UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACION DE UN VIVERO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PLANTAS ORNAMENTALES"

Tesis Previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

Autor:

Rafael Hernán Peláez Carrera

Director:

Ing. Edison Espinosa B.

Loja – Ecuador
2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón

DIRECTOR DE TESIS

C E R T I F I C A:

Haber dirigido todo el proceso investigativo realizado por el egresado **Rafael Hernán Peláez Carrera,** previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial cuyo tema se denomina: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACION DE UN VIVERO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PLANTAS ORNAMENTALES"**, el mismo que cuenta con los requerimientos establecidos por la Universidad en sus aspectos de fondo y de forma por lo que autorizo su presentación para la calificación privada, sustentación y defensa.

Loja, junio de 2014

Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Rafael Hernán Peláez Carrera, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autor: Rafael Hernán Peláez Carrera

Firma:

Cedula: 1703848612

Fecha: Loja, Febrero de 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Rafael Hernán Peláez Carrera; declaro ser autor de la tesis titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACION DE UN VIVERO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PLANTAS ORNAMENTALES",** como requisito previo para optar por el título de Ingeniero en Administración Comercial; autorizo al sistema bibliotecario de UNL para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la misma, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio digital institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del País y del exterior, con las cuales tenga convenio la UNL.

La UNL no se responsabiliza del plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de junio del año 2014.

Firma: .....

Autora: Rafael Hernán Peláez Carrera

Cedula: 1703848612

Dirección: Bolívar Bailón 15-16 y Av. Cuxibamaba

Correo Electrónico: hrpelaez@yahoo.com

Celular: 022867530

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director De Tesis: Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón

Tribunal De Grado: Ing. Lolyta Hualpa Presidente

Ing. Luis Quizhpe Salinas (M) Tribunal

Ing. Galo Salcedo (M) Tribunal

DEDICATORIA

Dedico este trabajo al Creador de todas las cosas por haberme dado la vida y permitir que llegue hasta este momento tan importante de mi formación profesional, a mi esposa Jenny que con sabias palabras me alienta a seguir adelante y no desfallecer ni rendirme, a mis hijos Andrea, David y Melissa que siempre han estado brindándome su apoyo y comprensión, a mi padre quien me ha dado inspiración y fortaleza con su gran ejemplo, a mi madre que desde el cielo me bendice, me cuida y es fuente de inspiración.

Rafael Hernán

AGRADECIMIENTO

A la prestigiosa Universidad Nacional de Loja por haberme abierto sus puertas y permitir obtener esta formación profesional, a los maestros que me han entregado sus conocimientos, experiencia y sabiduría; especialmente al Ing. Edison Espinoza por su apoyo incondicional para el desarrollo del presente proyecto.

A mis compañeros con quienes participamos de momentos de alegría, compañerismo y amistad sincera.

.

Rafael Hernán

a. TÍTULO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN VIVERO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PLANTAS ORNAMENTALES

b. RESUMEN

En la presente investigación denominada “Proyecto de Factibilidad para la implantación de un vivero para la producción y comercialización de plantas ornamentales” en el distrito metropolitano de Quito, que tiene una población de 1.091,065, se tomó únicamente la población económicamente activa (PEA) que para el año 2013, es de 1.185651 personas, considerándose aplicar 400 encuestas a los demandantes, y 21 encuestas a los oferentes de plantas ornamentales o viveros, con el propósito de determinar la demanda insatisfecha.

En el literal e) consta la metodología de trabajo y técnicas de investigación. Se utilizaron los siguientes métodos: Científico, Analítico-Sintético, Inductivo-Deductivo, así como las técnicas de observación y encuesta.

En el literal f) consta el estudio de mercado, a través del cual se obtuvo los siguientes resultados: demanda potencial 99% equivalente a 1.173.794 personas, que desean adquirir el producto, demanda real 80%, equivalente a 939.035 plantas ornamentales, demanda efectiva 704.276 plantas ornamentales; oferta anual 175.880 plantas ornamentales, demanda insatisfecha anual de 528.396 plantas ornamentales, en el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada será de 26.382 plantas ornamentales al año que cubrirá el 4,99%.

En lo que respecta al estudio financiero se determinó que se necesitará para invertir en activos fijos $48.318,34 dólares; en activos diferidos $ 1.575,00dólares y para un mes de operación se necesita $ 4.159,12 dólares

en activos circulantes, el total de inversión es de $ 54.052,46 dólares, además se obtuvo el precio de venta en $ 3,51 dólares, por cada planta ornamental para el primer año, que multiplicado por el total del primer año de capacidad utilizada (22.425) se obtiene un total de ingresos de $ 78.611,90 dólares para el primer año. En el estado de pérdidas y ganancias en el primer año se obtendrá una utilidad líquida de $ 15.034,53, dólares; el punto de equilibrio de la empresa con respecto a las ventas estará en $ 32.238,50 dólares y en una capacidad instalada de 41,01%.

De acuerdo a la evaluación financiera el proyecto es rentable y provechoso ya que el VAN es positivo (49.640,76), la TIR tiene un valor satisfactorio de 35,16%; mayor a la tasa de oportunidad vigente en el mercado que es del 15%, la Relación Beneficio – Costo es de $1,87 dólares, esto significa que por cada dólar invertido recibirá $0,87 centavos de dólar, por lo que la rentabilidad es provechosa; la recuperación de capital se dará en un plazo de 2 años, 9 meses y 17 días. A través del Análisis de Sensibilidad incrementando los costos en el 24,80% y disminuyendo los ingresos en el 34,05% se determinó que el proyecto no es sensible.

En el literal h) constan las conclusiones donde se pudo determinar que debido a la demanda insatisfecha de plantas ornamentales existente en el distrito Metropolitano de Quito y con apoyo de los indicadores financieros el proyecto es factible de realizarse.

En el literal i) se recomienda ejecutar el presente proyecto de factibilidad, utilizando al máximo la capacidad instalada para satisfacer en su totalidad la demanda insatisfecha y expandir la empresa.

SUMMARY

The present investigation called "Project Feasibility for the implementation of a nursery for the production and marketing of ornamental plants " in the metropolitan district of Quito, which has a population of 1091.065, which was made for only the economically active population (PEA) by the year 2013 , is 1.185651 persons considering applying applicants 400 surveys and 21 surveys suppliers of ornamental plants or nursery, in order to determine the unmet demand .

In the literal e) comprises the methodology and research techniques. Scientist, Analytic - Synthetic, Inductive- Deductive and observation techniques and survey: The following methods were used.

In the literal f) comprises the market study , where the following results were obtained: 99 % potential demand equivalent to 1,173,794 people , wanting to purchase the product , actual demand 80 %, or 939,035 ornamental plants , 704,276 plants effective demand ornamental , annual supply 175,880 ornamentals, annual unmet demand for 528,396 ornamental plants in the technical study found that the installed capacity of 26,382 will be ornamentals year covering 4.99% .

Regarding the financial study found that will need to invest in fixed assets $ $ 48,318.34, in deferred assets and $ $ 1,575.00 for a month of operation

needs $ $ 4,159.12 in current assets, totaling investment of $ $ 54,052.46, plus the sale price obtained at $ 3.51 U.S. dollars for each ornamental plant for the first year, multiplied by the total of the first year of capacity utilization (22425) yields a total income of $ $ 78,611.90 for the first year . In the profit and loss in the first year will get a net income of $ 15,034.53 dollars , the balance point of the enterprise with respect to sales will be in $ $ 32,238.50 and an installed capacity of 41.01 %.

According to the financial evaluation the project is profitable and beneficial because the NPV is positive (49640.76), the IRR has a satisfactory value of 35.16 %, higher than the rate prevailing market opportunity that is 15 % Ratio Benefit - Cost is $ 1.87 U.S. dollars, this means that for every dollar invested will receive $ 0.87 cents, so profitability is helpful; capital recovery will within 2 years, 9 months and 17 days. Sensitivity Analysis of increasing costs and decreasing 24.80% on income 34.05% was determined that the project is not sensitive.

In the literal h) comprise the conclusions which can be determined that due to the existing unmet demand in the Metropolitan District of Quito, using financial indicators the project is feasible to perform.

In the literal i) is recommended to run this project feasibility , to the maximum installed capacity to satisfy all unmet demand and expand business capacity.

c. INTRODUCCIÓN

A pesar de los problemas que agobian en estos momentos la economía mundial y nacional, en el Ecuador y en la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, se han aprovechado las bondades de un país con un clima privilegiado apto para la horticultura lo cual debe ser encaminado hacia la producción de toda variedad de plantas ornamentales y medicinales de tal manera que se pueden alcanzar volúmenes significativos de ventas que irán en beneficio de productores y consumidores. Lamentablemente la falta de políticas de financiamiento y crédito por parte de las financieras y del mismo gobierno, ha provocado dar mayor valor agregado a los productos y el impedimento del mejoramiento de su comercialización.

Por tal motivo, es imprescindible **la implantación de un vivero para la producción y comercialización de plantas ornamentales,** que permitan cumplir con la demanda existente dentro y fuera de nuestro país, incrementar plazas de trabajo para quienes habitan en este sector, así como las divisas por este rubro, manteniendo el equilibrio ecológico del suelo, parte fundamental del planeta a través del uso de fertilizantes de origen natural que minimizan los gatos de producción y venta de las plantas ornamentales.

Para llevar a cabo el proyecto de factibilidad para la implementación de un vivero, se enunciaron los siguientes objetivos:

- Realizar un Estudio de Mercado que permita determinar la demanda, oferta y demanda insatisfecha.

- Realizar un Estudio Técnico para definir el proceso de producción de un vivero de plantas ornamentales, identificar la localización de la planta, y establecer los recursos necesarios para la producción y comercialización.

- Elaborar un estudio sobre la estructura legal y organizacional que debe mantener la empresa.

- Desarrollar la posible perspectiva financiera del proyecto, proporcionando la información necesaria sobre indicadores financieros que reflejen la rentabilidad del negocio.

Cabe recalcar, que se marcará la diferencia debido a la utilización de materia prima de excelente calidad, con personal idóneo y de experiencia en la horticultura, maquinaria y equipos sofisticados que permitan mantener estándares de calidad, consintiendo el manejo adecuado de la competencia, ventajas que permitirán incrementar la economía de las familias del cantón, el ahorro de recursos y la rentabilidad empresarial.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO CONCEPTUAL

LAS PLANTAS

"Son **seres orgánicos** que viven y crecen pero que, a diferencia de los **seres humanos** o de los animales, no pueden trasladarse de un lugar a otro por impulso voluntario. Los árboles, los arbustos, las hortalizas y otros vegetales forman parte del conjunto de las plantas, que son estudiadas por la **botánica.**

PLANTAS ORNAMENTALES

Una planta ornamental o planta de jardín, es aquella que se cultiva y se comercializa con propósitos decorativos por sus características estéticas, como las flores, hojas, perfume, la textura de su follaje, frutos o tallos en jardines y diseños paisajísticos, como planta de interior o para flor. Las plantas ornamentales son aquellos vegetales que se utilizan en la **decoración** con la intención de adornar o embellecer un espacio. Son plantas que se cultivan con una finalidad estética, a diferencia de otras especies (como las plantas comestibles o las **plantas medicinales**).

Antecedentes de las plantas ornamentales

Desde los inicios de la civilización el hombre ha sentido un gusto especial por la jardinería y el cultivo de plantas ornamentales y medicinales, existen referencias de pueblos antiguos que daban mucha importancia a este aspecto como es el caso de la Civilización Egipcia, el imperio Babilónico con sus jardines colgantes que llegaron a convertirse en una de las siete maravillas del mundo antiguo; el Imperio Romano adornaba sus monumentales edificios con fuentes y jardines; los árabes cuando conquistaron Europa hicieron apreciar su gusto por la belleza en sus palacios y jardines, en América, antes de la venida de los españoles, los Aztecas habían creado sus jardines flotantes en Chinampas en el actual México”[1].

Tipos de plantas ornamentales.- “Actualmente hay más de 3.000 plantas que se consideran de uso ornamental, entre las principales podemos citar las siguientes:

- **Árboles**: coníferas como el cedro, el pino, etc. Angiospermas de hoja persistente como la encina o caducifolias como el tilo.
- **Helechos arborescentes** como Dicsonia, El ancestral Ginkgo.
- **Arbustos**: Cotoneaster, laurel cerezo, etc.
- **Trepadoras**: hiedra, pasionaria, helecho trepador japonés, etc.

[1] *GUIA* DE *LAS* PLANTAS ORNAMENTALES - *JOSE M. SANCHEZ* DE *LORENZO CACERES*

- **Acuáticas** y palustres: nenúfares, entre los que se encuentran el loto y el irupé. El helecho acuático. Las lentejas de agua.
- **Palmeras**: todas las de la familia Arecaceae como Phoenix, Washingtonia Y Roystoneasin embargo; también son incluidas pseudopalmas como las cícadas (por ejemplo Cycas revoluta) y la palma del viajero (Ravenala madagascariensis).
- **Plantas bulbosas**: narciso, Jacinto, gladiolo, etc.
- **Tuberosas**: Dalia. Son plantas que se reproducen mediante bulbos, tales como: dalias, gladiolos, nardos, etc.
- **Cactus** y crasas como algunas Euphorbias.
- **Helechos**: asplenio, Angiopteris, Osmunda, etc.
- **Anuales**: Petunia, Impatiens, albahaca, etc.
- **Céspedes**: muchas especies de pastos poáceos.
- **Bambúes**: Bambusoideae, por ejemplo, bambú del Japón.
- **Plantas de interior**: Ficus, Dieffenbachia, Crotón, etc.
- **Epífitas:** como el clavel del aire.
- **Rosas:** familia de las rosáceas, el número de especies ronda las 100, la mayoría originarias de Asia y un reducido número nativas de Europa, Norteamérica y África noroccidental”[2].

