



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LAS
VENTAS DE LA FLORISTERÍA “LA OCASIÓN” DE LA CIUDAD
DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, PERÍODO
2021-2026.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

DINA ALEXANDRA ORTEGA ORTEGA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LAS
VENTAS DE LA FLORISTERÍA “LA OCASIÓN” DE LA CIUDAD
DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, PERÍODO
2021-2026.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: DINA ALEXANDRA ORTEGA ORTEGA

DIRECTOR: ING. ÁNGEL BOLÍVAR BURBANO PÉREZ

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Dina Alexandra Ortega Ortega

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, DINA ALEXANDRA ORTEGA ORTEGA, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

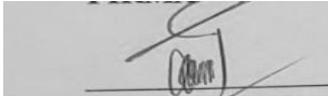
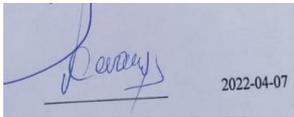
Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 20 mayo del 2022.

Dina Alexandra Ortega Ortega
1400949465

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, “**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LAS VENTAS DE LA FLORISTERÍA “LA OCASIÓN” DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, PERIODO 2021-2026**”, realizado por la señorita: **DINA ALEXANDRA ORTEGA ORTEGA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Integración Curricular; el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-05-20
Ing. Ángel Bolívar Burbano DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-05-20
Dr. Rodney Eduardo Mejía Garcés ASESOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-05-20

DEDICATORIA

A mi familia por su apoyo incondicional, en especial a mis dos pilares fundamentales durante este proceso académico, mi abuelita y mi madre, quienes a pesar de cualquier dificultad me motivaron a continuar adelante; contagiándome de su fortaleza y empeño, siendo luz en el camino.

Gracias por apoyarme e inculcarme valores como la responsabilidad y la humildad, junto con ello el trabajo y la valentía, sin ustedes el cumplimiento de esta meta no hubiera sido posible.

Dina

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme gozar de salud y vida, para poder vivir junto a mi familia la culminación de esta etapa.

Una eterna gratitud a mi familia por levantarme los ánimos en momentos de declive conmigo misma.

A mi Padre por su ayuda incondicional, por brindarme palabras de aliento y ánimo en cada nuevo reto que se me ha presentado durante este proceso.

A mis profesores de la carrera de finanzas quienes con sus enseñanzas han formado nuevos pilares de aprendizaje que serán útiles en mi campo ocupacional.

Un agradecimiento especial a mi director y miembro del tribunal de Trabajo de Integración Curricular quienes con sus conocimientos me han guiado y acompañado en la realización de este Trabajo de Integración Curricular, logrando que lo culmine con éxito.

Por último, pero no menos importante a la propietaria de Floristería la Ocasión, la Srta. Jhoana Chuqui, quién me ha brindado su confianza y la información necesaria para realizar este trabajo de investigación.

Dina

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	2
1.2 Marco teórico.....	3
<i>1.2.1 Floristería.....</i>	<i>3</i>
<i>1.2.2 Plan de Negocios.....</i>	<i>4</i>
<i>1.2.3 Importancia.....</i>	<i>4</i>
<i>1.2.4 Estructura de un Plan de Negocios.....</i>	<i>4</i>
<i>1.2.4.1 Resumen ejecutivo.....</i>	<i>4</i>
<i>1.2.4.2 Producto o servicio.....</i>	<i>5</i>
<i>1.2.4.3 Equipo de trabajo.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.4.4 Plan de marketing.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.4.5 Organización empresarial y sistema de negocio.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.4.6 Plan de implementación.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.4.7 Riesgos para la empresa.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.4.8 Financiación.....</i>	<i>7</i>
1.2.5 Beneficios de un plan de Negocios.....	7

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO.....	9
2.1 Enfoque de la Investigación.....	9
<i>2.1.1 Enfoque Cualitativo.....</i>	<i>9</i>
<i>2.1.2 Enfoque Cuantitativo.....</i>	<i>9</i>
2.2 Nivel de la Investigación.....	9

2.2.1	<i>Exploratorio</i>	9
2.2.2	<i>Descriptivo</i>	10
2.2.3	<i>Explicativo</i>	10
2.3	Diseño de la Investigación	10
2.3.1	<i>Investigación no experimental</i>	10
2.4	Tipo de estudio	11
2.4.1	<i>Investigación Documental</i>	11
2.4.2	<i>Investigación de Campo</i>	11
2.5	Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	11
2.5.1	<i>Población</i>	11
2.5.2	<i>Fórmula</i>	12
2.6	Métodos, técnicas e instrumentos de la Investigación	13
2.6.1	<i>Métodos de Investigación</i>	13
2.6.1.1	<i>Método Inductivo</i>	13
2.6.1.2	<i>Método Deductivo</i>	14
2.6.2	<i>Técnicas de Investigación</i>	14
2.6.2.1	<i>Técnica de Investigación Documental</i>	14
2.6.2.2	<i>Técnica etnográfica</i>	14
2.6.3	<i>Instrumentos de Investigación</i>	14
2.6.3.1	<i>Fuentes de Información</i>	14
2.6.3.2	<i>Entrevista</i>	15
2.6.3.3	<i>Encuesta o Cuestionario</i>	15

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	16
3.1	Resultados y discusión de resultados	16
3.1.1	<i>Entrevista dirigida a la Dueña del negocio de “Floristería la Ocasión”</i>	16
3.1.2	<i>Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas</i>	19
3.2	Propuesta	31
3.3	Resumen Ejecutivo	31
3.3.1	<i>Información general del negocio</i>	31
3.3.1.1	<i>Empresa (Razón Social)</i>	31
3.3.1.2	<i>Actividad económica principal</i>	31
3.3.1.3	<i>Localización</i>	32
3.3.1.4	<i>Inicio y evolución</i>	32
3.3.1.5	<i>Definición del negocio</i>	32

3.3.1.6	<i>Visión</i>	33
3.3.1.7	<i>Misión</i>	33
3.3.1.8	<i>Objetivos</i>	33
3.3.2	<i>Gestión Estratégica</i>	33
3.3.2.1	<i>Análisis FODA del negocio</i>	33
3.3.2.2	<i>Factores estratégicos</i>	35
3.3.2.3	<i>Objetivos estratégicos</i>	36
3.4	<i>Producto o Servicio</i>	36
3.4.1	<i>Descripción del Producto</i>	36
3.4.2	<i>Aspectos innovadores que proporciona</i>	36
3.4.3	<i>Presentación del producto</i>	37
3.4.4	<i>Duración</i>	38
3.5	<i>Equipo de Trabajo</i>	38
3.5.1	<i>Estructura Organizacional</i>	38
3.5.2	<i>Necesidad de personal</i>	38
3.5.3	<i>Principales funciones del personal</i>	39
3.5.4	<i>Proceso de reclutamiento de personal</i>	40
3.5.5	<i>Evaluación de personal</i>	41
3.6	<i>Plan de Mercadeo (Marketing)</i>	41
3.6.1	<i>Estudio de Mercado</i>	41
3.6.1.1	<i>Análisis de la demanda</i>	42
3.6.1.2	<i>Demanda actual</i>	42
3.6.1.3	<i>Demanda proyectada</i>	42
3.6.1.4	<i>Análisis de la Oferta</i>	44
3.6.1.5	<i>Oferta actual</i>	44
3.6.1.6	<i>Oferta Proyectada</i>	44
3.6.1.7	<i>Demanda Insatisfecha</i>	44
3.6.2	<i>Mercado Competidor</i>	45
3.6.2.1	<i>Competencia</i>	45
3.6.2.2	<i>Análisis de la Competencia</i>	45
3.6.2.3	<i>Ventajas competitivas</i>	46
3.6.2.4	<i>Mercado Proveedor</i>	46
3.6.2.5	<i>Segmentación</i>	46
3.6.3	<i>Estrategia de Marketing</i>	47
3.6.3.1	<i>Estrategia del producto</i>	47
3.6.3.2	<i>Estrategia del precio</i>	49
3.6.3.3	<i>Estrategia de Distribución</i>	50

3.6.3.4	<i>Estrategia de Comunicación</i>	51
3.7	Sistema de Negocio	52
3.7.1	<i>Equipos</i>	52
3.7.2	<i>Suministros por área</i>	53
3.7.3	<i>Materiales e Insumos área de producción</i>	53
3.7.4	<i>Flujograma de procesos</i>	54
3.8	Gestión Financiera	55
3.8.1	<i>Detalle de los Activos</i>	55
3.8.2	<i>Costos</i>	55
3.8.2.1	<i>Costos Directos</i>	56
3.8.2.2	<i>Costos Indirectos</i>	56
3.8.3	<i>Mano de Obra</i>	57
3.8.3.1	<i>Mano de Obra Directa</i>	57
3.8.3.2	<i>Mano de Obra Indirecta</i>	58
3.8.4	<i>Gastos</i>	59
3.8.4.1	<i>Gastos Administrativos</i>	59
3.8.5	<i>Inversión</i>	59
3.8.5.1	<i>Nueva Inversión</i>	59
3.8.5.2	<i>Nuevos Gastos</i>	61
3.8.5.3	<i>Capital de Trabajo</i>	61
3.8.5.4	<i>Inversión Total</i>	63
3.8.6	<i>Financiación</i>	63
3.8.6.1	<i>Tabla de Amortización Préstamo</i>	63
3.8.7	<i>Estimación de los Ingresos</i>	65
3.8.7.1	<i>Ventas Pronosticadas</i>	65
3.8.7.2	<i>Ventas Pronosticadas Demanda Insatisfecha</i>	65
3.8.7.3	<i>Ventas Totales Proyectadas</i>	65
3.8.8	<i>Depreciación</i>	67
3.8.9	<i>Balances Proyectados</i>	68
3.8.9.1	<i>Balance General</i>	68
3.8.9.2	<i>Estado de Resultado</i>	69
3.8.9.3	<i>Flujo de Caja</i>	70
3.8.10	<i>Evaluación Financiera</i>	71
3.8.10.1	<i>Periodo de Retorno de la Inversión</i>	71
3.8.10.2	<i>Valor actual Neto (VAN)</i>	72
3.8.10.3	<i>Cálculo Tasa Interna de Retorno</i>	73
3.8.10.4	<i>Relación Beneficio-Costo</i>	73

CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES	75
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Población.....	12
Tabla 2-3:	Género	19
Tabla 3-3:	Edad.....	20
Tabla 4-3:	Compra de arreglos florales.....	21
Tabla 5-3:	Frecuencia de compra de arreglos florales	22
Tabla 6-3:	Aspecto al momento de comprar un arreglo floral	23
Tabla 7-3:	Ocasión de compra de un arreglo floral.....	24
Tabla 8-3:	Conoce Floristería la Ocasión.....	25
Tabla 9-3:	Calificación del Servicio	26
Tabla 10-3:	Percepción de precio.....	27
Tabla 11-3:	Mejoramiento del servicio.....	28
Tabla 12-3:	Medios de Publicidad	29
Tabla 13-3:	Recomendación del Servicio	30
Tabla 14-3:	Matriz FODA.....	34
Tabla 15-3:	Calificación de criterios.....	34
Tabla 15-3:	Matriz de Ponderación FODA.....	35
Tabla 17-3:	Necesidad de Personal.....	38
Tabla 18-3:	Modelo de perfil de reclutamiento cargo Contador(a)	40
Tabla 19-3:	Modelo de perfil de reclutamiento cargo de Vendedor	40
Tabla 20-3:	Modelo de perfil de reclutamiento cargo de Community Manager.....	40
Tabla 21-3:	Modelo de ficha de evaluación de desempeño al personal.....	41
Tabla 22-3:	Demanda proyectada mínima de arreglos florales.....	43
Tabla 23-3:	Demanda proyectada máxima de arreglos florales.....	43
Tabla 24-3:	Demanda proyectada promedio de arreglos florales	43
Tabla 25-3:	Oferta proyectada de arreglos florales.....	44
Tabla 26-3:	Demanda Insatisfecha.....	45
Tabla 27-3:	Análisis de la Competencia	45
Tabla 28-3:	Características por edad de la segmentación	47
Tabla 29-3:	Variedad de Diseños de Arreglos Florales a implementar	48
Tabla 30-3:	Equipo Área de Gerencia.....	52
Tabla 31-3:	Equipo Área de Producción.....	52
Tabla 32-3:	Equipo Área Comercial	52
Tabla 33-3:	Suministros Área de Gerencia.....	53
Tabla 34-3:	Suministros Área Comercial.....	53
Tabla 35-3:	Materiales e Insumos en el Área de Producción.....	53

Tabla 36-3:	Detalle de los Activos Floristería la Ocasión	55
Tabla 37-3:	Costos Directos Arreglos Floristería la Ocasión	56
Tabla 38-3:	Costos Indirectos Arreglos Floristería la Ocasión	56
Tabla 39-3:	Rol Mano de Obra Directa Floristería la Ocasión	57
Tabla 40-3:	Rol Mano de Obra Indirecta Floristería la Ocasión.....	58
Tabla 41-3:	Gastos Administrativos Floristería la Ocasión	59
Tabla 42-3:	Nueva Inversión de Floristería la Ocasión	59
Tabla 43-3:	Nuevos Gastos para Floristería la Ocasión.....	61
Tabla 44-3:	Capital de Trabajo de Floristería la Ocasión	61
Tabla 45-3:	Inversión Total de Floristería la Ocasión	63
Tabla 46-3:	Tabla de Amortización de Préstamo.....	63
Tabla 47-3:	Ventas Pronosticadas por año Floristería la Ocasión	65
Tabla 48-3:	Tabla Ventas Pronosticadas Demanda Insatisfecha	65
Tabla 49-3:	Proyección Ventas Totales	65
Tabla 50-3:	Depreciación Activos Fijos Floristería la Ocasión	67
Tabla 51-3:	Balance General Proyectado Floristería la Ocasión	68
Tabla 52-3:	Estado de Resultados Proyectado Floristería la Ocasión.....	69
Tabla 53-3:	Flujo de Caja Proyectado Floristería la Ocasión	70
Tabla 54-3:	Datos cálculo Periodo de Retorno de la Inversión.....	71
Tabla 55-3:	Datos cálculo Periodo de Retorno de Inversión	71
Tabla 56-3:	Cálculo Tasa de Descuento	72
Tabla 57-3:	Cálculo Valor Actual Neto	72
Tabla 58-3:	Datos Cálculo Tasa Interna de Retorno.....	73
Tabla 59-3:	Relación Beneficio-Costo.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Género	19
Gráfico 2-3:	Edad.....	20
Gráfico 3-3:	Compra de arreglos florales.....	21
Gráfico 4-3:	Frecuencia de compra de arreglos florales	22
Gráfico 5-3:	Aspecto al momento de comprar un arreglo floral	23
Gráfico 6-3:	Ocasión de compra de un arreglo floral.....	24
Gráfico 7-3:	Conoce Floristería la Ocasión	25
Gráfico 8-3:	Calificación del Servicio	26
Gráfico 9-3:	Percepción de precio	27
Gráfico 10-3:	Mejoramiento del servicio.....	28
Gráfico 11-3:	Medios de Publicidad	29
Gráfico 12-3:	Recomendación del Servicio	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3:	Ubicación "Floristería la Ocasión"	32
Figura 2-3:	Arreglo floral en escalera.....	37
Figura 3-3:	Arreglo floral en curva.....	37
Figura 4-3:	Estructura Organizacional de "Floristería la Ocasión"	38
Figura 5-3:	Canal de Distribución de Floristería la Ocasión	51
Figura 6-3:	Flujograma de procesos de Floristería la Ocasión	54

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO DE ENTREVISTA INTERNA

ANEXO B: CUESTIONARIO ENCUESTA DE MERCADO

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo realizar un plan de negocios para mejorar las ventas de la “Floristería la Ocasión” de la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago. Donde se diseñaron nuevas estrategias útiles para mejorar la gestión administrativa del negocio y su desarrollo competitivo dentro del mercado local, logrando fortalecer y ampliar su estructura empresarial. Se realizó un estudio interno y externo del negocio, utilizando herramientas que nos permitieron conocer el estado situacional de la Floristería, se desarrolló una entrevista a la dueña del local y una encuesta a la población de la ciudad de Macas, obteniendo como resultado datos útiles para el diseño de objetivos estratégicos que busquen potenciar su oferta y demanda, a su vez necesarios para realizar los cálculos y proyecciones dentro del diseño del Plan. Mediante un estudio financiero y de mercado se determinó los indicadores financieros, teniendo como resultado un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$44.288,35, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 48, 91%, un Beneficio/Costo \$2,96 y un Periodo de Recuperación de Inversión de 2 años, 3 meses y 22 días. Con él cálculo de estos indicadores se concluye la viabilidad del diseño del plan, el cual contribuirá a mejorar la administración operativa-financiera del negocio, por lo que se recomienda su implementación.

Palabras clave: < CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <FINANZAS>, <PLAN DE NEGOCIOS>, <VENTAS>, <PLANIFICACIÓN>, <RENTABILIDAD>, <ANÁLISIS FINANCIERO>, <FLORISTERÍA >, <MACAS(CIUDAD)>.

REVISADO

05 JUL 2022

Ing. Jhonatan Parreño Ugualas, MBA
(ANALISTA DE BIBLIOTECA)



17-06-2022

1307-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of this research work was to conduct and business plan to improve the sales of the “Floristería la Ocasión” in the city of Macas, province of Morona Santiago. New useful strategies were designed to improve the administrative management of the business and its competitive development within the local market, strengthening and expanding its business structure. An internal and external study of the business was conducted, using tools that allowed us to know the situational of the Flower Shop. An interview with the owner of the store and a survey of the population of the city of Macas was conducted, obtaining, as a result, useful data for design of strategic objectives that seek to enhance its supply and demand to conduct the calculations and projections within the design of the plan. Through a financial and market study, the financial indicators were determined, resulting in a positive Net Present Value (NPV) of \$44.288,35, an Internal Rate of Return (IRR) of 48,91%, a Benefit/Cost of \$2,96, and Investment Recovery Period of 2 years, 3 months and 22 days. The calculation of these indicators concludes the viability of the plan design, which will improve the operational-financial management of the business, and therefore its implementation is recommended.

Keywords: < ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <FINANCIALS>, <BUSSINESS PLAN>, <SALES>, <PLANNING>, <PROFITABILITY>, <FINANCIAL ANALYSIS>, <FLOWER SHOP>, <MACAS(CITY)>.



Lic. María Eugenia Rodríguez Durán
0603914797

INTRODUCCIÓN

Para operar un emprendimiento que dure a largo plazo es necesario contar con las herramientas que lo ayuden a identificar puntos claves que deba mejorar para mantenerse dentro del mercado.

Un plan de negocios es una herramienta clave que brinda una descripción completa y detallada del negocio, ya que describe cada uno de los aspectos relacionados con el mismo, como sus objetivos y las estrategias que este requiere para alcanzarlas, es un punto de partida para el desarrollo empresarial.

El presente trabajo de investigación pretende diseñar un plan de negocios que permita mejorar las ventas de la floristería la Ocasión en la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago, en el periodo 2021-2026, logrando implementar estrategias que mejoren su competitividad en el mercado y pueda obtener mayor demanda de sus productos, incrementando así sus ventas.

