

INTRODUCCIÓN

La presente guía permitirá diseñar un plan de negocios que permita normar los procesos dentro de la empresa y de esta manera permita optimizar los recursos económicos y financieros, mediante la sistematización y control de las actividades que se desarrollan en la misma.

En lo que se refiere a las actividades que contemplan el plan de negocios se ajustó a la misión y visión de la empresa de manera que permita acoplarse a los objetivos que se han venido desarrollándose en las actividades diarias de BCS OKO GARANTIE, permitiendo de esta manera crear estrategias que le permitan ser más competitivos.

En lo que respecta a la organización, se recomienda normar las obligaciones, responsabilidades, derechos de todos quienes son parte de la empresa BCS OKO GARANTIE.

Con lo antes mencionado se propone un plan de negocios práctico, dinámico, que permita mejorar las actividades dentro de la empresa, poniendo énfasis en la comunicación, trabajo en equipo pero sobre todo el empoderamiento de ser parte de la empresa y buscar el desarrollo de todos quienes la conforman.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA BCS OKO GARANTIE.

La empresa BCS OKO GARANTIE, es una empresa líder en procesos de inspección y certificación que brinda certificaciones bajo estándares internacionales, como ente de control desde 1992.

BCS OKO GARANTIE, es una certificadora acreditada según ISO 170065, los servicios que comprenden son, inspecciones y certificaciones según el reglamento (CEE) 834/2007, GLO-

BALGAP, NOP, JAS y demás estándares.

Hay clientes de toda la cadena productiva y comercial de productos agrícolas, los factores de éxitos son, competencia técnica, independencia, seriedad, credibilidad, presencia internacional, alto grado de celebridad.

Un sistema de manejo de calidad asegura la implementación de la norma EN45011 y la política de BCS. Todos los procesos relevantes para la calidad se documentan y vigilan. A través de auditorías internas, su evaluación y medidas correctivas se asegura una vigilancia y mejoramiento de la implementación de la EN 45011 y la política de BCS a nivel internacional. A nivel internacional BCS aspira a seguir a los estándares de acreditación y aprobación.

BCS ÖKO-GARANTIE llega a Ecuador en 1998 cuando comienza a trabajar con ciertas empresas pioneras en la producción orgánica en el país. A partir de este primer paso, BCS ÖKO-GARANTIE se desarrolla y se establece como empresa en Riobamba en 2002. De ahí se sigue penetrando el área de producción orgánica en el Ecuador llegando hasta la actualidad a cubrir más del 70% de la certificación de productos orgánicos que se comercializan dentro y fuera del país.

Normativa Ecuatoriana

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, en uso de sus atribuciones, promulga el Acuerdo Ministerial No. 299 del 11 de Julio de 2013 por medio del cual expide La Normativa General para Promover y Regular la Producción Orgánica-Ecológica-Biológica en el Ecuador, misma que deroga el Decreto Ejecutivo No. 3609 del 14 de Enero del 2003.

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro-AGROCALIDAD, como ente responsable del Sistema Nacional de Control de

la Producción Orgánica, garantizara que los productos orgánicos sean producidos, procesados y comercializados de acuerdo a lo dictaminado en esta Normativa y en el Instructivo para la Producción Orgánica en el Ecuador, publicado mediante resolución DAJ-20133EC-201.0099 del 30 de Septiembre de 2013.



PRESENTACIÓN

El plan de negocios propuesto es un diseño e implementación que describe un marco de trabajo probado para desarrollar un estrategia empresarial para BCS OKO GARANTIE, solidad que garantice al mismo tiempo su aceptación, llena de acciones prácticas que permitan mejorar y dominar los procesos, permitiendo descomponer los problemas en fragmentos controlables, tomando decisiones que permitan la optimización de recursos económicos financieros.

En la actualidad en este mundo competitivo es

de vital importancia contar con un plan de negocios dinámico, practico que permita manejar de una manera correcta los procesos e imagen de los servicios de la empresa BCS OKO GARANTIE, comprometiendo a empleados, clientes, competidores, inversores, y productores en general de la ciudad de Riobamba.

La estrategia está en ir evolucionando la organización y que se valla adaptando a los cambios que permitan la optimización de los recursos de la empresa tanto económicos como financieros. Con la estructura del plan de negocios propuesto los cambios tendrán que irse adaptando gradualmente de manera que permitan el mejoramiento en los servicios prestados por la empresa BCS OKO GARANTIE.

FUNDAMENTACIÓN

FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Dentro de la empresa BCS OKO GARANTIE se plantea definir una adecuada filosofía en los procesos y ser eficientes y eficaces en las actividades que realizan los inspectores a nuestros clientes, basándonos en un plan de negocios.

FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

Nuestro trabajo investigativo se fundamenta en las teorías, los métodos, que se emplean en el





proceso de aprendizaje de las diferentes actividades que realizan las personas. Todo esto se basa en las estrategias que proponen reglas para conformar un plan de negocios, que se aplicarán a cosas muy específicas, para la toma de decisiones más efectivas.