Beneficios de las plantas ornamentales.- “Las flores y las plantas ornamentales no sólo tienen una función decorativa porque además de embellecer el entorno favorecen nuestra salud, estado de ánimo y calidad de

[2] Producción de flores y plantas ornamentales, H. Vidalie

vida, gracias a sus propiedades físicas y químicas. Por eso, al cuidarlas no sólo beneficiamos a la naturaleza sino a nosotros mismos” [3]

Propiedades físicas y químicas de las plantas.- A continuación se detallan una serie de propiedades que poseen las plantas:

Fotosíntesis: “Proceso vital mediante el cual el dióxido de carbono se absorbe, se transforma en oxígeno y es expulsado al exterior, con lo cual permite la renovación de la calidad del aire. Su ciclo se lleva a cabo por la mañana, aprovechando la luz solar, aunque existen otros grupos de plantas pertenecientes a ambientes calurosos (como las orquídeas y bromeliáceas) que la realizan por la noche. De ahí la importancia de combinar ambos tipos (de ambientes claros y de ambientes oscuros), para gozar de los beneficios de la fotosíntesis durante las 24 horas del día”[4].

Incrementan la humedad en el aire: “Las plantas aumentan la humedad en el aire y contribuyen a hidratar nuestras mucosas, garganta y piel e impiden la tos o irritación que provocan los ambientes secos.

Combaten la polución: Absorben gases nocivos y partículas químicas como el formaldehido (humo del tabaco), el benceno (también existente en los cigarrillos) o el tricloroetileno (pegamento de aerosol), los cuales son procesados por las plantas y transformados en nutrientes, con la ayuda de

[3]Biotecnología en el Cultivo de Especies Ornamentales, Escandón Alejandro S.,
[4]Curtis Schnek, Barnes Massarini, Biologia, 7a. edicion, 2007

unas bacterias que se encuentran en la raíz. Los mejores resultados se obtienen al tener en la casa plantas de distintas especies.

Reducen la sensación de fatiga: Remueven el humo, microorganismos patógenos, volátiles y captan el polvo, reduciendo su presencia en el aire hasta un 20%. Con esta limpieza se disminuye la sensación de fatiga que experimentamos, como consecuencia de una atmósfera cargada.

Aminoran el ruido: Se puede decir que "ahogan los sonidos", sobre todo en lugares cerrados y con suelos duros. La alteración acústica se percibe más cuando la frecuencia del sonido es muy alta.

Mejoran el ánimo y el bienestar: Tener plantas en casa tiene efectos psicológicos y anímicos positivos, que se producen con sólo contemplarlas.

Reducen el estrés, relajan y animan: Incrementan el nivel de concentración y comprensión, mitigan sentimientos negativos como el miedo o el enfado. Además, se ha comprobado que un enfermo se recupera con más rapidez en presencia de flores y plantas.

Aumentan la productividad en el trabajo: Estudios han demostrado que trabajar con plantas disminuye el ausentismo laboral e incrementa la eficacia y productividad del empleado.

Un estimulante sano y natural: Constituyen un estimulante absolutamente sano y natural, lo cual sienta las bases para la cromoterapia y la aromaterapia, técnicas que ratifican que la influencia de los aromas y los colores incentivan una sensación de bienestar en las personas”.[5]

Características y generalidades de las plantas ornamentales.- Algunas consideraciones que se debe tener en cuenta para cultivar una planta ornamental son:

SEMBRADO: “AL SEMBRAR ELEGIR UNA MACETA DE BUEN TAMAÑO Y UTILIZAR ABUNDANTE TIERRA ABONADA.

ABONO: Se debe abonar cada tres meses con plantosán, en forma de círculo, por el borde de la matera, la cantidad de abono depende de la cantidad de tierra.

Fumigación: para el piojo (una especie de pulgón negro) y para el pulgón, se recomienda fumigar con sheltox jardinero.

Tierra: la tierra apelmazada o dura debe removerse y mezclarse con tierra nueva.

[5]Manual práctico sobre utilización de suelo y fertilizantes, José Luis Fuentes Yagüe, 2003

Plantas resecas: cuando las plantas se resecan, hay que determinar si es por falta de agua. La carencia de luz y sol también las reseca, así como el viento excesivo que es uno de los peores enemigos de las matas.

Hojas amarillas: si las hojas toman color amarillo y sus puntas se resecan, es indicativo de que tienen más agua de la que necesitan, en este caso, se debe reducir la frecuencia del riego a la mitad.

Hojas opacas y débiles o escasas: se debe abonar la tierra con úrea, de la misma forma que con plantosán, siguiendo cuidadosamente las indicaciones del empaque para no quemarla.

Para brindar cuidado a las plantas ornamentales se debe tener en cuenta los siguientes consejos: *colocar las plantas cerca de las ventanas o de las zonas más alumbradas artificialmente. El polvo que se deposita sobre las plantas debe limpiarse con un trapo fino seco. Las plantas, como todos los seres de la naturaleza, tienen un ciclo limitado de vida, lo que quiere decir que también mueren. Cuando esto ocurra, deben ser remplazadas por nuevas matas.

El viento es más dañino para las plantas que el sol, puesto que las reseca en exceso. Hay matas como la bromelia, en muchas variedades, y se las puede lucir en interiores. Su fluorescencia dura seis meses, concluidos los cuales pueden ser remplazárselas.

Algunos conocedores consideran que en ocasiones especiales, como matrimonios, aniversarios, inauguraciones, es muy conveniente enviar plantas en vez de flores. ¿la razón? las plantas duran más”[6].

El sembrado de plantas ornamentales

Para la siembra se debe poner especial cuidado en los siguientes aspectos:

Preparación de la tierra.-“La preparación del suelo antes de la siembra debería tener los siguientes objetivos:

- Crear una estructura del suelo favorable para que la emergencia de las plántulas sea rápida y uniforme y permita a las plantas jóvenes tener un rápido acceso a los recursos vitales de los nutrientes, el agua y la aireación. Tanto el sistema de labranza convencional (también llamado limpio) como el de labranza mínima tienen los mismos objetivos. Sin embargo, la labranza mínima limita el disturbio del suelo a las capas superficiales o a una pequeña abertura para cada hilera del cultivo. La labranza mínima usa frecuentemente maquinaria ligera que puede entrar al campo cuando está húmedo (por ejemplo, después de un cultivo de arroz) con la consiguiente ventaja de acortar el tiempo entre rotaciones o cultivos sucesivos. Esto puede ser un factor crítico para maximizar los rendimientos anuales.
- Incorporar cualquier tipo de aditivos tales como cal, "composte", estiércol y agroquímicos para la nutrición de las plantas y el control de

[6]Publicación el tiempo.com, Sección Vivienda, 25 de noviembre de 1995

las plagas y, dependiendo del lugar, incorporar residuos de los cultivos previos.

- Controlar malezas, plagas y enfermedades.
- Dar forma a la tierra de tal manera que se pueda suministrar y drenar el agua de riego en forma eficiente, o que el agua se estanque lo menos posible; esto puede requerir nivelación, preparación de surcos, camas y otras operaciones.
- **Labrar:** se debe labrar los terrenos pobres a una profundidad de 60 cm. para renovar y oxigenar la tierra. Si se labra a más profundidad sólo se conseguirá colocar la tierra infértil en la superficie. Por lo tanto, sólo se trabajará la capa superficial fértil.
- **Los terrones:** una tierra descuidada tendrá gran cantidad de terrones (bloques de tierra), por lo cual se debe trabajar la superficie rompiendo los terrones con una azada, un motocultor o una horca para favorecer la penetración del aire y del agua.
- **El abono:** todo el abono elaborado de residuos vegetales, se debe extender sobre la tierra antes de ser labrada.
- **La desinfección:** la tierra está repleta de vida y en ella encontramos gusanos y larvas. En el momento de labrar se debe ir recogiendo todos los gusanos que veamos. Pero para eliminar incluso las larvas se debe añadir un insecticida a la tierra mientras se esté removiendo.
- **Rastrillar:** en primavera pasaremos el rastrillo y si creemos conveniente podemos añadir antes humus o abono. Para evitar levantar polvo, el día antes de las siembras regaremos ligeramente la tierra

VIVEROS

Son áreas dedicadas a la producción de diversos tipos de plantas. Pueden ser forestales, frutales y ornamentales.

Viveros Forestales.- Producen especies destinadas a la producción maderera para cortinas, montes y arbolado público.

Viveros Frutales.- Están destinados a la producción de frutas de diferente tipo.

Viveros Ornamentales.- Están destinados a producir plantas de interior o exterior con fines de ornamento o embellecimiento de espacios como parques, jardines. Existen de flores en los que se siembran: claveles, rosales, aljabas, hojas, tallos, begonias, ficus, helechos, difembaquias, palo de agua, arbustos, madre selva, glicina, jazmines y camelias”[7].

[7] Manual de viveros, Educación y cultura, Buenos Aires, Argentina.

ABONOS

“El abono es cualquier sustancia orgánica o inorgánica que mejora la calidad del sustrato, a nivel nutricional, para las plantas en proceso de marchitación. Es utilizado para incrementar la calidad del suelo y brindar nutrientes a los cultivos y plantaciones”[8].

Un jardín debe ser abonado anualmente. Los abonos se dividen en abonos orgánicos y abonos minerales.

Abono orgánico

“Los abonos orgánicos, por ejemplo, estiércol, compost, turba, estiércol granulado en sacos, harina de sangre, harina de huesos, etc., no producen tantos nutrientes, pero mejora el suelo al transformarse el abono en humus. Esta sustancia hace al suelo más esponjoso, agregado, favorece la vida microbiana”[9].

Los abonos orgánicos, por ejemplo, estiércol, compost, turba, estiércol granulado en sacos, harina de sangre, harina de huesos, etc., no producen tantos nutrientes, pero mejora el suelo al transformarse el abono en humus. Esta sustancia hace al suelo más esponjoso, agregado, favorece la vida microbiana, etc.

El humus es imprescindible para tener un suelo sano y fértil con una estructura migajosa. El uso regular de material orgánico es de vital importancia para un jardín.

---

[8] Plantas medicinales, Fitoterapia, Dr. José Luis Berdonces,
[9] Abonos Orgánicos, Manual para elaborar y aplicar abonos y plaguicidas orgánicos, USAID, 2010

Para cultivos que no crecen con mucha fuerza, es suficiente mezclar o cubrir el suelo con abonos orgánicos. Para las plantas de crecimiento vigoroso, hacen falta más sustancias nutritivas.

Abono mineral o fertilizantes

“Los abonos minerales o inorgánicos, también llamados fertilizantes químicos, sólo contienen alimentos (nitrógeno, fósforo, potasio, etc.), no mejoran el suelo. Lo ideal es combinar abonos orgánicos y abonos minerales, el elaborar compost casero con un pequeño silo de compost o compostador. Casi todos los residuos del jardín y los residuos de la cocina sin tratar se pueden convertir en compost”[10].

EL COMPOST

“El compost, composta o compuesto (a veces también se le llama abono orgánico) es el producto que se obtiene del compostaje, y constituye un "grado medio" de descomposición de la materia orgánica, que ya es en sí un buen abono. Se denomina humus al "grado superior" de descomposición de la materia orgánica. El humus supera al compost en cuanto abono, siendo ambos orgánicos.

La composta se forma de desechos orgánicos La materia orgánica se descompone por vía aeróbica o por vía anaeróbica. Se denomina

[10]Agricultura, fertilización y medio ambiente, Jesús Irraneta, Lucia Sánchez, Revista, Navarra Agraria

"compostaje", al ciclo aeróbico (con alta presencia de oxígeno) de descomposición de la materia orgánica.

Se llama metanización al ciclo anaeróbico (con nula o muy poca presencia de oxígeno) de descomposición de la materia orgánica.

El compost es obtenido de manera natural por descomposición aeróbica (con oxígeno) de residuos orgánicos como restos vegetales, animales, excrementos y purines (parte líquida altamente contaminante que rezuma todo tipo de estiércoles animales), por medio de la reproducción masiva de bacterias aerobias termófilas que están presentes en forma natural en cualquier lugar (posteriormente, la fermentación la continúan otras especies de bacterias, hongos y actinomicetos). Normalmente, se trata de evitar (en lo posible) la putrefacción de los residuos orgánicos (por exceso de agua, que impide la aireación-oxigenación y crea condiciones biológicas anaeróbicas malolientes), aunque ciertos procesos industriales de compostaje usan la putrefacción por bacterias anaerobias.

“El compost se usa en agricultura y jardinería como enmienda para el suelo, aunque también se usa en paisajismo, control de la erosión, recubrimientos y recuperación de suelos”[11].

[11] El alegre jardín, Centro para el conocimiento del Ser, escuela de Salud y Arte, Josevmerinoh, octubre 2012

Ingredientes del compost

“Cualquier materia biodegradable podría transformarse en compostaje una vez transcurrido el tiempo suficiente. No todos los materiales son apropiados para el proceso de compostaje tradicional a pequeña escala. El principal problema es que si no alcanza una temperatura suficientemente alta los patógenos no mueren y pueden proliferar plagas. Por ello, el estiércol, las basuras y restos animales deben ser tratados en plantas específicas de alto rendimiento y sistemas termofílicos. Estas plantas utilizan sistemas complejos que permiten hacer del compostaje un medio eficiente, competitivo en coste y ambientalmente correcto para reciclar estiércoles, subproductos y grasas alimentarias, lodos de depuración, etc.

Este compostaje también se usa para degradar hidrocarburos del petróleo y otros compuestos tóxicos y conseguir su reciclaje. Este tipo de utilización es conocida como biorremediación.

El compostaje más rápido tiene lugar cuando hay una relación carbono/nitrógeno (en seco) de entre 25/1 y 30/1, es decir, que haya entre 25 y 30 veces más carbono que nitrógeno. Por ello, muchas veces se mezclan distintos componentes de distintas proporciones C/N. Los recortes césped tienen una proporción 19/1 y las hojas secas de 55/1. Mezclando ambos a partes iguales se obtiene una materia prima óptima.

