.4.1. Naturaleza y filosofía del negocio	29
5.4.2. Estilo corporativo	30
5.4.3. Misión y visión.....	30
5.4.3.1 Misión.....	30
5.4.3.2 Visión.....	30
5.4.4. Objetivos de crecimiento y financieros considerando el análisis de la industria.....	30
Objetivos de crecimiento	31
Objetivos financieros.....	31
5.5. Estructura organizacional.....	31
Figura 3. Estructura organizacional.....	31
5.6. Información legal.....	33
5.6.1. Tipo de empresa.....	33
5.7. Proyecciones financieras iniciales	33
5.7.1. Supuestos a considerar para el desarrollo del plan financiero.....	33
5.7.2 Estados de pérdidas y ganancias, Flujo de caja y Estado de situación financiera	37
5.8. Conclusiones del capítulo	45
6. Conclusiones generales.....	45
7. Lista de referencias / bibliografía	47
Anexos	50

Índice de figuras

Figura 1. Análisis de la competencia – PORTER.....	16
Figura 2. Lugar geográfico.....	26
Figura 3. Estructura organizacional.....	31

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de evaluación de alternativas estudiadas	11
Tabla 2. Precios.....	23
Tabla 3. Necesidades y requerimientos	27
Tabla 4. Costos iniciales	28
Tabla 5. KPI's de desempeño	28
Tabla 6. Sueldos y Salarios Depreciaciones y Estructura de Capital Impuestos	

Amortizaciones	33
Tabla 7. Supuestos Inversión inicial	34
Tabla 8. Estructura de capital	35
Tabla 9. Sueldos.....	36
Tabla 10. Gastos fijos proyectados	36
Tabla 11. Software.....	36
Tabla 12. Estado de resultados proyectado	37
Tabla 13. Estado de situación financiera proyectado	39
Tabla 14. Flujos proyectados	42
Tabla 15. Análisis financiero	43

1. Revisión de la literatura relacionada al problema

Ecuador se encuentra en el tercer lugar en la producción de flores detrás de Holanda y Colombia quienes ocupan el primer y segundo lugar respectivamente, esto indica que a pesar de las dificultades que existen dentro del país tenemos productos de calidad que permite competir a nivel mundial con grandes productores de flores. Los grandes exportadores de flores son Colombia, Países Bajos, y Ecuador cubriendo el 74% de la demanda del mercado. Los principales clientes en esta industria son países como Estados Unidos, Alemania y Países Bajos, considerando que este último es el principal proveedor y consumidor de estos productos. (Morocho, Cisneros, & Soto. 2021).

El sector agrícola es amplio y abarca diferentes tipos de problemas, especialmente en Ecuador ya que debido a las condiciones geográficas es muy difícil predecir el clima y esto es un gran obstáculo para la producción de cultivos. El lugar geográfico es diverso dependiendo el tipo de cultivo, destacando principalmente que las rosas son producidas en la sierra ecuatoriana, entre ellos los lugares más destacados son Cotopaxi, pichincha e Imbabura La ubicación geográfica es muy amplia dependiendo del tipo de cultivo. Los cultivos tropicales se producen también en el nor-occidente de Pichincha y en la costa ecuatoriana, Guayas. Los cultivos de verano y otras variedades se desarrollan en la sierra ecuatoriana. (Sosoranga & Vélez 2016).

Tomando en cuenta estos datos globales y basándose en el sistema SAIKU del SRI (Herramienta tecnológica para visualizar las estadísticas multidimensionales), existen 422 empresas en el territorio nacional dedicadas al cultivo de flores, continuando con datos tomados en el 2019 del SRI alrededor del 4% de la flor producida se destina para venta local y el 96% restante es para la exportación.

Las pequeñas organizaciones agrícolas realizan y procesan sus cultivos de una forma artesanal sin la implementación de tecnología que le pueda ayudar a mejorar sus procesos y brindar una mayor utilidad con una reducción de costos

significativa.

El sector agrícola es de vital importancia en la economía nacional, ya que, es una de las actividades más destacadas en el Producto Interno Bruto (PIB), también es una potencial actividad que se encarga de atraer ingresos provenientes del exterior mediante la exportación de los diferentes productos relevantes como; café, banano, cacao. (Uribe, 2015). En nuestro país la agricultura ha sufrido varios cambios en su mayoría positivos ya que a medida que han pasado los años este sector ha venido tecnificando sus procesos, implementando maquinaria para trabajar el suelo agrícola e incluso adquiriendo maquinaria moderna que ayuda en los procesos de control de calidad (Naranjo, 2015).

Esta tecnificación permitió el crecimiento de las organizaciones agrícolas que se encontraban la posicionadas en el mercado, agilizaron sus procesos y mejoraron su control en la producción, logrando así reducción de costos y la obtención de mayores utilidades para cada una de las empresas. Hay que tomar en cuenta que en su totalidad los pequeños productores agrícolas se encuentran en lugares o sectores rurales lo cual durante años permitió el crecimiento y el desarrollo económico de muchas comunidades y pueblos pequeños que aún no están muy desarrollados, los procesos de tecnificación mencionados anteriormente han obligado a que los grandes agricultores dejen de necesitar la colaboración de muchos de sus trabajadores y varios procesos se realicen únicamente con la maquinaria adquirida, los principales beneficios que se obtienen con la tecnología en la agricultura son:

- Eficiencia en el cultivo
- Estabilidad en los trabajadores
- Disminución de precios
- Mejores condiciones en los cultivos.

(Qampo, 2017)

2. Identificación del objeto de estudio

Debido a esto existe un gran número de personas que han decidido empezar su propio cultivo, un poco más orgánico y sin mucha tecnificación iniciando así la producción a menor escala. Estos nuevos emprendedores no poseen

conocimientos sobre temas de exportación por lo cual limitan la producción de su cultivo para la venta en el mercado local.

El sector agrícola en el Ecuador posee muchas debilidades, caracterizado por la ausencia de conocimientos tecnológicos y de instalaciones físicas que permitan la implementación de sistemas innovadores en las prácticas agrícolas. (Carpio, 2018).

En base al análisis que se ha desarrollado del sector agrícola, se ha encontrado que los pequeños productores no logran comercializar sus productos ya que estos no son competitivos con los productos de los grandes productores, a la vez no poseen los conocimientos de cómo llegar a comercializar sus productos tanto en el mercado local como en un mercado internacional.

El brindar capacitaciones a los agricultores poco desarrollados ayudaría a sus productos a ser llamativos para un mercado internacional, este sector económico realiza todos sus procesos de cultivo de forma empírica y esto se debe a que son conocimientos que han sido impartidos por sus familiares. Al capacitar a este grupo agrícola se actualizará sus conocimientos sobre los diferentes cultivos que manejen, permitiendo la aplicación de nuevos fertilizantes, nuevas formas de fumigación, implementación de tecnificación entre otros procesos. Es importante la capacitación del grupo mencionado para que puedan acelerar su desarrollo económico.

3. Planteamiento del Problema

3.1 Detalle de la propuesta y justificación de alternativas de solución.

Los pequeños productores de agrícolas no poseen los recursos ni los conocimientos para iniciar o abrir puertas a la comercialización de sus productos a nivel mundial. Tomando en cuenta esto se plantea desarrollar una entidad que permita capacitar al pequeño productor para obtener altos estándares de calidad en la producción de su cultivo y posterior a eso consolidar su producción comercializar la diferente variedad de cultivos que produzcan nuestros aliados de negocio.

Al establecer una entidad que permita capacitar a los pequeños productores de

agricolas se está impulsando su crecimiento y sostenibilidad, ya que por lo general este sector económico tiene un alto nivel de rusticidad y eso no les permite implementar nuevas prácticas agrícolas y se mantienen con las que han venido trabajando de generación en generación. Al desarrollar este proyecto e implementar una entidad que se preocupe por capacitar a este pequeño sector económico podríamos mejorar sus habilidades agrícolas para que posteriormente puedan comercializar competitivamente sus productos.

Posterior a obtener los productos de alta calidad la entidad se preocupará por capacitar en todo el proceso de comercialización tomando en cuenta los gastos y los gastos que hayan existido en la producción y de esta forma maximizar su utilidad y mejorar sus índices de ventas.