La presente investigación se fundamenta epistemológicamente en el método científico, uno de los primeros filósofos que delimitaron el significado del método en la ciencia fue Bacon. Este filósofo propugnó, a principios del siglo XVII, la lógica como fuente de verdad y antepone en cambio la experiencia, la observación como paso previo a la generalización y a la formación de teorías. (Inche, y otros, 2003)

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Implementación de un Plan de Negocios para la Empresa BCS OKO Garantie CIA LTDA de la Ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo y su Incidencia en la Optimización de los Recursos Económicos Financiero.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un plan de negocios que permite el uso correcto de los recursos económicos financieros.
- Determinar qué efectos tiene la aplicación de un plan de negocios en los procesos de certificación de la empresa BCS OKO GARANTIE.
- Posicionar, apoyar y facilitar las operaciones de la empresa BCS OKO GARANTIE, para el incremento de los productores en la ciudad de Riobamba.

1. PLANEACIÓN

1.1 MISIÓN ACTUAL DE BCS OKO GARANTIE

“Certificar y promover la producción agropecua-

ria que cumpla con las normas orgánicas y buenas prácticas agrícolas con profesionalismo y servicio personalizado”.

1.1.1 MISIÓN PROPUESTA PARA BCS OKO GARANTIE.

Somos una empresa que efectúa servicios de capacitación, y certificación con credibilidad brindando sellos orgánicos, sustentables y sostenibles basados en la calidad, garantizando a nuestros clientes honestidad en los procesos y actividades técnicas que les permitan desarrollarse a nivel local e internacional.

1.2 VISIÓN ACTUAL DE BCS OKO GARANTIE

“Ser garantes del desarrollo de cadenas agropecuarias ambientalmente responsables”.

1.2.1 VISIÓN PROPUESTA POR BCS OKO GARANTIE

Consolidarse como una empresa líder a nivel nacional, manteniendo un excelente nivel de calidad, económicamente justos, contribuyendo al desarrollo de los productores agrícolas garantizando responsabilidad y eficacia en los procesos de certificación.

1.3 VALORES ESTRATÉGICOS

Los valores que la empresa BCS OKO GARANTIE, ha identificado como fundamental para los procesos de certificación y son parte de todos quienes la conforman:

- Ética- Tomar decisiones con profesionalismo que les genere prestigio.
- Eficiencia- Los procesos deben cumplirse con profesionalismo y presentar los informes claro y precisos.
- Profesionalismo- Contar con personal téc-

nico capacitado que brinde seguridad en las actividades que desarrollar la empresa

- Responsabilidad- Cumplir las actividades técnicamente y a tiempo encomendadas.
- Honestidad- Tomar las decisiones correctas que permitan credibilidad a la empresa.

1.4 VALORES PROPUESTOS.

Justicia- tener igualdad en las sanciones y obligaciones y equidad en las remuneraciones.

- Eficacia- Cumplir los tiempos establecidos en las visitas y entregas de informes a los clientes.
- Lealtad- Cumplir con lealtad la entrega de informes que garanticen calidad del servicio por parte de la empresa.

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

La empresa BCS OKO GARANTIE, es una empresa que brinda certificaciones de sellos orgánicos, buenas prácticas agrícolas, comercio justo, sellos sostenibles, verificación 4C, además capacitaciones, conferencias, consultorías, formación de inspectores, formación de auditores.



BCS ÖKO-GARANTIE está acreditado desde el 11 de mayo de 1992 como entidad de control para la inspección y certificación de acuerdo al Reglamento Europeo



Bajo los estándares **NOP** (National Organic Program) de los Estados Unidos, **BCS ÖKO-GARANTIE** se encuentra acreditado como certificadora de productos orgánicos desde el 30 de abril del 2002.



A más de ello está acreditada por el Ministerio de Agricultura, Forestación y Pesca de Japón (MAFF), para certificar toda producción orgánica que ingrese a este país como productos **JAS** (Japanese Agricultural Standards) desde el 12 de Julio del 2002.



Desde el 2003, **BCS ÖKO-GARANTIE** le ofrece el servicio de certificación **GLOBALG.A.P.** (Originalmente **EUREPGAP**) o certificación de buenas prácticas agrícolas. Este tipo de certificado abarca aspectos del manejo integrado de plagas y enfermedades en la producción agrícola, y el uso de agroquímicos solamente en casos extremos.

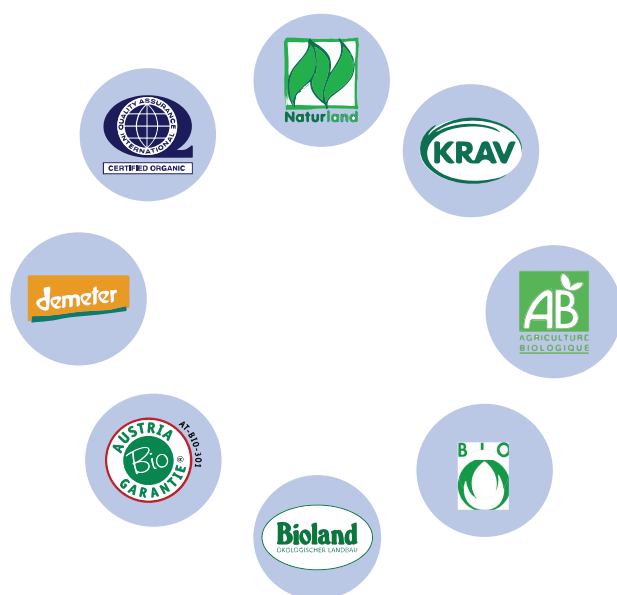


El 24 de mayo de 2012, **BCS ÖKO-GARAN-**

TIE recibe por parte de FUNDEPPO, la autorización como Organismo de Certificación. El Símbolo de pequeños productores es una iniciativa lanzada en el 2006 por la CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo) con el apoyo del movimiento de Comercio Justo y Economía Solidaria de varios continentes.