También es necesaria la presencia de celulosa (fuente de carbono) que las bacterias transforman en azuzares y energía, así como las proteínas (fuente de nitrógeno) que permiten el desarrollo de las bacterias.

Los restos de comida grasienta, carnes, lácteos y huevos no deben usarse para compostar porque tienden a atraer insectos y otros animales indeseados. La cáscara de huevo, sin embargo, es una buena fuente de nutrientes inorgánicos (sobre todo carbonato cálcido) para el suelo a pesar de que si no está previamente cocida tarda más de un año en descomponerse”[12].

Técnicas de compostaje

“Compostadores hechos con RSU Residuos Sólidos Urbanos). Esencialmente hay dos métodos para el compostaje aeróbico:

- Activo o caliente: se controla la temperatura para permitir el desarrollo de las bacterias más activas, matar la mayoría de patógenos y gérmenes, y así producir compost útil de forma rápida.

- Pasivo o frío: sin control de temperatura, los procesos son los naturales a temperatura ambiente.

[12] Guía Técnica Abonos Orgánicos, Programa de Desarrollo de Sistemas Agroforestales y Silvopastoriles, marzo, 2009, (IPADE).

La mayoría de plantas industriales y comerciales de compostaje utilizan procesos activos, porque garantizan productos de mejor calidad en un plazo menor. El mayor grado de control y por tanto, la mayor calidad, suele conseguirse compostando en un recipiente cerrado con un control y ajuste continuo de temperatura, flujo de aire y humedad, entre otros parámetros.

El compostaje casero es más variado, fluctuando entre técnicas extremadamente pasivas hasta técnicas activas propias de una industria. Se pueden utilizar productos desodorantes, aunque una pila bien mantenida raramente produce malos olores. El humus es imprescindible para tener un suelo sano y fértil con una estructura migajosa. El uso regular de material orgánico es de vital importancia para un jardín.

Para cultivos que no crecen con mucha fuerza, es suficiente mezclar o cubrir el suelo con abonos orgánicos. Para las plantas de crecimiento vigoroso, hacen falta más sustancias nutritivas”[13].

LAS PLANTAS ORNAMENTALES EN EL ECUADOR

“Es un hecho evidente el gusto que tienen los pobladores ecuatorianos, de cualquier región, por las plantas ornamentales, más aun cuando nuestro país brinda un generoso clima para la producción de una variada y hermosa flora

[13]Compostaje Domestico, Joaquín Moreno, Casco y Raúl Moral Herrero, Red Española de Compostaje (REC), 2014.

de vividos colores que está presente durante todo el año y que contribuye a mejorar los ambientes y los estados de ánimo, no solo de las personas que conforman los hogares sino también de los comercios, hospitales, clínicas, empresas públicas, privadas y todo lugar que siente gusto por las plantas ornamentales.

La calidad de las rosas ecuatorianas es reconocida a nivel mundial, debido sobre todo a las condiciones climáticas del país. El Ecuador tiene una luminosidad de 11 a 12 horas de sol por día; tres o más horas de sol que Colombia. Esta mayor luminosidad permite una mejor estructura de los pétalos, un color más brillante y mayor fortaleza en los tallos”[14].

Destino de las flores ecuatorianas.- El destino de las flores ecuatorianas es Estados Unidos y Europa, esto ha contribuido enormemente al bienestar de las personas que laboran en el sector. Ecuador inició la exportación de rosas en 1985, en 1993 se exportó a 24 países por un total de 16 millones de dólares y un peso de 7 mil toneladas.

Los principales destinos fueron Estados Unidos con 83% de las exportaciones, Holanda con 8,2%, Alemania con 2,4%, Argentina con 1,8%,

Italia con 1,1%, Canadá con 1,1% y otros con 2,4%, conforme a la estadística del Banco Central del Ecuador.

[14]Especies ecuatorianas para agroforesteria y extractivismo,Borgtoft Pederson y Balslev, Quito Ecuador, 1992.

SUBPARTIDA ANDINA	DESCRIPCION	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB – DÓLAR
0603110000	ROSAS	16,979.72	122,007.85	100.00
TOTAL GENERAL:		**16,979.72**	**122,007.85**	**100.00**

Fuente: Banco Central del Ecuador, 01-04-2011

Desarrollo Alcanzado por los floricultores ecuatorianos.- "El desarrollo alcanzado por los floricultores a raíz de la década de los 80 ha sido muy grande y significativa para la economía nacional, sectores como Cayambe, Tabacundo, Latacunga, Ibarra, Santo Domingo de los Tsáchilas han crecido enormemente llegando a cambiar la forma del paisaje andino, antes lleno de prados verdes, se han transformado por el típico aspecto y color que presentan los invernaderos.

El consumo de flores frescas varía de país a país, en ciertos países como Holanda, Francia, Alemania y en general los países de la Unión Europea (UE) existe una cultura de consumo de flores frescas. Estados Unidos, principal mercado de rosas ecuatorianas, no tiene como parte integral de su cultura el consumo de flores frescas. El consumo en ese país responde principalmente a fechas especiales (matrimonios, día del amor y la amistad, navidad, día de la madre, entre otros) y pese a ser bajo (24 dólares por habitante por año frente a Japón que presenta 48 dólares por habitantes por año)"[15].

[15]Boletín Banco Central del Ecuador, 2012

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO

*"*Un proyecto es el conjunto de actividades que desarrolla una persona o una entidad, para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada. Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido[16]".

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Un proyecto de Inversión es: "un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del incremento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo.

Es también el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual una persona decide vincular recursos

[16]Gabriel Vaca Urbina, Evaluación de Proyectos, 1990

financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener una mayor rentabilidad a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

Etapas de un Proyecto de Factibilidad

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas: Idea, Pre inversión, Inversión y Operación

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de factibilidad y constituye la culminación de los estudios de perversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económicas sean las más ventajosas para el país.

Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad de un proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero”[17]

[17] **GUIA *DE* LAS *PLANTAS ORNAMENTALES* - JOSE M. SANCHEZ *DE* LORENZO CACERES.**

ESTUDIO DE MERCADO

"Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".[18]

MERCADO

"El mercado puede ser un lugar físico y también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de los mismos".[19]

Producto.- "Es todo aquello que puede proveer una satisfacción física o psicológica al usuario. El producto representa un conjunto de valores que son recibidos por el consumidor al pasar a su posesión o uso"[20]

Precio.- Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio, es decir, el valor de una mercancía o servicio en términos monetarios.

Plaza.- Es el camino que recorre un producto o servicio desde el fabricante hasta su consumidor.

---

[18]Randall Geoffrey . Principios de Marketing. Segunda Edición, , Pág. 120.
[19]Revista emprendedores
[20]ACOSTA, Alberto., Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo., Edit. NormaS.A., 1991. Pág. 37.

Promoción.- Tiene que ver con el sistema de difusión y consecución de la aceptación del producto por parte de los consumidores**.**

Publicidad.- La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

DEMANDA

"Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinadode tiempo según determinadas condiciones de precios, calidad, ingresos, gastos de los consumidores, etc.".[21]

Demanda efectiva.- O real, es aquella que se expresa en las unidades realmente adquiridas por el mercado en un lapso de tiempo dado; dicha demanda efectiva suele ser mejor indicador del grado de logro de resultados en la empresa

[21]Documento sobre "Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión". Centro De Capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995. Pág. 12

“Demanda total.- La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Demanda potencial.- La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

Demanda actual.- Consiste en determinar en cifras, las cantidades y precios de los productos iguales o similares que se consumen (incluida la demanda insatisfecha)

Demanda insatisfecha.- Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Proyección de la demanda.- Se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable pueda tener en el tiempo, suponiendo que los factores que condicionaron el consumo histórico del bien "Z" actuarán de igual manera en el futuro.[22]

OFERTA

Es el conjunto de propuestas que se hacen en el mercado para la venta de bienes y servicios.

[22]http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm

Análisis de la oferta.- El análisis de la oferta tiene como objetivo, en primer lugar conocer las condiciones en las que se producen bienes o servicios iguales o similares a los que serán producidos por el proyecto; y en segundo lugar, dimensionar la demanda insatisfecha futura y la franja del mercado que será atendida por el proyecto.

Proyección de la oferta.- Estimación a base del análisis de la oferta de personas tanto internas como externa a la organización.

Oferta global.- Es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones. El presente proyecto será ejecutado en todas sus etapas y cada una tendrá una metodología distinta, así tenemos:

El estudio estará enfocado a realizar un análisis de la demanda y oferta. Para lo cual se aplicará tanto la encuesta como la entrevista que servirán para recabar información en cuanto al consumo de carne de cuy y cuántos son los expendedores del producto. También se realizará para este estudio de mercado: balance oferta demanda, análisis del producto, análisis del precio, análisis de los canales de distribución y comercialización, análisis de la comunicación.

Estudio Técnico.- Corresponde analizar lo concerniente al Tamaño y Localización del proyecto, se determinará la capacidad instalada y utilizada de la maquinaria y equipos, la micro y macro localización de la empresa a instalarse. Otro punto a analizar dentro del estudio técnico está la ingeniería del proyecto que enfocará todos los aspectos relacionados a procesos productivos, materia prima requerida, distribución de la planta en el espacio físico, etc.

Estudio Organizacional.- Se establecerá la naturaleza jurídica de la empresa a crearse, los organigramas y manual de funciones, con la finalidad de determinar los niveles jerárquicos y la funciones de los puestos a crearse dentro de la organización.

Estudio financiero.- Para el estudio del análisis financiero se identificará los costos en los que incurrirá el proyecto y la proyección de ingresos, para lo cual se realizarán cotizaciones a las empresas comerciales a fin de conocer el valor de la maquinaria y equipos así como de los animales, materiales e insumos a utilizar en la puesta en marcha del proyecto.

Determinados los costos e ingresos proyectados se realizará el flujo de caja proyectado a 10 años calculando los índices financieros VAN, TIR, RELACIÓN BENEFICO\ COSTO y PRC (Periodo de recuperación del capital).

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO

El tamaño del proyecto está conceptuado por la capacidad de producción que tiene éste, en un período operacional determinado.

“Capacidad instalada.- Es la capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria y que al momento de ser fabricada, su productor, la diseñó para llegar a operar a ése nivel máximo de producción y de ninguna manera se puede incrementar de ése nivel.

Capacidad utilizada.- “Significan los porcentajes a los que trabajará la planta productora, es decir, los porcentajes de utilización de la capacidad de operación a la cual trabajará la maquinaria y equipo existentes.”. [23]

“Tamaño de proyecto-demanda.- Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay suficiente demanda la empresa tendrá mayor su capacidad instalada, y sin no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

---

[23]NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**., México D.F., Diciembre., 1968. Pág. 17

Tamaño de proyecto-suministros e insumos.- Teniendo suficiente demanda es lógico que la empresa requiera de suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un programa de producción.

Tamaño de proyecto-tecnología y equipos.- Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar una maquinaria demasiado cara y sofisticada y en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

Tamaño de proyecto-financiamiento.- La empresa debe percatarse de tener suficiente demanda, para endeudarse en maquinaria, lo que debe hacerlo en las mejores condiciones ofertadas por las empresas e entidades financieras.

Tamaño de proyecto-organización.- "Es de suma importancia contar con el personal adecuado para la empresa, evitando contratar personal excesivamente caro e incapaz por el solo hecho del costo de la mano de obra que implica". [24]

[24] Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 31-32.

LOCALIZACIÓN

Es aquella que permitirá establecer de forma definitiva la ubicación final del proyecto buscando que esta decisión promueva la maximización de la utilidad y consecuentemente el menor costo unitario.[25]

Fuerzas locacionales.- Son ciertos factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores y otros factores.

Factores de localización.- Los aspectos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo esta evaluación son: **geográficos, institucionales, sociales y económicos.**

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es la descripción técnica que aborda cuestiones relativas a investigaciones preliminares a los problemas especiales de ingeniería que plantea el proyecto.[26]

---

[25] QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. Diseño y Evaluación de Proyectos.Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994. Pág. 42.

[26] QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. Diseño y Evaluación de Proyectos.Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994. Pág. 42.

Proceso de producción.- Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. En él conjugan la maquinaria, la materia prima y recurso humano para realizar el proceso.

Diagrama de flujo.- "Esquema expresado por medio de símbolos y líneas que conectan entre sí.) la estructura y secuencia general de operaciones de una actividad o programa (diagrama de flujo del programa); b) o al sistema de procesamiento (diagrama de flujo del sistema). [27]

Equipo e instalaciones.- "El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración reproducción y / o servicios de la empresa". [28]

Distribución de la planta.- Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

---

[27] QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos. Pág.
[28] Guía Didáctica. Negocios. Universidad Técnica Particular de Loja. Loja-Ecuador. Año 2006. Pág. 89

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL

"La agrupación de personas con fines de adelantar labores mancomunados, ya sea con fines de lucro o no, se suelen denominar "sociedades", y que una vez constituida legalmente forman una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados".[29]

Estructura organizacional.- Se puede definir como el arreglo e interrelación de las partes componentes y de las posiciones de la compañía.

Las estructuras sirven como referencia del tamaño de la compañía, de la ubicación de las áreas, de la posición para toma de decisiones, la coordinación de las actividades y se adecua de acuerdo a los diferentes crecimientos de la compañía.

Niveles jerárquicos.- "Son aquellos que responden a un mismo tipo estructural funcional y jurídico, diferenciándose únicamente en la amplitud de responsabilidad, en la jurisdicción y en el tamaño de sus unidades.". [30]

Organigrama.-Representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o parte de ella, y de las relaciones que guardan entre sí las unidades administrativas que la integran.