Este trabajo de investigación cuenta con tres capítulos, conclusiones, recomendaciones y anexos los cuales se detallan a continuación:

Capítulo I: En este capítulo se encuentra el marco teórico referencial donde se describe los antecedentes de investigación, el marco teórico y las interrogantes de estudio con sus respectivas citas bibliográficas.

Capítulo II: En este espacio se desarrolla el marco metodológico donde se describe los métodos de investigación implementados dentro de la investigación, de igual manera las técnicas e instrumentos que permitieron recolectar los datos necesarios para el desarrollo del trabajo de investigación.

Capítulo III: Dentro de este se detallan los resultados obtenidos de la investigación realizada, como la descripción del negocio, gestión estratégica, marketing, operativa y financiera, por último, la determinación y viabilidad del desarrollo del plan para la floristería.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigativo, narradas de manera clara y concisa.

Los anexos son evidencias del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de la Investigación

En referencia a los antecedentes investigativos o estudios previos que guardan vinculación con el problema en estudio se detallan los siguientes:

Título: “Plan de Negocios para la Comercialización de productos agrícolas en la “Asociación San Pedro de Licto” parroquia Licto, cantón Riobamba”. (Santana, 2020)

Autores: Carolina Beatriz Santana Guevara

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Como objetivo principal fue desarrollar un plan de negocios que permita mejorar la competitividad comercial de los productos agrícolas de la “Asociación San Pedro de Licto”. A través de un estudio minucioso que permita verificar la situación actual de la Asociación y crear nuevas líneas de negocios (Santana, 2020).

Título: “Plan de Negocios para mejorar la competitividad de le empresa comunitaria “Inti-Churi”, de la parroquia Veintimilla del cantón Guaranda, Provincia de Bolívar”. (Vallejo, 2019)

Autores: Tupac Jamaruh Vallejo Elijama

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Diseñar un plan de negocios mediante un análisis de mercado, que permita mejorar la competitividad de la empresa comunitaria “Inti-Churi” de la parroquia Veintimilla del cantón Guaranda, provincia de Bolívar. La propuesta del plan de negocios se basa en la creación de una nueva línea de productos lácteos, como el queso mozzarella. (Vallejo, 2019)

Título: Elaboración de un Plan de Negocios para incrementar las ventas en el 20% de la empresa Surtiooffice, por medio de una nueva línea de suministros de limpieza, a partir del primer semestre del 2017 en la ciudad de Guayaquil. (Gómez, Rocío, Cedeño, & Elías, 2016)

Autores: Quimbayo Gómez, Blanca Rocío; Rizzo Cedeño, Fernando Elías

Universidad: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

La empresa Surtiooffice se especializa en la distribución de suministros para oficinas y empresas de la ciudad de Guayaquil, la cual desea expender suministros de limpieza al por mayor y menor

en la cartera de cliente que maneja actualmente, ya que en gran parte de ellos necesitan un proveedor integral de suministros varios. Por lo que realizar un plan de negocios aumentará las ventas del negocio en un 20% durante para el primer semestre (**Gómez, Rocío, Cedeño, & Elías, 2016**).

Título: Diseño de un Plan de Negocios de Comercialización para incrementar las ventas en las empresas House Sport. (**Arias G. , 2015**)

Autores: Grubert David Arias Ceferino

Universidad: Universidad Técnica de Machala

Mediante el diseño de un plan de negocios de comercialización se pretende incrementar las ventas de la Empresa House Sport S.A. Dedicada a la comercialización de calzado y de prendas de vestir en la ciudad de Machala, El Oro, Ecuador. Al proponer un plan de comercialización se logrará ampliar el margen de ventas, que permitirá impulsar el crecimiento de la empresa. Planteando estrategias eficientes para fortalecer las actividades comerciales de la empresa, ofreciendo una herramienta flexible, para lograr competitividad y fidelización en el mercado (**Arias G. , 2015**).

1.2 Marco teórico

1.2.1 Floristería

“Podemos definir a la floristería como el arte de hacer hermosos arreglos florales, ramos, centros de mesas para bodas, coronas, adornos; saber distinguir que tipo de flores son las perfectas para cada ocasión” (**Martin, 2021, pág. 01**).

Floristry es el arte profesional de crear arreglos florales. También abarca el cuidado y manejo de flores, ventas y exhibición de flores, entrega de flores. La industria floral es la fuerza impulsadora detrás de la floristería, aunque el término generalmente se refiere al cultivo, cuidado y venta de flores. (**Spiegato, 2022**)

Por lo tanto, se puede entender como floristería a la habilidad que permite diseñar arreglos florales para cualquier tipo de ocasión que se requiera, guiándose en diferentes técnicas y los requerimientos de sus consumidores.

1.2.2 Plan de Negocios

Según **Viniegra, (2007)** es una herramienta de planeación de la empresa o negocio considerando sus áreas esenciales (administración, operaciones, mercadotecnia, finanzas, entre otras) y su interacción con las demás. Lo cual nos permite visualizar de manera conjunta cada una de las áreas del negocio para que de manera sinérgica se alcance los objetivos deseados, utilizando la menor cantidad de recursos **(pág. 13)**.

“Un plan de negocios es un documento que presenta en forma detallada la información directamente relacionada con la empresa. Este documento puede adoptar distintas formas: los hay extensos y detallados, concisos y breves” **(Laos & Navarro, 2017, pág. 11)**.

1.2.3 Importancia

“La importancia del plan de negocios radica en su magnitud y alcances, su estructura permite prácticamente cubrir todas las áreas del negocio o empresa, facilitando y eficientando con esto el proceso de planeación” **(Viniegra, 2007, págs. 17,18)**.

1.2.4 Estructura de un Plan de Negocios

La estructura del plan de negocios de acuerdo a **(Laos & Navarro, 2017)** debe estar constituida por:

1.2.4.1 Resumen ejecutivo

Recopila los aspectos e información sobresaliente de e información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios; es importante que sea claro, conciso y explicativo. Cualquier persona que lea el resumen ejecutivo, debe inferir la idea del negocio en su totalidad. Este último punto se desarrolla debido a que contiene toda la información elaborada en el plan de negocios. **(Laos & Navarro, 2017, pág. 12)**

Cuando un tercero lee y analiza el plan de negocios busca respuesta a una serie de preguntas que espera encontrar en el resumen. Las preguntas que un lector se formula al recibir el plan, son las mismas que un inversionista se hace al participar en un negocio:

a) ¿En qué consiste el negocio?

Se explica en qué consiste el negocio en el que se desea incursionar.

b) ¿Cuáles son los objetivos principales a corto, mediano y largo plazo y las estrategias a seguir? ¿Cómo lograrlas?

Se debe explicar cuáles son los bienes o servicios que ofrecerán.

c) ¿Existe mercado potencial para este negocio?

“La mejor forma de convencer, es aportando datos reales de estudios realizados con anterioridad. Si se dispone de una lista de clientes nacionales o internacionales dará mayor seguridad y credibilidad al negocio” **(Laos & Navarro, 2017, pág. 18).**

d) ¿Qué diferenciará a la empresa de la competencia?

“Es indispensable demostrar cómo se va a mantener y ampliar esa distinción a través del tiempo. Igualmente se hace esencial indicar con qué recursos financieros y humanos se cuenta; si se dispone de licencias o patentes, es necesario mencionarlo” **(Laos & Navarro, 2017, pág. 18).**

e) ¿Cuál es el futuro de la empresa?

La mayoría de los posibles socios o inversionistas buscarán un rendimiento a mediano plazo en una empresa con futuro. Es importante explicar cuáles son las provisiones de crecimiento de la forma más objetiva posible, indicando para ello las formas de financiación, y el rendimiento que se espera del negocio **(Laos & Navarro, 2017, pág. 19).**

f) ¿Puedo fiarme del emprendedor?

“Indudablemente, un buen plan de negocios sin un buen equipo de trabajo que lo respalde no podrá garantizar crecimiento” **(Laos & Navarro, 2017, pág. 19).**

1.2.4.2 *Producto o servicio.*

Describe las bondades y cualidades del producto o servicio que incursionará en el mercado, se debe detectar la satisfacción o necesidad a cubrir. Pueden ser viene industriales, bienes de

insumos, servicios comerciales y servicios profesionales. Es indispensable identificar el proceso productivo que se llevará a cabo **(Laos & Navarro, 2017, pág. 12)**.

1.2.4.3 Equipo de trabajo.

“Son las personas clave que conforman la organización y llevan a cabo las acciones conducentes al logro de los objetivos estratégicos y las metas establecidas en un lapso determinado” **(Laos & Navarro, 2017, pág. 12)**.

1.2.4.4 Plan de marketing.

Es el proceso que integra la suma total de funciones y actividades orientadas hacia el mercado consumidor, en esta área del Plan de negocios se especifica: la investigación de mercado, el desarrollo de nuevos productos, la planeación de ventas, la administración, el control de ventas, los canales de distribución, el posicionamiento de los mercados objetivos, la promoción y publicidad, en relación con la distribución de bienes y servicios **(Laos & Navarro, 2017, pág. 12)**.

1.2.4.5 Organización empresarial y sistema de negocio.

Es la forma en cómo se asignan las funciones y responsabilidades del trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos para el éxito de la misma. El sistema de negocio encierra los procesos internos desarrollados por la organización, implica los elementos necesarios que le permiten a la nueva empresa entregar físicamente el valor del cliente ya sea a través de un producto o servicio **(Laos & Navarro, 2017, pág. 12)**.

1.2.4.6 Plan de implementación.

“Es el cronograma de actividades, es allí donde se especifica con fechas estimadas y definidas la iniciación y desarrollo del proyecto en sí. Contiene los plazos máximos para el desarrollo del negocio; puede organizarse por días, semanas, meses o años” **(Laos & Navarro, 2017, pág. 12)**.

1.2.4.7 Riesgos para la empresa.

“Son las complicaciones internas y externas a las cuales están sometidas todas las empresas. Pueden clasificarse en: riesgos políticos, económicos, sociales, culturales, de tiempo, de plaza” **(Laos & Navarro, 2017, pág. 12).**

1.2.4.8 Financiación.

Es el sistema contable de la empresa, constituye una herramienta útil y práctica que facilita la toma de decisiones, mantiene un monitoreo constante de las operaciones y garantiza la salud financiera de la empresa. Busca alternativas que permitan ahorrar en costos y gastos **(Laos & Navarro, 2017, pág. 12).**

1.2.5 Beneficios de un plan de Negocios

De acuerdo a **(Díaz de Santos , 1994)** los principales beneficios prácticos de un plan de negocios son:

1. Determina cuales son las oportunidades del negocio más prometedoras para la empresa.
2. Permite determinar con mayor precisión los mercados de interés para la empresa.
3. Señala cómo participar más activamente en esos mercados.
4. Aporta las bases para decidir el tipo de productos o servicios que se deben ofrecer a la clientela.
5. Establece objetivos, programas, estrategias y planes a seguir, que permiten controlar mejor el desarrollo futuro de la empresa.
6. Establece una base firme para planificar todas las actividades de la empresa.
7. Estimula un uso más racional de los recursos.
8. Permite asignar responsabilidades específicas y establecer programas de trabajo coordinados.

9. Facilita el control y medición de los resultados.
10. Crea conciencia de los obstáculos que se deben superar.
11. Provee una valiosa fuente de información para referencias actuales y futuras.
12. Facilita el avance progresivo hacia las metas más importantes de la empresa.
13. Mantiene a todos los miembros de la organización orientados hacia rentabilidad.
14. Permite evaluar estrategias alternas.
15. Facilita revisiones prácticas y eficaces.
16. Permite elaborar más eficaces estrategias de venta a partir del verdadero potencial de ventas de la empresa.
17. Crea el marco general financiero de la empresa.
18. Determina cuáles son áreas más importantes que se deben controlar.
19. Permite analizar la situación de la empresa respecto a sus más importantes competidores.
20. Facilita la determinación de las cosas que se deben hacer mejor y de forma diferente a como las hacen los competidores. (Díaz de Santos , 1994, pág. 35).

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de la Investigación

2.1.1 *Enfoque Cualitativo*

De acuerdo con (**Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 7**), un enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación a partir de ideas y opiniones sobre un determinado asunto, se abre el análisis no estadístico de los datos, que luego son interpretados de una forma subjetiva pero lógica y fundamentada.

Este enfoque permitirá tener una observación de las fortalezas y debilidades del negocio, por lo que es necesario para la observación de problemas dentro del mismo, generando ideas para su solución y el desarrollo del plan de negocios.

2.1.2 *Enfoque Cuantitativo*

Según **Hernández, Fernández, & Baptista (2014)**, el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías (**pág. 7**).

Al ser un enfoque basado en datos numéricos, nos permite realizar un estudio financiero a través de la recopilación de la información económica del negocio como sus ingresos y egresos, permitiéndonos realizar proyecciones a futuro.

2.2 Nivel de la Investigación

2.2.1 *Exploratorio.*

De acuerdo a (**Tomala, 2016**) menciona que la investigación exploratoria es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes.

El tipo de investigación exploratoria se centra en la investigación y el análisis a fondo de la empresa, que nos permita realizar los análisis necesarios para el presente trabajo de investigación.

2.2.2 Descriptivo.

Desde el punto de vista de **(Tomala, 2016)** la investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.

Este tipo de investigación se centra en realizar la descripción completa de cada uno de los factores e involucrados, así como las principales características del negocio de la Floristería la Ocasión.

2.2.3 Explicativo.

De acuerdo al autor **(Tomala, 2016)** la investigación explicativa es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas de este. Existen diseños experimentales y no experimentales.

La investigación se centra en explicar el porqué de la situación de que se encuentra Floristería la Ocasión, determinando las causas y consecuencias que lo provocaron.

2.3 Diseño de la Investigación

De acuerdo con **Arroyo (2016)** el diseño es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación, dentro del enfoque cuantitativo, la calidad de una investigación se encuentra relacionada con el grado en que se aplique el diseño **(pág. 57)**.

2.3.1 Investigación no experimental

“No manipula deliberadamente las variables que busca interpretar, sino que se contenta con observar los fenómenos de su interés en su ambiente natural, para luego describirlos y analizarlos sin necesidad de emularlos en un entorno controlado” **(EcuRed, 2021)**.

Se realizará con el diseño no experimental por el hecho que se va a trabajar con la información proporcionada por Floristería la Ocasión.

2.4 Tipo de estudio

De acuerdo con **(Hidalgo, 2005)**, establece que el tipo de estudio es según el nivel de conocimiento científico (observación, descripción, explicación) al que espera llegar el investigador, se debe formular el tipo de estudio, es decir de acuerdo con el tipo de información que espera obtener, así como el nivel de análisis que deberá realizar. También se tendrán en cuenta los objetivos y las hipótesis planteadas con anterioridad.

2.4.1 Investigación Documental

Se realiza consultando fuentes de información escritas, documentos de cualquier índole, libros (bibliográficas), revistas, periódicos (hemerográficas), electrónicas o fuentes primarias (bandos, cartas, oficios y expedientes) se localizan en archivos públicos y privados e internet, esto implica hacer el uso de la técnica de análisis documental para la búsqueda de datos **(Martínez Ruíz, 2012, pág. 87)**.

2.4.2 Investigación de Campo

Se caracteriza por orientarse a la búsqueda de información in situ, es decir, en el lugar que se presenta el tema a estudiar. Como está orientada al estudio directo de los acontecimientos en el lugar y tiempo en que ocurren, se convierte en la más indicada para indagar sobre los fenómenos que ocurren, tanto en la naturaleza, como en los procesos de carácter social **(Martínez Ruíz, 2012, pág. 87)**.

La investigación se lo realizará con una investigación documental y de campo ya que se acudirá al uso de artículos científicos, revistas y libros digitales que sirvan de soporte con el marco teórico y la conceptualización de la temática a investigar, así como también la información que se recopile de las encuestas y entrevistas.

2.5 Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

2.5.1 Población

La población de estudio de este trabajo de investigación son los habitantes de la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago, la cual de acuerdo a un estudio del Gobierno Municipal del cantón Morona en el año 2012 es de 19.176.

Tabla 1-2: Población

CANTÓN MORONA		
Parroquia	Total	%
9 de Octubre	425	1,03%
Cuchaentza	2590	6,29%
G. Proaño	1785	4,34%
Macas	19176	46,59%
Rio Blanco	1992	4,84%
San Isidro	785	1,91%
S. Don Bosco	13413	32,59%
Sinaí	766	1,86%
Zuñac	223	0,54%
Total Cantonal	41155	100%

Fuente: Gobierno Municipal del Cantón Morona, 2012.

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

El tipo de muestra a calcular será finito puesto que contamos con el número total de los habitantes de la ciudad de Macas, donde plantearemos la fórmula respectiva para determinar el número total de la muestra para nuestro estudio de mercado.

2.5.2 Fórmula

Para calcular el tamaño de muestra para una población finita se utiliza la siguiente fórmula:

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

n = Tamaño de la muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

DATOS

$$n = ?$$

$$N = 19.176$$

$$Z = 1,96$$

$$e = 0,05$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

$$n = \frac{19.176 * 1,96^2_{\alpha} * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (19.176 - 1) + 1,96^2_{\alpha} * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{18.416,6304}{48,8979}$$

$$n = 377$$

Una vez realizado el cálculo de la muestra se obtiene como resultado que se debe encuestar a 377 personas.

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de la Investigación

2.6.1 *Métodos de Investigación*

2.6.1.1 *Método Inductivo.*

De acuerdo con (Catillo, 2020, pág. 65) el método inductivo va de los casos particulares a lo general. Se parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos particulares.

El trabajo de investigación a realizarse se centrará en la utilización del método inductivo ya que nos ayuda a identificar los problemas que presenta Floristería la Ocasión en sus actividades comerciales y operacionales.

2.6.1.2 Método Deductivo.

De acuerdo con **Catillo (2020)** el método deductivo se trata de aquella orientación que va de lo general a lo específico. Es decir, el enfoque parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos (**pág. 66**).

La investigación a realizarse parte de lo general de la Floristería la Ocasión con el fin de llegar a las situaciones específicas o particular de esta.

2.6.2 Técnicas de Investigación

2.6.2.1 Técnica de Investigación Documental

Se basa principalmente en el trabajo de archivo, que consiste en la consulta de fuentes de información escrita (libros, periódicos, diarios, etc.), estadística (censos, encuestas, y sondeos) y testimonios gráficos o fotogénicos (pinturas, fotografías, filmes, discos y videos) (**Martínez Ruíz, 2012, pág. 134**).

2.6.2.2 Técnica etnográfica

“Se caracteriza por el contacto directo del investigador con la realidad social a estudiar, cuenta con tres herramientas para la recopilación de datos: la observación, entrevista y encuesta” (**Martínez Ruíz, 2012, pág. 140**).

2.6.3 Instrumentos de Investigación

2.6.3.1 Fuentes de Información

Son cualquier escrito o testimonio gráfico o visual que proporcionan datos sobre el tema investigado. La información de primera mano es aquella que ha sido obtenida, organizada o formulada por el propio investigador. Los datos secundarios es la que se obtiene de fuentes documentales que provienen de otras investigaciones (**Martínez Ruíz, 2012, pág. 135**).