BCS ÖKO-GARANTIE coopera a nivel internacional con prestigiosas organizaciones como son:

QAI (USA), Demeter Internacional, KRAV (Suecia), Bio Suisse (Suiza), Naturland (Alemania), FLP (Flower Label Program), Bioland, Gaa (Alemania), PTRE (Polonia), Ernte, ABG (Austria), entre otras.



Todas estas alianzas internacionales garantizan a nuestros clientes, acceso al mercado orgánico a nivel mundial.

2.1 QUÉ SE PUEDE CERTIFICAR:

- En el campo todos los productores que no utilicen químicos para el cuidado de sus productos.
- En los procesos todos quienes utilicen técnicamente lo que se solicita para una certificación, apicultura, acuicultura, producción

animal, etc.

- Comercialización de productos cumpliendo con todo lo requerido para las certificaciones.
- Exportación todos los requerimientos que se tienen que cumplir para poder exportar.

2.2 ÁREAS QUE MANEJA BCS OKO GARANTIE.

- Producción agrícola
- Producción animal
- Apicultura
- Recolección silvestre.
- Procesamiento de alimentos
- Comercialización
- Evaluación de Insumos aptos para la agricultura Orgánica.

2.3 PERSONAS Y ORGANIZACIONES QUE SE PUEDEN CERTIFICAR.

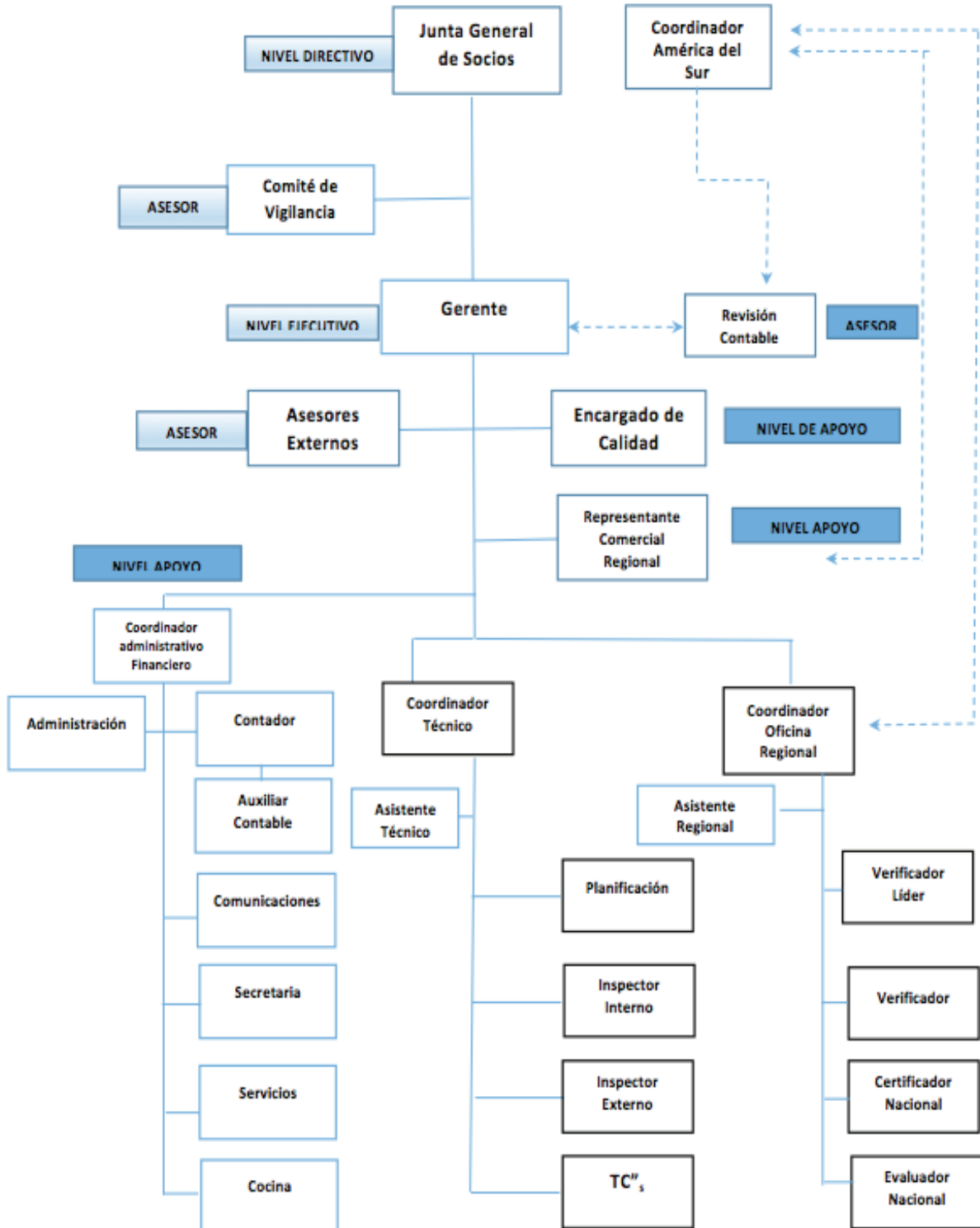
- Personas individuales.
- Empresas o personas jurídicas
- Asociación de productores
- Cooperativa agro productiva.
- Proyectos productivos promovidos por los gobiernos provinciales, municipales y otras instituciones del Estado.
- Proyectos apoyados por ONG- Organizaciones no gubernamentales.