---

[29]MIRANDA Juan José, "Gestión de Proyectos". Primera Edición. MB Editores. Bogotá. 1997. 366 Páginas.
[30] QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. **Diseño y Evaluación de Proyectos.** Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994. Pág. 42.

Manual de funciones.- Es una técnica en la que se clasifican pormenorizadamente las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto), así como las características, conocimientos y aptitudes, que debe poseer el personal que lo desempeña.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

ESTUDIO ECONÓMICO

Inversión

La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

Presupuesto.- El presupuesto es la expresión monetaria de los ingresos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto.

FINANCIAMIENTO

Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.

INVERSIÓN

La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

Inversiones fijas

Son aquellas inversiones de propiedad de la empresa que tienen una vida útil mayor a un año.

Inversiones circulantes

Son aquellas que dependen del nivel de efectivo de producción de la empresa.

Capital de trabajo

Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo”[31]

[31]Documento sobre “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión”. Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995. Pág. 31

Fuentes internas de financiamiento.- Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del Proyecto. Los recursos propios pueden destinarse a la Inversión fija, diferida y/o Capital de Trabajo.

Fuentes externas de financiamiento.- Son aquellas que requieren cumplir con requisitos más estratos de garantía real o firma solidaria y al evaluar su costo es más alto.

Usos de fondos.- Son esquemas financieros que facilitan la integración de datos, mostrando cual es el origen o fuente de financiamiento tanto interno o externo de las inversiones de un proyecto.

COSTOS E INGRESOS

COSTOS

Es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gastos que tienen una cosa, sin considerar ninguna ganancia.

Costo Primo.- Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa.

Gastos de fabricación.- Aquí se incluyen la mano de obra indirecta, servicios como electricidad, teléfono, agua, combustible, repuestos, mantenimiento, depreciación, etc.

Gastos.- Es todo egreso de dinero, usado para pagar la compra de bienes o la prestación de servicios, y que puede estar incluido o no en los costos.

Gastos de administración y ventas.- Son parte de este rubro las remuneraciones del personal de administración y ventas que se refieren a los sueldos, salarios y prestaciones sociales.

Costos.- Son los gastos que se aplican sobre aquellos rubros que permiten obtener el producto elaborado o servicio final. En un proyecto en general, permiten obtener la realización del mismo y su funcionamiento.

Costos Indirectos.- Son aquellos que no pueden ser directamente identificados con un producto específico; aunque son indispensables en el proceso de fabricación no hacen parte física del mismo.

Costos de producción.- Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

Costos Fijos.- Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Costos Variables.- Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

Gastos Financieros.- "Son los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, según plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto". [32]

INGRESOS

Están definidos por el volumen de producción y por el precio de venta de los bienes y servicios que se producen.

Flujo de caja.- Es aquel que será elaborado a base de los ingresos y egresos es decir; estará dado por las ventas netas del proyecto menos todos los gastos en efectivo.

Estado de Pérdidas y Ganancias.- Tiene como finalidad demostrar en forma ordenada la utilidad líquida, la misma que refleja los beneficios obtenidos una vez reducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta.

---

[32]SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975. Pág. 9 -10 – 15 – 16.

Punto de equilibrio.-Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Valor actual neto (VAN).- "Se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida[33].

Fórmula Valor Actual Neto

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

Donde:

VAN = Valor actual neto

BNt = Beneficios netos

[33]Kelety Andrés. Análisis y evaluación de inversiones, 2da Edición, EADA, 1996

Io = Inversión inicial

1 = Constante matemática

i = Tasa de descuento

t = Tiempo.

Tasa interna de retorno (TIR).- Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión

Fórmula de la TIR

Formula: $TIR = \sum \frac{BNt}{(1+r)^t} - I_0 = 0$

Donde:

TIR = Tasa interna de retorno

r = Tasa interna de retorno

Se utiliza la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto, tomando como referencia:

Si la TIR > que costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto

Si la TIR = que costo de oportunidad o de capital, la realización de inversión a criterio del inversionista.

Si la TIR < que costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto

Período de recuperación de capital (PRC).- Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

Fórmula Periodo de recuperación del capital

$$PRC = Año\ que\ supera\ la\ inversion + \frac{Inversión - \sum Primeros\ flujos}{Flujo\ neto\ del\ año\ que\ sepera\ la\ inversion}$$

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C).- "Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-costo se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa.[34]

Fórmula

$$Relacion\ Costo\ Beneficio = \frac{VAN\ de\ los\ beneficios}{VAN\ de\ los\ costos}$$

[34](Sánchez Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de Las Villas, Septiembre 1998).

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO.- "El análisis de sensibilidad, busca escenarios sobre variaciones que pudiera experimentar el proyecto como resultado en las condiciones originalmente establecidas como bases del proyecto, normalmente se analizan volúmenes y precios de venta que tienen que ver con los niveles de beneficios y por otro lado analiza las variaciones que pueden experimentar los costos de producción e inversiones y los beneficios estimados". [35]

Fórmula

Análisis de sensibilidad del proyecto=	$\frac{(VANn-VANe)}{VANe}$

Dónde:

VANn = nuevo VAN obtenido

VANe =VAN antes de realizar el cambio en la variable

[35] Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2007. Pág. 45-46.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales Utilizados

Computador, calculadora, hojas de papel bond, materiales de escritorio, pen-drive, esferográficos.

Materiales Económicos:

CUADRO Nº 1

Insumos	Ingresos	Egresos
Aporte personal	$1.400	
Material de Escritorio		$300
Costo invertido en levantamiento tipográfico de documentos		200
Costo invertido en recolección de información, planificación y ejecución del trabajo		100
Costo de movilización		300
Costo de alimentación		200
Costo en Medios de Comunicación		200
Costo servicio de internet		$100
TOTAL	**$1.400**	**$1.400**

MÉTODOS

Para el desarrollo del tema investigado se plantea la siguiente metodología de trabajo y técnicas de investigación. Se utilizaron los siguientes métodos: Científico, Analítico-Sintético, Inductivo-Deductivo.

Método Científico.- Establece la base de conocimiento de toda ciencia, constituye el procedimiento empírico más generalizado del conocimiento. Se lo utilizó como totalizador del proceso, para comprobar y sustentar científicamente la investigación propuesta, a través de la revisión bibliográfica obre fases y elementos del proceso investigativo, fundamentando la investigación de campo en el marco teórico-científico.

Método Analítico-Sintético.- El análisis y la síntesis constituyen los principales instrumentos metodológicos que posibilitan acceder a las relaciones esenciales del problema que se investiga.Dicho método se lo utilizó como instrumento de análisis y síntesis para la verificación del estudio de mercado y la evaluación financiera, permitiendo determinar la causa-efecto de la problemática existente, de manera que se pudo diferenciar ordenadamente los componentes del Proyecto de factibilidad.

Método Inductivo- Deductivo.-Parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Su aplicación permitió la comprobación de factibilidad de implementación de la empresa, especificando detalladamente lo referente al mercado, oferta, demanda satisfecha e insatisfecha además de todo el proceso de producción, distribución y comercialización. Fundamental en la deducción de los resultados de la encuesta aplicada y la formulación de conclusiones y recomendaciones.

TÉCNICAS

La encuesta.- Se aplicó este instrumento de investigación a la población económicamente activa del cantón Quito, provincia del Pichincha, obteniendo información de fondo que permitió conocer oferta y demanda en la adquisición de plantas ornamentales y la posibilidad de que la población se acostumbre a utilizar para la decoración de sus hogares plantas ornamentales naturales, como producto de consumo familiar.

Debido a que no se encontró datos acerca de las comercializadoras de plantas ornamentales en el último censo del año 2010; ni en el Banco Central o la Cámara de Comercio de Quito, se realizó una encuesta encontrando que, las plantas ornamentales se las comercializa en Viveros, y en los grandes supermercados como Megamaxi, Hipermarket y Santa María. Por ello se aplicó una encuesta a 21 comercializadores de plantas ornamentales, lo que nos permitió conocer la competencia existente en el medio.

Segmentación del mercado.- La muestra se dirigió a la población económicamente activa del cantón Quito.

Tamaño de la muestra.- El tamaño de la muestra se determinará en base a la información correspondiente al censo nacional realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Para el presente análisis se tomó como base la población del cantón, para lo cual se consideró la implementación del vivero en dicho sector.

La muestra obtenida fue mediante muestreo probabilístico aleatorio, la misma se obtuvo de la siguiente forma:

POBLACION DEL CANTON QUITO

HOMBRES	1,088.811
MUJERES	1,150380
TOTAL	**2,239.191**

Fuente**: Censo 2010, INEC**
Elaboración**: El Autor**

En lo que corresponde a la Población, se analizó el segmento de la (PEA), por edad, a fin de poder identificar de manera cuantitativa al consumidor potencial, detalle realizado a continuación:

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA PERTENECIENTE AL CANTÓN QUITO POR PARROQUIAS

CANTON	PARROQUIA	HOMBRE		MUJER		TOTAL		TOTAL
		PEA	PEI	PEA	PEI	HOMBRE	MUJER	
QUITO	Alangasi	6.597	3.129	5.110	5.232	9.726	10.342	20.068
	Amaguaña	8.311	3.831	5.847	6.767	12.142	12.614	24.756
	Atahualpa	542	255	298	489	797	787	1.584
	Calacalí	1.134	428	674	864	1.562	1.538	3.100
	Calderón	41.870	17.641	31.481	31.288	59.511	62.769	122.280
	Chavespamba	229	101	118	207	330	325	655
	Checa (Chilpa)	2.493	1.056	1.731	1.811	3.549	3.542	7.091
	Conocoto	22.118	10.337	17.839	17.562	32.455	35.401	67.856
	Cumbayá	8.916	3.693	7.576	6.063	12.609	13.639	26.248
	El Quinche	4.488	1.781	3.107	3.302	6.269	6.409	12.678
	Gualea	639	226	260	486	865	746	1.611
	Guangopolo	826	389	521	716	1.215	1.237	2.452
	Guallabamba	4.668	1.805	3.037	3.386	6.473	6.423	12.896
	La Merced	2.310	945	1.578	1.833	3.255	3.411	6.666
	Llano Chico	2.857	1.260	2.168	2.188	4.117	4.356	8.473
	Lloa	488	148	358	207	636	565	1.201
	Nanegal	824	314	341	607	1.138	948	2.086
	Nanegalito	860	375	413	737	1.235	1.150	2.385
	Nayon	4.391	1.807	3.730	2.896	6.198	6.626	12.824
	Pacto	1.571	485	642	1.132	2.056	1.774	3.830
	Perucho	227	109	135	181	336	316	652
	Pifo	4.587	1.789	3.110	3.505	6.376	6.615	12.991
	Pintag	4.847	2.100	2.864	4.348	6.947	7.212	14.159
	Pomasqui	7.907	3.540	6.227	6.016	11.447	12.243	23.690
	Puéllaro	1.666	633	697	1.556	2.299	2.253	4.552
	Puembo	3.802	1.495	2.583	2.758	5.297	5.341	10.638
	Quito	442.750	193.632	357.880	334.723	636.382	692.603	1.328.985
	San Antonio	9.083	3.530	820	1.945	12.613	13.188	25.801
	San Juan de Minas	2.159	892	820	1.945	3.051	2.765	5.816
	Tababela	766	336	544	587	1.102	1.131	2.233
	Tumbaco	13.821	5.671	10.424	10.237	19.492	20.661	40.153
	Yaruquì	4.920	2.086	3.551	3.593	7.006	7.144	14.150
	Zambiza	1.072	503	842	830	1.575	1.672	3.247
	TOTAL	613.739	266.322	477.326	459.997	880.061	947.746	1.827.807

Fuente: Censo 2010 (INEC)

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Población económicamente activa (PEA) cantón Quito, para cálculo de la muestra	
HOMBRES	**613.739**
MUJERES	**477.326**
TOTAL	**1.091.065**

Fuente: Censo 2010 (INEC)

De la población económicamente activa del Cantón Quito, se determinó la muestra, con una PEA de **1.091.065**

Aplicando la fórmula para determinar el tamaño de la muestra, tenemos:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Tamaño de la Población (PEA Cantón Quito)

1 = Constante

e = Margen de error (0.05)

$$n = \frac{1.091{,}065}{1 + 1.091{,}066 * (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1.091{,}065}{1.091{,}066 * 0.0025}$$

$$n = \frac{1.091{,}065}{2.727{,}665}$$

$$n = 400$$

f. RESULTADOS

Dentro del proyecto se busca determinar la situación actual del mercado, conocer el tamaño de la población, hábitos de consumo, preferencias a través del diseño de encuestas y métodos de investigación que permitan obtener información del cliente de manera directa y acertada, determinando el grado de aceptación que tendrá la instalación de un vivero frente a los consumidores, para dirigir el producto al segmento de mercado adecuado, determinar mediante técnicas apropiadas las características del vivero y los productos a ofertar, darle un nombre comercial, establecer el precio, los canales de distribución dentro del mercado del Cantón Quito, y las estrategias de marketing que logren posicionar las plantas ornamentales dentro de la mente del consumidor y la ubiquen como un producto de preferencia de los clientes en el momento en que requieran adquirirlos.

ENCUESTA APLICADA A LOS DEMANDANTES

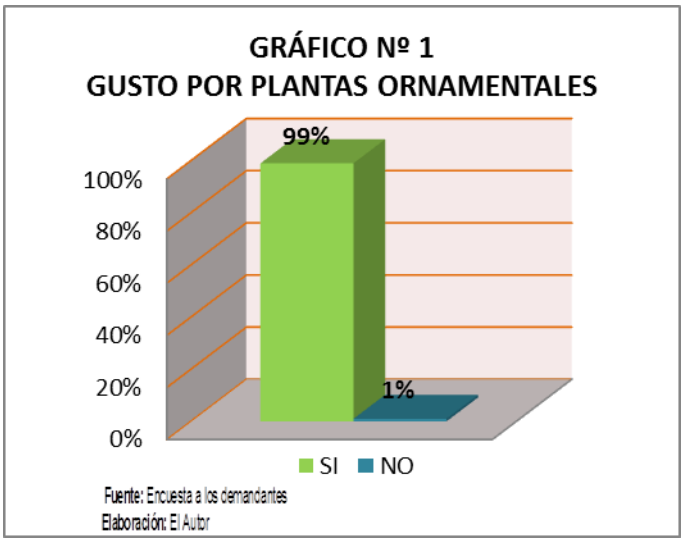
1¿Le gustan las plantas ornamentales?