2.6.3.2 *Entrevista*

“Consiste en obtener información mediante una conversación profesional entre personas con el propósito de ayudar en una investigación determinada o en el diagnóstico y tratamiento de un problema social” (Martínez Ruíz, 2012, pág. 144).

2.6.3.3 *Encuesta o Cuestionario*

Se define como una lista de preguntas relativas a un mismo tema que un gran número de individuos debe contestar. Es un documento que contiene una lista de preguntas sobre un tema en específico y se aplica a un determinado grupo de individuos con objetivo de reunir datos acerca del asunto o problema a estudiar (Martínez Ruíz, 2012, pág. 147).

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Resultados y discusión de resultados

3.1.1 *Entrevista dirigida a la Dueña del negocio de “Floristería la Ocasión”*

1. **¿Floristería la Ocasión cuenta con el Diseño de un Plan de Negocios?**

R: No cuento con un Plan de Negocios estructurado puesto que desconozco en lo que pueda aportar al negocio y como se realice.

2. **¿El Negocio tiene estructurado su misión, visión u objetivos a cumplir?**

R: No cuento con una misión y visión estructurada que permita enfocar mi negocio, sin embargo, mi objetivo es seguir mejorando mi negocio.

3. **¿Cuál es el estado de las ventas actualmente en la Floristería?**

R: A mi parecer el estado de las ventas ha bajado un poco, por ello quiero mejorarlas e invertir en nuevas cosas dentro de mi negocio.

4. **¿Qué factores internos y externos considera que afectan las ventas del negocio?**

R: Los factores internos que afectan mis ventas es la falta de personal, puesto que yo soy la encargada total del negocio y falta de publicidad en varias plataformas digitales. En cuanto a los factores externos es la competencia que busca diariamente ganar mercado de forma desleal y situaciones imprevistas que perjudiquen el negocio.

5. **¿Cuáles son las fortalezas y oportunidades con las que cuenta Floristería la Ocasión?**

R: Las fortalezas del negocio es el horario de disponibilidad que brindo a mis clientes, de igual manera la elaboración de arreglos con diseños originales que les ofrezco, a su vez también realizo entregas a domicilio, las oportunidades con las que cuento es el

reconocimiento del negocio dentro de la localidad y la oferta de financiación por parte de entidades financieras.

6. ¿Qué ventajas competitivas tiene Floristería la Ocasión referente a su competencia?

R: Nuestra atención al cliente, puesto que resolvemos cada una de sus dudas y tratamos de brindarle el mejor servicio.

7. ¿Conoce cuál es su mercado objetivo y sus segmentos con mayor demanda?

R: Aún no cuento con un mercado objetivo y desconozco que segmentos son de mayor demanda.

8. ¿Las fuentes de financiamiento del negocio son propias o recibe la ayuda de alguna entidad pública o privada?

R: La fuente de financiamiento es propia, ya que ninguna institución me ha brindado algún tipo de ayuda.

9. ¿Cuenta con los conocimientos necesarios en administración financiera que le permita llevar un correcto registro de sus ingresos y gastos?

R: No cuento con conocimientos en esa área, sin embargo, trato de mantener un orden que permita administrar el negocio a mi manera.

Interpretación

De acuerdo a la entrevista realizada a la Dueña de la “Floristería la Ocasión” se obtuvo información necesaria para la realización de la propuesta, la cual se detalla a continuación:

- El negocio no cuenta con el diseño de un plan de negocios estructurado, puesto que no hay conocimiento por parte de la dueña en su realización.
- No se cuenta con una misión, visión y objetivos estructurados que permitan enfocar el negocio hacia un fin.

- Existe una falta de personal dentro del negocio, puesto que la dueña es la encargada total del mismo.
- Se desconoce el mercado objetivo y los segmentos con mayor demanda con las que cuenta el negocio.
- Las ventas han bajado, por lo que requiere un aumento en ellas para invertir en mejorarlas del negocio.
- Falta de publicidad en medios digitales.
- Desconocimiento en el área administrativa financiera.

3.1.2 Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Género

Tabla 2-3: Género

Criterio	Nº	Porcentaje
Masculino	175	46%
Femenino	201	53%
Sin responder	1	0%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

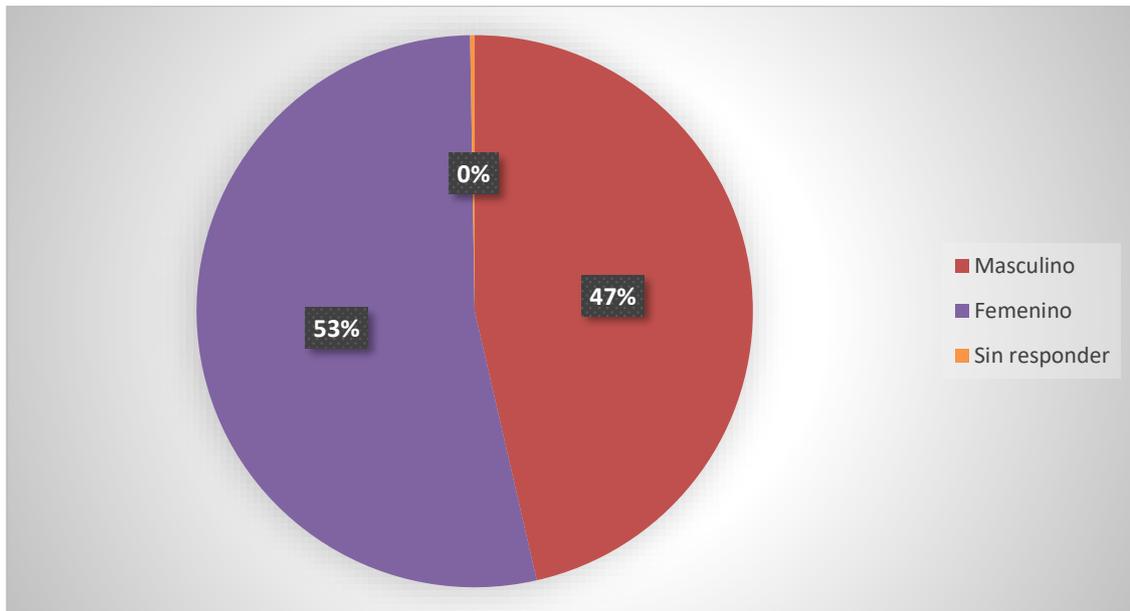


Gráfico 1-3: Género

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis

Los datos obtenidos del 100% de la población encuestada fue del 53% está representado por el género femenino, el 47% por el género masculino y un 0% corresponde aquellos que no respondieron.

Edad

Tabla 3-3: Edad

Criterio	Nº	Porcentaje
18 a 28 años	81	21%
29 a 39 años	204	54%
40 a 50 años	69	18%
50 años o más	20	5%
Sin responder	3	1%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

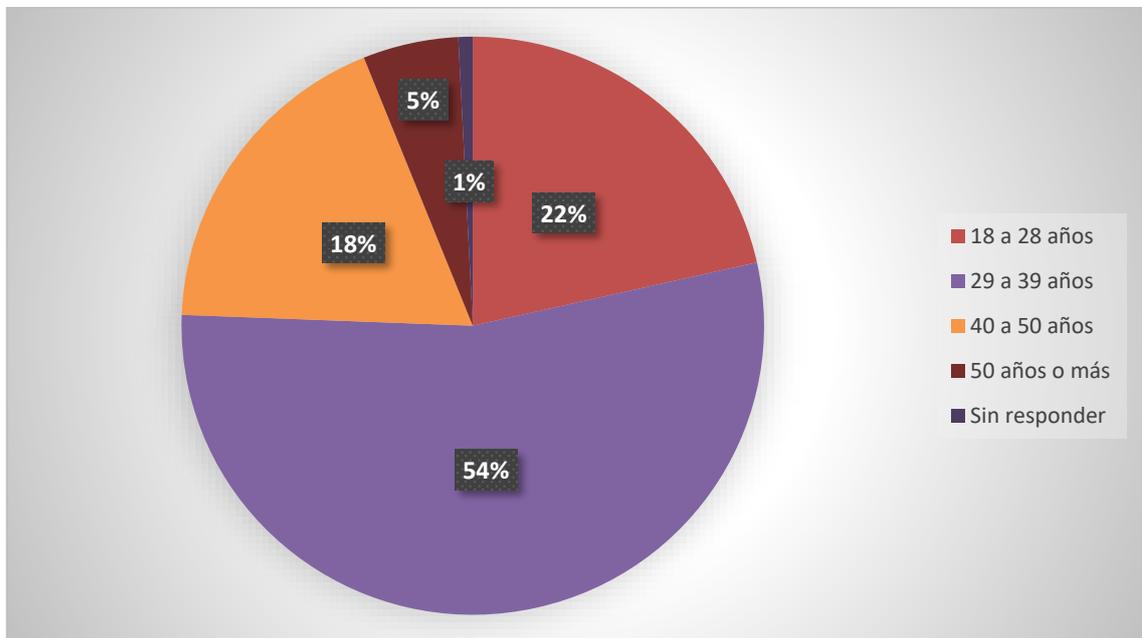


Gráfico 2-3: Edad

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

En cuanto a la edad de las personas, se pudo obtener como resultado que el 54% pertenece a hombres y mujeres de la edad de 29 a 39 años, un 22 % corresponde a hombres y mujeres de la edad de 18 a 28 años, el 18% está representado por hombres y mujeres de la edad de 40 a 50 años, un 5% por hombres y mujeres de la edad de 50 años o más y un último 1% que no dieron su respuesta.

1.- ¿Compra usted arreglos florales para algún tipo de ocasión o evento?

Tabla 4-1: Compra de arreglos florales

Criterio	N°	Porcentaje
SI	370	98%
NO	7	2%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

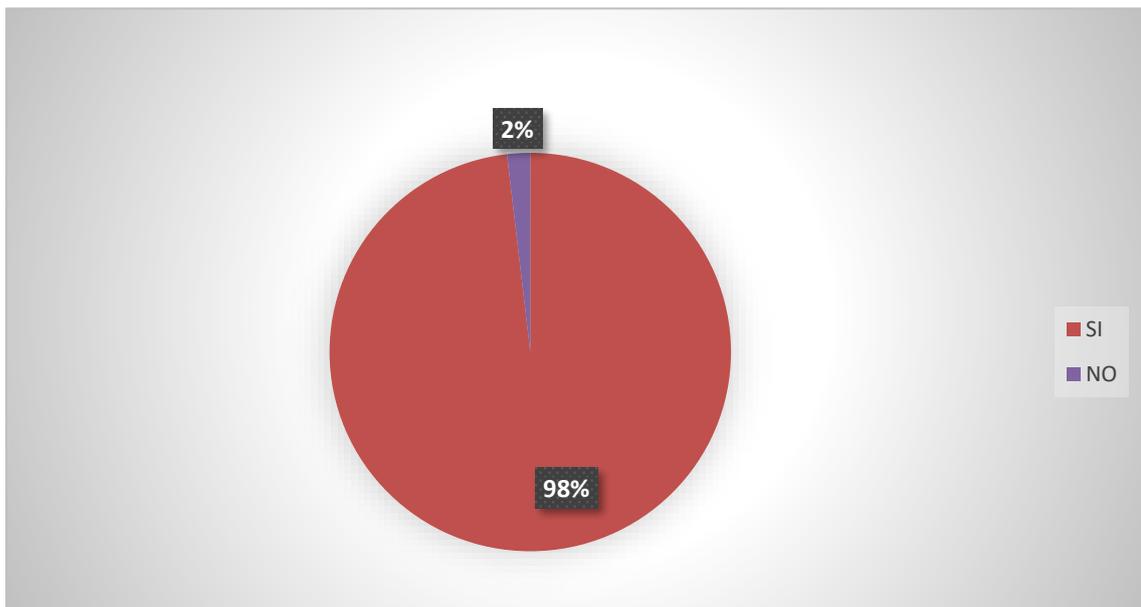


Gráfico 3-3: Compra de arreglos florales

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Los resultados obtenidos en cuanto a la compra de arreglos florales, un 98% afirmó que sí compran arreglos florales y un 2% respondió que no los compran.

2.- ¿Con que frecuencia compra usted arreglos florales?

Tabla 5-3: Frecuencia de compra de arreglos florales

Criterio	Nº	Porcentaje
Diariamente	0	0%
1 o 2 veces por semana	6	2%
1 o 2 veces por mes	20	5%
1 o 2 veces por trimestre	106	28%
1 o 2 veces por semestre	201	53%
1 o 2 veces por año	44	12%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, Dina. (2022)

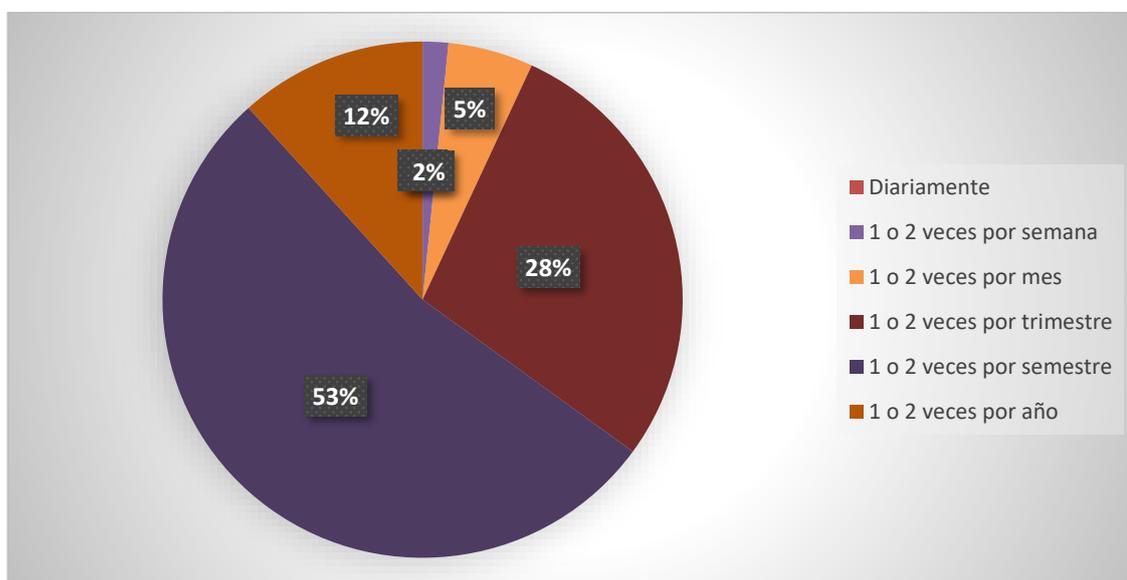


Gráfico 4-3: Frecuencia de compra de arreglos florales

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Los resultados obtenidos de la frecuencia con la que se compra arreglos florales es de un 53% los adquieren de 1 o 2 veces por semestre, un 28% los adquieren 1 o 2 veces por trimestre, el 12% los adquieren de 1 o 2 veces por año, el 5% 1 o 2 veces por mes, el 2% los adquieren de 1 o 2 veces por semana y por último un 0% que los compran diariamente.

3.- ¿Al momento de comprar un arreglo floral que aspecto considera importante? Escoja una opción.

Tabla 6-3: Aspecto al momento de comprar un arreglo floral

Criterio	Nº	Porcentaje
Diseño	169	45%
Precio	71	19%
Calidad	39	10%
Cantidad	25	7%
Servicio	27	7%
Presentación	46	12%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

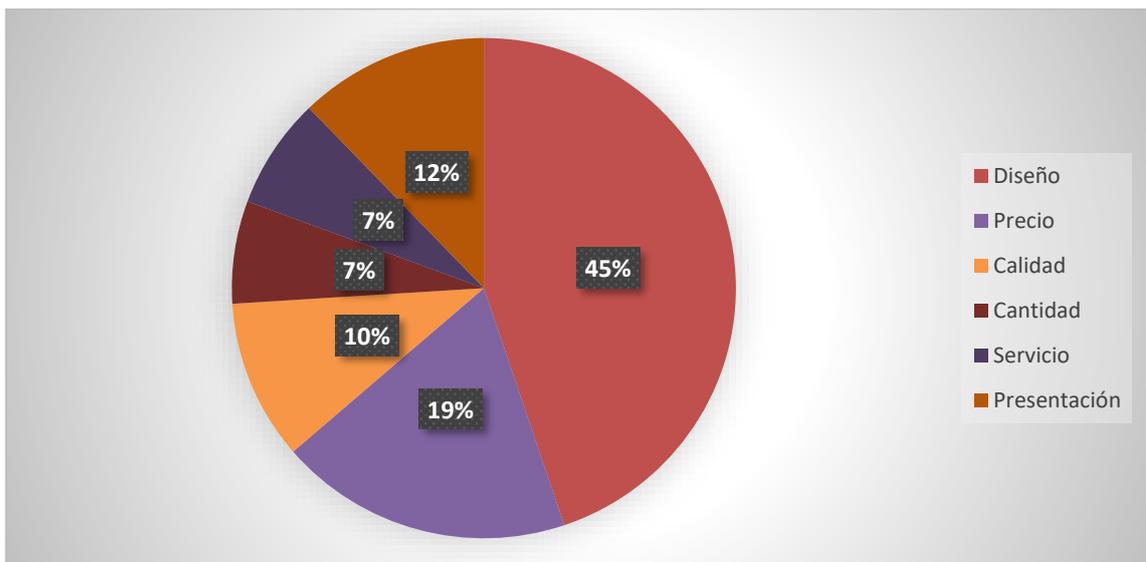


Gráfico 5-3: Aspecto al momento de comprar un arreglo floral

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Los resultados obtenidos de los aspectos a considerarse al momento de comprar un arreglo floral fueron que un 45% considera importante el Diseño del arreglo, un 19% se fija en el precio en el que oferta un arreglo, un 12% en la presentación que este tiene, el 10% se fija en la calidad, un 7% en la cantidad y el 7% en el servicio que se brinda.

4.- ¿Qué ocasión le incentiva más a comprar un arreglo floral?