1.4 PROCESO DE CERTIFICACIÓN.

- Contacto
- Información por parte de BCS OKO GARANTIE.
- Formatos BCS OKO GARANTIE.
- Oferta BCS OKO GARANTIE.
- Pago Correspondiente.
- Inspecciones
- Informes BCS OKO GARANTIE.
- Certificación de BCS OKO GARANTIE.

2.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE BCS OKO GARANTIE CIA. LTDA. ECUADOR

Grafico 3.1



Fuente: BCS OKO GARANTIE
Elaborado Por: Gabriel Pilagano.



3. FODA

El FODA es una herramienta que permite el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de una empresa contiene todos los componentes internos y externos de la organización, este consiste en el análisis de los diferentes factores o elementos internos que existen y puedan existir en la organización, la finalidad de este es poder tener una mejor administración de los recursos con que cuenta esta y así conocer la capacidad con que cuenta.

Una vez concluidas diseñar estrategias que permitan potenciar y aprovechar las fortalezas y estrategias que permitan neutralizar o eliminar las debilidades.

CUADRO 3.1 FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1: Reconocimiento y calidad de certificación Internacional y Nacional	D1: Infraestructura inadecuada
F2: Personal profesional y capacitado	D2: Mala comunicación interna
F3: Cumple estándares de calidad nacional (OAE) Organismo de Acreditación Ecuatoriana	D3: Falta de publicidad
F4: Equipos eficaces y actualizados.	D4: Ineficacia en los tiempos de entrega de certificaciones
F5: Experiencia en el manejo de certificaciones	D5: Bajos sueldos
	D6: Falta de señal telefónica celular.

Fuente: Investigaciones de Campo
 Autor: Gabriel Pilaguano.

CUADRO 3.2 FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1: Mercado crece con rapidez	A1: Decisiones de Estado
O2: Poca competencia	A2: Creación de nuevas leyes
O3: Estrategias de publicidad	A3: Vender acciones a empresa transnacional
O4: Explotar nuevas tecnologías	A4: Fuga de profesionales de la empresa
	A5: Desastres naturales

Fuente: Investigaciones de Campo
 Autor: Gabriel Pilaguan

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
RELACION FODA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocimiento Internacional y Nacional 2. Personal profesional y capacitado 3. Cumple estándares de calidad nacional (OAE) Organismo de Acreditación Ecuatoriana 4. Equipos eficaces y actualizados. 5. Experiencia en el manejo de certificaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura inadecuada 2. Mala comunicación interna 3. Falta de publicidad 4. Falta de la unidad de marketing. 5. Bajos sueldos 6. Falta de señal telefónica celular. 7. Ineficacia en los tiempos de entrega de certificaciones 8. Inexistencia de medios de transportes para el personal
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado crece con rapidez 2. Poca competencia 3. Estrategias de publicidad 	<p>La estrategia está basada en aprovechar el reconocimiento que se tiene a nivel internacional y buscar la mejor manera de llegar a los productores mediante publicidad más sencilla que permita crecer nuestro mercado en la ciudad de Riobamba, con el cambio de la matriz productiva se busca nuevos mercados internacionales y se necesita contar con una certificación que garantice la calidad de los productos a ofrecer.</p>	<p>Las principales acciones se basan en crear un clima organizacional más amplio que permita una mejor comunicación, el crear procesos con tiempos establecidos que permitan ser eficientes y eficaces en la oferta de los servicios de la empresa, incrementar los sueldos para que exista un empoderamiento y compromiso de todos quienes conforman la empresa y de esta manera poder incrementar el mercado, con la creación de la unidad de marketing se podrá aprovechar al máximo las estrategias que permitan darnos a conocer en el mercado.</p>
AMENAZAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Decisiones de Estado 2. Creación de nuevas leyes 3. Vender acciones a empresa transnacional 4. Fuga de profesionales de la empresa 		

Fuente: Investigaciones de Campo

Autor: Gabriel Pilaguano



CUADRO 3.3 FACTORES ESTRATÉGICOS

Interno	Externo	FORTALEZAS					DEBILIDADES						SUMA	PROMEDIO
		F2	F3	F4	F5	D1	D2	D3	D4	D5	D6			
OPORTUNIDADES	O1	5	3	3	3	5	1	3	5	3	5	5	41	3.72
	O2	3	3	5	0	3	3	3	1	3	5	3	32	2.90
	O3	3	5	5	1	3	1	1	5	3	3	1	31	2.81
	O4	3	5	5	5	3	1	3	3	1	1	3	33	3
AMENAZAS	A1	0	0	3	0	0	1	0	0	3	1	0	8	0.73
	A2	0	0	5	0	1	0	0	0	5	3	1	15	1.36
	A3	3	3	1	1	3	3	0	1	1	1	0	17	1.55
	A4	3	5	0	3	3	0	1	3	0	3	1	22	2
	A5	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	4	0.36
SUMA		20	24	27	13	21	13	11	18	19	22	15		

FORTALEZAS.