CUADRO Nº 2

GUSTO POR PLANTAS ORNAMENTALES

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	396	99%
NO	4	1%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



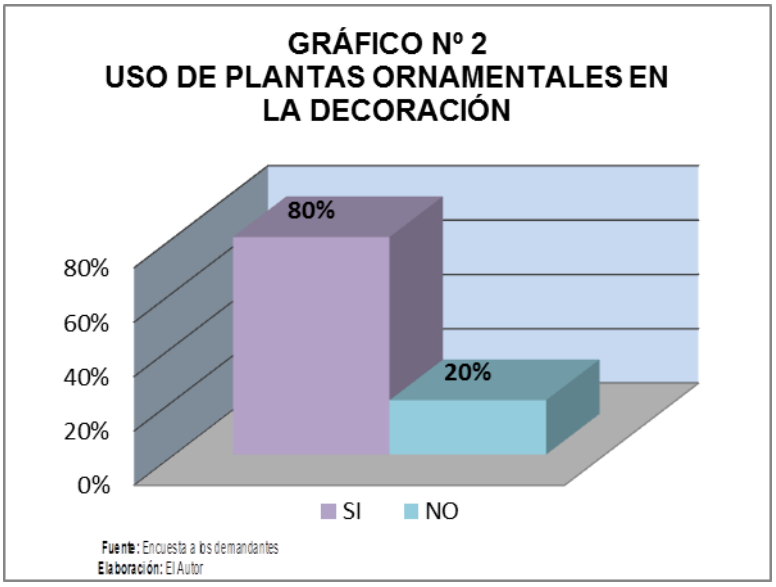
Análisis e Interpretación de Resultados: Del total de encuestados, el 99%, que son 396, si les gusta las plantas ornamentales y solamente un 1%, contestó que no le gusta. A la mayoría les gustan las plantas ornamentales

2. ¿En su hogar utiliza plantas ornamentales para la decoración?

CUADRO Nº 3
USO DE PLANTAS ORNAMENTALES EN LA DECORACION

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	320	80%
NO	80	20%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



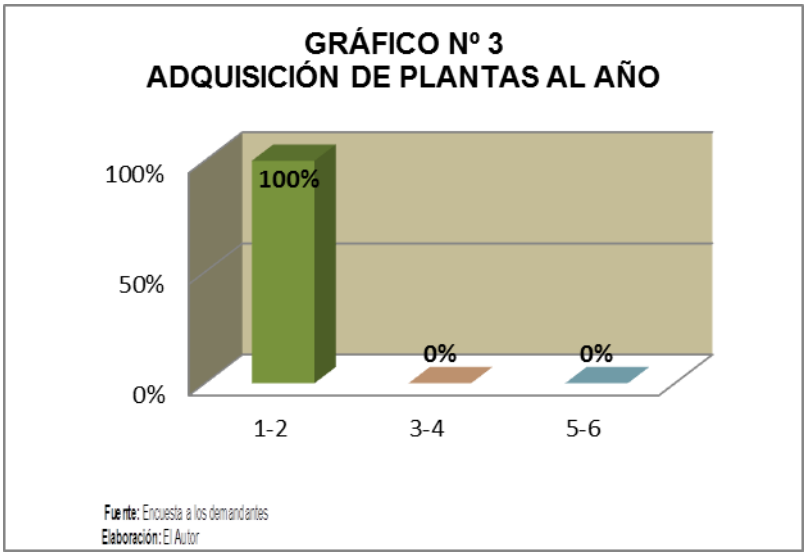
Análisis e Interpretación de Resultados: Del total de encuestados, el 80%, que son 320, si adquieren plantas ornamentales para la decoración del hogar y solamente un 20%, contestó que no lo hacen. La mayoría adquiere plantas ornamentales para la decoración del hogar.

3. ¿Cuantas plantas ornamentales adquiere al año para su decoración?

CUADRO Nº 4
ADQUICISIÓN DE PLANTAS AL AÑO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-2	400	100%
3-4	0	0%
5-6	0	0%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados: El 100% de personas adquiere anualmente de 1-2 plantas ornamentales para la decoración del hogar.

Consumo Per Cápita

Para determinar el consumo individual per cápita se aplicó la siguiente fórmula:

$$x = \frac{Ef.xm}{N}$$

Dónde:

X= Consumo promedio mensual.

f= Frecuencia.

Xm= Punto medio.

N= Universo.

E=margen de error

CUADRO N°5
CONSUMO PER CAPITA
DETERMINACIÒN CONSUMO PER CAPITA

Alternativa	Frecuencia	Xm	F*M
1-2 PLANTAS	400	1,5	600
3-4 PLANTAS	0	3,5	0
5-6 PLANTAS	0	5,5	0
TOTAL	**400**		**600**

Fuente: Cuadro Nº 4
Elaboración: La Autora

Interpretación: El consumo per cápita se obtuvo dividiendo **600**, que es la cantidad del producto para 400 personas que adquieren plantas ornamentales para la decoración de su hogar, dando un promedio de 1,5 plantas por año.

1,5 plantas por persona al año.

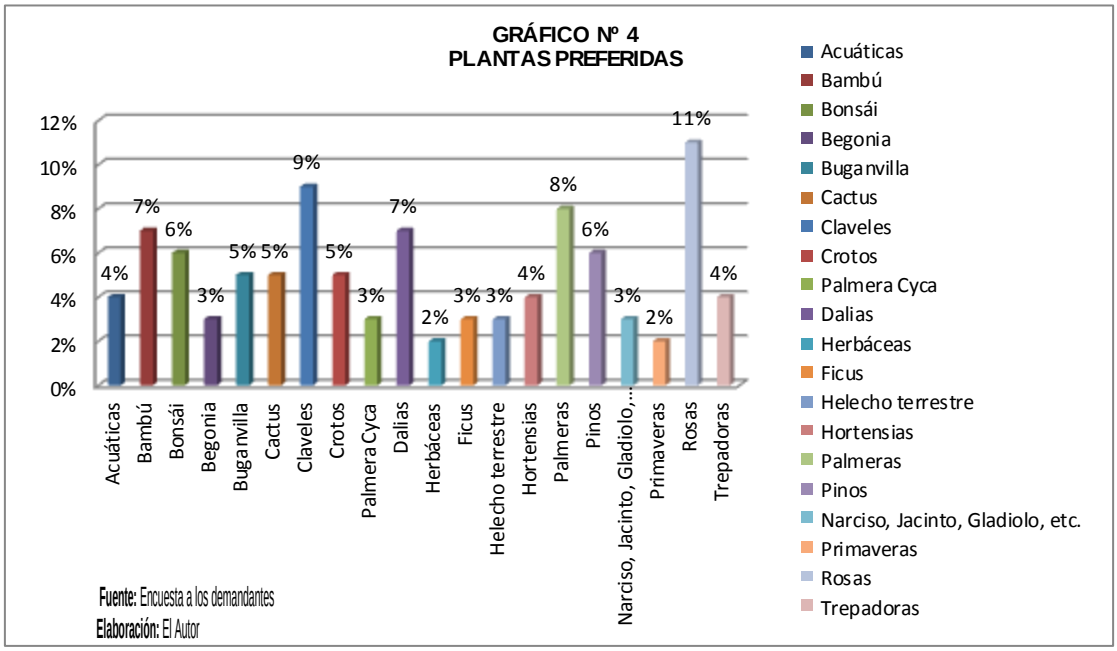
4. ¿De las plantas que se detalla a continuación escoja las que más le guste?

CUADRO Nº 6

PLANTAS PREFERIDAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Acuáticas	81	4%
Bambú	144	7%
Bonsái	128	6%
Begonia	53	3%
Buganvilla	106	5%
Cactus	105	5%
Claveles	179	9%
Crotos	91	5%
Palmera Cyca	63	3%
Dalias	148	7%
Herbáceas	31	2%
Ficus	62	3%
Helecho terrestre	51	3%
Hortensias	73	4%
Palmeras	154	8%
Pinos	121	6%
Narciso, Jacinto, Gladiolo, etc.	56	3%
Primaveras	43	2%
Rosas	212	11%
Trepadoras	76	4%
TOTAL	1977	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados:

Del total de encuestados, **11%,** prefieren **Rosas** por los colores, tamaños y belleza; **9%** los **Claveles** por su belleza y colores;**8%** prefiere las **Palmeras** por la gran variedad y belleza, 7% el Bambú; 7% Dalias; 6% los bonsái. A la mayoría de los encuestados les gustan las rosas.

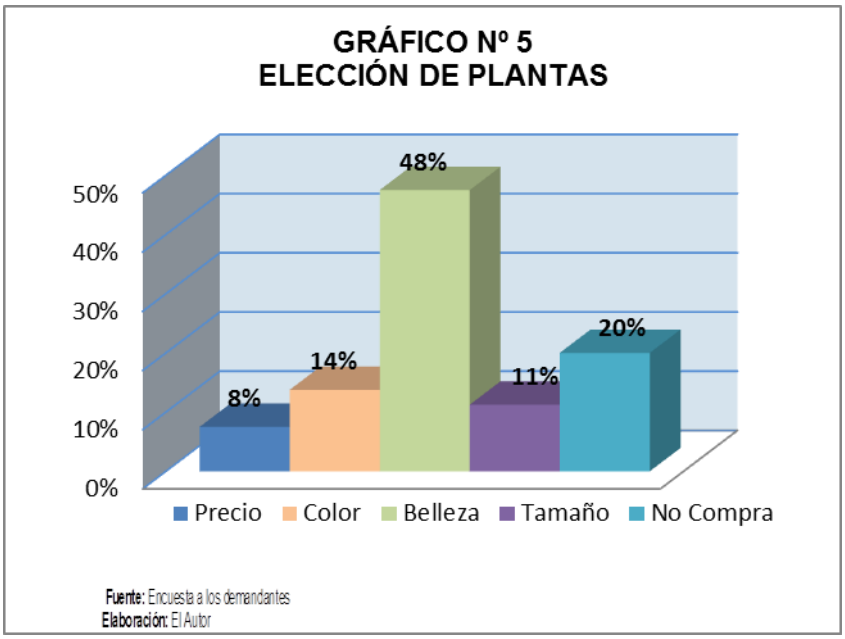
5. ¿Al momento de escoger las plantas, ¿por qué lo hace?

CUADRO Nº 7

ELECCIÓN DE PLANTAS

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	30	8%
Color	55	14%
Belleza	190	48%
Tamaño	45	11%
No Compra	80	20%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados:

El 48%, 190 de los encuestados, eligen las plantas por su **belleza**, el 14%, 55, las prefieren por el **color**, 8%, 30, por el **precio**; 11%, 45, lo hacen por el **tamaño** y el 20%, 80 no compran. La mayoría eligen las plantas por la belleza que presentan.

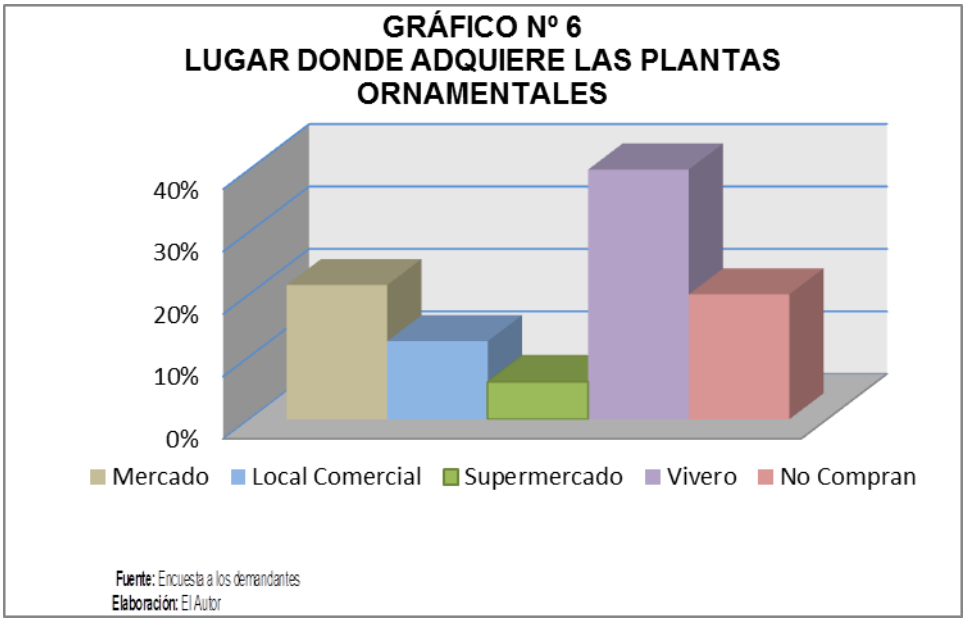
6. ¿En qué lugar acostumbra comprar las plantas ornamentales?