Tabla 7-3: Ocasión de compra de un arreglo floral

Criterio	Nº	Porcentaje
Cumpleaños	92	24%
Aniversario	32	8%
Eventos	26	7%
Cualquier fecha importante	224	59%
Otra (Especifique)	3	1%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

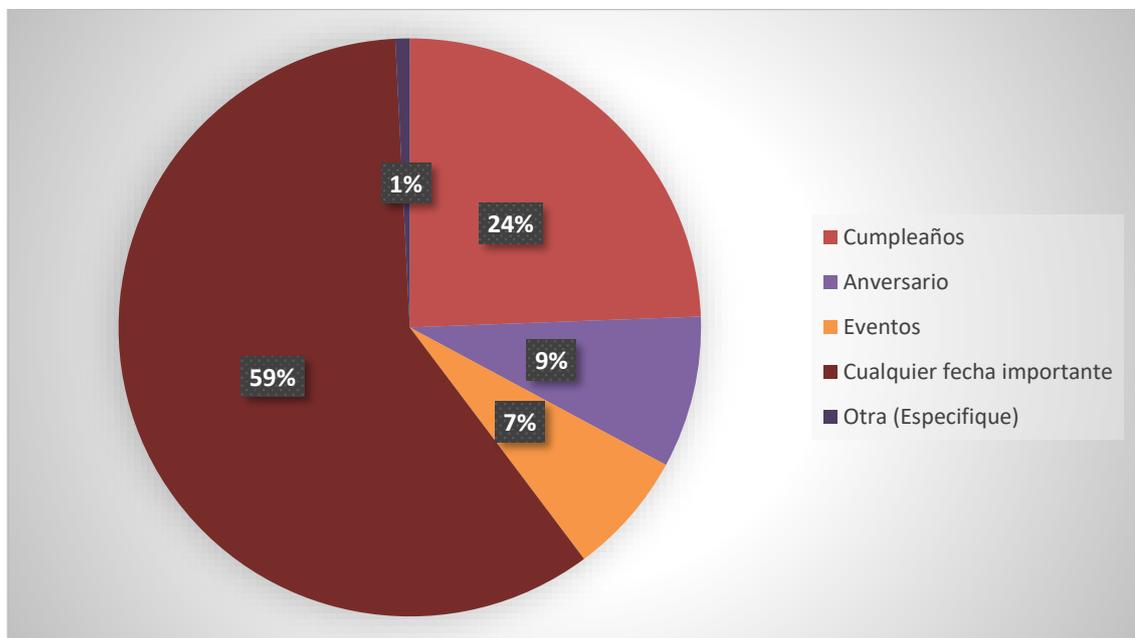


Gráfico 6-3: Ocasión de compra de un arreglo floral

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Los resultados obtenidos del 100% de la población encuestada fue un 59% cualquier fecha importante le incentiva a comprar un arreglo floral, un 24% los cumpleaños le motivan a comprar un arreglo, un 9% la celebración de su Aniversario, un 7% los incentiva comprar para eventos y un 1% otra donde especificaron que son para decorar la iglesia o por el hecho de ser detallistas.

5.- ¿Conoce usted Floristería la Ocasión en la ciudad de Macas?

Tabla 8-3: Conoce Floristería la Ocasión

Criterio	Nº	Porcentaje
SI	281	75%
NO	96	25%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

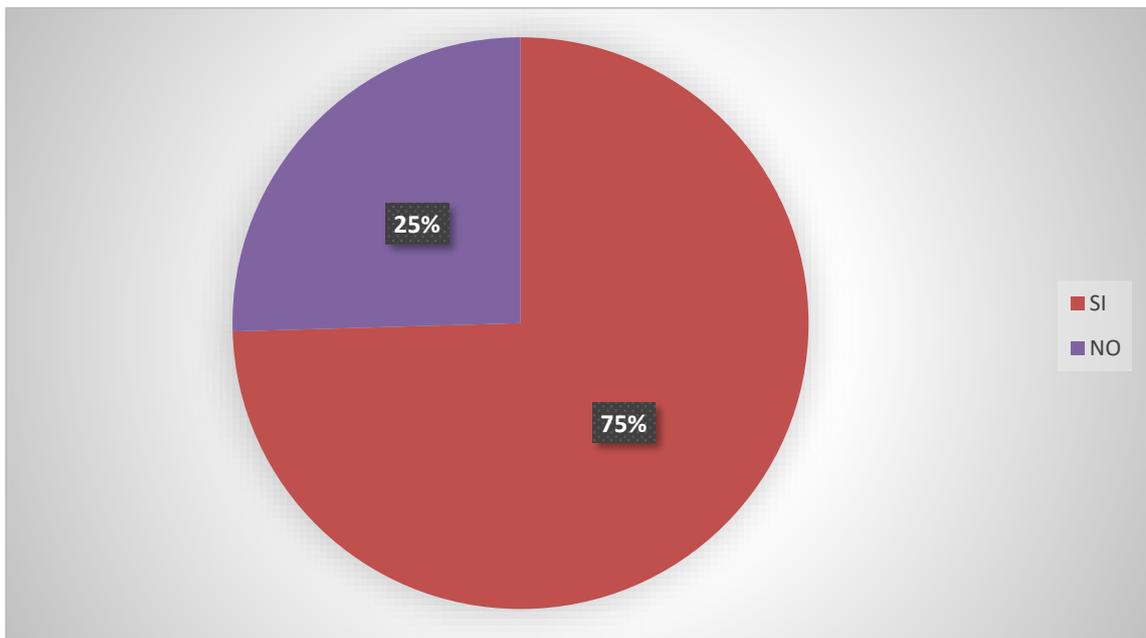


Gráfico 7-3: Conoce Floristería la Ocasión

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Los resultados obtenidos del 100% de la población encuestada un 75% afirmaron conocer “Floristería la Ocasión” en la ciudad de Macas y el 25% respondieron que desconocen del negocio.

6.- ¿Cómo califica usted el servicio de arreglos florales que oferta Floristería la Ocasión?

Tabla 9-3: Calificación del Servicio

Criterio	Nº	Porcentaje
Excelente	106	28%
Bueno	164	44%
Regular	11	3%
Malo	1	0%
Sin responder	95	25%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

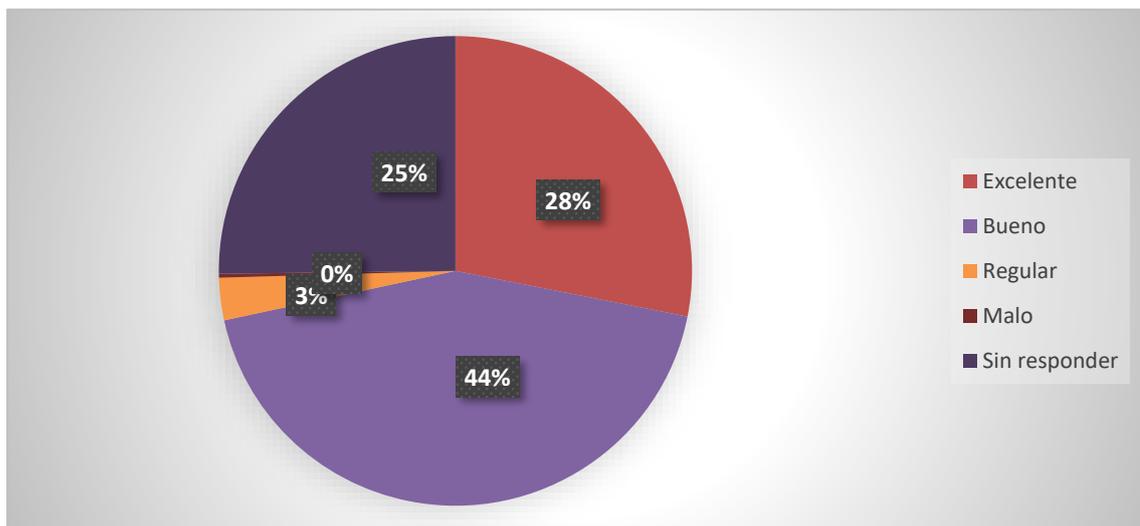


Gráfico 8-3: Calificación del Servicio

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Los datos obtenidos de calificación del servicio de arreglos que oferta “Floristería la Ocasión” fue de un 44% afirmaron que es bueno, un 28% lo calificaron como excelente, un 25% no respondieron a la pregunta, un 3% respondieron como regular y un 0% como malo.

7.- Considera usted que los precios en los que oferta los arreglos florales “Floristería la Ocasión” son:

Tabla 10-3: Percepción de precio

Criterio	Nº	Porcentaje
Bajos	2	1%
Razonables	248	66%
Altos	29	8%
Sin responder	98	26%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

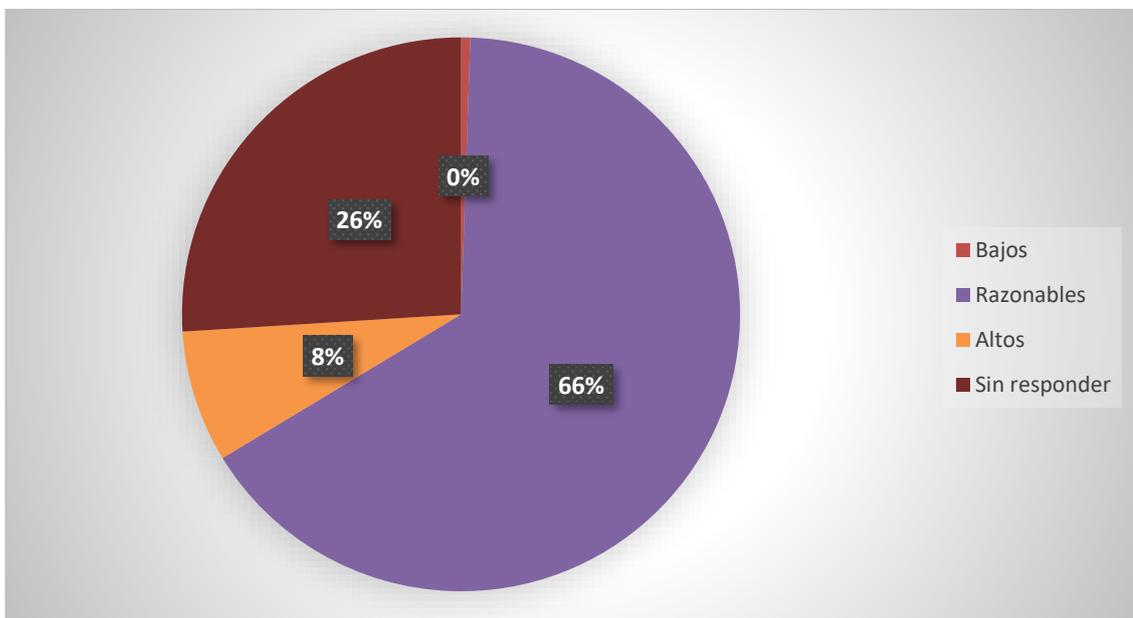


Gráfico 9-3: Percepción de precio

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

En cuanto a los precios emitidos por “Floristería la Ocasión” a sus arreglos se obtuvo como resultado que el 66% lo califica como razonables, un 26% no emitió su respuesta, un 8% respondieron que son altos, y un 0% como bajos.

8.- ¿Qué cree usted que Floristería la Ocasión debe mejorar en su servicio al momento de ofertar sus arreglos?

Tabla 11-3: Mejoramiento del servicio

Criterio	Nº	Porcentaje
Variedad de diseños	199	53%
Tiempo de entrega	12	3%
Atención al Cliente	13	3%
Precios	54	14%
Otro (Especifique)	4	1%
Sin responder	95	25%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

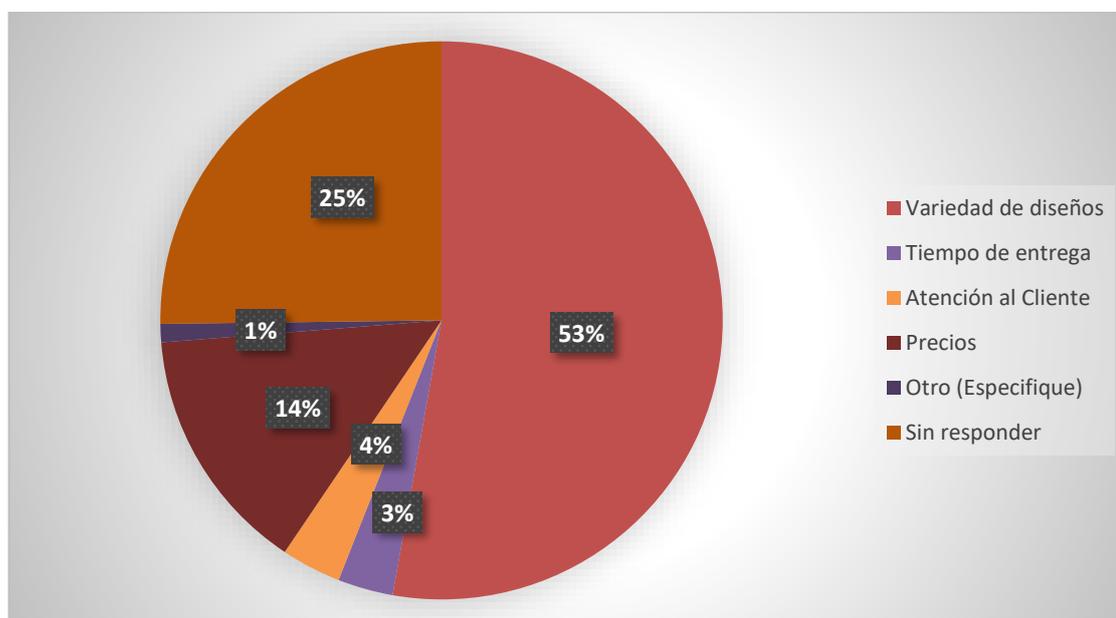


Gráfico 10-3: Mejoramiento del servicio

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Los resultados obtenidos del 100% de la población encuestada fue de un 53% respondió que se debe mejorar la Variedad de Diseños, el 25% no respondió a la pregunta, el 14% respondió que se mejoren los precios, el 4% respondió que se mejore la Atención al Cliente, el 4% respondió que se mejore la atención al cliente, un 3% que se mejore el tiempo de entrega y un 1% respondieron otro donde se especificó que se mejore la localización.

9.- ¿Por qué medios le gustaría a usted conocer sobre los arreglos que oferta “Floristería la Ocasión”?

Tabla 12-3: Medios de Publicidad

Criterio	Nº	Porcentaje
Redes sociales	254	67%
Televisión	3	1%
Radio	21	6%
Periódico	0	0%
Ferias y eventos de la localidad	31	8%
Sin responder	68	18%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

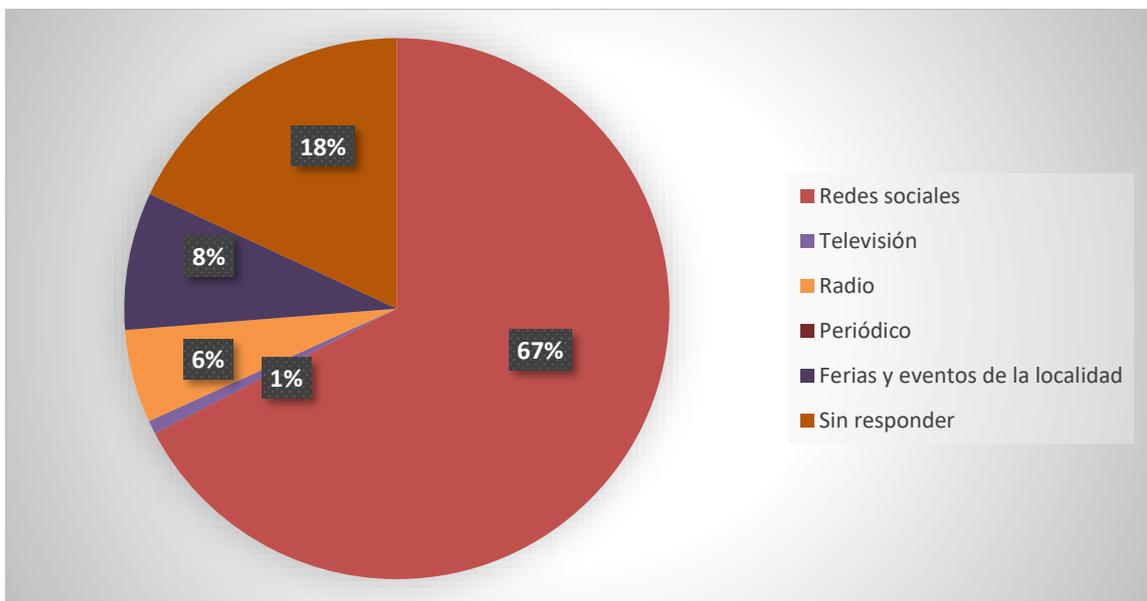


Gráfico 11-3: Medios de Publicidad

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Se obtuvo como resultado que el 67% de la población encuestada le gustaría conocer sobre los arreglos ofertados por Floristería la Ocasión a través de redes sociales, un 18% no respondió a la pregunta, un 8% respondió que a través de ferias y eventos que se organicen dentro de la localidad, el 6% respondió que a través de la radio, y un 1% respondió que a través de la televisión.

10.- ¿Recomendaría usted el servicio de arreglos florales que oferta “Floristería la Ocasión”?

Tabla 13-3: Recomendación del Servicio

Criterio	Nº	Porcentaje
SI	309	82%
NO	2	1%
Sin responder	66	18%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

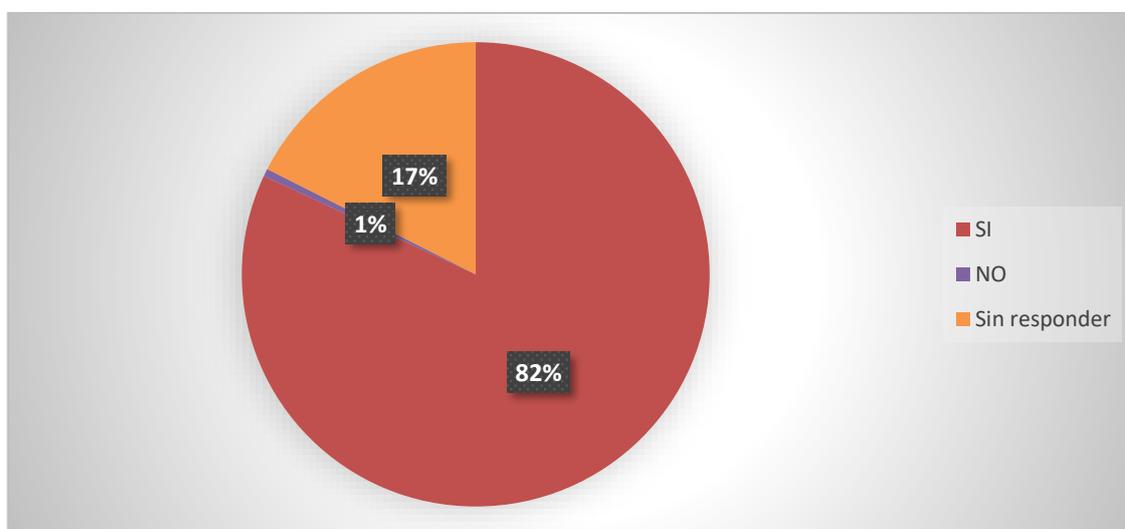


Gráfico 12-3: Recomendación del Servicio

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Macas

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Análisis:

Se obtuvieron como resultados que un 82% recomendaría el servicio de arreglos florales que oferta “Floristería la Ocasión”, un 17% no respondieron a esta pregunta y un 1% respondió que no recomendaría el servicio.