3.2 Matriz de evaluación de alternativas estudiadas

Tabla 1. Matriz de evaluación de alternativas estudiadas

Problema	Causas	Alternativas	Solución
Los pequeños productores agrícolas no poseen los recursos ni los conocimientos para desarrollar productos de alta calidad y que esto les permita iniciar o abrir puertas a la comercialización de sus productos a nivel nacional	Falta de educación de los micro agricultores	Brindar cursos de capacitación que fomenten el desarrollo y crecimiento de las pequeñas industrias	Implementación de consultorías agrícolas que ayuden a los pequeños productores a elaborar productos de alta calidad y esto permita incrementar las sus ventas.
	Escasez de recursos económicos en los sectores suburbanos donde se desarrolla la agricultura	Implementar capacitaciones de cultura financiera que imparta el conocimiento para poder adquirir créditos productivos y para emprendedores	

	<p>Tecnificación de las grandes industrias que impiden el desarrollo de los pequeños agricultores</p>	<p>Con la acreditación de los préstamos obtenidos por las entidades financieras los micro agricultores podrían adquirir maquinaria que ayude en sus procesos agrícolas.</p>
	<p>Falta de apoyo por parte de los gobiernos sectoriales que impiden el desarrollo de las pequeñas industrias</p>	<p>Solicitar ayuda a los gobiernos autónomos para que se facilite la comercialización y se pueda difundir la información de los productos que poseen en las pequeñas industrias</p>

3.3. Objetivos generales del plan de negocio planteado

Determinar la viabilidad de un plan de negocios el cual permita capacitar a los pequeños agricultores en temas de producción y comercialización de los diferentes productos que cultivan en la parroquia de El Quinche.

3.4. Objetivos específicos del plan de negocio planteado

- Establecer una relación directa con los pequeños productores de agrícolas para facilitar la exportación de sus productos
- Elaborar un análisis del macro y microentorno para identificar oportunidades y amenazas.

- Desarrollar una investigación de mercados la cual permita entender las necesidades de los pequeños agricultores.
- Establecer la estrategia de marketing que permita la introducción del servicio al mercado objetivo.
- Determinar un plan operacional y establecer la filosofía y estructura organizacional de la compañía.
- Desarrollar un estudio financiero el cual ayude a determinar qué tan viable es la aplicación de este plan de negocios.
- Crear un procedimiento el cual permita a los pequeños agricultores entregar productos de calidad.
- Desarrollar estrategias de comercialización para que los productos puedan llegar a diferentes países que mantengan convenios de exportación.

4. Justificación y aplicación de la metodología a utilizar

4.1. Entorno macroeconómico y político – PESTEL

POLITICO

- **Normativas para establecer los salarios básicos**

En base al decreto presidencial se estableció que para el 2022 el salario básico tendrá un incremento de 25 dólares, esto conlleva a que los costos de producción se eleven ya que la mano de obra aumenta su valor. Debido a este cambio en los salarios vamos a tener poca aceptación por parte de los agricultores ya que sus costos se elevarán y no querrán incurrir en más gastos.

- **Leyes enfocadas al progreso del sector agrícola**

En la actualidad las diferentes reformas tributarias están enfocándose en implementar cambios para el sector agrícola, entre ellos se encuentran beneficios como las importaciones de maquinaria agrícola con tarifa de IVA 0%. Esta reforma ayuda al proyecto debido a que los pequeños

agricultores están interesados en obtener maquinaria y con la ejecución de este proyecto se podrá capacitar a las personas para que puedan importarla y utilizarla

- **Implementación de ley de fomento productivo**

Incluye normativas que permiten la simplificación de procesos productivos que entre los principales beneficiarios se encuentra el sector agrícola. Entre estas reformas se encuentran incentivos productivos para atraer la inversión privada

ECONÓMICO

- **Inestabilidad económica**

Tomando como antecedentes la pandemia ocasionada por el virus COVID-19. El país en la actualidad aun no logra estabilizar su economía, y entre los más afectados se encuentran los pequeños agricultores los cuales no han podido continuar su cultivo.

- **Tasas de interés**

Las entidades bancarias otorgan prestamos que permiten el desarrollo de pequeños productores para que puedan iniciar su emprendimiento, brindando beneficios como intereses bajos y ampliación de plazos en los términos de pago.

- **Inflación en Latinoamérica**

Las economías de Latinoamérica han sufrido un déficit económico y esto se debe a la devaluación de la moneda de cada uno de los países que conforman el continente, Sin embargo, en Ecuador no se ha visto reflejado este cambio ya que actualmente mantenemos como moneda el dólar y esto ha brindado estabilidad económica dentro del país y en comparación con los diferentes países del sector.

SOCIAL

- **Familias dedicadas a la agricultura**

La agricultura familiar es muy importante cualitativa y cuantitativamente ya que representa el 40% de la población rural. (Martinez, 2013, P.33)

- **Nivel de educación**

Existe poca aceptación por la educación ya que son pueblos que han sobrevivido en base a la agricultura sin la necesidad de implementar conocimientos teóricos dentro de sus prácticas diarias.

- **Formas de compra**

Los pueblos rurales están acostumbrados a comprar artículos de primera necesidad y otros de consumo por lo cual existiría un gran obstáculo al intentar persuadir a este sector para invertir en su educación y capacitación para mejorar la calidad de sus productos.

TECNOLÓGICO

- **Uso de internet**

Los pueblos rurales aún no han desarrollado aceptación por el uso de internet, ya que existe escepticismo por parte de sus habitantes, esta barrera impide que puedan actualizarse en información y desarrollar sus productos.

- **Manejo de sistemas de venta**

Al no poseer conocimiento en manejo de tecnología, no es posible que puedan poner en práctica un sistema de comercialización el cual permite tener un control de sus clientes y las diferentes cuentas por cobrar que deja su actividad económica.

- **Publicidad en redes sociales**

Este aspecto es muy importante ya que en la actualidad un gran porcentaje de personas manejan redes sociales y esta sería una fuente de impulso para poder llegar a más clientes.

ECOLÓGICO

- **Reducción de riesgos naturales**

Las capacitaciones tendrían un enfoque para capacitar a los agricultores a usar productos químicos que no destruyan el medio ambiente y ayude a su sostenibilidad.

- **Cambio climático**

El cambio climático en la actualidad es muy constante y el agricultor se enfrenta a una gran variedad de temperaturas dentro de una misma estación climática, por lo cual es importante prevenir y dar a conocer estos cambios a los agricultores.

LEGAL

- **Legalización de los pequeños productores**

En su mayoría los pequeños agricultores son sociedades que no están constituidas jurídicamente, es importante brindar acompañamiento para que estas sociedades agrícolas puedan legalizar sus negocios y recibir los diferentes beneficios que le otorga el gobierno.