CUADRO Nº 8

LUGAR DONDE ADQUIERE LAS PLANTAS ORNAMENTALES

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado	86	22%
Local Comercial	50	13%
Supermercado	24	6%
Vivero	160	40%
No Compran	80	20%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados:

El 40%, 160 personas compran las plantas ornamentales en viveros; el 22%, 86, en el mercado, el 13%, 50 en locales comerciales, el 6%, 24, en supermercados; no compran el 20%, 80 personas. La mayoría, prefieren el vivero para comprar las plantas ornamentales

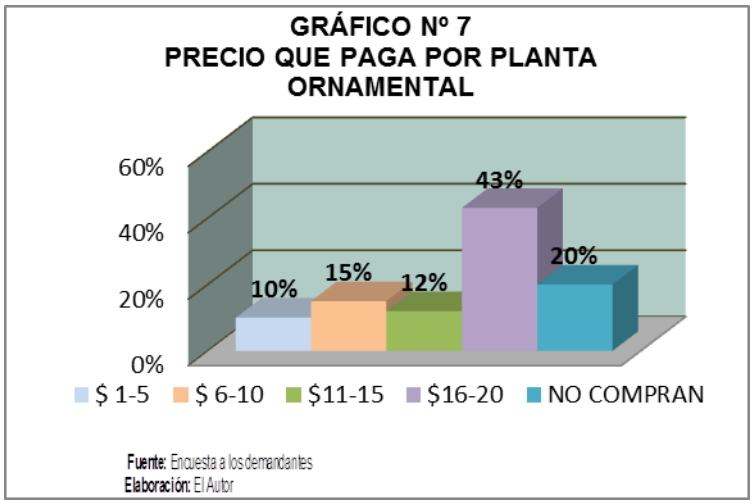
7. ¿Cuál es el precio que paga por cada planta ornamental que compra?

CUADRO Nº 9

PRECIO QUE PAGA POR PLANTA ORNAMENTAL

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
$ 1-5	40	10%
$ 6-10	60	15%
$11-15	48	12%
$16-20	172	43%
NO COMPRAN	80	20%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: La Autora



Análisis e Interpretación de Resultados:

Del total de encuestados 172, es decir el 43% pagan entre 1 y 5 dólares; 60 personas, el 15% pagan entre 6 y 10 dólares, el 12%, 48 personas pagan de 11- 15 dólares, el 10%, 40 personas pagan de 1 a 5 dólares; el 20%, no adquieren. La gran mayoría de familias pagan de 16 a 20 dólares por cada planta ornamental.

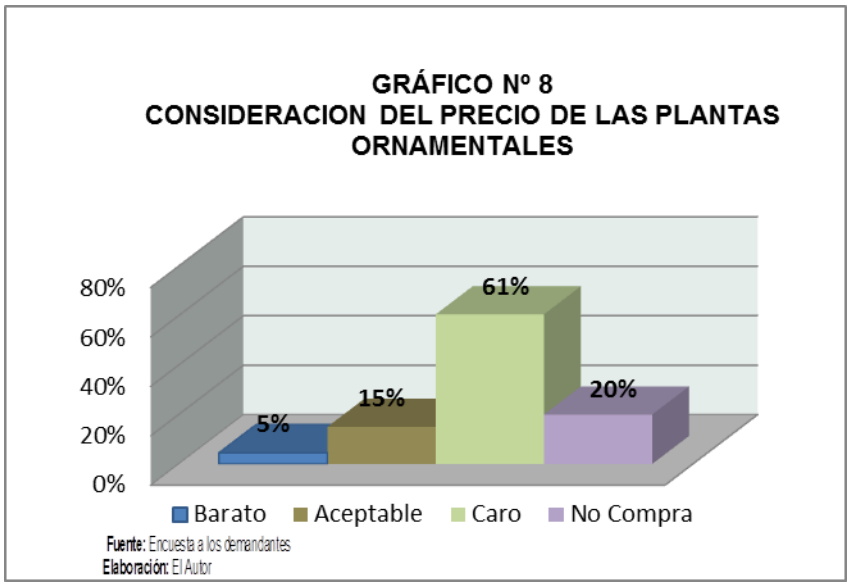
8. ¿El precio de la planta ornamental cómo lo considera?

CUADRO Nº 10

CONSIDERACION DEL PRECIO DE LAS PLANTAS ORAMENTALES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Barato	18	5%
Aceptable	60	15%
Caro	242	61%
No Compra	80	20%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados:

En cuanto al precio de las plantas, un 61%, 242 personas opinan que es caro; el 15%, 60 les parece es aceptable; el 5%, 18 personas, dicen ser barato y el 20%, 80 personas no compran. La mayoría consideran que el precio que pangan por las plantas es caro.

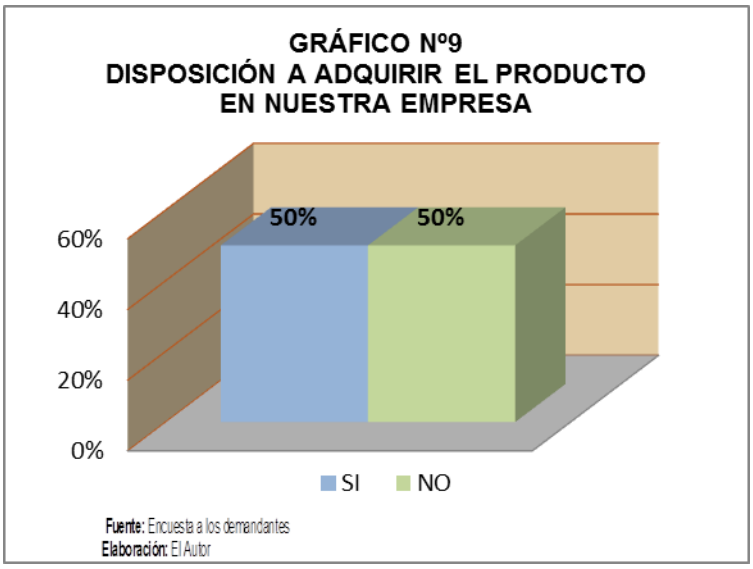
9. ¿Estaría dispuesto a consumir nuestros productos ornamentales si se implementara un vivero en la Ciudad de Quito.?

CUADRO Nº 11

DISPOSICIÓN A ADQUIRIR EL PRODUCTO EN NUESTRA EMPRESA

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	200	50%
NO	200	50%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados: 200 encuestados que corresponde al 50%, contestaron que si están dispuestos a consumir nuestros productos; mientras que 200, el otro 50% no lo están. El 50% están dispuestos a adquirir nuestras plantas ornamentales.

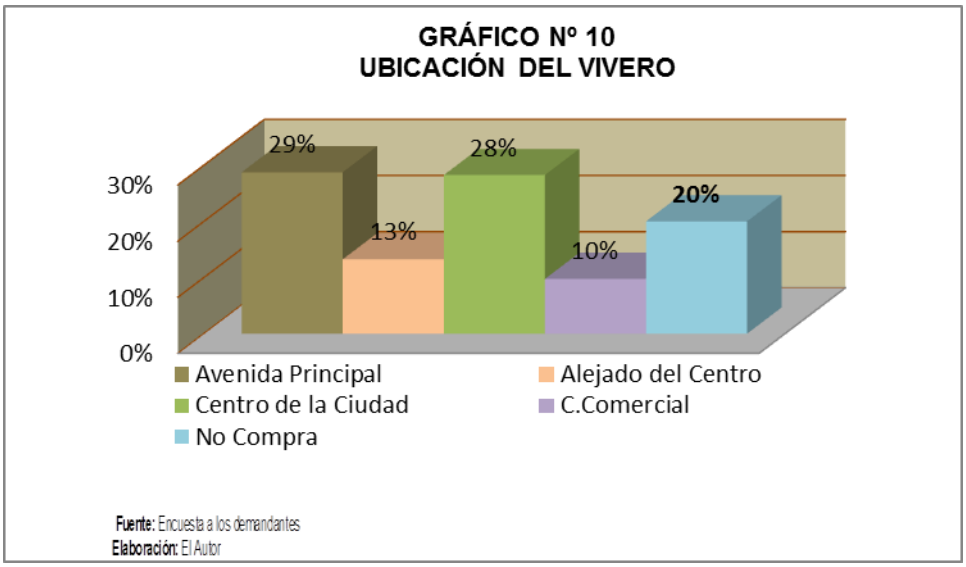
10. ¿Dónde le gustaría que esté ubicado el vivero ?

CUADRO Nº 12

UBICACIÓN DEL VIVERO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Avenida Principal	115	29%
Alejado del Centro	53	13%
Centro de la Ciudad	113	28%
C.Comercial	39	10%
No Compra	80	20%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados: El 29% de los encuestados, 115 personas, prefieren que el vivero esté ubicado en una avenida principal, el 28%, 113, en el centro de la ciudad; el 13%, 53 personas prefieren que esté alejado del centro; 10%, 39 personas, les gustaría que se ubique en un centro comercial y el 20%, 80 personas no compran. La mayoría prefieren que el vivero se ubique en una avenida principal

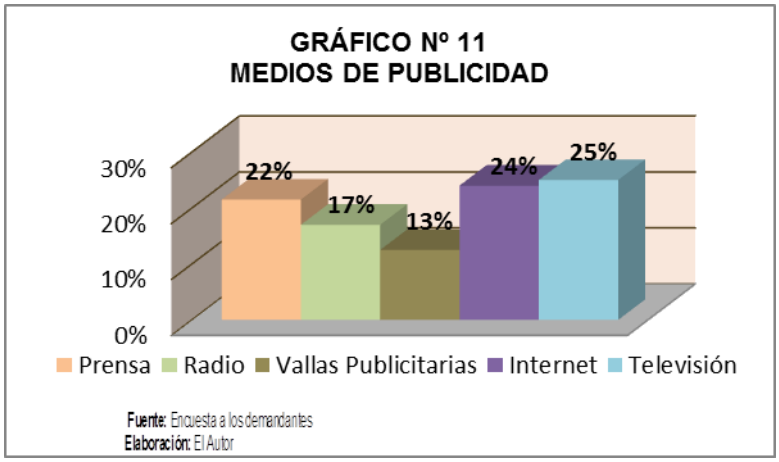
11. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer la publicidad del nuevo servicio que ofrecemos? Ponga una "x" en la casilla que considere conveniente.

CUADRO Nº 13

MEDIOS DE PUBLICIDAD

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa	86	22%
Radio	68	17%
Vallas Publicitarias	50	13%
Internet	96	24%
Televisión	100	25%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados: El 25%, 100 personas de las encuestadas prefieren la televisión; 24%, 96 el internet; 22%, 86 personas, la prensa; 15%, 60, la radio; 17%, 68 personas y vallas publicitarias, el 13%, 50, personas. La mayoría prefieren la televisión como el medio de publicidad para el producto.

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES

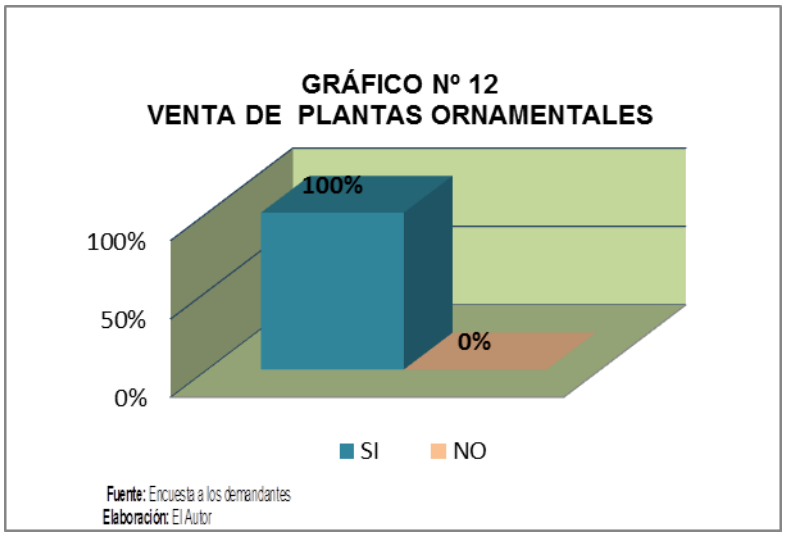
1. **¿Vende en su negocio plantas ornamentales?**

CUADRO Nº 14

VENTA DE PLANTAS ORNAMENTALES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	100%
NO	0	0%
TOTAL	**21**	**100%**

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados: 21 vendedores que corresponde al 100%, venden plantas ornamentales en su negocio; por consiguiente la mayoría venden plantas ornamentales en sus negocios.

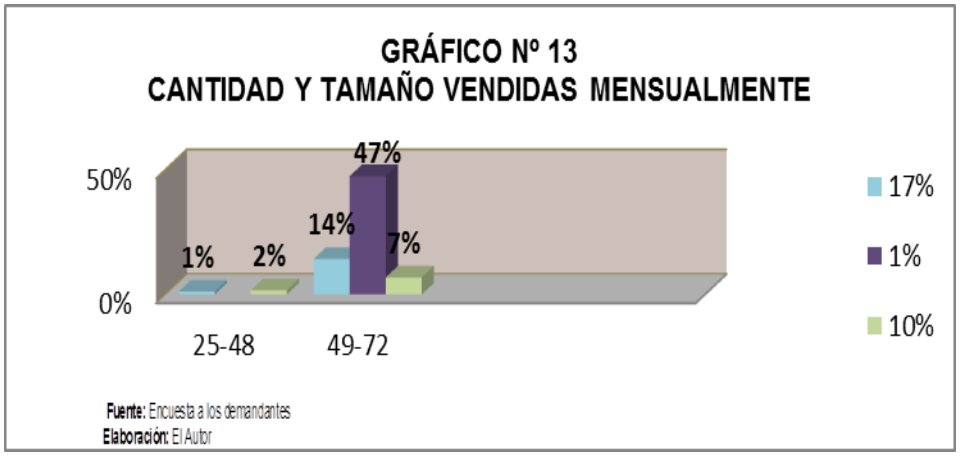
2. ¿Cuantas plantas y de qué tamaño vende mensualmente?