Interpretación

De acuerdo a la encuesta realizada a la Población de la ciudad de Macas se obtuvo información necesaria para la realización de la propuesta, la cual se detalla a continuación:

- La mayoría de población encuestada compra arreglos florales.
- La población encuestada está representada en su mayoría entre edades de 29 a 39 años de edad.
- La mayoría de población se fija en el Diseño al momento de adquirir un arreglo floral.
- Gran parte de la población afirmó que compra arreglos florales en cualquier fecha que sea importante, con frecuencia de 1 o 2 veces por semestre.
- La mayor parte de la población conoce “Floristería la Ocasión” sin embargo les gustaría conocer sobre su oferta de arreglos a través de redes sociales.
- Se califica como bueno el servicio que oferta de arreglos florales “Floristería la Ocasión”
- Los precios en los que se oferta los arreglos florales “Floristería la Ocasión” son percibidos como razonables.
- Gran parte de la población encuestada pide que se mejore la variedad de diseños en “Floristería la Ocasión”.
- La mayor parte de población encuestada recomienda el servicio de arreglos florales que oferta “Floristería la Ocasión”.

3.2 Propuesta

Diseño de un Plan de negocios para mejorar las ventas de la “Floristería la Ocasión” en la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago, periodo 2021-2026.

3.3 Resumen Ejecutivo

3.3.1 Información general del negocio

3.3.1.1 Empresa (Razón Social)

“Floristería la Ocasión”

3.3.1.2 Actividad económica principal

Venta al por menor de flores en establecimientos especializados, incluso arreglos florales.

3.3.1.3 Localización

Floristería la Ocasión se encuentra ubicada en la provincia de Morona Santiago, en la ciudad de Macas, en el barrio centro en las calles Soasti y Cuenca frente al edificio del CEFAS de Morona Santiago.

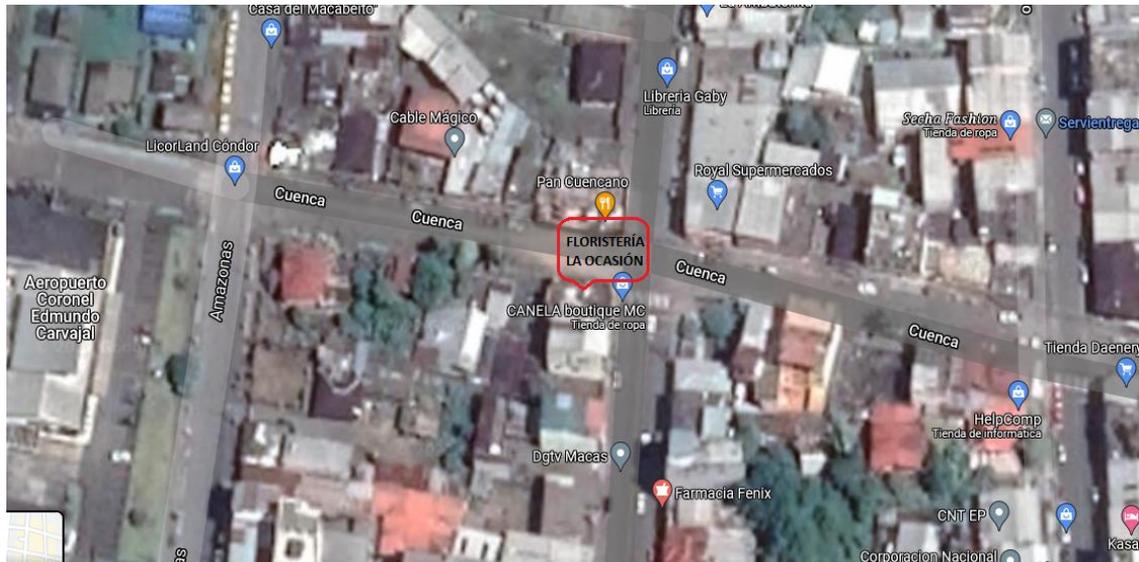


Figura 1-3: Ubicación "Floristería la Ocasión"

Fuente: Google Maps

3.3.1.4 Inicio y evolución

Floristería la Ocasión lleva operando 4 años en el mercado, empezó sus actividades en mayo del 2017, al inicio el negocio contaba con otro propietario, el cual no permaneció mucho tiempo a cargo ya que no tenía conocimiento sobre lo que se ofertaba en el mismo, por ello decidió vender el negocio, el cual fue adquirido por su actual propietaria, quién gracias a su experiencia en el ámbito florista logró sobrellevar las riendas del negocio. La floristería brinda el servicio de arreglos florales dentro de la ciudad de Macas, quién con sus creaciones alegrado a más de uno en fechas importantes, a pesar de su trayectoria esta se maneja de manera tradicional, por ello el objetivo de diseñar un plan de negocios que le permita mejorar sus ventas.

3.3.1.5 Definición del negocio

Floristería la Ocasión es un negocio que brinda el servicio de arreglos florales dentro de la ciudad de Macas, en la provincia de Morona Santiago, busca alegrar cada Ocasión con el diseño de sus arreglos, por lo que ofrece un servicio acogedor a sus clientes resolviendo cada una de sus inquietudes, sin embargo busca mejorar sus ventas por lo que se pretende a través de una

entrevista a la Dueña del negocio y una encuesta realizada a la población de la ciudad, verificar cuales son las necesidades internas y externas dentro del mismo, lo cual nos permita diseñar medidas de mejora establecidas dentro del diseño de un plan de negocios, dando solución a sus problemas, mejorando su administración operativa-financiera, y por consecuencia sus ventas.

3.3.1.6 Visión

Ser la Floristería líder dentro de la localidad con un excelente servicio y oferta de arreglos florales, que busca brindar un producto innovador, logrando un correcto uso de sus recursos, siendo competitiva y de mejora constantemente.

3.3.1.7 Misión

Satisfacer las necesidades de los clientes, superando sus expectativas, comprometidos con la calidad de servicio y oferta de nuestros arreglos, fortalecer las relaciones personales y generar nuevas fuentes de empleo dentro de la localidad.

3.3.1.8 Objetivos

- Brindar un servicio de calidad a cada uno de nuestros clientes en la ciudad de Macas, logrando satisfacer cada una de sus necesidades.
- Mantener un estándar de calidad de las flores utilizadas en cada uno de nuestros arreglos.
- Realizar constantemente un control de nuestro servicio, que nos permita seguir mejorando.
- Contar con personal capacitado constantemente en la realización de arreglos florales, que nos permita cumplir con las exigencias de mercado.
- Desarrollar campañas promocionales a través de las redes sociales del negocio.
- Implementar nuevos diseños de arreglos florales brindando variedad a nuestros clientes para elegir.

3.3.2 Gestión Estratégica

3.3.2.1 Análisis FODA del negocio

Realizar un análisis FODA de la “Floristería la Ocasión” permite visualizar los factores internos (Fortalezas y Debilidades) y externos (Oportunidades y Amenazas) del negocio, haciendo un enfoque en su situación actual.

Fortalezas: Son aquellos puntos fuertes con los que cuenta el negocio internamente.

Oportunidades: Son las oportunidades con las que cuenta el negocio y puede beneficiarse externamente.

Debilidades: Son los puntos débiles internos dentro del negocio.

Amenazas: Son factores externos a los cuales está expuesto el negocio y lo conllevan a decrecer.

La información proporcionada dentro de la matriz es tomada a base de la entrevista a la Dueña de Floristería la Ocasión.

Tabla 14-3: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1: Conocimientos en el área florista F2: Atención al Cliente F3: Originalidad de Diseños F4: Disponibilidad de horario de atención F5: Entregas a Domicilio	O1: Reconocimiento en la localidad. O2: Oferta de financiación por parte de entidades financieras.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1: Falta de personal. D2: Desconocimiento en el registro de ingresos y gastos. D3: Falta de publicidad en medios digitales.	A1: Competencia desleal. A2: Acontecimientos imprevistos, como pandemias, variación de la oferta y demanda, entre otros.

Fuente: Entrevista realizada a la Dueña del Negocio de “Floristería la Ocasión”

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Para realizar la evaluación de la matriz FODA se tomó en consideración los siguientes criterios, los cuales fueron calificados por la propietaria del negocio.

Tabla 15-3: Calificación de criterios

CRITERIO	PUNTAJE
Alta	5
Medio	3
Bajo	1
Nulo	0

Fuente: (Merino Andrade, 2020)

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Tabla 15-3: Matriz de Ponderación FODA

FACTORES INTERNOS		FORTALEZAS					DEBILIDADES			SUMA	PROMEDIO
		F1	F2	F3	F4	F5	D1	D2	D3		
FACTORES EXTERNOS		F1	F2	F3	F4	F5	D1	D2	D3	SUMA	PROMEDIO
OPORTUNIDADES	O1	5	5	5	5	5	5	3	5	38	9,5
	O2	5	5	5	3	5	5	5	5	38	9,5
AMENAZAS	A1	5	5	5	3	3	5	3	5	34	8,5
	A2	5	5	5	3	3	5	5	5	36	9
SUMA		20	20	20	14	16	20	16	20		
PROMEDIO		3	3	3	1,75	2	3	2	3		

Fuente: (Merino Andrade, 2020)

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.3.2.2 Factores estratégicos

Se selecciona los factores estratégicos que tengan valores iguales o mayores a tres puntos en sus promedios (Merino Andrade, 2020).

- F1: Conocimientos en el área florista.
- F2: Atención al Cliente.
- F3: Originalidad de Diseños.
- O1: Reconocimiento en la localidad.
- O2: Oferta de financiación por parte de instituciones financieras.
- D1: Falta de personal.
- D3: Falta de publicidad en medios digitales.
- A1: Competencia desleal.

-A2: Acontecimientos imprevistos, como pandemias, variación de la oferta y demanda, entre otros.

3.3.2.3 *Objetivos estratégicos*

De acuerdo a los factores estratégicos que se eligieron, se plantean los objetivos estratégicos dentro del negocio.

- ✓ Contratar personal para el negocio.
- ✓ Implementación de publicidad en medios digitales.
- ✓ Diagnóstico de mercado para verificar sus necesidades.
- ✓ Implementación de nuevos diseños en la oferta del negocio.

3.4 **Producto o Servicio**

3.4.1 *Descripción del Producto*

Un arreglo floral es el diseño de decoración de diferentes flores, ya sean estas rosas, girasoles, hojas u otro tipo de flor, esto dependerá del diseño que se requiera del arreglo.

Existen diversas composiciones de arreglos florales, sin embargo, estas se caracterizan por el fin para el cual se realizan, la ocasión de decoración y aspectos cualitativos de quien los requiere.

De acuerdo a (**Verdissimo, 2021**) los arreglos florales son composiciones realizadas con diferentes productos de arte floral, como, por ejemplo: flores, ramas y plantas. En los arreglos también se puede utilizar otro tipo de producto para embellecer las composiciones, tales como piedras de decoración, lazadas, jarrones entre otros.

3.4.2 *Aspectos innovadores que proporciona*

El producto es diseñado con flores de calidad, que son conservadas con el mejor cuidado, para que así mantengan su frescura y tengan una larga duración en el arreglo.

Los diseños son originales por parte de quien los elabora, por lo que no se encuentra diseños parecidos en otro lugar, dentro de la localidad.

El conocimiento en el ámbito florista por parte de quién los diseña, garantiza satisfacción en las necesidades que requiere el cliente.

3.4.3 *Presentación del producto*

Los arreglos florales son el diseño de composición de varias flores, esto varía de acuerdo a la ocasión que se esté celebrando y las características que requiera el cliente, por ello existen diferentes diseños, siendo este el aspecto principal en el que se fija un cliente al momento de comprar un arreglo, por ello la presentación de cada arreglo será diferente.



Figura 2-3: Arreglo floral en escalera.

Fuente: Levantamiento de Información

Elaborado por: Ortega, D. (2022)



Figura 3-3: Arreglo floral en curva

Fuente: Levantamiento de Información

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.4.4 Duración

Al contar con una base de oasis que absorbe el agua con el que se da mantenimiento a las flores del arreglo, estas cuentan con una durabilidad de 3 semanas aproximadamente.

3.5 Equipo de Trabajo

3.5.1 Estructura Organizacional

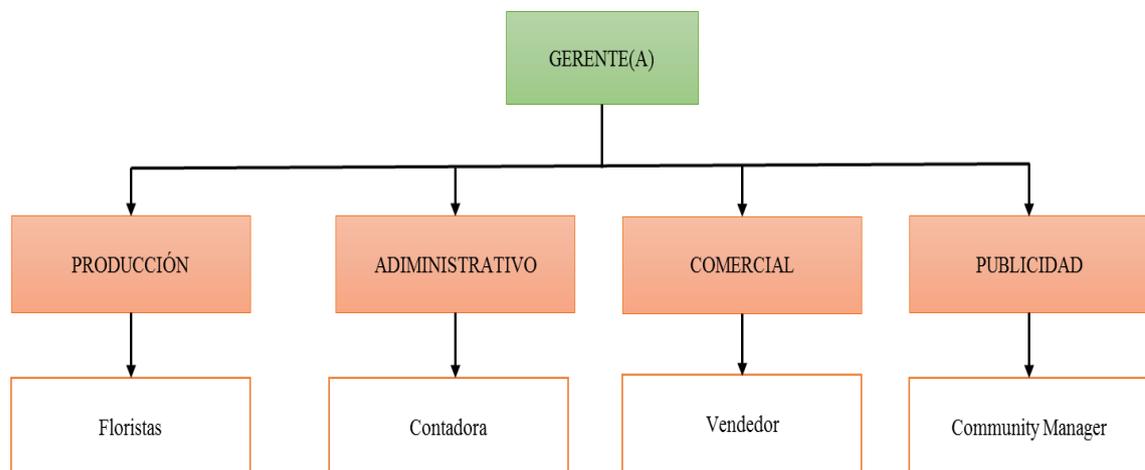


Figura 4-3: Estructura Organizacional de “Floristería la Ocasión”

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.5.2 Necesidad de personal

Tabla 17-3: Necesidad de Personal

CARGO	CANTIDAD	CONTRATACIÓN	ESTADO SITUACIONAL
Gerente	1	Permanente	Contratado
Florista	1	Permanente	Contratado
Contadora	1	Ocasional	Por contratar
Vendedor	1	Permanente	Por contratar
Community Manager	1	Ocasional	Por contratar

Fuente: (Santana, 2020)

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.5.3 Principales funciones del personal

Gerente

- Planificar, organizar y ejecutar las actividades del negocio.
- Dirigir el personal dentro de la Floristería y mostrar los objetivos a cumplir de la misma.
- Coordinar las funciones de cada área de la Floristería.
- Comunicar sobre la situación interna y externa en la que se encuentra el negocio.
- Establecer normas de reglamento interno.

Florista

- Recepción de materia prima dentro de la floristería.
- Coordinar el proceso de producción al elaborar el arreglo.
- Diseño de cada uno de los arreglos de acuerdo a las características emitidas por el cliente.
- Mantenimiento de la materia prima.

Contadora

- Organizar y planificar los ingresos y egresos de la Floristería.
- Registro de estados financieros del negocio.
- Declaración de impuestos.

Vendedor

- Atención al cliente.
- Desarrollar estrategias de venta.

Community manager

- Crear contenido de calidad.
- Monitorear actividades en redes sociales.

3.5.4 Proceso de reclutamiento de personal

De acuerdo a las necesidades con las que cuenta Floristería la Ocasión se ha establecido las características a tomar en cuenta en cada uno de los cargos al momento de contratar personal.

Tabla 18-3: Modelo de perfil de reclutamiento cargo Contador(a)

Perfil Contador(a)	
Experiencia	Experiencia en Contabilidad o cargos similares.
Cualidades	Responsable Honesto Facilidad para trabajar en equipo
Funciones	Organizar y planificar los ingresos y egresos de la Floristería. Registrar los estados financieros del negocio. Declaración de impuestos.
Remuneración	\$14
Tipo de Contratación	Ocasional

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Tabla 19-3: Modelo de perfil de reclutamiento cargo de Vendedor

Perfil Vendedor(a)	
Experiencia	Experiencia en ventas o en cargos similares.
Cualidades	Responsable Atención al cliente Facilidad para trabajar en equipo. Creativo
Funciones	Desarrollar estrategias de ventas Asesorar al cliente Captar nuevos clientes
Remuneración	\$425
Tipo de Contratación	Permanente

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Tabla 20-3: Modelo de perfil de reclutamiento cargo de Community Manager

Perfil Community Manager	
Experiencia	Experiencia en marketing o cargos similares
Cualidades	Responsable. Conocimientos en redes. Facilidad para trabajar en equipo. Creativo
Funciones	Crear contenido de calidad Manejo de redes sociales

Remuneración	\$14
Tipo de Contratación	Ocasional

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.5.5 Evaluación de personal

Todo el personal que conforme parte de Floristería la Ocasión deberá ser evaluado dos veces por año para verificar que se haya contratado al personal pertinente, a su vez evaluar su desempeño dentro del negocio.

Tabla 21-3: Modelo de ficha de evaluación de desempeño al personal

Cargo:						
Fecha de evaluación:						
Evaluador:						
Criterios de Desempeño	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy Alto	Total Puntaje
	1	2	3	4	5	
Utilización de los recursos						
Responsabilidad						
Puntualidad						
Iniciativa						
Compromiso						
Confianza						
Conocimiento en el cargo						
Trabajo en equipo						
PUNTAJE TOTAL						

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.6 Plan de Mercadeo (Marketing)

3.6.1 Estudio de Mercado

El objetivo es reconocer el grado de participación con los que cuenta los arreglos florales en el mercado. La información para el estudio de mercado se toma en base a la encuesta realizada a la población de la ciudad de Macas.

3.6.1.1 *Análisis de la demanda*

Para el análisis de la demanda se tomó en cuenta los datos de la encuesta realizada a la población de la ciudad de Macas.

3.6.1.2 *Demanda actual*

La demanda actual de arreglos florales se basa en la pregunta uno de la encuesta a la población ¿Compra usted arreglos florales? Donde un 98% respondió que si siendo un total de 370 personas. La frecuencia de compra se basa en la pregunta dos de la encuesta a la población ¿Con que frecuencia compra usted arreglos florales? Dando como resultado que el 53% compra entre 1 o 2 veces por semestre.

3.6.1.3 *Demanda proyectada*

Para determinar la demanda proyectada se utilizó el método de regresión lineal por factor de crecimiento. Para lo cual utilizamos la siguiente fórmula:

$$VF = VP*(1+n)^t$$

Donde:

VF = Valor Futuro

VP = Valor Presente

n = Tasa de crecimiento

t = Periodo de tiempo

Se determinó la tasa de crecimiento a través de la variación de la población entre el año 2019 y 2020, datos emitidos por el INEC. **(INEC, 2020)**

Para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$TC = VF-VH/VH$$

Donde:

TC = Tasa de Crecimiento

VF = Valor Futuro

VH = Valor Histórico

Donde se dio como resultado una tasa de crecimiento del 2,83%.