F1: Reconocimiento y calidad de certificación Internacional y Nacional

F2: Personal profesional y capacitado

F4: Equipos eficaces y actualizados.

F5: Experiencia en el manejo de certificaciones

BCS OKO GARANTIE, es una empresa que tiene mucho prestigio internacional, que cuenta con personal capacitado, equipos eficaces, y su personal tiene experiencia.

DEBILIDADES.

D3: Falta de publicidad

D4: Ineficacia en los tiempos de entrega de certificaciones

D5: Bajos sueldos

En la empresa se puede evidenciar que no existe publicidad en los productores agrícolas que les permita conocer de los servicios que brinda BCSOKO GARANTIE, existen quejas de la falta de seriedad en las fechas determinadas para la entrega de los certificados, los bajos sueldos es un eje

des motivante y de falta de pertinencia por parte de los empleados hacia la empresa.

AMENAZAS.

A2: Creación de nuevas leyes

A3: Vender acciones a empresa transnacional

A4: Fuga de profesionales de la empresa.

Las amenazas por parte de la creación de las nuevas leyes es algo en lo que hay que trabajar ya que son tan inestables debido a que pueden ser cambiantes y afectar la estabilidad de la empresa por ser una empresa internacional, el vender las acciones es una alternativa que le permitiría a la empresa generar más capital y de esta manera ser más competitivo en el mercado, y de esta manera con los bajos sueldos puede existir fugas de profesionales a otras empresas donde sus sueldos son más atractivos y rentables.

OPORTUNIDADES.

O1: Mercado crece con rapidez

O3: Estrategias de publicidad

O4: Explotar nuevas tecnologías

El cambio de la matriz productiva ha incentivado a las personas que vuelvan a los campos y contar con productos saludables de esta manera se abren nuevos mercados lo que permite que nuestro campo se amplíe mucho más y esta manera ser más competitivos, se necesita aprovechar los diferentes medios de comunicación existentes y que sean de fácil entendimiento para los productores lo que les permitan conocer de nuestro servicios que ofertamos, con el avance de la tecnología se puede ser más eficaces en la entrega de resultados y de esta manera ser más ágiles en el momento de entregar los resultados a nuestros clientes en lo que respecta a entrega de certificaciones.

3.5 DELIMITACIÓN DEL MERCADO.

La población objetivo al que se dirigió el estudio de mercado fue los productores agrícolas de la ciudad de Riobamba y sus parroquias rurales, cuyo crecimiento anual según datos del MAGAP es del 1 %, el crecimiento tan bajo se debe al poco interés del trabajar en los campos de las personas y de emigrar a ciudades a buscar un empleo.

3.5.1 VARIABLE DEMOGRÁFICA

Número de productores agrícolas en Riobamba es de 124, que puede acceder a recibir una certificadora.

Más de una Hectárea 14 Productores

Igual a una Hectárea 30 Productores.

Menos de una hectárea 80 Productores.

3.5.2 DEMANDA POTENCIAL

Número de productores 219.

CUADRO 4 PROYECCIÓN DE CLIENTES

Año	Futuros Clientes
2014	219
2015	226
2016	245
2017	265
2018	289

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Gabriel Pilaguano

3.6.1 PASOS PARA EL FLUJO DE PROCESOS.

1. Investigación del cliente.

El cliente se contacta con BCS y hace conocer su interés respecto a la certificación.

2. BCS Provee Información.

BCS Provee al cliente información mediante un representante de comercialización llena una solicitud para la certificación y brinda un listado de los servicios que brinda BCS. Se adjunta un listado de requerimientos para llenar la solicitud.

3. Aplicación Formal del Cliente.

El cliente completa y firma la solicitud con todos los requisitos y la envía de regreso a BCS en (escaneado, fax o copia.) Provisión del Plan de sistema orgánico (PSO) por parte de BCS.

4. Revisión de Solicitud

Si la aplicación es aceptada, se prepara una oferta basada en los detalles dados en la solicitud, el costo será calculado de acuerdo a los requisitos de tiempo para la inspección y certificación.

5. Aceptación de la oferta por del cliente.

Si la oferta es aceptada por el cliente, proveemos documentos más específicos y contractuales.

Regreso del contrato firmado por parte del cliente

Una vez que se envía el contrato se procede a emitir la primera factura o si el cliente quiere realizar un abono de su cuenta.

Una vez recibido el pago, BCS procede a enviar los formatos del PSO.

6. Finalización del PSO por parte del cliente.

El cliente completa y firma el PSO y lo envía de regreso a BCS con todos los adjuntos.

7. Revisión del PSO por parte de BCS.

BCS revisa el PSO y si de existir alguna rectificación se la realiza.

8. Anuncio de la Inspección

Una vez que se completa el punto nueve, la empresa enviara el anuncio o plan de inspección con la fecha y el inspector designado. Este no deberá sobrepasar más allá de un mes.