CUADRO Nº 15

CANTIDAD Y TAMAÑO VENDIDAS MENSUALMENTE

	PEQUEÑAS		MEDIANAS		GRANDES		TOTAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-24	2200	17%	108	1%	1300	10%	3608	28%
25-48	141	1%	51	0%	200	2%	392	3%
49-72	1800	14%	6000	47%	861	7%	8661	68%
TOTAL	4141	33%	6159	49%	2361	19%	**12661**	**100%**

Fuente: Encuesta a los oferentes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados:

Del análisis de los rangos se determina que: en el rango de 1-24 plantas; el 17% vende pequeñas,1% medianas, 10% grandes; en el rango de 25-48 plantas el 1% vende pequeñas y el 2% grandes; y en el rango comprendido de 49-72 plantas, el 14% vende pequeñas, el 47% medianas y el 7% grandes. La mayoría de los encuestados venden plantas ornamentales medianas. Para conocer cuántas plantas venden al año se multiplica x 12 meses que tiene el año. **12.661x12=151.932 plantas que venden al año.**

3. ¿Qué clase de plantas ornamentales expende Ud. en su negocio?

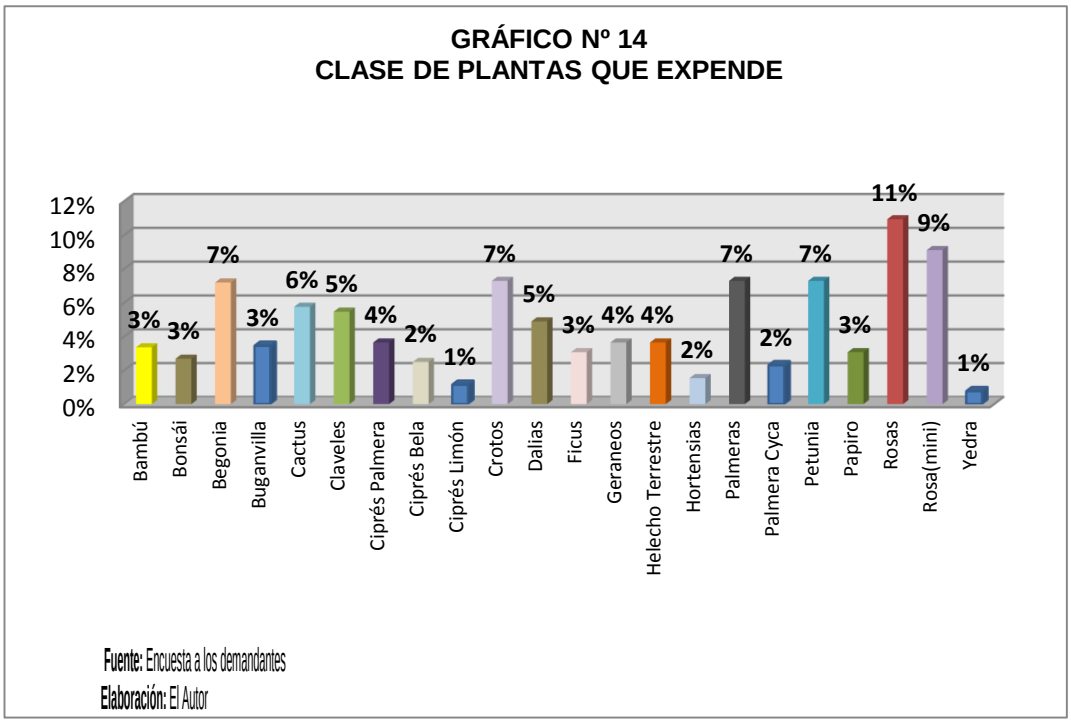
CUADRO Nº 16

CLASE DE PLANTAS QUE EXPENDE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bambú	35	3%
Bonsái	28	3%
Begonia	**75**	**7%**
Buganvilla	36	3%
Cactus	60	6%
Claveles	**57**	**7%**
Ciprés Palmera	38	4%
Ciprés Bela	26	2%
Ciprés Limón	12	1%
Crotos	**76**	**7%**
Dalias	51	5%
Ficus	32	3%
Geraneos	38	4%
Helecho Terrestre	38	4%
Hortensias	16	2%
Palmeras	76	7%
Palmera Cyca	24	2%
Petunia	76	7%
Papiro	32	3%
Rosas	**114**	**11%**
Rosa(mini)	**95**	**9%**
Yedra	8	1%
TOTAL	**1043**	**100%**

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación: el 11% vende Rosas, el 9% Mini rosas, el 7% begonias, crotos, claveles y petunias, el 6% cactus el 5% dalias; los cipreses y helechos venden en menor proporción. La mayoría vende rosas, claveles y palmeras.

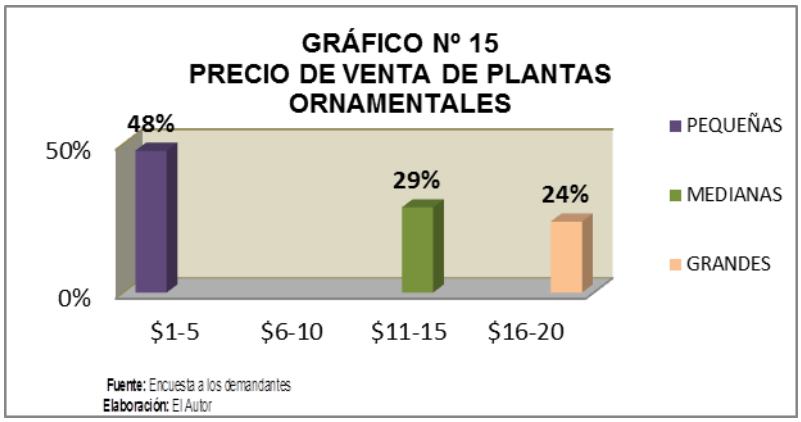
4. ¿En cuánto vende usted una planta ornamental?

CUADRO Nº 17

PRECIO DE VENTA DE PLANTAS ORNAMENTALES

	PEQUEÑAS		MEDIANAS		GRANDES		TOTAL	
	FRECUENCIA	**PORCENTAJE**	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
$1-5	10	48%	0	0%	0	0%	10	48%
$6-10	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
$11-15	0	0%	6	29%	0	0%	6	29%
$16-20	0	0%	0	0%	5	24%	5	24%
TOTAL	**10**	**48%**	**6**	**29%**	**5**	**24%**	**21**	**100%**

Fuente: Encuesta a los oferentes
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados:

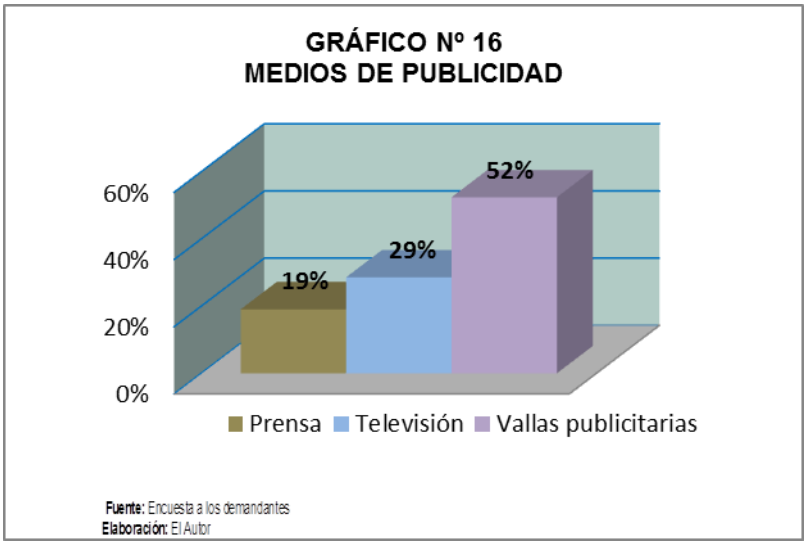
Del total de encuestados, 10 que corresponden al 48% venden plantas pequeñas (ciprés palmera, crotos rosa pequeña y mini rosas)en el precio de 1-5 dólares; 6, el 29% vende de plantas medianas(bambú, la begonia, la buganvilla) en una precio de 11-15 dólares y 5, el 24% venden las plantas grandes(ciprés, ficus, helecho , hortensias, palmeras)de 16-20 dólares. La mayoría vende plantas pequeñas en el precio comprendido de 1-5 dólares.

5. ¿Por qué medio de publicidad da a conocer su producto?

CUADRO Nº 18
MEDIOS DE PUBLICIDAD

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa	6	29%
Televisión	4	19%
Vallas Publicitarias	11	52%
TOTAL	**21**	**100%**

Fuente: Encuesta a los oferentes
Elaboración: El Autor



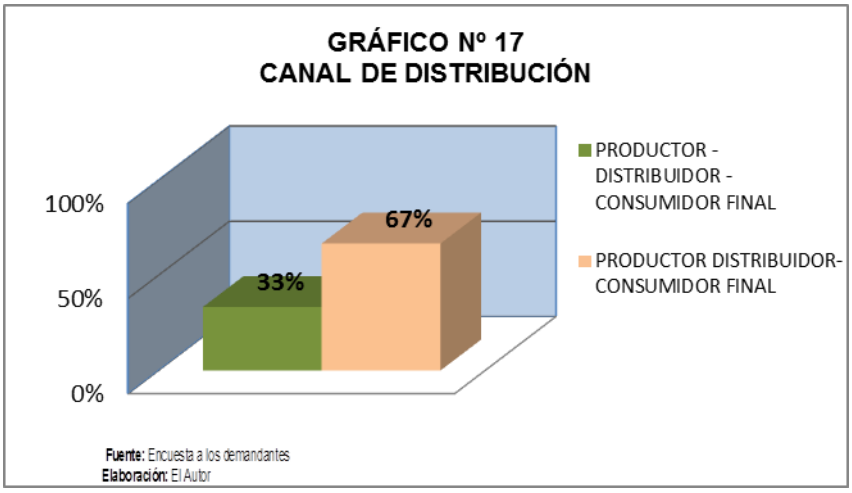
Análisis e Interpretación de Resultados: De los 21 encuestados, 11, el 52% utilizan como medio de publicidad las vallas publicitarias; 6, 29% la prensa y 4, el 19% la televisión. La mayoría optan por las vallas publicitarias como el medio para promocionar su producto.

6. ¿Qué canal de distribución utiliza usted para comercializar

CUADRO Nº 19
CANAL DE DISTRIBUCIÓN

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCTOR – CONSUMIDOR FINAL	7	30%
PRODUCTOR - DISTRIBUIDOR - CONSUMIDOR FINAL	14	70%
TOTAL	**21**	**100%**

Fuente: Encuesta a los oferentes.
Elaboración: El Autor



Análisis e Interpretación de Resultados: El 70% que son 14 encuestados, para comercializar su producto prefieren el canal de distribución productor-distribuidor-consumidor final, el 30%correspondiente a 7 personas lo hacen como productor-consumidor final. La mayoría prefieren el canal de distribución, productor-distribuidor-consumidor final para la comercialización.

g. DISCUSION

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el análisis de la demanda es importante considerar los productos, subproductos, los sustitutos y complementarios con la finalidad de llegar al mayor número de demandantes así como las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, para determinar la posibilidad de participación de nuestro producto en la satisfacción de dicha demanda.

PRODUCTO PRINCIPAL

El presente proyecto de factibilidad va destinado a incursionar en el mercado de plantas ornamentales de la ciudad de Quito, cuyos productos principales son: rosas, claveles y palmeras que para su comercialización se debe poner especial cuidado en la presentación, utilización de maceteros de resina o de plástico de diferentes tamaños, llamativos capaces de crear impacto en la demanda actual y de la demanda potencial.

De la misma manera, es importante considerar los productos sustitutos y complementarios para poder hacer frente a la competencia.

PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS.- Se consideran como productos **sustitutos** de las plantas ornamentales los siguientes: Flores de plástico, figuras de felpa, globos, adornos, plantas de tela.

Son productos **complementarios** de las plantas ornamentales los siguientes: Perfumes, esencias, velas, fertilizantes, abonos.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Consiste en hacer una estimación futura de los productos que se producirán, con el objeto de conocer la cantidad que alcanzará a producir y vender, en este caso de plantas ornamentales, para lo cual se requiere el tamaño de la muestra. Para proyectar la población se utiliza la siguiente fórmula:

$$\mathbf{M} = \mathbf{C(1 + i)^n}$$

Dónde:

M = Población o demanda

C = Primer dato

i = Tasa de crecimiento (2.81%)

n = Número y términos

CUADRO Nº 20

PROYECCION DE LA POBLACION

AÑO	PEA CANTÓN QUITO	TASA DE CRECIMIENTO 2,81
2010	**1.091.065**	**30.659**
2011	**1.121.724**	**31.520**
2012	**1.153.244**	**32.406**
2013	**1.185.651**	**33.317**
2014	**1.218.967**	**34.253**
2015	**1.253.220**	**35.215**
2016	**1.288.436**	**36.205**
2017	**1.324.641**	**37.222**
2018	**1.361.863**	**38.268**
2019	**1.400.132**	**39.344**
2020	**1.439.475**	**40.449**
2021	**1.479.925**	**41.586**
2022	**1.521.510**	**42.754**
2023	**1.564.265**	**43.956**

Fuente: **INEC – PEA**

Elaboración**: El Autor**

DEMANDA POTENCIAL

Se llama demanda potencial y/ o actual al mercado existente que está consumiendo un determinado producto o servicio.

En el caso del presente proyecto la demanda potencial surgió de la pregunta Nro. 1, cuadro Nº 2 donde se interrogó a los consumidores si les gustan las

plantas ornamentales, respondiendo afirmativamente el 99%, éste porcentaje sirvió como base para calcular la demanda potencial:

Año 2013 = **Población Total x % de encuestas afirmativas dispuestas a adquirir plantas ornamentales**

Año 2013 = 1.185,651 x 99% = **1.173,794**

Entonces en el Cantón Quito, en el año 2013 con una población de 1.185,651 (PEA) posee **1.173,794 posibles compradores**.