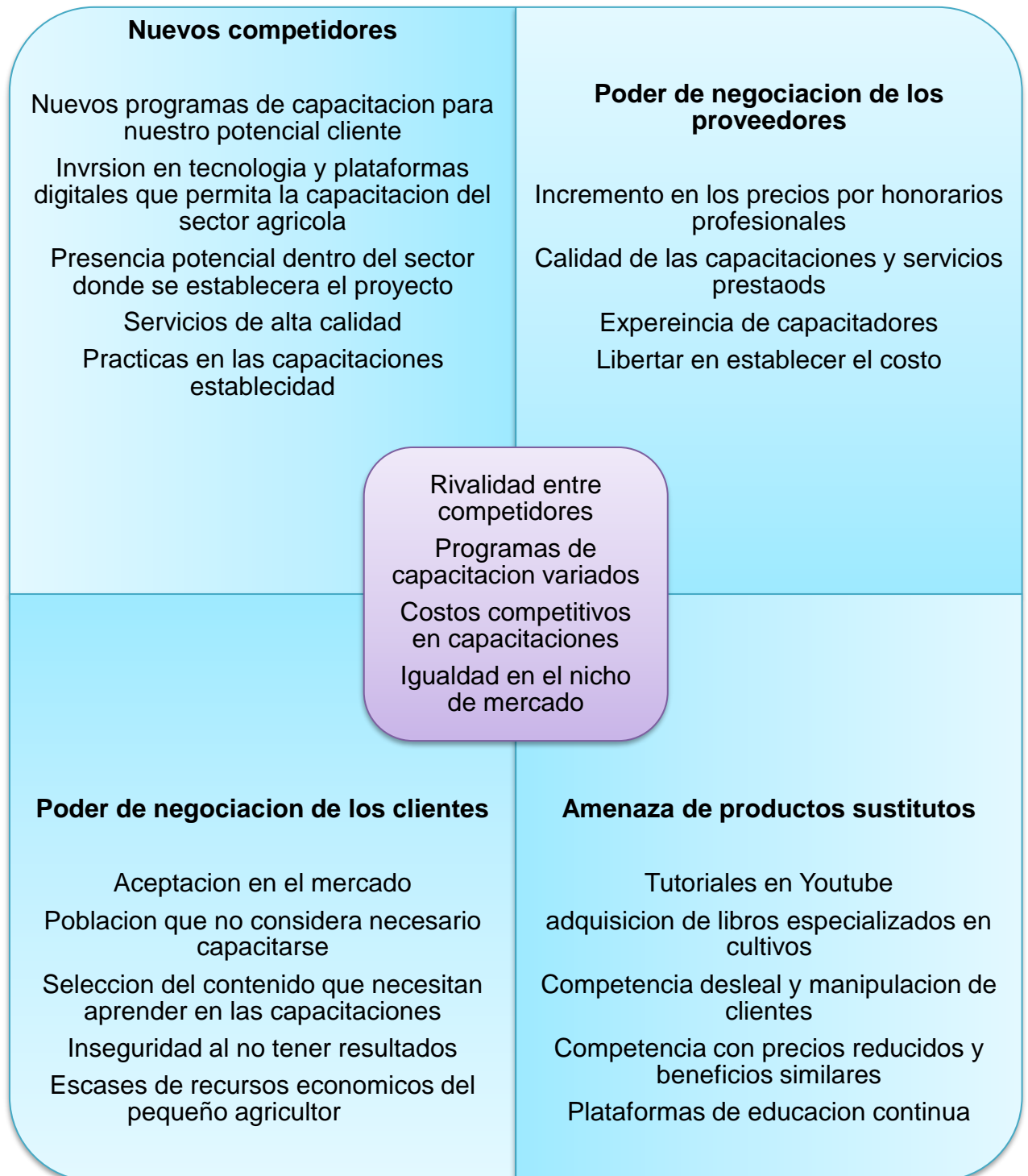
4.2 Análisis del sector

M7490.22.01. Actividades de consultoría de agronomía.

Los consultores agrícolas son los encargados de llevar los diferentes conocimientos agropecuarios a los campos de producción con la finalidad de mejorar los cultivos y que los pequeños agropecuarios puedan desarrollar productos de alta calidad que incluso puedan ser competitivos en el mercado internacional.

4.3 Análisis de la competencia – PORTER

Figura 1. Análisis de la competencia – PORTER



4.4 Análisis del mercado/ investigación del mercado/mercado objetivo
Estudio de mercado con fuentes secundarias y primarias, investigación cualitativa y cuantitativa.

En base a las encuestas realizadas a varias personas que se encuentran en el sector hemos podido determinar lo siguiente:

Encuestas

- Entre las actividades económicas principales se destaca la agricultura por lo cual la idea de negocio es viable en base a las necesidades de las personas del sector.
- Las personas encuestadas han podido notar que los pequeños agricultores no poseen los conocimientos necesarios para desarrollar sus actividades económicas por lo cual se vuelve indispensable proveer de conocimiento y técnicas para mejorar su producción.
- Existe una amplia población que concluye que la mejor forma de ayudar a los pequeños productores es con la implementación de capacitaciones para que puedan mejorar la calidad de sus productos.
- Los pequeños agricultores son generalmente organizaciones familiares que desarrollan su producción en base a los conocimientos adquiridos empíricamente o técnicas de cultivo que han venido siendo desarrolladas por sus familias de generación en generación por lo cual no existe innovación en sus procesos o en sus prácticas agropecuarias.
- Este sector económico a pesar de tener problemas económicos y falta de apoyo del gobierno la razón principal de su poca participación en el mercado es la falta de conocimiento en la producción y comercialización de sus diferentes cultivos.
- La población que supera los 35 años son los que se dedican principalmente a la agricultura por lo cual las capacitaciones tienen que estar enfocadas y establecidas de una forma dinámica para que las personas que se encuentran en ese rango de edad puedan entender y desarrollar las capacitaciones.
- El sector con más producción agrícola es la parroquia de El Quinche, esto permite que el proyecto pueda ser desarrollado de mejor manera ya que tendría mayor aceptación.
- Al realizar la encuesta el 82.6% de la población considera que si es necesario capacitar a los pequeños productores agrícolas y de esta forma poder mejorar la calidad de sus productos.

Focus Group

Se mantuvo una reunión con moradores del sector del quinche en la que participaron 6 personas, se realizó el planteamiento del proyecto y tuvo una gran aceptación, todos estuvieron de acuerdo en que para mejorar el sector agrícola lo importante es mantener a las personas que lo desarrollan capacitadas continuamente ya que en muchos de los casos existe abuso por parte de sus clientes disminuyendo el precio de sus productos en relación con el mercado. Los pequeños proveedores tendrían la capacidad y el conocimiento para establecer precios y obtener una mayor utilidad por la venta de sus productos.

Entre los entrevistados en el Focus group se encontraba un mediano agricultor el cual explico la lucha constante por competir en el mercado y la falta de conocimiento en desarrollar su cultivo, en muchas de las ocasiones el no sabía de qué forma podía fertilizar su producto o en otros casos que tipo de fungicidas se deberían aplicar. Con el grupo entrevistado concluimos que si este mediano agricultor hubiese tenido capacitación o una guía que le permita mejorar sus productos, su negocio hubiese crecido en un menor tiempo.

Entrevista a un experto

En la entrevista a un Ing. Agropecuario que ha trabajado en una florícola del sector por más de 10 años, pudimos observar que el mayor problema al que enfrenta el proyecto es el escepticismo de las personas que se dedican a la agricultura ya que ellos en mucho de los casos no poseen estudios superiores y en otros casos tampoco poseen estudios secundarios por lo cual no ven la necesidad de capacitarse o entender como cultivar sus productos de mejor manera. Este impedimento puede ser minimizado ofertando capacitaciones gratuitas al inicio, esto permitirá ganar la aceptación de nuestros posibles clientes.

4.5 Definición de la estrategia genérica específica del negocio

En base a la problemática, se puede determinar que este proyecto está enfocado principalmente en brindar un servicio de capacitación a los pequeños agricultores, esto permitirá que ellos puedan adquirir los conocimientos necesarios para obtener productos de mayor calidad y posterior a la elaboración de sus productos, tendrán las herramientas necesarias para poder competir con los grandes productores agrícolas.

En la actualidad los pequeños productores agrícolas no cuentan con las herramientas necesarias para ofrecer productos de calidad y empezar su comercialización frente a un mercado altamente competitivo, esto a impedido que este pequeño sector pueda crecer y seguir creciendo económicamente.

Podemos definir que en el país existe un amplio potencial para el crecimiento agrícola ya que es reconocido a nivel mundial por la calidad de productos agrícolas que se comercializan tanto local como al exterior. Los grandes productores se han enfocado principalmente en tecnificar sus procesos y esto les permite abaratar costos, debido a lo mencionado los productores informales no pueden competir contra los precios de la competencia, sin embargo, los productores pequeños han optado por implementar materiales orgánicos en su producción.

4.6 Conclusiones del capítulo

Si los pequeños agricultores tuviesen la oportunidad de conocer y aprender más sobre los diferentes productos que existen, podrían desarrollar productos de alta calidad usando diferentes estrategias para su producción, el aprender a desarrollar su cultivo en específico le permitirá tener mayor oportunidad de comercialización, compitiendo no solo con la calidad de sus productos sino también su valor económico.

En el sector de El Quinche existen cerca de 50 pequeños productores agrícolas, es necesario considerar que no existen centros de capacitaciones y mucho menos personas que asesoren a los agricultores, esto genera una gran oportunidad de negocio ya que las capacitaciones no se desarrollarían en un lugar determinado, el planteamiento es visitar a esta pequeña industria y realizar las capacitaciones experimentando con su propio cultivo para que puedan verificar los beneficios que obtienen al adquirir este servicio.

5. Propuesta de solución al problema identificado

5.1 Estrategia de marketing

En este proyecto se plantea utilizar como estrategia de marketing la

segmentación de mercado, ya que permite enfocarse principalmente en el mercado objetivo que es el sector agrícola.