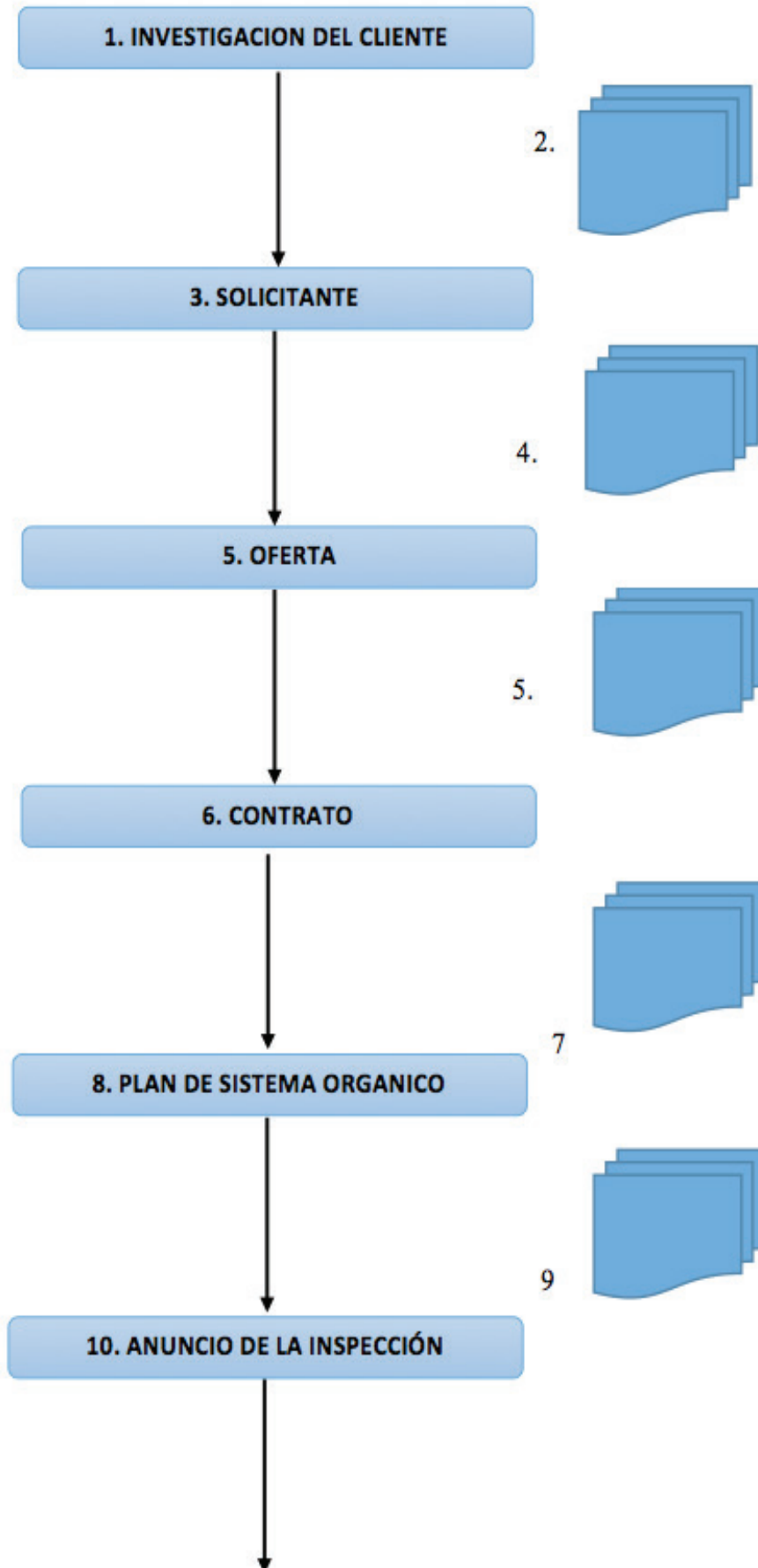
9. Inspección

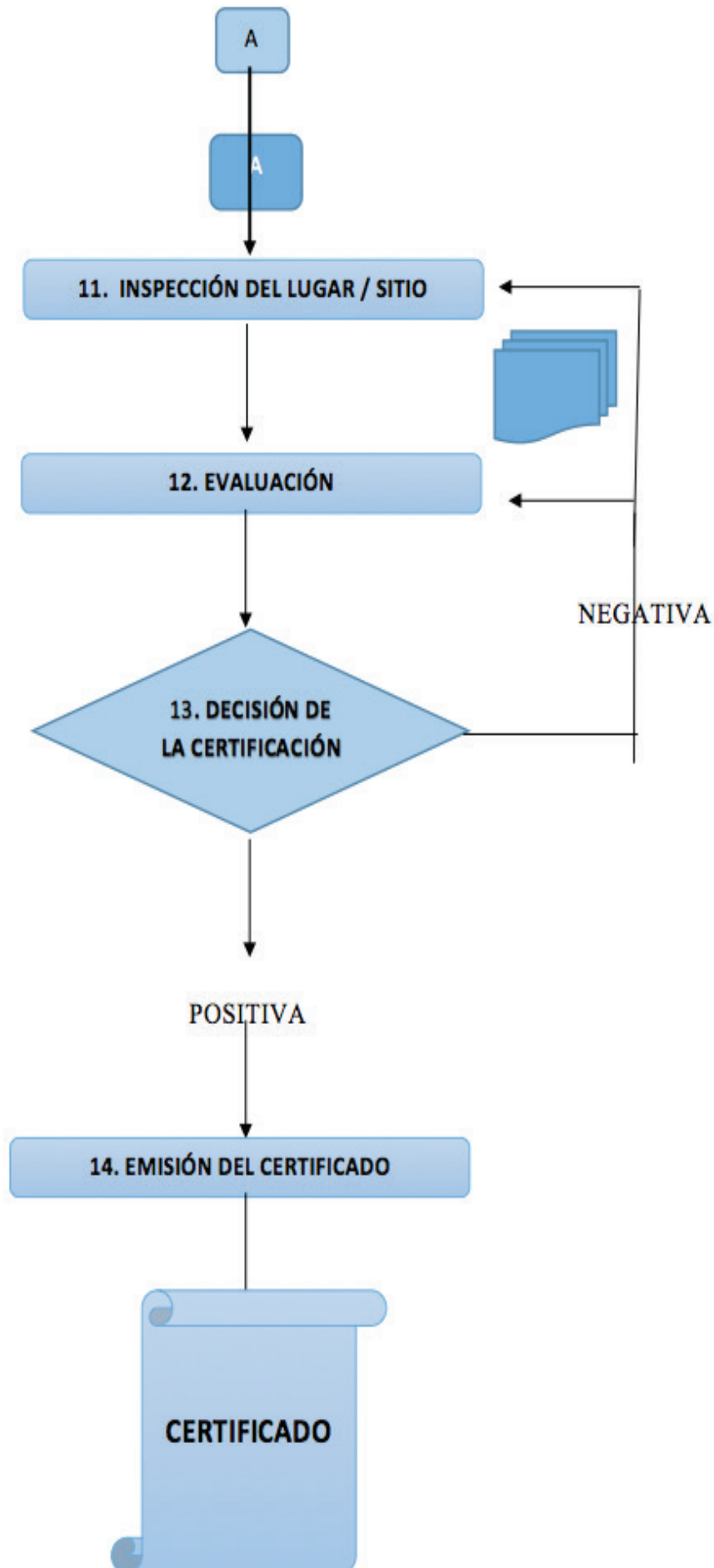
Se procede con la ejecución de la inspección en el campo, el objetivo de esta visita será el verificar si el cliente está cumpliendo con la Normativa de Producción Orgánica Agropecuaria en el Ecuador, y la conformidad entre el PSO y las condiciones actuales del sitio. La inspección en el sitio contempla, reunión de apertura, desarrollo de la inspección y reunión de cierre.

Efectuada la inspección de ser el caso se procede con la emisión de la factura final respecto al servicio.

Se complementa lo siguiente las inspecciones serán realizadas una vez al año, sin embargo la empresa BCS se reservara el derecho de realizar inspecciones previstas o no previstas de ser caso.

3.6 FLUJO DE PROCESOS PROPUESTO.





5. Evaluación y certificación

Basados en los resultados de la inspección, se determinara si el cliente cumple o no con los requisitos para obtener el certificado.

Se condicionara para mantener el alto grado de objetividad se tomara en cuenta las siguientes recomendaciones los pasos de inspección, evaluación y certificación al menos dos personas diferentes para presentar el informe.

Es fundamental el pago total de la certificación

6. Decisión De Certificación.

La certificación es concedida si la operación cumple completamente con todos los requisitos de la normativa nacional. Cualquier no conformidad mínima es comunicada mediante la carta de certificación al cliente incluyendo el tiempo para la implementación de medidas correctivas.