Tabla 22-3: Demanda proyectada mínima de arreglos florales

DEMANDA PROYECTADA MÍNIMA				
AÑO	FORMULA	RESULTADO	CONSUMO ANUAL POR PERSONA	DEMANDA PROYECTADA MÍNIMA
2021	Demanda actual	370	2	740
2022	$VF=370*(1+2,83\%)^1$	380	2	761
2023	$VF=380*(1+2,83\%)^2$	402	2	805
2024	$VF=402*(1+2,83\%)^3$	437	2	875
2025	$VF=437*(1+2,83\%)^4$	489	2	978
2026	$VF=489*(1+2,83\%)^5$	562	2	1125

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Tabla 23-3: Demanda proyectada máxima de arreglos florales

DEMANDA PROYECTADA MÁXIMA				
AÑO	FORMULA	RESULTADO	CONSUMO ANUAL POR PERSONA	DEMANDA PROYECTADA MÁXIMA
2021	Demanda actual	370	4	1480
2022	$VF=370*(1+2,83\%)^1$	380	4	1522
2023	$VF=380*(1+2,83\%)^2$	402	4	1609
2024	$VF=402*(1+2,83\%)^3$	437	4	1750
2025	$VF=437*(1+2,83\%)^4$	489	4	1956
2026	$VF=489*(1+2,83\%)^5$	562	4	2249

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Tabla 24-3: Demanda proyectada promedio de arreglos florales

PROMEDIO DE DEMANDA PROYECTADA			
AÑO	DEMANDA PROYECTADA MÍNIMA	DEMANDA PROYECTADA MÁXIMA	PROMEDIO DEMANDA PROYECTA
2021	740	1480	1110
2022	761	1522	1141
2023	805	1609	1207
2024	875	1750	1312
2025	978	1956	1467
2026	1125	2249	1687

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.6.1.4 Análisis de la Oferta

3.6.1.5 Oferta actual

Floristería la Ocasión realiza la producción de 56 arreglos mensuales, esto nos da un valor anual de producción de 672 arreglos siendo nuestra oferta actual.

3.6.1.6 Oferta Proyectada

Para el cálculo de la oferta proyectada se utilizó el método de regresión lineal por factor de crecimiento. Para lo cual utilizamos la siguiente fórmula:

$$VF = VP*(1+n)^t$$

Donde:

VF = Valor Futuro

VP = Valor Presente

n = Tasa de crecimiento

t = Periodo de tiempo

La tasa de crecimiento que se tomó en consideración es la de la variación de población del año 2019 y 2020 publicado por el INEC que es de 2,83%.

Tabla 25-3: Oferta proyectada de arreglos florales

OFERTA PROYECTADA		
AÑO	FÓRMULA	OFERTA PROYECTADA
2021	Oferta actual	672
2022	$VF=672*(1+2,83\%)^1$	691
2023	$VF=726*(1+2,83\%)^2$	731
2024	$VF=847*(1+2,83\%)^3$	794
2025	$VF=1066*(1+2,83\%)^4$	888
2026	$VF=1451*(1+2,83\%)^5$	1021

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.6.1.7 Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha utilizamos la siguiente fórmula:

Demanda Insatisfecha = Demanda Proyecta – Oferta Proyectada

Tabla 26-3: Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2022	1141	691	450
2023	1207	731	476
2024	1312	794	518
2025	1467	888	579
2026	1687	1021	666

Elaborado por: Ortega, D. (2021)

3.6.2 Mercado Competidor

Se considera como mercador competidor aquellos negocios que realizan la misma actividad dentro del mercado.

3.6.2.1 Competencia

- a. Floristería Doce Rosas
- b. Floristería El Girasol
- c. Floristería Oasis

En la ciudad de Macas existen otras floristerías que brindan el servicio de oferta de arreglos florales, las cuales se encuentran ubicadas en diferentes calles del barrio centro, quién lleva más tiempo en el mercado es la Floristería Doce Rosas, en cuando a las Floristerías de El Girasol y el Oasis son negocios que se posesionaron recientemente y buscan ganar mercado dentro de la ciudad.

3.6.2.2 Análisis de la Competencia

Tabla 27-3: Análisis de la Competencia

Nº	Razón	Ubicación	Variedad de Diseños	Atención al Cliente	Publicidad	Precios	Entrega a Domicilio
1	Floristería Doce Rosas	Mala	No	Buena	No	Medio Altos	No ofrece
2	Floristería el Girasol	Buena	No	Regular	Si	Razonables	No ofrece
3	Floristería Oasis	Regular	No	Regular	Si	Razonables	No ofrece

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

A través del análisis de la competencia se puede verificar que Floristería Doce Rosas es un competidor directo de Floristería la Ocasión, ya que lleva más tiempo ofertando arreglos florales dentro del mercado.

3.6.2.3 Ventajas competitivas

Luego de realizar el análisis a la competencia podemos determinar qué aspectos no se está ofreciendo en el mercado.

- Conocimientos sobre florería
- Atención de calidad al Cliente
- Variedad de Diseños
- Entregas a Domicilio

3.6.2.4 Mercado Proveedor

Los proveedores de la materia prima son los distribuidores que comercializan flor al por mayor, ubicados en ciudades cercanas a los productores directos, por lo que el costo de envío no será muy elevado, a su vez que la materia prima llega fresca y con buena calidad, lo que sirve posteriormente para elaborar los diferentes diseños de arreglos que se oferta dentro del negocio.

3.6.2.5 Segmentación

La segmentación de mercado se basa a la pregunta de edad en la encuesta a la población donde el 54% es de 29 a 39 años de edad, seguido del 22% de entre 18 y 28 años de edad se toma en consideración estos rangos de edad puesto que conforman la mayoría de población encuestada, el rango de entre 18 y 28 años contemplan diferentes características que el rango de 29 a 39 años, por lo que es importante tomar en consideración cada una de ellas.

Tabla 28-3: Características por edad de la segmentación

EDAD	CARACTERÍSTICAS
De 18 a 28 años de edad	<ul style="list-style-type: none">• Jóvenes y Adultos• Solteros o en etapa de noviazgo• Cursando estudios o trabajando de manera ocasional• Ingresos medios
De 29 a 39 años de edad	<ul style="list-style-type: none">• Adultos• En etapas de noviazgo o Casados• Trabajo estable• Ingresos altos

Fuente: Levantamiento de Información

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

De acuerdo a la tabla donde se muestran las diferentes características de cada rango de edad, se puede establecer un servicio de calidad que brinde la satisfacción a cada una de las necesidades del segmento.

3.6.3 Estrategia de Marketing

Las estrategias de marketing nos permiten ganar mercado y cumplir con los objetivos estratégicos del negocio, por ello este capítulo está compuesto de cuatro puntos: producto, precio, distribución, y promoción.

3.6.3.1 Estrategia del producto

Para determinar la comercialización del producto que oferta floristería la Ocasión, nos orientamos en la pregunta tres de la encuesta a la población ¿Al momento de comprar un arreglo floral que aspecto considera importante? Donde el 45% respondió el diseño del arreglo, también tomamos en consideración la pregunta 8 ¿Qué cree usted que floristería la ocasión debe mejorar en su servicio al momento de ofertar sus arreglos? Donde el 53% respondió la Variedad de Diseños de arreglos florales.

Es importante considerar que la competencia no cuenta con una variedad de diseños que muestre distinción de su producto, por ello floristería la Ocasión requiere implementar nuevos diseños que atraigan nuevos clientes y así incrementar su demanda, para los cual se ha determinado los siguientes:

a) Variedad de Diseños

Tabla 29-3: Variedad de Diseños de Arreglos Florales a implementar

DISEÑO	Descripción	FOTOGRAFÍA
Diseño en C	El posicionamiento de las flores va ubicado tipo C, se puede utilizar en cualquier ocasión.	
Diseño de Corazón	Las flores van ubicadas en forma de corazón, dado un realce al arreglo, adecuado para ocasiones de romance y amor.	
Diseño Doble Corazón	Las flores se encuentran posesionadas en forma de corazones cruzados, adecuado para ocasiones de romance y amor.	
Diseño redondo	Las flores se ubican de manera esparcida, pero formando un diseño a la vista redondo, adecuado para cualquier ocasión.	

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

b) Características del producto

Entre otras características del producto que Floristería la Ocasión brinda es:

1. La originalidad de sus diseños.
2. El uso de técnicas adecuadas para crear un producto innovador.
3. Optimizar recursos manteniendo su calidad.
4. Acoplar las características del producto acorde a las necesidades del cliente.
5. Transmite sentimientos.

c) Características del servicio

Contar con un servicio de calidad que brinde a los clientes confianza es un punto importante para poder conectar con ellos e incentivarlos en su compra, por ello entre las características de servicio que Floristería la Ocasión brinda es:

1. Asesoramiento al cliente al momento de realizar la compra.
2. Brindarle opciones entre las cuales elegir
3. Entrega del producto a domicilio

3.6.3.2 Estrategia del precio

La política de precio nos permite tener un precio que sea accesible al cliente y que no tenga mucha diferencia con el de la competencia, a su vez llevar un precio justo que nos permitan generar ganancias sin opacar la calidad del producto. El precio es el medio usado para alcanzar los objetivos de ventas dentro del negocio. Por lo que es importante generar estrategias viables del precio.

Para poder generar estrategias de precio es importante conocer las políticas de precio de acuerdo a los factores internos y externos con los que cuenta Floristería la Ocasión, para lo cual nos basamos en la información receptada de la gestión estratégica del negocio.

a) Políticas de precio en cuento a factores externos:

1. Existen fechas con mayor demanda de arreglos florales, puesto que son fechas especiales celebradas cada año, como San Valentín, Día de la Mujer y Día de la madre, por lo que las floristerías de la localidad aumentan sus precios, es por ello que el precio en estas fechas subirá, mientras que resto del año se manejaran los precios habituales.
2. La calidad y originalidad de diseños de floristería la Ocasión le permite tener una competencia baja en la localidad por lo que no tiene necesidad de modificar precios muy bajos del producto.
3. Existe ocasiones en el que la materia prima se encuentra con un alza de precio, por lo que Floristería la Ocasión también subirá los precios de los arreglos.

b) Políticas de precio basadas en factores internos

1. Floristería la Ocasión mantiene sus precios razonables, trata de manejar precios parecidos a los de su competencia, puesto que no existe una diferencia exagerada entre sus precios y los de su competidor.
2. En ocasiones repentinas existen promociones en sus productos.

De acuerdo a la información receptada anteriormente se pretende establecer estrategias de precio, las cuales son:

- a) Implementar descuentos más seguidos en diseños particulares de arreglos, para que a través de ello se pueda incrementar las ventas de estos.
- b) Realizar promociones por fechas especiales, donde se incluya un valor agregado al producto, esto genera emociones positivas en el cliente que le permite conectar con el servicio y el producto ofertado.

3.6.3.3 *Estrategia de Distribución*

Para que exista una buena distribución de procesos es importante contar con un canal adecuado que permita brindar calidad en el producto de la Floristería. Cabe destacar que, aunque se tiene contacto directo con el consumidor final, se necesita de otros agentes de distribución que le permitan contar con la materia prima para la elaboración de sus arreglos.

Los agentes de distribución dentro del canal de distribución de Floristería la Ocasión son:

1. **Productores:** Personas dedicadas al cultivo y producción de la Flor.
2. **Mayoristas:** Personas en contacto directo con el productor que adquieren mercadería en escala alta.
3. **Minorista:** Floristería la Ocasión
4. **Consumidor final:** Población de la ciudad de Macas.



Figura 5-3: Canal de Distribución de Floristería la Ocasión

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.6.3.4 Estrategia de Comunicación

Es importante contar con los medios necesarios para que los clientes conozcan sobre la oferta de arreglos florales de Floristería la Ocasión, por ello se utilizarán las siguientes herramientas de comunicación.

- a) Elaboración de una página web

Floristería la Ocasión aún no cuenta con su propia página web por lo que crearla permite que el cliente puede observar los diferentes diseños de arreglos florales que oferta la Floristería y a su vez verificar sus precios.

- b) Mejoramiento de contenido en redes Sociales

Floristería la Ocasión cuenta con redes sociales como Facebook e Instagram, sin embargo, su plataforma de mayor interacción es la Plataforma de Facebook por lo que las otras plataformas digitales necesitan mayor interacción, por lo que es importante implementar contenido de calidad y valor.

- c) Pago de Publicidad en redes sociales

Para que la oferta de arreglos florales de Floristería la Ocasión llegue a impactar en nuevos clientes, es necesario implementar publicidad en redes sociales que permitan más visitas al perfil del negocio e interacción en sus publicaciones.

d) Creación de cuenta en nueva plataforma digital

Es importante crear una nueva cuenta en una plataforma que se encuentra en tendencia como Tik Tok, puesto que a través de ella se puede dar a conocer el proceso de elaboración del producto mediante sus videos, brindado así más confianza al cliente.

3.7 Sistema de Negocio

En este capítulo se pretende describir los requerimientos necesarios para la producción de los arreglos florales de Floristería la Ocasión y los equipos del sistema del negocio en cada área.

3.7.1 Equipos

Cada área del negocio necesita contar con equipos que le permitan funcionar de manera eficiente, por ello se detalla a continuación cada uno de ellos.

Tabla 30-3: Equipo Área de Gerencia

Gerencia	
Equipo	Características importantes
Computadora	De escritorio marca HP
Impresora	Marca Epson de buen tamaño y funcional
Escritorio	Funcional y buen tamaño
Archivador	Funcional

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Tabla 31-3: Equipo Área de Producción

Área de producción	
Equipo	Características importantes
Mesa Grande	Buen tamaño y funcional

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Tabla 32-3: Equipo Área Comercial

Área Comercial	
Equipo	Características importantes
Escritorio	Buen Tamaño y Funcional
Archivador	Funcional

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.7.2 Suministros por área

Tabla 33-3: Suministros Área de Gerencia

Área de Gerencia	
Suministro	Descripción
Esferos	Útil para tomar apuntes
Resmas de Papel	Para imprimir información
Grapadora	Grapar papeles
Perforadora	Perforar documentos
Porta esferos	Ordenar escritorio

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

Tabla 34-3: Suministros Área Comercial

Área Comercial	
Suministro	Descripción
Esferos	Útil para tomar apuntes
Grapadora	Grapar papeles
Perforadora	Perforar documentos
Portaesferos	Ordenar escritorio

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.7.3 Materiales e Insumos área de producción

Tabla 35-3: Materiales e Insumos en el Área de Producción

Área de Producción	
Materiales e Insumos	Descripción
Tijeras de poda	Sirven para cortar los tallos de la flor
Bases	Utilizadas para armar los arreglos
Oasis	Se ubica encima de la base para poner la flor
Palillos	Utilizados para soporte
Alambre	Útil para sostener el oasis en la base
Playo	Para apretar el alambre
Tijera corta alambre	Útil para cortar alambre

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.7.4 Flujograma de procesos

Para la elaboración de los arreglos de “Floristería la Ocasión” es importante contar con un orden establecido hasta llegar al consumidor final con un producto bien elaborado.

Como inicio del proceso se receipta la flor que ha sido enviada por sus proveedores, luego se realiza la revisión de la misma para verificar que se encuentre en buen estado y sin ningún tipo de irregularidad, en caso de que esto ocurra se procede hacer el reclamo respectivo al proveedor, y se descarta la flor.

Una vez que la flor se encuentra en buen estado se procede a conservarla en baldes con agua, con la finalidad de mantenerla fresca. Una vez se obtiene una orden de algún diseño de arreglo que se oferte se procede a utilizar la flor conservada en los baldes para la elaboración del arreglo, una vez que se encuentre concluido se procede a reservar el arreglo para su retiro o a su vez para su entrega respectiva.

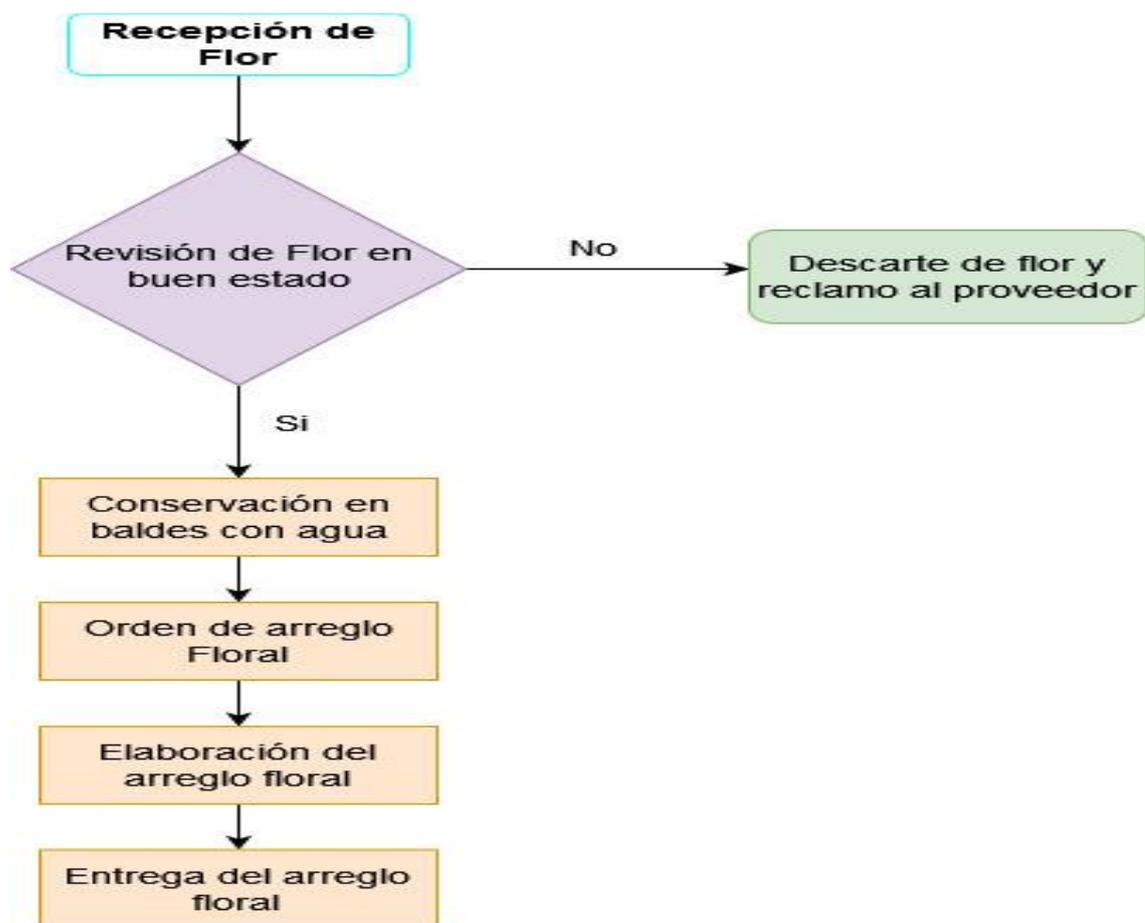


Figura 6-3: Flujograma de procesos de Floristería la Ocasión

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.8 Gestión Financiera

La Financiación es un punto clave para poder visualizar la viabilidad o no del plan, para lo cual de detalla los activos, materia prima, mano de obra, y la nueva inversión en las nuevas estrategias que requiere el negocio lo cual lo detallamos a continuación:

3.8.1 Detalle de los Activos

Floristería la Ocasión cuenta con el siguiente grupo de activos útiles para el desarrollo de su negocio.