5.1.1 Ventaja competitiva y propuesta de posicionamiento considerando la estrategia genérica definida.

Al ser una consultora enfocada principalmente a brindar capacitaciones al sector agrícola ya que en la actualidad las consultoras buscan a las grandes industrias para brindar sus capacitaciones y este proyecto está enfocado específicamente en el pequeño agricultor eso genera una ventaja competitiva ya que nadie está enfocado en este segmento de mercado por lo cual será fácil posicionarse de una manera acelerada dentro del mercado.

Segmentación

- Geográfica: El proyecto se lo ejecutara en la parroquia de El Quinche, lugar donde estará ubicado la oficina principal y se realizaran los contratos con los clientes, las asesorías técnicas o el servicio en concreto se lo realizara con visitas técnicas a los pequeños productores agrícolas.
- Demografía: el enfoque principal está basado en clientes que cuenten con algún tipo de cultivo en producción y tengan entre 25 a 55 años, el género con el que se identifique no es relevante por lo cual nuestros clientes pueden de cualquier tipo.
- Psicográfica: El plan de negocios va dirigido principalmente a una clase social media-baja ya que ellos son los principales productores agrícolas que por falta de conocimiento o de las herramientas necesarias para expandir su negocio no han podido hacerlo.
- Conductuales: El servicio puede ser adquirido en cualquier momento del año ya que los diferentes cultivos que existen se desarrollan en base a estaciones climáticas, es decir unos cultivos se producen en verano y otros en invierno, por lo cual dependiendo la estación del año nuestros clientes van a necesitar adquirir nuestros servicios.

Mercado meta

En base al estudio realizado se determina que el mercado meta principalmente es los pequeños productores agrícolas, es decir, el proyecto se enfocara en aquellas personas naturales que cuenten con una producción de agrícola y necesiten desarrollar productos de mejor calidad con el enfoque a que puedan comercializar sus productos a nivel nacional.

5.2 Estrategias de Mercadeo – 4P’S

5.2.1 Servicio

Para la elaboración de este proyecto es importante destacar que no se comercializara un producto sino un servicio, este servicio está enfocado principalmente en brindar asesorías para que los pequeños productores agrícolas puedan desarrollar productos con altos estándares de calidad y que su comercialización sea enfocada hacia la exportación.

- Este proyecto de consultoría se enfoca en los siguientes servicios
- Asesoría para la constitución legal de las pequeñas sociedades agrícolas
- Desinfección y preparación de suelos para la producción agrícola
- Puntos de cosecha y estándares de calidad
- Estándares internacionales de calidad en los diversos productos agrícolas
- Gestión y coordinación para la exportación de productos

5.2.2. Estrategias de distribución

El servicio se caracteriza principalmente por ser de calidad, por brindar el soporte necesario y encontrar las debilidades, falencias y oportunidades de mejora que tienen cada uno de los clientes en los diferentes cultivos en producción y los productos varios que tienen para comercializar.

Para ingresar y ganar posición en el mercado el proyecto va a contar con asesores técnicos de experiencia y que hayan trabajado con empresas ya posicionadas en el mercado y que brindan productos de calidad, de esta forma se ganara reconocimiento e interés de los clientes objetivos para

adquirir el servicio.

5.2.3. Precio

Este proyecto inicialmente cuenta con 5 servicios que se han considerado en base a las posibles necesidades que tenga que organización de agricultores.

No es necesario que el pequeño agricultor adquiriera todas las asesorías, por lo cual cada una de ellas tendrá costos independientes, estos costos están establecidos en base a paquetes de asesoría, cada asesoría o capacitación tienen un costo, al finalizar el soporte se entregara un informe técnico en el que consten los aspectos a mejorar y los errores técnicos que se evidencien.

Tabla 2. Precios

Asesoría	Valor
Asesoría para la constitución legal de las pequeñas sociedades agrícolas	\$ 2.750,00
Desinfección y preparación de suelos para la producción Agrícola	\$ 2.750,00
Puntos de cosecha y estándares de calidad	\$ 2.750,00
Estándares internacionales de calidad en los diversos productos agrícolas	\$ 2.750,00

5.2.4. Promoción

Para la promoción será complicado promocionar el servicio, esto se debe a que los consumidores por lo general buscan un bien material que los pueda llevar a mejorar sus productos, los pequeños agricultores no prestan la importancia necesaria a los servicios que pueden ayudar a mejorar sus productos o a permitir que crezcan como empresas.

Sin embargo, para llegar a nuestros consumidores hemos considerado los siguientes aspectos.

- Utilizar mensajes precisos y claros
- Resaltar los diferentes atributos que poseen nuestros servicios
- Cumplir con lo ofrecido
- Establecer colaboración definida con los clientes
- Crear canales de comunicación directa con los clientes
- Proporcionar material tangible a los clientes (fichas técnicas, formularios, actas, entre otros)
- Mantener continuidad al servicio

Estos factores son de suma importancia para ganar la aceptación de nuestros clientes, pero también se han tomado varios aspectos que van a servir para promocionar los servicios de una forma más eficiente.

- Ofertar descuentos por mantener nuestros servicios
- Fomentar desayunos de trabajo en los cuales se trate temas de importancia actual sobre la agricultura
- Enviar información relevante a nuestros clientes frecuentes
- Fomentar la participación en ferias de pequeños emprendedores
- Alianzas estratégicas con el sector público
- Sorteos de capacitaciones gratuitas
- Implementación de sistemas de gestión para la agricultura

5.2.5. Plaza

Para este proyecto no se destaca con gran relevancia el lugar donde estará ubicado geográficamente ya que, en base a las necesidades, a la variedad de agricultores y los diferentes cultivos que manejan cada uno de ellos, las

asesorías serán personalizadas y desarrolladas directamente en los lugares donde realicen su actividad económica los pequeños agricultores.

Es importante comprender que nuestros asesores estarán dando seguimiento y visitando directamente a estas pequeñas organizaciones. En este sentido contaremos con un servicio con la mayor disponibilidad y accesibilidad posible para cuando el cliente solicite nuestros servicios.

La persona encargada de ventas tendrá la responsabilidad de visitar y ofertar las diferentes capacitaciones a los agricultores, esto será en base a las necesidades independientes de cada uno de ellos.

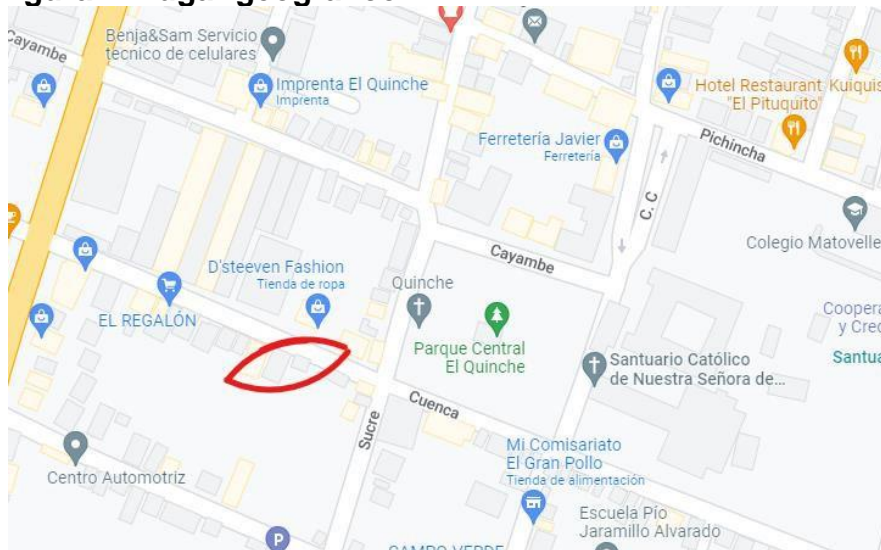
Para el proceso logístico y visita a los clientes se plantea contratar asesores técnicos que cuenten con movilización propia, de esta forma garantizaremos la seguridad y la movilidad de los asesores, los costos de combustible se reconocerán en base al kilometraje marcado desde la ubicación geográfica de la oficina matriz hasta el punto donde desarrolle su producción el cliente.

5.3 Operaciones

5.3.1. Ubicación

El lugar de la empresa se encuentra en la parroquia de El Quinche (calle Cuenca y Sucre) ubicada en la provincia de pichincha, cantón Quito.