La certificación será negada si una operación no está todavía de acuerdo con la normativa nacional, se informara de igual manera mediante una carta al cliente sobre la negación y un detalle de las medidas correctivas apropiadas.

En ser el caso de inconformidad se podrá apelar sobre la decisión y tiene un plazo de 48 horas después de recibir la notificación.

7. Certificado y carta de certificación.

Cuando la certificación es otorgada por BCS se expide el certificado y provee al cliente una copia con la carta de certificación.

El cliente debe revisar y la copia del certificado e informar a BCS dentro del plazo dos sema-

nas si los detalles del certificado están correctos, cualquier inconformidad debe ser presentado por escrito.

8. Certificación en proceso

Siempre que se cuente con la certificación y para continuar con la certificación después de un año se tiene que adjuntar los mismos datos y su validez tiene un año

Cabe recalcar que se puede certificar en cualquier fecha del año y que sus costos no varían en más de un 10%, esto estará relacionado con el espacio físico.

3.6.2 TABLA DE PRECIOS DE LA EMPRESA PROPUESTOS

CUADRO N. 3.6

Servicio	Actividad	Costo	Unidad
Inspección Individual	Comprende una revisión por un inspector, de manera individual	150,00	Un día
Inspección Grupos	Comprende la Auditoria de la Organización bajo un sistema de control interno	150,00	Un día
Certificación Individual	Incluye revisiones y certificación	300,00	Certificado
Certificación Grupal	Incluye revisiones y certificación	300,00	Certificado
Extensión	Emisión de Extensión	100,00	Extensión

Elaborado por: Gabriel Pilaguano.