Tabla 36-3: Detalle de los Activos Floristería la Ocasión

DETALLE DE ACTIVOS ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL				
Cantidad	Detalle	Medida	Precio Unitario	Precio Total
	SUMINISTROS Y MATERIALES			\$ 7,10
1	Grapadora	Unidad	\$ 2,50	\$ 2,50
2	Esferos	Unidad	\$ 0,80	\$ 1,60
2	Cintas de embalaje	Unidad	\$ 1,50	\$ 3,00
	MUEBLES Y ENSERES			\$ 460,00
1	Escritorio	Unidad	\$ 70,00	\$ 70,00
2	Sillas	Unidad	\$ 45,00	\$ 90,00
2	Mostrador	Unidad	\$ 150,00	\$ 300,00
	EQUIPO DE COMPUTO			\$ 750,00
1	Laptop	Unidad	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Impresora	Unidad	\$ 350,00	\$ 350,00
	VEHÍCULOS			\$ 10.000,00
1	Vehículo	Unidad	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	OTROS ACTIVOS			\$ 250,00
1	Garantía arriendo	TT.HH	\$ 250,00	\$ 250,00
	TOTAL ACTIVOS			\$ 11.467,10
1	Depreciación Acumulada Activos no corrientes al 2021			\$ 2.204,33

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.2 Costos

Floristería la Ocasión en la realización de sus arreglos cuenta con costos directos e indirectos de fabricación los cuales detallamos a continuación:

3.8.2.1 *Costos Directos*

Tabla 37-3: Costos Directos Arreglos Floristería la Ocasión

COSTOS DIRECTOS					
Descripción	Medida	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Flores	Paquetes	4	\$ 135,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00
Bases de arreglos	Docenas	10	\$ 3,50	\$ 35,00	\$ 420,00
Malla	Metros	6	\$ 1,70	\$ 10,20	\$ 122,40
Alambre	Metros	5	\$ 0,15	\$ 0,75	\$ 9,00
Palillos	Paquete	8	\$ 1,60	\$ 12,80	\$ 153,60
Oasis	Paquete	1	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 336,00
Tijera de poda	Unidad	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Tijera corta alambre	Unidad	1	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Playo	Unidad	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Valdes grandes	Unidad	8	\$ 2,50	\$ 20,00	\$ 20,00
Fundas	Paquete	3	\$ 1,50	\$ 4,50	\$ 54,00
TOTAL			\$ 197,95	\$ 675,25	\$ 7.619,00

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.2.2 *Costos Indirectos*

Tabla 38-32: Costos Indirectos Arreglos Floristería la Ocasión

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Descripción	Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Agua Potable	M3	1	\$ 5,00	\$ 60,00
Luz Eléctrica	KMh	1	\$ 6,00	\$ 72,00
TOTAL		2	\$ 11,00	\$ 132,00

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.3 Mano de Obra

En Floristería la Ocasión es necesario contar con mano de obra directa que lleva relación directa con el producto y mano de obra indirecta la cual se relaciona de manera indirecta con el producto, pero útil para el desarrollo del negocio, las cuales se detallan a continuación:

3.8.3.1 Mano de Obra Directa

Tabla 39-3: Rol Mano de Obra Directa Floristería la Ocasión

MANO DE OBRA DIRECTA											
ROL DE PAGOS											
Nº DE CARGOS	CARGO	ESTADO	SALARIO BÁSICO	TOTAL SUELDO ANUAL SIN BENEFICIOS	APORTE AL IEES 11,45%	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	PROMEDIO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL 2021
1	Florista	Contratado	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 961,80	\$ 700,00	\$ 425,00	\$ 699,72	\$ 350,00	\$ 771,91	\$ 9.262,92
TOTAL			\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 961,80	\$ 700,00	\$ 425,00	\$ 699,72	\$ 350,00	\$ 771,91	\$ 9.262,92

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.8.3.2 *Mano de Obra Indirecta*

Tabla 40-3: Rol Mano de Obra Indirecta Floristería la Ocasión

MANO DE OBRA INDIRECTA											
ROL DE PAGOS											
N° DE CARGOS	CARGO	ESTADO	SALARIO BÁSICO	TOTAL SUELDO ANUAL SIN BENEFICIOS	APORTE AL IEES 11,45%	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVAS	VACACIONES	PROMEDIO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL 2021
1	Vendedor	Por Contratar	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 583,95	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 424,83	\$ 212,50	\$ 482,57	\$ 5.790,88
TOTAL			\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 583,95	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 424,83	\$ 212,50	\$ 482,57	\$ 5.790,88

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.4 Gastos

Floristería la Ocasión cuenta con varios gastos necesarios dentro del negocio los cuales se detallan a continuación:

3.8.4.1 Gastos Administrativos

Tabla 41-3: Gastos Administrativos Floristería la Ocasión

GASTOS SUELDOS Y SALARIOS			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Florista	1	\$ 771,91	\$ 9.262,92
Aporte patronal al IESS	1	\$ 80,15	\$ 961,80
TOTAL		\$ 852,06	\$ 10.224,72
GASTO IMPUESTOS			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Impuesto a la Renta	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Permiso Bomberos	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Patente Municipal	1	\$ 15,00	\$ 15,00
TOTAL		\$ 23,00	\$ 23,00

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.8.5 Inversión

Para poder implementar las nuevas estrategias establecidas con anterioridad dentro del plan es necesario realizar un cálculo de la nueva inversión de los recursos a implementarse, tanto para agregar nuevos diseños dentro de su oferta al mercado, equipos, muebles, suministros de oficina y publicidad lo cual se detalla a continuación:

3.8.5.1 Nueva Inversión

Tabla 42-3: Nueva Inversión de Floristería la Ocasión

NUEVA INVERSIÓN			
SUMINISTROS DE OFICINA			
Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
4	Esferos	\$ 0,45	\$ 1,80
2	Resmas de Papel	\$ 3,50	\$ 7,00
2	Grapadora	\$ 2,00	\$ 4,00
2	Perforadora	\$ 1,75	\$ 3,50
2	Porta esferos	\$ 1,50	\$ 3,00

TOTAL		\$ 9,20	\$ 19,30
EQUIPO DE COMPUTO			
Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
1	Computadora	\$ 400,00	\$ 400,00
TOTAL		\$ 400,00	\$ 400,00
MUEBLES DE OFICINA			
Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
2	Escritorio	\$ 175,00	\$ 350,00
2	Achivadores	\$ 75,00	\$ 150,00
TOTAL		\$ 250,00	\$ 500,00
MUEBLES Y ENSERES			
Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
1	Muebles	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Mesa Grande	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL		\$ 250,00	\$ 250,00
NUEVOS DISEÑOS DE ARREGLOS			
Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
72	Flor	\$ 135,00	\$ 9.720,00
156	Bases arreglos	\$ 3,50	\$ 546,00
108	Malla	\$ 1,70	\$ 183,60
96	Alambre	\$ 0,15	\$ 14,40
144	Palillos	\$ 1,60	\$ 230,40
24	Oasis	\$ 28,00	\$ 672,00
5	Valdes grandes	\$ 2,50	\$ 12,50
60	Fundas	\$ 1,50	\$ 90,00
TOTAL		\$ 173,95	\$ 11.468,90
PUBLICIDAD			
1	Página web	\$ 20,00	\$ 20,00
2	Publicidad en redes sociales	\$ 25,00	\$ 50,00
TOTAL			\$ 70,00
TOTAL NUEVA INVERSIÓN			\$ 12.238,20

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.5.2 Nuevos Gastos

La contratación de nuevo personal, servicios profesionales y la inversión en ventas, forman parte de los nuevos gastos de la Floristería parte del diseño de nuevas estrategias los cuales se detallan a continuación:

Tabla 43-3: Nuevos Gastos para Floristería la Ocasión

NUEVOS GASTOS			
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Total
Vendedor	1	\$ 482,57	\$ 5.790,88
TOTAL			\$ 5.790,88
GASTOS SERVICIOS PROFESIONALES			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo total
Contadora	12	\$ 14,16	\$ 169,92
Community Manager	4	\$ 14,16	\$ 56,64
TOTAL			\$ 226,56
GASTO DE VENTAS			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Total
Página Web	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Publicidad Facebook	2	\$ 20,00	\$ 40,00
TOTAL			\$ 65,00

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.8.5.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo nos permite conocer el valor que necesita la Floristería para poder ejercer sus actividades dentro del negocio. Este valor está calculado de manera anual.

Tabla 44-3: Capital de Trabajo de Floristería la Ocasión

CAPITAL DE TRABAJO (Anual)					
COSTOS DIRECTOS					
Descripción	Medida	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Flores	Paquetes	4	\$ 135,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00
Bases de arreglos	Docena	10	\$ 3,50	\$ 35,00	\$ 420,00
Malla	Metros	6	\$ 1,70	\$ 10,20	\$ 122,40

Alambre	Metros	5	\$ 0,15	\$ 0,75	\$ 9,00
Palillos	Paquete	8	\$ 1,60	\$ 12,80	\$ 153,60
Oasis	Paquete	1	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 336,00
Tijera de poda	Unidad	1	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Tijera corta alambre	Unidad	1	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Playo	Unidad	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Valdes grandes	Unidad	8	\$ 2,50	\$ 20,00	\$ 20,00
Fundas	Paquete	3	\$ 1,50	\$ 4,50	\$ 54,00
TOTAL			\$ 193,95	\$ 675,25	\$ 7.619,00

COSTOS DE FABRICACIÓN INDIRECTOS

Descripción	Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable	M3	1	\$ 0,17	\$ 5,00	\$ 60,00
Luz Eléctrica	KMh	1	\$ 0,20	\$ 6,00	\$ 72,00
TOTAL		2,00	\$ 0,37	\$ 11,00	\$ 132,00

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Gasto arriendo	TTHH	1		\$ 250,00	\$ 3.000,00
Gasto mantenimiento	TTHH	3		\$ 100,00	\$ 100,00
Gasto combustible	TTHH	24		\$ 10,00	\$ 240,00
Gasto impuesto	TTHH	3		\$ 23,00	\$ 23,00
Gasto sueldos y salarios	TTHH	2		\$ 852,06	\$ 10.224,72
Gasto impuestos	TTHH	3			\$ 23,00
TOTAL					\$ 13.610,72
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO					\$ 21.361,72

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.8.5.4 Inversión Total

Tabla 45-3: Inversión Total de Floristería la Ocasión

INVERSIÓN TOTAL	
RUBRO	VALOR
Suministros y Materiales	\$ 7,10
Activos no Corrientes Reposición depreciación acumulada	\$ 2.204,33
Total Capital de trabajo	\$ 21.361,72
Total Nueva Inversión	\$ 12.238,20
TOTAL	\$ 35.811,35

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.6 Financiación

Para poder cubrir cada una de las nuevas estrategias diseñadas para la Floristería, se pedirá un préstamo de \$15.000,00 a una tasa de interés del 15,25% anual diferido a 5 años, siendo su pago mensual.

3.8.6.1 Tabla de Amortización Préstamo

Tabla 46-3: Tabla de Amortización de Préstamo

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Amortización	Pago mensual	Saldo
0		-	-	-	15000
1	\$15.000,00	\$190,63	\$250,00	\$440,63	\$ 14.750,00
2	\$14.750,00	\$190,63	\$250,00	\$440,63	\$ 14.500,00
3	\$14.500,00	\$187,45	\$250,00	\$437,45	\$ 14.250,00
4	\$14.250,00	\$184,27	\$250,00	\$434,27	\$ 14.000,00
5	\$14.000,00	\$181,09	\$250,00	\$431,09	\$ 13.750,00
6	\$13.750,00	\$177,92	\$250,00	\$427,92	\$ 13.500,00
7	\$13.500,00	\$174,74	\$250,00	\$424,74	\$ 13.250,00
8	\$13.250,00	\$171,56	\$250,00	\$421,56	\$ 13.000,00
9	\$13.000,00	\$168,39	\$250,00	\$418,39	\$ 12.750,00
10	\$12.750,00	\$165,21	\$250,00	\$415,21	\$ 12.500,00
11	\$12.500,00	\$162,03	\$250,00	\$412,03	\$ 12.250,00
12	\$12.250,00	\$158,85	\$250,00	\$408,85	\$ 12.000,00
13	\$12.000,00	\$155,68	\$250,00	\$405,68	\$ 11.750,00
14	\$11.750,00	\$152,50	\$250,00	\$402,50	\$ 11.500,00
15	\$11.500,00	\$149,32	\$250,00	\$399,32	\$ 11.250,00
16	\$11.250,00	\$146,15	\$250,00	\$396,15	\$ 11.000,00

17	\$11.000,00	\$142,97	\$250,00	\$392,97	\$ 10.750,00
18	\$10.750,00	\$139,79	\$250,00	\$389,79	\$ 10.500,00
19	\$10.500,00	\$136,61	\$250,00	\$386,61	\$ 10.250,00
20	\$10.250,00	\$133,44	\$250,00	\$383,44	\$ 10.000,00
21	\$10.000,00	\$130,26	\$250,00	\$380,26	\$ 9.750,00
22	\$9.750,00	\$127,08	\$250,00	\$377,08	\$ 9.500,00
23	\$9.500,00	\$123,91	\$250,00	\$373,91	\$ 9.250,00
24	\$9.250,00	\$120,73	\$250,00	\$370,73	\$ 9.000,00
25	\$9.000,00	\$117,55	\$250,00	\$367,55	\$ 8.750,00
26	\$8.750,00	\$114,38	\$250,00	\$364,38	\$ 8.500,00
27	\$8.500,00	\$111,20	\$250,00	\$361,20	\$ 8.250,00
28	\$8.250,00	\$108,02	\$250,00	\$358,02	\$ 8.000,00
29	\$8.000,00	\$104,84	\$250,00	\$354,84	\$ 7.750,00
30	\$7.750,00	\$101,67	\$250,00	\$351,67	\$ 7.500,00
31	\$7.500,00	\$98,49	\$250,00	\$348,49	\$ 7.250,00
32	\$7.250,00	\$95,31	\$250,00	\$345,31	\$ 7.000,00
33	\$7.000,00	\$92,14	\$250,00	\$342,14	\$ 6.750,00
34	\$6.750,00	\$88,96	\$250,00	\$338,96	\$ 6.500,00
35	\$6.500,00	\$85,78	\$250,00	\$335,78	\$ 6.250,00
36	\$6.250,00	\$82,60	\$250,00	\$332,60	\$ 6.000,00
37	\$6.000,00	\$79,43	\$250,00	\$329,43	\$ 5.750,00
38	\$5.750,00	\$76,25	\$250,00	\$326,25	\$ 5.500,00
39	\$5.500,00	\$73,07	\$250,00	\$323,07	\$ 5.250,00
40	\$5.250,00	\$69,90	\$250,00	\$319,90	\$ 5.000,00
41	\$5.000,00	\$66,72	\$250,00	\$316,72	\$ 4.750,00
42	\$4.750,00	\$63,54	\$250,00	\$313,54	\$ 4.500,00
43	\$4.500,00	\$60,36	\$250,00	\$310,36	\$ 4.250,00
44	\$4.250,00	\$57,19	\$250,00	\$307,19	\$ 4.000,00
45	\$4.000,00	\$54,01	\$250,00	\$304,01	\$ 3.750,00
46	\$3.750,00	\$50,83	\$250,00	\$300,83	\$ 3.500,00
47	\$3.500,00	\$47,66	\$250,00	\$297,66	\$ 3.250,00
48	\$3.250,00	\$44,48	\$250,00	\$294,48	\$ 3.000,00
49	\$3.000,00	\$41,30	\$250,00	\$291,30	\$ 2.750,00
50	\$2.750,00	\$38,13	\$250,00	\$288,13	\$ 2.500,00
51	\$2.500,00	\$34,95	\$250,00	\$284,95	\$ 2.250,00
52	\$2.250,00	\$31,77	\$250,00	\$281,77	\$ 2.000,00
53	\$2.000,00	\$28,59	\$250,00	\$278,59	\$ 1.750,00
54	\$1.750,00	\$25,42	\$250,00	\$275,42	\$ 1.500,00
55	\$1.500,00	\$22,24	\$250,00	\$272,24	\$ 1.250,00
56	\$1.250,00	\$19,06	\$250,00	\$269,06	\$ 1.000,00
57	\$1.000,00	\$15,89	\$250,00	\$265,89	\$ 750,00
58	\$750,00	\$12,71	\$250,00	\$262,71	\$ 500,00
59	\$500,00	\$9,53	\$250,00	\$259,53	\$ 250,00

60	\$250,00	\$6,35	\$250,00	\$256,35	\$ 0,00
TOTAL		\$6.001,51	\$15.000,00	\$21.001,51	

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.7 Estimación de los Ingresos

3.8.7.1 Ventas Pronosticadas

Tabla 47-3: Ventas Pronosticadas por año Floristería la Ocasión

VENTAS PRONOSTICADAS						
AÑO	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Cantidad	1110	1141	1207	1312	1467	1687
Precio	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
TOTAL INGRESOS	\$ 33.300,00	\$ 34.242,39	\$ 36.207,93	\$ 39.369,80	\$ 44.019,25	\$ 50.610,63

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.7.2 Ventas Pronosticadas Demanda Insatisfecha

Tabla 48-33: Tabla Ventas Pronosticadas Demanda Insatisfecha

VENTAS PRONOSTICADAS DEMANDA INSATISFECHA						
AÑO	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Demanda Insatisfecha	438	450	476	518	579	666
Precio	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
TOTAL INGRESOS	\$ 13.140,00	\$ 13.511,86	\$ 14.287,45	\$ 15.535,11	\$ 17.369,76	\$ 19.970,68

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.7.3 Ventas Totales Proyectadas

Tabla 49-3: Proyección Ventas Totales

AÑO	VENTAS PRONOSTICADAS	NUEVA DEMANDA (Demanda Insatisfecha)	TOTAL, VENTAS
2021	\$ 33.300,00	\$ 13.140,00	\$ 46.440,00
2022	\$ 34.242,39	\$ 13.511,86	\$ 47.754,25
2023	\$ 36.207,93	\$ 14.287,45	\$ 50.495,39
2024	\$ 39.369,80	\$ 15.535,11	\$ 54.904,92
2025	\$ 44.019,25	\$ 17.369,76	\$ 61.389,00
2026	\$ 50.610,63	\$ 19.970,68	\$ 70.581,32

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

3.8.8 Depreciación

Se realizó la depreciación de los diferentes activos fijos de la floristería a través del método de línea recta.