Figura 2. Lugar geográfico



Es un lugar estratégico ya que se encuentra a media cuadra del parque central de El Quinche por lo tanto es un sector comercial con afluencia de personas, es de fácil acceso para que los clientes puedan acercarse y escoger el tipo de servicio que más se ajuste a sus diferentes necesidades, posterior a la elección del paquete preferencial en la oficina matriz se procederá con la firma de los contratos y acordar fechas para las visitas técnicas.

5.3.2. Instalaciones

El proyecto tendrá sede en un local comercial ubicado en la parroquia de El Quinche, en este lugar contaremos con una oficina en donde se elaborarán contratos y se gestionarán todos los temas administrativos, las capacitaciones se desarrollarán realizando una visita directa a los pequeños agricultores.

5.3.3. Ventaja Competitiva

Agro-asesores presenta una oferta que mantiene mucha diferencia en base a las que presentan otras empresas que se encargan de brindar capacitaciones y asesorías. Se puede demostrar la ventaja competitiva en

base a las diferentes estrategias que se utiliza para cubrir las necesidades de los clientes potenciales. Como estrategia principal está el buscar las necesidades actuales y reales que posee el sector agrícola, de esta forma brindar soluciones específicas y adaptables al desarrollo de cada uno de los pequeños agricultores.

Agro-asesores mantiene otra característica que le da valor a su servicio y es la presentación de entregables que servirán como apoyo y refuerzo para que los pequeños agricultores tengan un sustento y bases para que puedan hacer cambios en su gestión.

El posicionamiento de mercado se basa en los siguientes aspectos:

- Alcanzar la satisfacción de los clientes mediante altos estándares de calidad.
- Lograr resultados favorables para los clientes.
- Establecer tiempos adecuados para presentación de entregable.
- Tarifas llamativas y ajustadas al presupuesto de los clientes.
- Entregable amigables y de fácil ejecución para los clientes.

5.3.4. Necesidades y requerimientos

Para el desarrollo del proyecto es indispensable contar con los siguientes materiales y activos.

Tabla 3. Necesidades y requerimientos

Tecnología e insumos	Costo
Computadores e impresoras	11.000
Mubles, insumos y suministros	850
Equipos y materiales	300

Estos materiales son indispensables para el desarrollo de nuestra actividad

económica. A demás mantendremos otros costos necesarios para el inicio de nuestras actividades

Tabla 4. Costos iniciales

Descripción	Costo
Permisos de funcionamiento	200
Publicidad para iniciar la actividad	800

5.3.5. Plan de compras

Para esto los materiales principales son los suministros de oficina los cuales se realizará la compra una vez al mes en base a los consumos del mes anterior, el proveedor será “Negocios y Suministros OFINES Cia. Ltda.”. con este proveedor mantendremos un crédito directo de 30 días.

5.3.6. KPI'S de desempeño del proceso productivo

Los KPIS son indicadores de nivel de desempeño con los cuales nuestro proyecto va a tener indicadores cuantificables y medibles, con esto podemos medir el rendimiento de todas nuestras actividades y la satisfacción de nuestros clientes.

Tabla 5. KPI's de desempeño

Proceso	Descripción	Indicador	Responsable	Tiempo de evaluación	Meta
Atención al cliente	Encuesta	Resultados de todas las encuestas realizadas	Departamento administrativo	Semanal	100%

Promoción a pequeños agricultores	Visita a pequeños agricultores del sector	Contratos nuevos	Departamento de ventas	Mensual	100%
Presencia en redes sociales	Crecimiento de nuestras redes sociales	Interacción de los clientes dentro de nuestras redes sociales	Departamento de ventas	Trimestral	90%
Compromiso de los colaboradores	Evaluación de desempeño laboral	Evaluación del ambiente laboral	Gerencia	Mensual	90%

5.4. Filosofía empresarial

5.4.1. Naturaleza y filosofía del negocio

El proyecto está enfocado principalmente a cubrir las necesidades de los pequeños agricultores que buscan alternativas para desarrollar sus productos. Principalmente estos agricultores se encuentran en los sectores rurales de la provincia.

La filosofía de la empresa es proporcionar un servicio de calidad para nuestro cliente y ofrecer capacitaciones innovadoras, tomando en cuenta el desarrollo tecnológico que será demandado por nuestro mercado potencial.

Es importante considerar que para mantener los servicios de calidad la compañía maneja los siguientes valores empresariales.

Respeto: Los integrantes de la compañía deben priorizar el respeto a nuestros clientes.

Confianza: El servicio tiene que generar resultados de tal forma que los

clientes generen confianza y deseen adquirir futuras capacitaciones

Responsabilidad: es importante trabajar en base a los tiempos establecidos por el cliente.

Disponibilidad de adaptación: Cada cliente pertenece a un contexto diferente por lo cual es necesario adaptarse a sus necesidades y a los diferentes cultivos que mantenga cada productor agrícola.

5.4.2. Estilo corporativo

La imagen corporativa de la empresa se basa en transmitir seriedad y sobriedad, que a simple vista los clientes puedan reconocer que se garantiza un buen servicio y se pueda generar la confianza necesaria.

5.4.3. Misión y visión

5.4.3.1 Misión

Ser una organización eficiente en la prestación de servicios que ayude a pequeños agricultores al desarrollo de cultivos de calidad, prestando un servicio personalizado que asegure cubrir las necesidades y el crecimiento de nuestros clientes.

5.4.3.2 Visión

La organización tiene como visión para el año 2027 convertirse en una consultora líder que gracias a la calidad de sus servicios pueda expandirse a la provincia de Imbabura, ya que este sector también existe una gran industria agrícola.

5.4.4. Objetivos de crecimiento y financieros considerando el análisis de la industria

- Elaborar un análisis técnico que permita conocer las necesidades de un 90% los clientes potenciales mediante una investigación del mercado para recopilar información y conocer el valor de la futura inversión durante los próximos 5 años.

- Establecer los recursos tangibles e intangibles de un 100% que servirán para la ejecución del proyecto en un periodo de un año.
- Fijar los costos financieros y materiales en un 100% de todos lo que tenga relación directa con el giro de negocio durante un año.

Objetivos de crecimiento

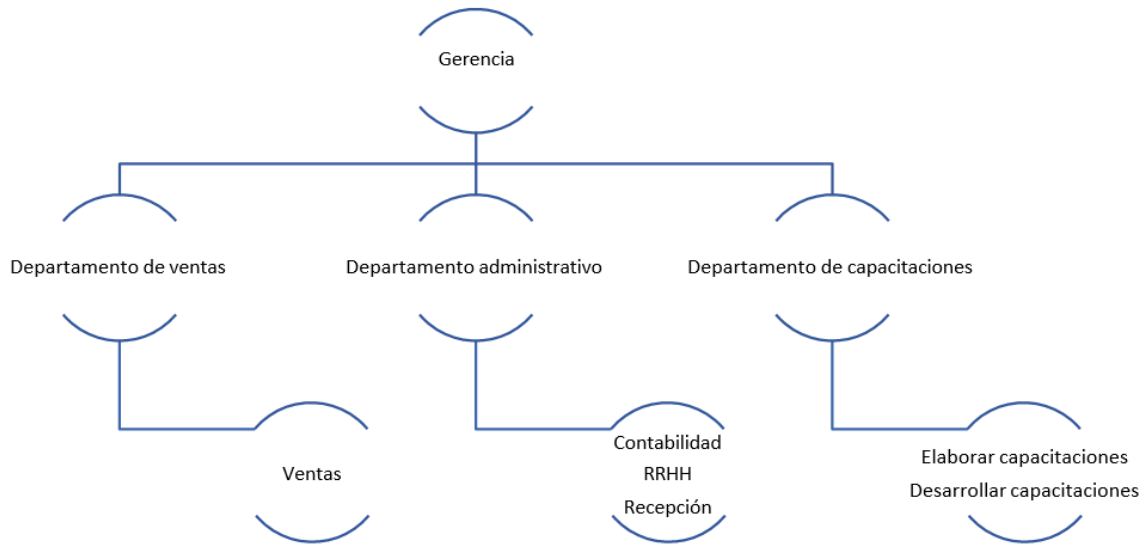
- Implementar estrategias que aporten en un 40% a que el proyecto sea conocido por el mercado para potencializar la venta del servicio objetivo durante un año.
- Aumentar temas de capacitación en un 20% en base a las necesidades detectadas para captar la atención de nuestros clientes durante dos años.