Fuente: BCS OKO GARANTIE

3.7 Se propone crear un departamento de Comercialización.

Para la empresa es fundamental crear una unidad de comercialización ya que solo existe un representante mas no una unidad, por lo que este será responsable del manejo de capacitaciones, atención de clientes, spot publicitarios que permitan darnos a conocer de mejor manera a la empresa en los productores que quieren recibir un certificación orgánica la misma que estará conformada de la siguiente manera:

CUADRO N. 3.7

Rol de pagos

Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte patronal (11,15%)	Aporte personal (9,45%)	Sueldo	Anual	Presupuesto Mensual
Representante de Comercialización	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 340,00	\$ 78,05	\$ 66,15	\$ 711,90	\$ 9.582,80	\$ 798,57
Secretaria -	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 340,00	\$ 55,75	\$ 47,25	\$ 508,50	\$ 6.942,00	\$ 578,50

Elaborado por: Gabriel Pilaguano

3.7.1 Requerimiento fisico

Para esta unidad se contara con una oficina, la misma que si se dispone en la empresa y se tendrá que realizar las adecuaciones que permitan tener una mayor eficiencia y eficacia en los resultados esperados por parte de esta unidad.

Adecuamiento de Áreas

MUEBLES Y ENSERES ÁREA ADMINISTRATIVA

CUADRO N. 3.8

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Counter de recepción de 1,70 x 0,70	1	210,00	210,00
Estaciones de trabajo de 1,50 x 1,20	2	132,00	264,00
Sillas modelo secretaria	3	58,00	174,00
Archivadores aéreos tablero 15mm de espesor con seguridad	4	65,00	260,00
Sillones modelo Gerente tapizado, base hidráulica, giratorio	1	110,00	110,00
Basureros plásticos	4	5,00	20,00
Archivador de 4 gavetas, metálicos con seguridad	2	125,00	250,00
Mesa para reuniones	1	100,00	100,00
Sillas plásticas	10	8,00	80,00
Juego sala de espera	1	150,00	150,00
TOTAL			1618,00

Elaborado por: Gabriel Pilaguano

Equipos de Oficina

CUADRO N. 3.9

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora multifunciones	1	75,00	75,00
Telefax, Contestador	1	80,00	80,00
Teléfono convencional	3	15,00	45,00
TOTAL...			200,00

Elaborado por: Gabriel Pilaguano

Equipos de Computo

CUADRO N. 3.10

EQUIPOS DE COMPUTO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	2	750,00	1.500,00
TOTAL...			1.500,00

Elaborado por: Gabriel Pilaguano

3.8 Estrategias de Publicidad y Ventas

Este presupuesto se lo ha realizado en función del Plan de negocios.

CUADRO No.3.11

Gastos de Publicidad y Ventas

GASTOS PUBLICIDAD				MENSUAL	10 Primeros Meses	AÑO 1
Publicidad	Unidades	Costo Unitario	Costo Total			
Elaboración de un Spot publicitario	1	150,00	150,00	12,50	125	150
Cuñas Radiales	10 Mensuales	20,00	200,00	16,66	166,67	200,00

Elaborado por: Gabriel Pilaguano.

3.9 Estrategias de Fuerza de Ventas

Estrategias a aplicar

Contar con una fuerza de ventas que este en la capacidad de enfrentarse a los constantes cambios y nuevas tendencias del mercado, con el fin de llegar de mejor manera a los clientes y motivar a que certifiquen sus productos.

Plantear: Capacitar a los inspectores con temas referentes a l manejo de clientes y que conozcan de mejor manera los procesos.



Motivar a los empleados mediante sueldos atractivos para el mercado local lo que garantice fidelidad y lealtad a la empresa y se evite la fuga de profesionales a otras instituciones.

Plantear charlas a los productores en temas referentes a la conformación de asociaciones, beneficios de ser parte de una certificación, sostenibilidad de las organizaciones con la correcta aplicación de certificaciones, estas charlas deben ser dadas en casas comunales, gremios, asociaciones que permitan involucrarse con los productores.

Cronograma de aplicación

Estrategias	Meses											
Plan de Negocios	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Aplicación de nuevos procesos												
Aplicación de Estrategias de ventas												
Capacitaciones Inspectores												
Charlas para los clientes												
Cuñas radiales												
Visita Puerta a Puerta												
Spot Publicitario												

BIBLIOGRAFÍA

Ansoff, I. H. (1986). Estrategias de la Empresa. Orbis.

Barroso, Carmen; Martín, Enrique;. (1999). Marketing Relacional. Esic.

Castellblanque, M. (2006). Perfiles profesionales de publicidad y areas afines. Barcelona: eureka Media Sl.

Chiavenato, Idalberto;. (1997). Introducción a la Teoría General de la Administración. Bogotá: Mc Graw Gill.

Hurtado, Cuartas Dario; . (2008). Principios de la Administración. Medellin: ITM.

Ivacevich, John M; Lorenzi, Peter; Sknner, Steven J; Crosby, Philip B;. (1994). Gestión Calidad y Competitividad. En Gestión Calidad y Competitividad (pág. 12). Mexico: MacGrawill.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Dirección de Marketing. Mexico: Pearson Educación.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