Tabla 50-34: Depreciación Activos Fijos Floristería la Ocasión

DEPRECIACIÓN									Valor de salvamento
			AÑOS						
ACTIVO	VALOR	VIDA UTIL	2021	2022	2023	2024	2025	2026	
Vehículo	\$10.000,00	5	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$12.000,00
Muebles y Enseres	\$710,00	10	\$71,00	\$71,00	\$71,00	\$71,00	\$71,00	\$71,00	\$426,00
Muebles de Oficina	\$500,00	10		\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$250,00
Equipo de Cómputo	\$400,00	3	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$800,00
TOTAL			\$ 2.204,33	\$ 2.254,33	\$2.254,33	\$2.254,33	\$2.254,33	\$2.254,33	\$13.476,00

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.9 Balances Proyectados

3.8.9.1 Balance General

Tabla 51-3: Balance General Proyectado Floristería la Ocasión

FLORISTERÍA LA OCASIÓN						
BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 22.516,87	\$ 25.933,23	\$ 12.563,66	\$ 15.591,18	\$ 20.360,38	\$ 27.409,24
Caja-Bancos	\$ 22.509,77	\$ 25.913,93	\$ 12.544,36	\$ 15.571,88	\$ 20.341,08	\$ 27.389,94
Suministros de Oficina	\$ 7,10	\$ 19,30	\$ 19,30	\$ 19,30	\$ 19,30	\$ 19,30
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 9.255,67	\$ 9.705,67				
Muebles de Oficina	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Muebles y Enseres	\$ 710,00	\$ 710,00	\$ 710,00	\$ 710,00	\$ 710,00	\$ 710,00
Equipo de Cómputo	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Vehículo	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
(-) Depreciaciones	\$ 2.204,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33
OTROS ACTIVOS	\$ 250,00					
Garantía Arriendo	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL ACTIVO	\$ 32.022,53	\$ 35.888,89	\$ 22.519,32	\$ 25.546,84	\$ 30.316,05	\$ 37.364,91
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE	\$ 23,00					
Impuestos por pagar	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00
PASIVO NO CORRIENTE	\$ -	\$ 15.000,00	\$ 12.000,00	\$ 9.000,00	\$ 6.000,00	\$ 3.000,00
Cuentas por pagar a largo plazo	\$ -	\$ 15.000,00	\$ 12.000,00	\$ 9.000,00	\$ 6.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 23,00	\$ 15.023,00	\$ 12.023,00	\$ 9.023,00	\$ 6.023,00	\$ 3.023,00
PATRIMONIO	\$ 31.999,53	\$ 20.865,89	\$ 10.496,32	\$ 16.523,84	\$ 24.293,05	\$ 34.341,91

Capital	\$ 31.999,53	\$ 20.865,89	\$ 10.496,32	\$ 16.523,84	\$ 24.293,05	\$ 34.341,91
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 32.022,53	\$ 35.888,89	\$ 22.519,32	\$ 25.546,84	\$ 30.316,05	\$ 37.364,91

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.9.2 Estado de Resultado

Tabla 52-3: Estado de Resultados Projectado Floristería la Ocasión

FLORISTERÍA LA OCASIÓN						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	\$ 46.440,00	\$ 47.754,25	\$ 50.495,39	\$ 54.904,92	\$ 61.389,00	\$ 70.581,32
(-) Costos de producción	\$ 17.013,92	\$ 21.152,85	\$ 21.775,35	\$ 22.416,20	\$ 23.075,94	\$ 23.755,13
Costos Directos	\$ 7.619,00	\$ 11.468,90	\$ 11.793,47	\$ 12.127,23	\$ 12.470,43	\$ 12.823,34
Costos Indirectos	\$ 132,00	\$ 135,74	\$ 139,58	\$ 143,53	\$ 147,59	\$ 151,77
Mano de Obra directa	\$ 9.262,92	\$ 9.548,22	\$ 9.842,30	\$ 10.145,45	\$ 10.457,93	\$ 10.780,03
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 29.426,08	\$ 26.601,40	\$ 28.720,04	\$ 32.488,72	\$ 38.313,06	\$ 46.826,18
(-) Gastos Operacionales	\$ 5.537,33	\$ 12.884,23	\$ 13.084,72	\$ 13.291,61	\$ 13.505,12	\$ 13.725,47
(-) Gastos Administrativos	\$ 3.333,00	\$ 9.364,60	\$ 9.564,76	\$ 9.771,32	\$ 9.984,50	\$ 10.204,52
(-) Gastos de Ventas	\$ -	\$ 65,00	\$ 65,33	\$ 65,65	\$ 65,98	\$ 66,31
(-) Gastos Financieros	\$ -	\$ 1.200,30	\$ 1.200,30	\$ 1.200,30	\$ 1.200,30	\$ 1.200,30
(-) Depreciaciones	\$ 2.204,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33
(=) Utilidad Antes de Participaciones	\$ 23.888,75	\$ 13.717,17	\$ 15.635,32	\$ 19.197,11	\$ 24.807,94	\$ 33.100,72
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 3.583,31	\$ 2.057,58	\$ 2.345,30	\$ 2.879,57	\$ 3.721,19	\$ 4.965,11
(=) Utilidad antes de impuesto	\$ 20.305,43	\$ 11.659,59	\$ 13.290,02	\$ 16.317,54	\$ 21.086,75	\$ 28.135,61
(-) Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

(=) Utilidad Neta	\$ 20.305,43	\$ 11.659,59	\$ 13.290,02	\$ 16.317,54	\$ 21.086,75	\$ 28.135,61
(+) Depreciaciones	\$ 2.204,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33	\$ 2.254,33
Flujos del Inversor	\$ 22.509,77	\$ 13.913,93	\$ 15.544,36	\$ 18.571,88	\$ 23.341,08	\$ 30.389,94
(-) Amortización Financiamiento	\$ -	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
(+) Financiamiento	\$ -	\$ 15.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Reposición Activos Fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Flujos Netos	\$ 22.509,77	\$ 25.913,93	\$ 12.544,36	\$ 15.571,88	\$ 20.341,08	\$ 27.389,94

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.9.3 Flujo de Caja

Tabla 53-3: Flujo de Caja Proyectado Floristería la Ocasión

FLUJO DE CAJA						
AÑO	2021	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS		47754,25	50495,39	54904,92	61389,00	70581,32
EGRESOS		\$ 23.930,23	\$ 36.840,33	\$ 37.951,03	\$ 39.333,04	\$ 41.047,92
FLUJO EFECTIVO	\$ -35.811,35	\$ 23.824,02	\$ 13.655,06	\$ 16.953,88	\$ 22.055,96	\$29.533,40

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

3.8.10 Evaluación Financiera

A través del desarrollo de diferentes indicadores financieros se pretende analizar la viabilidad del Plan de Negocios.

3.8.10.1 Periodo de Retorno de la Inversión

Tabla 54-3: Datos cálculo Periodo de Retorno de la Inversión

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO DE EFECTIVO A VALOR PRESENTE	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULATIVO
2021	\$ -35.811,35		
2022	\$ 23.824,02	\$ 20.716,54	\$ 20.716,54
2023	\$ 13.655,06	\$ 11.873,97	\$ 32.590,51
2024	\$ 16.953,88	\$ 14.742,51	\$ 47.333,01
2025	\$ 22.055,96	\$ 19.179,10	\$ 66.512,11
2026	\$ 29.533,40	\$ 25.681,22	\$ 92.193,33

Elaborado por: Ortega, D (2022).

Tabla 55-3: Datos cálculo Periodo de Retorno de Inversión

a =	2
b =	-35811,35
c =	\$ 32.590,51
d =	\$ 14.742,51

Elaborado por: Ortega, D. (2022)

$$PRI = a + \left(\frac{b+c}{d}\right)$$

$$PRI = 2 + \left(\frac{-35811,35+32590,51}{14742,51}\right)$$

$$PRI = 2 + \left(\frac{3338,94}{14742,51}\right)$$

$$PRI = 2 + 0,226$$

$$PRI = 2 + 0,226 * 12 meses$$

$$\text{PRI} = 2 + 2,71$$

$$\text{PRI} = 2 \text{ años, } 3 \text{ meses, } 22 \text{ días}$$

El periodo de recuperación de la Inversión de Floristería la Ocasión es de 2 años, 3 meses y 22 días.

3.8.10.2 Valor actual Neto (VAN)

Tabla 56-3: Cálculo Tasa de Descuento

CÁLCULO TASA DE DESCUENTO					
Fuentes de financiamiento	Participación	%	Tasa de Interés	Tasa Ponderada	
Capital Social	21361,72	58,75%	5,51%	3,24%	
Cooperativa	15000	41,25%	15,25%	6,29%	
	36361,72			9,53%	Tasa de Descuento

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

Tasa de Descuento = (Tasa Ponderada capital social + tasa ponderada cooperativa)

$$\text{Tasa de Descuento} = 3,24\% + 6,29\%$$

$$\text{Tasa de Descuento} = 9,53\%$$

Tabla 57-3: Cálculo Valor Actual Neto

CÁLCULO VALOR ACTUAL NETO						
FLUJOS DE CAJA						
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
VAN	\$ -35.811,35	\$ 23.824,02	\$ 13.655,06	\$ 16.953,88	\$ 22.055,96	\$ 29.533,40
VAN	\$ 80.099,70					

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

Se calcula el valor actual neto a través de la fórmula VNA en Excel.

VAN = VNA (Tasa de descuento; flujo 1; flujo 2; flujo 3; flujo 4; flujo 5) – Inversión

$$\text{VAN} = 80.099,70 - 35.811,35$$

$$\text{VAN} = 44.288,35$$

Interpretación: Al obtener un VAN positivo, se concluye que el proyecto es Viable.

3.8.10.3 Cálculo Tasa Interna de Retorno

Tabla 58-3: Datos Cálculo Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO					
2021	2022	2023	2024	2025	2026
\$ -35.811,35	\$ 23.824,02	\$ 13.655,06	\$ 16.953,88	\$ 22.055,96	\$ 29.533,40

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

Función TIR generada mediante Excel

TIR = (valores; estimar)

TIR = 48,91%

Al obtener una Tasa Interna de Retorno mayor a la Tasa de descuento, se concluye que el proyecto es rentable.

3.8.10.4 Relación Beneficio-Costo

Tabla 59-3: Relación Beneficio-Costo

CÁLCULO RELACIÓN BENEFICIO-COSTO					
AÑO	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS	\$ 47.754,25	\$ 50.495,39	\$ 54.904,92	\$ 61.389,00	\$ 70.581,32
EGRESOS	\$ 23.930,23	\$ 36.840,33	\$ 37.951,03	\$ 39.333,04	\$ 41.047,92

Elaborado por: Ortega, D. (2022).

$$RBC = \frac{\text{Suma de Ingresos}}{\text{Suma de Egresos} + \text{Inversión}}$$

$$RBC = \frac{106.022,33}{35.811,35}$$

$$RBC = 2,96$$

Interpretación: Se determina que por cada \$1 en costos se obtendrá \$1,96 de beneficio.

CONCLUSIONES

- Una vez realizada la investigación se concluye que las fuentes bibliográficas utilizadas en el mismo, sirvieron para demostrar la importancia de diseñar un plan de negocios para la Floristería la Ocasión y así permitir mejorar sus ventas.
- El diseñar un plan de negocios para la Floristería la Ocasión le permite mejorar la competitividad del negocio y por consecuencia sus ventas, esto se refleja en sus indicadores financieros que evalúan la inversión en nuevas estrategias dentro del mismo.

RECOMENDACIONES

- Realizar la consulta de nuevas fuentes bibliográficas que brinden veracidad de las fuentes ya consultadas y a su vez genere nuevos datos en futuras investigaciones en beneficio de la floristería.
- Evaluar el desempeño de la implementación del Plan de Negocios dentro de la Floristería, esto con el fin de poder realizar algún tipo de correcciones de ser necesario, permitiendo que el negocio mejore constantemente y logre un mejor desempeño.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, E. R. (08 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-correlacional.html>
- Arias, G. (2015). *Diseño de un Plan de Negocios de Comercialización para incrementar las ventas de la empresa House Sport*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica De Machala). Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/5210/1/ECUACE-2015-AE-CD0004.pdf>
- Arroyo, J. (12 de Febrero de 2016). *Metodo y diseño de investigación*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/VenArroyo/metodo-y-diseo-de-investigacin-58175162>
- Catillo, B. (14 de Octubre de 2020). *Tipos de Métodos de Investigación*. Recuperado de: <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- Díaz de Santos . (1994). *Guías de Gestión de la Pequeña Empresa. Plan de Negocios*. Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=9GnvdQknUeIC&lpg=PP1&dq=El%20plan%20de%20negocios&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- EcuRed. (2021). *Investigación No Experimental*. Recuperado de: https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_no_experimental
- Gómez, Q., Rocío, B., Cedeño, R., & Elías, F. (2016). *Elaboración de un Plan de Negocios para incrementar las ventas en el 20% de la empresa Surtiooffice, por medio de una nueva línea de suministros de limpieza, a partir del primer semestre del 2017 en la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de pregrado, Universiad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6291/1/T-UCSG-PRE-ESP-IAV-242.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hidalgo, I. V. (18 de Diciembre de 2005). *Tipo de estudio*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>
- INEC. (2020). *Proyecciones Poblacionales*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Laos, J., & Navarro, S. (2017). *Plan de negocios: una herramienta fundamental para las empresas con miras a explorar*. Bogotá: Fondo Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/102136>
- Martin, E. (13 de Abril de 2021). *Conoce qué es la floristería y enamórate de los diseños florales*. Recuperado de: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-floristeria/>

- Martínez Ruíz, H. (2012). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/39957>
- Merino Andrade, R. (2020). *Planificación Estratégica*.
- Pedraza Rendón, O. H. (2015). *Modelo del plan de negocios: para la micro y pequeña empresa*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/39387>
- Santana, C. (2020). *Plan de negocios para la comercialización de productos agrícolas en la "Asociación San Pedro de Licto" parroquia Licto, cantón Riobamba*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14000/1/22T0542.pdf>
- Spiegato. (2022). *¿Qué es la floristería?*. Recuperado de: <https://spiegato.com/es/que-es-la-floristeria>
- Tomala, O. (12 de Agosto de 2016). *Tipos de investigación*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion>
- Vallejo, T. (2019). *Plan de Negocios para mejorar la competitividad de la empresa comunitaria "Inti-Churi", de la parroquia Veintimilla del cantón Guaranda, Provincia de Bolívar*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13647/1/22T0524.pdf>
- Verdissimo. (2021). *Arreglos Florales*. Recuperado de: <https://www.verdissimo.com/es/noticias/arreglos-florales>
- Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el Plan de Negocios*. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JcoXAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=Planes+de+negocio&ots=3ZBfbnpsc&sig=XoVpK-4PRxtkmtDB5X6mCvyZ64#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO DE ENTREVISTA INTERNA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS



TEMA: “Diseño de un Plan de Negocios para mejorar las ventas de la Floristería “La Ocasión” de la Ciudad de Macas, Provincia de Morona Santiago, Periodo 2021-2026”

OBJETIVO: Identificar y analizar los factores que incrementen las ventas en la Floristería la Ocasión en la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago.

1. ¿Floristería la Ocasión cuenta con el Diseño de un Plan de Negocios?

R: No cuento con un Plan de Negocios estructurado puesto que desconozco en lo que pueda aportar al negocio y como se realice.

2. ¿El Negocio tiene estructurado su misión, visión u objetivos a cumplir?

R: No cuento con una misión y visión estructurada que permita enfocar mi negocio, sin embargo quiero seguir mejorando mi negocio.

3. ¿Cuál es el estado de las ventas actualmente en la Floristería?

R: A mi parecer el estado de las ventas ha bajado un poco, por ello quiero mejorarlas e invertir en nuevas cosas dentro de mi negocio.

4. ¿Qué factores internos y externos considera que afectan las ventas del negocio?

R: Los factores internos que afectan mis ventas es la falta de personal, puesto que yo soy la encargada total del negocio y falta de publicidad en varias plataformas digitales. En cuanto a los factores externos es la competencia que busca diariamente ganar mercado de forma desleal y situaciones imprevistas que perjudiquen el negocio.

5. ¿Cuáles son las fortalezas y oportunidades con las que cuenta Floristería la Ocasión?

R: Las fortalezas del negocio es el horario de disponibilidad que brindo a mis clientes, de igual manera la elaboración de arreglos con diseños originales que les ofrezco, a su vez también realizo entregas a domicilio, las oportunidades con las que cuento es el reconocimiento del negocio dentro de la localidad y la oferta de financiación por parte de entidades financieras.

6. ¿Qué ventajas competitivas tiene Floristería la Ocasión referente a su competencia?

R: Nuestra atención al cliente, puesto que resolvemos cada una de sus dudas y tratamos de brindarle el mejor servicio.

7. ¿Conoce cuál es su mercado objetivo y sus segmentos con mayor demanda?

R: Aún no cuento con un mercado objetivo y desconozco que segmentos son de mayor demanda.

8. ¿Las fuentes de financiamiento del negocio son propias o recibe la ayuda de alguna entidad pública o privada?

R: La fuente de financiamiento es propio, ya que ninguna institución me ha brindado algún tipo de ayuda.

9. ¿Cuenta con los conocimientos necesarios en administración financiera que le permita llevar un correcto registro de sus ingresos y gastos?

R: No cuento con conocimientos en esa área, sin embargo trato de mantener un orden que permita administrar el negocio a mi manera.

ANEXO B: CUESTIONARIO ENCUESTA DE MERCADO



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS



TEMA: “Diseño de un Plan de Negocios para mejorar las ventas de la Floristería “La Ocasión” de la Ciudad de Macas, Provincia de Morona Santiago, Periodo 2021-2026”

OBJETIVO: Identificar y analizar los factores que incrementen las ventas en la Floristería la Ocasión en la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago.

GÉNERO

Masculino

Femenino

EDAD

18-28 años

29-39 años

40-50 años

51 años o más

1. ¿Compra usted arreglos florales para algún tipo de ocasión o evento?

SI

NO

2. ¿Con que frecuencia compra usted arreglos florales?

Diariamente

1 o 2 veces por semana

1 o 2 veces por mes

1 o 2 veces por trimestre

1 o 2 veces por semestre

1 o 2 veces por año

3. ¿Al momento de comprar un arreglo floral que aspecto considera importante?

Escoja una opción.

Diseño

Precio

Calidad

Cantidad

Servicio

Presentación

4. ¿Qué ocasión le incentiva más a comprar un arreglo floral?

Cumpleaños

Aniversario

Eventos

Cualquier fecha importante

Otro (Especifique).....

5. ¿Conoce usted Floristería la Ocasión en la ciudad de Macas?

SI

NO

En caso de que su respuesta sea si, continúe con la encuesta

6. ¿Cómo califica usted el servicio de arreglos florales que oferta Floristería la Ocasión?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

7. Considera usted que los precios en los que oferta los arreglos florales “Floristería la Ocasión” son:

- Bajos
- Razonables
- Altos

8. ¿Qué cree usted que Floristería la Ocasión debe mejorar en su servicio al momento de ofertar sus arreglos? Escoja una opción.

- Variedad de Diseños
- Atención al Cliente
- Tiempo de Entrega
- Precios

9. ¿Por qué medios le gustaría a usted conocer sobre los arreglos que oferta “Floristería la Ocasión”? Escoja una opción.

- Redes Sociales
- Radio
- Televisión
- Periódico
- Ferias y eventos de la localidad

10. ¿Recomendaría usted el servicio de arreglos florales que oferta “Floristería la Ocasión”?

- SI
- NO



esPOCH

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS
BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y
BIBLIOGRAFÍA**

Fecha de entrega: 09/ 05/ 2022

INFORMACIÓN DEL AUTORA
Nombres – Apellidos: DINA ALEXANDRA ORTEGA ORTEGA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



1307-DBRA-UTP-2022