Objetivos financieros

- Mantener estabilidad financiera en cada mes que pueda cubrir todos los costos y generar confianza de los asociados de negocio durante cinco años.
- Mantener y ejecutar en un 100% el presupuesto establecido para mantener controlados los gastos y costos durante tres años.
- Controlar los costos en un 100% de una forma adecuada para optimizar los márgenes de utilidad durante tres años.

5.5. Estructura organizacional

Figura 3. Estructura organizacional



Descripción

Gerencia: desarrollará el cargo de representante legal de la compañía, aprobación de clientes y las diferentes negociaciones con los proveedores, además se encargará del control del cumplimiento de las funciones de los colaboradores, este cargo mantendrá un sueldo de 1600 dólares que será progresivo en base a la utilidad anual de la empresa más los beneficios de ley.

Departamento de ventas: Promocionar y formalizar la venta de nuestros servicios, la persona encargada de esta área mantendrá un sueldo de 500 dólares más comisiones en base a las ventas ejecutadas y los beneficios de ley correspondientes.

Departamento administrativo: Se encargará del área contable, RRHH y recepción. Será la persona que siempre se encuentre físicamente dentro de las oficinas, su salario será de 520 dólares más horas extras en caso de ser necesario y todos los beneficios de ley

Departamento de capacitaciones: se encargará de desarrollar y personalizar las capacitaciones para los pequeños agricultores y desarrollar los informes técnicos para los clientes son los principales gestores del servicio. Su sueldo se establece en 1200 dólares mensuales más los beneficios de ley y adicional contarán con capacitaciones semestralmente.

5.6. Información legal

5.6.1. Tipo de empresa

Para que **Agro-asesores** pueda empezar a ejercer sus actividades económicas, necesita constituirse de forma legal como una sociedad por acciones simplificadas (SAS), obteniendo el RUC y el respectivo registro en la superintendencia de compañías, y de esta manera empezar a desarrollar las actividades económicas.

5.7. Proyecciones financieras iniciales

5.7.1. Supuestos a considerar para el desarrollo del plan financiero.

Para la ejecución de este plan de negocios está considerado una estructura de presupuestos que son indispensables para el cumplimiento de los objetivos planteados, de esta manera también se podrá poseer la información necesaria para proyectar las ventas y establecer los supuestos necesarios para el desarrollo del plan de negocios.

Tomando en cuenta estos parámetros que son relevantes, también se tomó en cuenta datos que son importantes y que hacen referencia a la parte operativa, en lo que se refiere al manejo de los salarios y sueldos, depreciaciones y amortizaciones, estructura del capital y uno de los impuestos principales que se debe considerar ya que es en base a la utilidad ganada durante el periodo.

Tabla 6. Sueldos y Salarios Depreciaciones y Estructura de Capital Impuestos Amortizaciones

Sueldos y Salarios Depreciaciones y Estructura de Capital Impuestos Amortizaciones		
Sueldos y Salarios	Sueldo básico unificado	425
	Aporte patronal	11,15%
	Aporte personal	9,45%
	Participación utilidades	15%

	trabajadores	
Depreciación	Vida útil Equipos de computación	3 años
	Porcentaje de depreciación anual	33%
Estructura del capital	Deuda	20%
	Patrimonio	80%
Impuesto	Renta	25%

Para la ejecución del plan financiero se consideró varios supuestos que intervienen para un adecuado funcionamiento de la compañía. Se consideraron los varios elementos, entre ellos: Monto de inversión en Propiedad, Planta y Equipo, Monto de Gastos de Organización e Instalación, Monto de Gastos Pre- operacionales, así como el requerimiento específico de Capital de Trabajo, El capital que se requiere para iniciar el proyecto es de \$ 17.200,00.

Tabla 7. Supuestos Inversión inicial

Supuestos Inversión Inicial	
Inversión en Propiedad Planta y Equipo	11.000,00
Inversión en Gastos de Organización e Instalación	3.000,00
Inversión en Gastos Pre-operacionales	4.000,00

Capital de Trabajo	12.000,00
Total	30.000,00

El proyecto arrancara con una inversión de los accionistas del 80% y el otro 20% por medio de financiamiento con el Banco pichincha, esto se lo hace por la factibilidad que otorga el banco para adquirir el crédito y poder iniciar con las actividades económicas. El crédito que es otorgado por el banco pichincha se aplicara por el periodo de 5 años con interés del 25.12%, y considerando cuotas fijas mensuales de \$ 101,21.

Tabla 8. Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		Propio	80%	13.760,00
		Deuda L/P	20%	3.440,00

Es importante proyectar los gastos salariales durante el primer año de ejecución del proyecto, de esta forma se podrá tener un mejor panorama sobre los gastos y costos que tendremos fijos durante el primer periodo.

Cargo	Cant.	Sueldo (mes)	Clasificación	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Aporte Patronal IESS
Gerente Administrativo	1	\$1.600,00	Gasto	\$ 133,33	\$ 35,42	\$ -	\$ 194,40
Marketing y Ventas	1	\$ 500,00	Gasto	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ -	\$ 60,75
Asistente administrativo	1	\$ 520,00	Gasto	\$ 43,33	\$ 35,42	\$ -	\$ 63,18
Departamento de	2	\$ 1.200,00	Costo	\$ 200,00	\$ 35,42	\$ -	\$ 291,60

capacitaciones						
----------------	--	--	--	--	--	--

Tabla 9. Sueldos

Tabla 10. Gastos fijos proyectados

DATOS	Valor	Periodos
Suministros (*)	\$ 50,00	mensuales
Seguro Equipos de computación	-	valor de maquinaria
Mantenimiento y reparaciones (*)	\$ 50,00	mensuales
Servicios básicos (*)	\$ 120,00	mensuales
Gasto arriendo (*)	\$ 200,00	mensuales
Publicidad (estimada mensual)	3,00%	valor ventas mensuales
Publicidad inicial	\$ 800,00	Evento de lanzamiento
Gastos de constitución	\$ 200,00	un solo pago inicial

Incremento en el costo 1,60%

Tabla 11. Software

Ítem	Cantidad (unidades)	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)
Software	4	300,00	1.200,00	5

5.7.2 Estados de pérdidas y ganancias, Flujo de caja y Estado de situación financiera

5.7.2.1. Estados de resultados proyectado – anual

Tabla 12. Estado de resultados proyectado

	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	0	1	2	3	4	5
TOTAL, INGRESOS VENTAS	-	100.278,2	109.948,2	118.920,0	128.623,9	139.119,5
		0	0	9	2	4
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD BRUTA	-	100.278,2	109.948,2	118.920,0	128.623,9	139.119,5
		0	0	9	2	4
Gastos sueldos	-	76.073,56	89.077,78	97.837,98	107.451,7	118.004,5
					8	0
Gastos generales	-	14.758,28	14.434,28	14.822,38	15.223,10	15.636,72
Gastos de depreciación						

	-	3.666,67	3.666,67	3.666,67	3.666,67	3.666,67
Gastos de amortización						
	-	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E						
IMPUESTOS Y PARTICIP.	-	5.539,69	2.529,48	2.353,06	2.042,37	1.571,65
Gastos de intereses						
	-	820,83	709,72	567,24	384,55	150,30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y						
PARTICIPACIÓN	-	4.718,86	1.819,76	1.785,82	1.657,82	1.421,35
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES						
	-	707,83	272,96	267,87	248,67	213,20
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS						
	-	4.011,03	1.546,80	1.517,95	1.409,15	1.208,15
25% IMPUESTO A LA RENTA						
	-	1.002,76	386,70	379,49	352,29	302,04
UTILIDAD NETA						
	-	3.008,27	1.160,10	1.138,46	1.056,86	906,11
MARGEN BRUTO	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
MARGEN OPERACIONAL	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

MARGEN NETO 0,00% 3,00% 1,06% 0,96% 0,82% 0,65%

5.7.2.2. Estado de situación financiera proyectado – anual

Tabla 13. Estado de situación financiera proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>ACTIVOS</u>						
Corrientes						
<i>Efectivo</i>	5.000,00	7.717,54	11.801,40	4.847,53	8.601,94	11.941,62
Cuentas por Cobrar	-	4.461,60	4.825,68	5.219,45	5.645,36	6.106,01
Inventarios Prod. Terminados	-	-	-	-	-	-
Inventarios Materia Prima	-	-	-	-	-	-
Inventarios Sum. Fabricación	-	-	-	-	-	-

	-	-	-	-	-	-
No Corrientes	-	-	-	-	-	-
Propiedad, Planta y Equipo	11.000,00	11.000,00	11.000,00	22.000,00	22.000,00	22.000,00
Depreciación acumulada	-	(3.666,67)	(7.333,33)	(11.000,00)	(14.666,67)	(18.333,33)
Intangibles	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Amortización acumulada	-	(240,00)	(480,00)	(720,00)	(960,00)	(1.200,00)

PASIVOS

Corrientes

Cuentas por pagar proveedores	-	-	-	-	-	-
Impuestos por pagar						

	-	91,98	(78,63)	(98,82)	(120,53)	(144,07)
less por pagar	-	565,92	622,51	684,76	753,24	828,56

No Corrientes

Deuda a largo plazo	3.440,00	3.046,30	2.541,49	1.894,21	1.064,23	0,00
---------------------	----------	----------	----------	----------	----------	------

PATRIMONIO

Capital	13.760,00	13.760,00	13.760,00	13.760,00	13.760,00	13.760,00
Utilidades retenidas	-	3.008,27	4.168,37	5.306,83	6.363,69	7.269,80

Comprobación	-	-	-	-	-	-
---------------------	---	---	---	---	---	---

Activo corriente

	5.000,00	12.179,14	16.627,08	10.066,97	14.247,30	18.047,63
Pasivo corriente	-	657,90	543,88	585,94	632,71	684,49
Capital neto de trabajo	5.000,00	11.521,24	16.083,20	9.481,04	13.614,59	17.363,14
Activo	17.200,00	20.472,47	21.013,75	21.546,97	21.820,63	21.714,30
Patrimonio	13.760,00	16.768,27	17.928,37	19.066,83	20.123,69	21.029,80
ROA	0,00%	14,69%	5,52%	5,28%	4,84%	4,17%
ROE	0,00%	17,94%	6,47%	5,97%	5,25%	4,31%

5.7.2.3 Flujos proyectados

Tabla 14. Flujos proyectados

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</u>	(17.200,00)	13.959,47	10.081,16	(8.446,62)	5.208,68	5.222,11
<u>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</u>	(13.760,00)	13.042,49	9.123,91	(9.455,52)	8.267,10	4.062,07

5.7.2.4 Análisis financiero

Tabla 15. Análisis financiero

<u>Tasa libre de riesgo</u>	3,48%
<u>Rendimiento del Mercado</u>	9,57%
<u>Beta</u>	0,62
Beta Apalancada	0,72
<u>Riesgo País</u>	9,03%
Tasa de Impuestos	25,00%
Participación Trabajadores	15,00%
Escudo Fiscal	36,25%
<u>Razón Deuda/Capital</u>	25,00%
<u>Costo Deuda Actual</u>	25,12%

TASAS DESCUENTO	
CAPM	19,40%
WACC	18,73%

	EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO	EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA
VAN	\$1.314,02	VAN \$ 49,28
IR	1,08	IR 0,24
TIR	24,73%	TIR 37,84%

5.8. Conclusiones del capítulo

- Los tramites y demás procesos legales para el inicio de las actividades económicas se lo realizara en el último trimestre del año 2022, esto se lo realizara bajo los parámetros de los entes gubernamentales reguladores.
- Es importante establecer los indicadores de desempeño para detectar oportunidades de mejora y de esta forma brindar un buen servicio a nuestros clientes.
- Para la empresa es primordial brindar un servicio de calidad ya que este será nuestro diferenciador en base a la competencia y permitirá captar una mayor cantidad de clientes por periodos largos de tiempo.
- Es de vital importancia la evaluación del proyecto ya que de esta manera se puede determinar la viabilidad del plan de negocios, el análisis financiero y los flujos proyectados fueron de gran ayuda para conocer los diferentes aspectos de la creación de este nuevo emprendimiento.
- Durante los 5 años que se propone el proyecto es viable, y se plantea realizar un nuevo análisis a partir de ese periodo y de esta forma conseguir generar un valor económico para los futuros inversores.
- El análisis financiero es importante ya que se puede considerar como la piedra angular para la toma de decisiones, además permite tener un esquema numérico sobre la realidad proyectada de la empresa.
- El plan financiero recopila información de la realidad actual que está atravesando la economía ecuatoriana y el escenario post pandemia que a generado la disminución de los recursos de muchas de las fuerzas productivas agrícolas, el resultado de la recopilación de información financiera es contar con os datos necesarios actuales para garantizar la sostenibilidad del proyecto.

6. Conclusiones generales

- El plan de negocios se desarrollará con la idea principal de crear un espacio para que el pequeño agricultor de la parroquia de El Quinche pueda desarrollar sus conocimientos en los diferentes cultivos que poseen. El proyecto se enfoca en atender las necesidades de este segmento de mercado a través de un servicio eficiente dentro del desarrollo agrícola.
- Se identificó el entorno macroeconómico que interfiere en el proyecto, de esta forma se pudo identificar el grado de aceptación que mantiene en la actualidad este tipo de servicios que se plantea ofertar.
- El análisis y revisión de los datos recopilados mediante las diferentes técnicas cuantitativas y cualitativas como son encuestas, focus group y entrevista a un experto permitió tener un mejor panorama sobre las necesidades en temas agrícolas dentro de la parroquia de El Quinche.
- El proyecto se enfoca en brindar apoyo por medio de una asesoría externa que incremente valor de una forma significativa a los pequeños agricultores y les permita ser más competitivos con los grandes productores, por lo que la prioridad es brindar un servicio de calidad y que garantice el cumplimiento en todos sus entregables.
- El plan de negocios se proyecta a mantener unas ventas estables durante 5 años, culminado este plazo es recomendable realizar un nuevo análisis que permita identificar el crecimiento de las ventas y el estado actual de la industria, de esta manera se podrá replantear nuevos objetivos y realizar los cambios pertinentes en el plan financiero para obtener cifras que estimulen el crecimiento de la empresa.

7. Lista de referencias / bibliografía

- Andrade, V., Camino, S., & Pesántez, D. (2016). Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial. *Revista Ciencia UNEMI*, 9(19), 48-63.
<http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/323/279>
- Buteler, M. (2020). Coronavirus: las consecuencias económicas del confinamiento global. *Boletín Informativo del Grupo de Jóvenes Investigadores*, 2(9), 33-35.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/102914/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabezas, V. (2020). El Covid-19 y el derecho del trabajo: *Sintomatología de un modelo en emergencia*. *Iuris Dictio*(26), 177-193.
<https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/iurisdictio/article/view/1868>.
- Carpio, L. (2018). El uso de la tecnología en la agricultura. *ProSciences*, 2(14), 25-32. <http://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/70/231>
- González, G., Mackay, C., Castañeda, Z., Ruiz, K., & Poveda, G. (2020). *El sector florícola ecuatoriano y su afectación en el mercado internacional producto de la pandemia causada por el covid-19*.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MQkhzUuCs2IJ:hhttps://www.eumed.net/actas/20/covid/5-el-sector-floricola-ecuadoriano-y-su%02afectacion-en-el-mercado-internacional.pdf+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- Govea, K., Freire, C., & Arguello, J. (2018). Importancia de la agricultura en una economía dolarizada. *Revista espacios*, 29(16).
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n16/a18v39n16p01.pdf>
- Haro, P., & Borsic, Z. (2019). Análisis prospectivo y comparativo de la exportación de las Gypsophilas frente a las Rosas. *Yura: Relaciones internacionales*. (19), 29. http://world_business.espe.edu.ec/wp-content/uploads/2019/06/19.2-An%C3%A1lisis-prospectivo-y-comparativo-de-la-exportaci%C3%B3n-de-Gypsophilias.pdf
- Jiménez, O., Zambrano, A., Chiluisa, K., & Masabanda, G. (2019). Enfermedades ocupacionales derivadas de agentes químicos a los que se exponen

trabajadores del sector floricultor de la ciudad de Latacunga, Ecuador. *Revista Gaceta Laboral*, 25(2), 155-169.

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/gaceta/article/view/32980/3458>

5

Morocho, N., Cisneros, M., & Soto, C. (2021). EL COVID 19 y su impacto financiero en el sector florícola ecuatoriano. *Análisis comparativo. 593 digital Publisher CEIT*, 6(3), 146-157.

https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/download/553/675/4955

Quinde, V., Alvarado, M., Bucaram, R., & Bueno, M. (2018). Análisis y perspectivas de las exportaciones no tradicionales agrícolas ecuatorianas. *Editorial Grupo Compas*. https://www.researchgate.net/profile/Victor-Quinde-Rosales/publication/326841313_Analisis_y_perspectivas_de_las_exportaciones_no_tradicionales_agricolas_ecuatorianas/links/5b687af2a6fdcc87df6d5b4f/Analisis-y-perspectivas-de-las-exportaciones-no-tradicionales-agricolas-ecuatorianas.pdf

Sosoranga, H., & Vélez, M. (2016). La Floricultura en el Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/10/floricultura.html>

Verdugo, N., & Andrade, V. (2018). Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el periodo 2013-2017. *Pendientes Económicos*, 2(3), 84- 102.

https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pendientes_Economicos/article/view/43/16

Zabala, V. (2017). Ecuador es el tercer exportador mundial de flores. *Ekos negocios*. 1(1), 1. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/ecuador-es-el-tercer-exportador-mundial-de-flores>.

Zambrano, M., Gaspar, M., & Ronquillo, O. (2020). Terminación del contrato individual trabajo por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten laborar en tiempo de pandemia Covid-19. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 56-63. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-56.pdf>

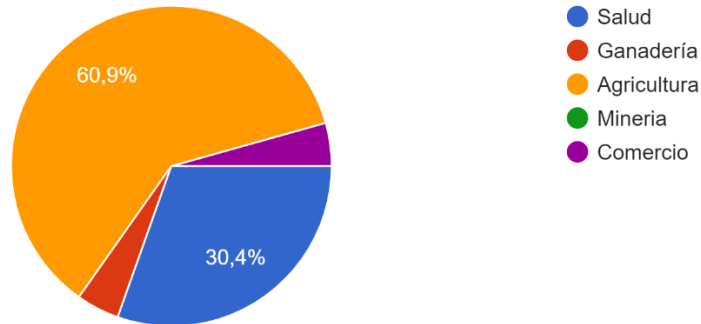
Zapata, D., & Oviedo, J. (2019). *Modelo de Simulación de Alternativas de Productividad para Apoyar los Procesos de Toma de Decisiones en Empresas del Sector Floricultor Antioqueño*. *Información tecnológica*, 30(2), 57-72. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642019000200057&lng=en&nrm=iso&tlng=en

Anexos

Encuestas

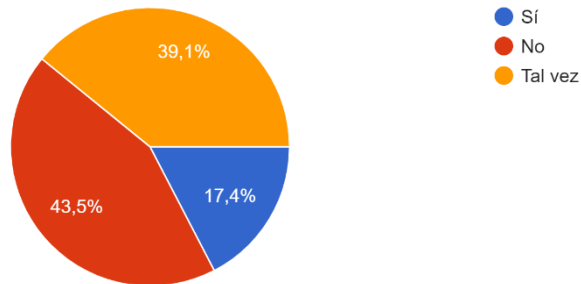
1. En el sector que usted vive ¿Cuál de las siguientes actividades económicas es considerada como la principal?

23 respuestas



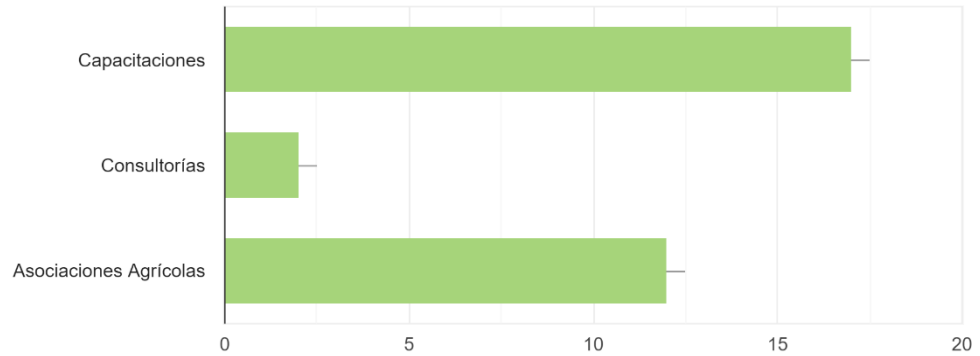
2. ¿Considera usted que los pequeños agricultores poseen los conocimientos necesarios para desarrollar sus actividades económicas?

23 respuestas



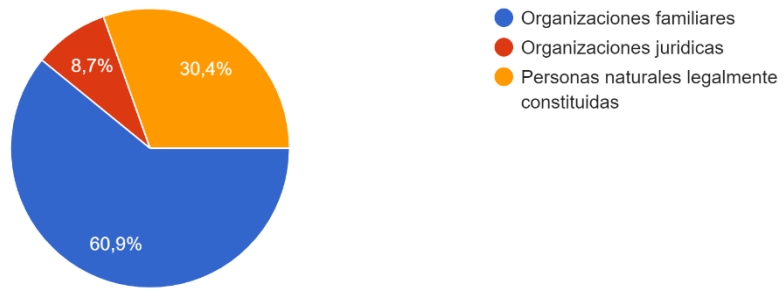
3. ¿Cuál de las siguientes alternativas considera usted que es necesaria para fomentar el crecimiento de los pequeños productores agrícolas?

23 respuestas



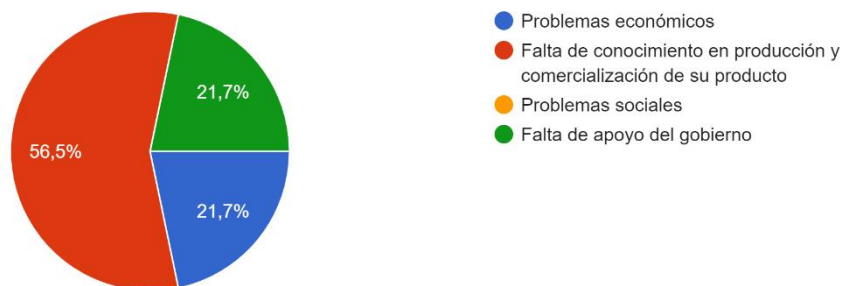
4. ¿Cómo son considerados los pequeños agricultores?

23 respuestas



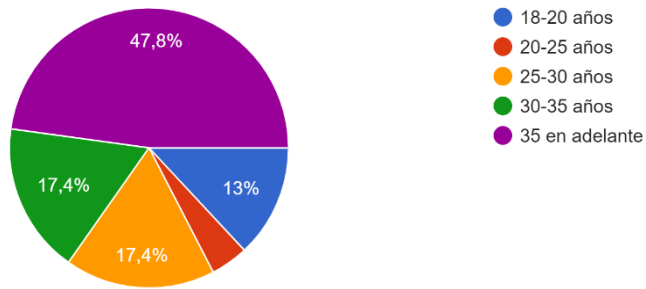
5. ¿Cuál de las siguientes razones considera usted que es la causa principal por la que los pequeños productores agrícolas no pueden ser competitivos?

23 respuestas



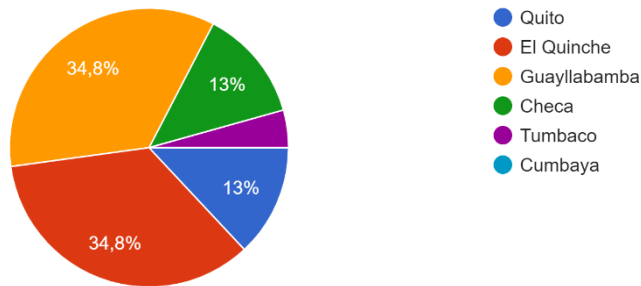
6. ¿En qué rango de edades se encuentran los pequeños productores agrícolas?

23 respuestas



7. ¿En qué sector podemos identificar que existe una mayor cantidad de productores agrícolas informales?

23 respuestas



8. Considera que es importante capacitar a este segmento de mercado para que puedan desarrollar sus actividades y de esta forma incrementar su nivel competitivo con relación a los grandes productores agrícolas