CUADRO Nº 21

PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	PEA Canton Quito	99% prefieren	DEMANDA POTENCIAL
2010	1,091,065	99%	1,080,154
2011	1,121,724	99%	1,110,507
2012	1,153,244	99%	1,141,712
2013	1,185,651	99%	1,173,794
2014	1,218,967	99%	1,206,777
2015	1,253,220	99%	1,240,688
2016	1,288,436	99%	1,275,552
2017	1,324,641	99%	1,311,395
2018	1,361,863	99%	1,348,244
2019	1,400,132	99%	1,386,131
2020	1,439,475	99%	1,425,080
2021	1,479,925	99%	1,465,126
2022	1,521,510	99%	1,506,295
2023	1,564,265	99%	1,548,622

Fuente: Cuadro Nº 2.
Elaboración: El Autor

DEMANDA REAL

Es el conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

Para determinar esta clase de demanda, se toma de base a la demanda potencial y la pregunta No. 2, cuadro No. 3, en la que respondieron el 80% afirmativamente, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

Año 2013: 1,173.794 x 80% = **939.035** personas que realmente estarían dispuestas a adquirir el producto

CUADRO Nº 22

DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	% UTILIZAN	DEMANDA REAL
2010	1,080,154	80	864,123
2011	1,110,507	80	888,405
2012	1,141,712	80	913,369
2013	1,173,794	80	939,035
2014	1,206,777	80	965,422
2015	1,240,688	80	992,550
2016	1,275,552	80	1,020,441
2017	1,311,395	80	1,049,116
2018	1,348,244	80	1,078,595
2019	1,386,131	80	1,108,905
2020	1,425,080	80	1,140,064
2021	1,465,126	80	1,172,101
2022	1,506,295	80	1,205,036
2023	1,548,622	80	1,238,898

Fuente: Cuadro Nº 3
Elaboración: El Autor

DEMANDA REAL EN PLANTAS ORNAMENTALES

Para determinar la demanda real en plantas ornamentales se procedió a multiplicar la demanda real en personas por el consumo per capital anual obteniéndose los siguientes resultados:

939,035 x 1,5 = 1.408,553

CUADRO Nº 23
DEMANDA REAL EN PLANTAS ORNAMENTALES

AÑOS	DEMANDA REAL 80%	CONSUMO PER CÁPITA	DEMANDA EFECTIVA EN PLANTAS ORNAMENTALES
2010	864,123	1,5	1.296,185
2011	888,405	1,5	1.332,608
2012	913,369	1,5	1.370,054
2013	939,035	1,5	1.408,553
2014	965,422	1,5	1.448,133
2015	992,55	1,5	1.488,825
2016	1.020,44	1,5	1.530,662
2017	1.049,12	1,5	1.573,674
2018	1.078,60	1,5	1.617,893
2019	1.108,91	1,5	1.663,358
2020	1.140,06	1,5	1.710,096
2021	1.172,10	1,5	1.758,152
2022	1.205,04	1,5	1.807,554
2023	1.238,90	1,5	1.858,347

Fuente: Cuadro Nº 5
Elaboración: El Autor

DEMANDA EFECTIVA DE PLANTAS ORNAMENTALES

La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se posee para hacerlo.

Demanda efectiva = Demanda real x % de encuestados que estarían dispuestos a adquirir plantas ornamentales en caso de implementar un vivero Se la obtiene del cuadro No 9, pregunta No. 8.

Este mismo procedimiento se realiza para los otros años:

Año 2013: 1.408,553 x 50% =**704.276 demanda efectiva** de plantas ornamentales.

CUADRO Nº 24
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL ANUAL EN UNIDADES	% DISPOSICION A ADQUIRIR	DEMANDA EFECTIVA DE PLANTAS
2010	864,123	75	648,092
2011	888,405	75	666,304
2012	913,370	75	685,028
2013	939,035	75	704,276
2014	965,422	75	724,067
2015	992,550	75	744,413
2016	1,020,441	75	765,331
2017	1,049,116	75	786,837
2018	1,078,596	75	808,947
2019	1,108,905	75	831,679
2020	1,140,064	75	855,048
2021	1,172,101	75	879,076
2022	1,205,036	75	903,777
2023	1,238,898	75	929,174

Fuente: Cuadro Nº 9
Elaboración: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para adquirir un producto, en un determinado momento.

En el caso del presente proyecto de factibilidad se pudo comprobar que en el Cantón Quito existen 21 locales de plantas ornamentales o viveros, conforme se detalla a continuación

OFERENTES DE PLANTAS ORNAMENTALES

1. Vivero San Sebastián
2. Vivero La Palma
3. Vivero El mundo de la orquídea
4. La Flor de Capelo
5. Vivero El Puente
6. Vivero Hábitat
7. Vivero Holiday
8. Vivero Amazonas
9. Vivero Balbusario
10. Vivero Los Rosales
11. Vivero El Botánico
12. Vivero Las Bromelias
13. Vivero El Bambú
14. Vivero El Jardín
15. Todo en Plantas
16. Vivero Benjamín
17. Rosas para siempre
18. Vivero Gardenia
19. Vivero El Huerto
20. Vivero Palo Santo
21. Vivero Comunal

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se ha tomado el valor del año 2010 con una tasa de crecimiento del 5% según versiones de los comercializadores encuestados.

CUADRO Nº 25

PROYECCION DE LA OFERTA

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO 5%	OFERTA TOTAL
2010		151.932
2011	5%	159.529
2012	5%	167.505
2013	5%	175.880
2014	5%	184.674
2015	5%	193.908
2016	5%	203.603
2017	5%	213.784
2018	5%	224.473
2019	5%	235.696
2020	5%	247.481
2021	5%	259.855
2022	5%	272.848
2023	5%	286.490

Fuente: Cuadro Nº. 13
Elaboración: El Autor

BALANCE OFERTA – DEMANDA

En una situación normal, el mercado se encuentra equilibrado. Se oferta tanto como se demanda. Es decir que todo lo que hay para vender se vende (nadie demanda más ni menos de ese determinado bien o servicio de lo que está ofertado en el mercado), por ello, es importante determinar a través de éstas dos fuerzas la demanda insatisfecha para el presente proyecto.

DEMANDA INSATISFECHA: En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios

CUADRO Nº26

DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
2010	648.093	151.932	496.161
2011	666.304	159.529	506.775
2012	685.027	167.505	517.522
2013	704.276	175.880	528.396
2014	724.067	184.674	539.392
2015	744.413	193.908	550.505
2016	765.331	203.603	561.727
2017	786.837	213.784	573.053
2018	808.947	224.473	584.474
2019	831.678	235.696	595.982
2020	855.048	247.481	607.567
2021	879.075	259.855	619.220
2022	903.777	272.848	630.929
2023	929.173	286.490	642.683

Fuente: Cuadro No. 21-22
Elaboración: El Autor

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización implica tomar conciencia creciente sobre la naturaleza de un negocio, generar datos sobre contactos calificados y crear los instrumentos eficaces que usted o su personal de ventas puede utilizar cuando hablan de la empresa. La comercialización y sus herramientas de mercadotecnia concentran la atención sobre el cliente propuesto, qué decirle, cómo llegar hasta él. Es por ello necesario realizar un análisis de las cuatro ps. de la mercadotecnia: producto, precio, plaza y promoción.

PRODUCTO

Es todo bien o servicio, susceptible de ser vendido. La empresa ha implementarse ofrecerá plantas ornamentales de varias especies.

Serán trasplantadas a un macetero decorativo bajo preferencia del cliente, el uso que se le dará al producto será el siguiente: decoración, hobby y se le entregará una guía práctica para el cuidado de la misma.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

GRAFICO Nº 18

ETIQUETA

"Fragancias y colores para sus ambientes"

EMPAQUE Y ETIQUETADO

El empaque se usa para proteger los productos contra daños mecánicos y para crear un micro clima más favorable, es un factor esencial para asegurar la calidad del producto, ya que no solo lo protege, sino también lo presenta al consumidor. Sin embargo, de acuerdo al empaque que se aplica al producto, puede representar un riesgo para la calidad, debido a golpes fortuitos y condiciones de temperatura adversas al momento de su traslado. Los materiales utilizados en los empaques son variados, dependiendo del

tipo de producto (planta). Cuando los productos van a ser desplazados a distancia se debe entregar en caja, la cual soportará la manipulación y las vibraciones durante el transporte que causan daños en las plantas y flores.

El comercio de flores y plantas genera notable desperdicio de cajas, bandejas y plástico. Adicionalmente, los materiales de empaque pueden causar contaminación por sus sustancias tóxicas. La mejor solución debería ser encontrar empaques ecológicos que protejan a las flores adecuadamente. Es importante usar material reciclable y limitar la cantidad de empaque en lo posible.

MACETEROS

Los maceteros son otra opción que se encuentra en distintas variedades y precios, además de generar nuevas ideas de presentación con los mismos productos, manteniendo la calidad y servicio.

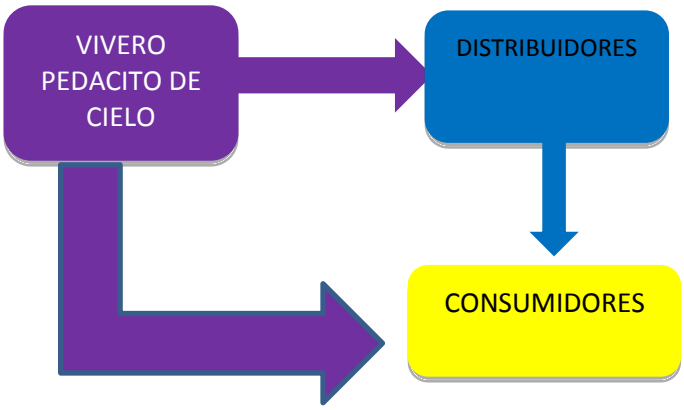
PRECIO

El análisis del precio es prioritario en la comercialización, ya que de él depende la rentabilidad del proyecto y define el nivel de ingresos. La fijación del precio de nuestro producto, se lo hará de acuerdo al costo producción y comercialización en el mercado. Para lograr la supervivencia y maximización de las utilidades con el liderazgo de la calidad de producto observarán los precios de los productos sustitutos establecidos en el mercado, de manera que no sean demasiados elevados o muy bajos.

PLAZA

Las estrategias de distribución tendrán su soporte en los contenidos del marketing mix, así como del análisis e identificación de puntos de referencia exitosos del mercado local para productos industriales (benchmarking).

La empresa ha implementarse para llevar el producto hasta el consumidor final, utilizará el siguiente canal de distribución:

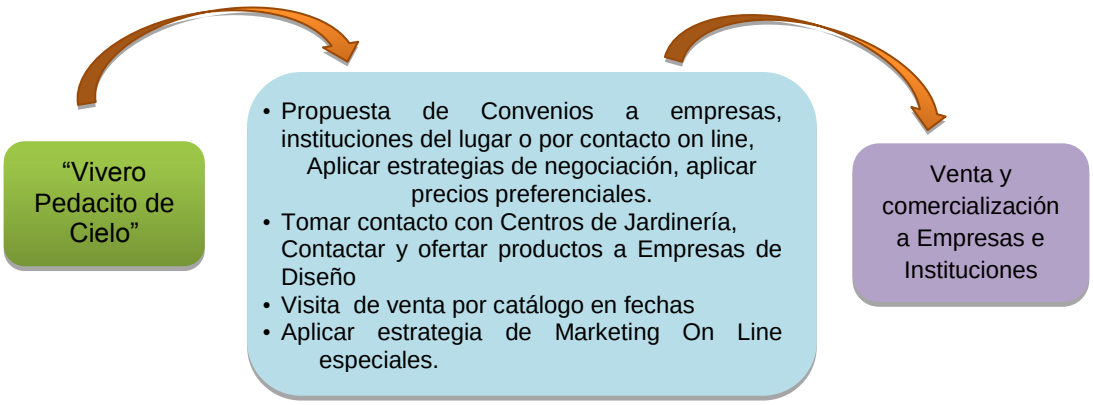


El destino principal de la producción del vivero es el embellecimiento de espacios públicos o privados, ya sean interiores o exteriores, desde este punto de vista se ofertará el producto al cliente final, instituciones públicas y privadas.

El canal de distribución será utilizado en todo el sector del cantón Quito y sus alrededores, en el caso de instituciones o empresas se realizará propaganda y convenios que permitan al público objetivo conocer el producto ofertado, además se tomará contacto con Centros de jardinería (garden center), empresas de diseño con las que se puede ofertar nuestras plantas a precios preferenciales para mantenimiento de jardines.

Para fortalecer esta acción se aplicará como estrategia de Marketing on line, que se convertirá en un canal propio para la comercialización.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN PARA PEDACITO DE CIELO



PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Para difundir el producto de la empresa se utilizará la publicidad la cual ayuda a informar, persuadir y recordar al mercado sobre la imagen de la organización y sus productos, la emplearemos para dar a conocer las ventajas que a más de tener una función decorativa, favorecen la salud, mejoran el estado de ánimo y calidad de vida, gracias a sus propiedades físicas y químicas. A más de las características propias del producto y el valor agregado que ofrece el productor al cliente, el mismo que se lo realizará utilizando medios de comunicación como material P.O.P. (Publicidad puesta en los puntos de venta), volantes, página web y otros de alcance masivo, distribuidos por el sector de implementación, denotando que se utiliza estos medios debido al costo de operación.

Las ventajas de contar con plantas ornamentales, son variadas, entre ellas se denota las siguientes: incrementan la humedad en el aire, oxigenan, filtran y purifican el aire, combaten la polución, reducen la sensación de fatiga, aminoran el ruido, mejoran el ánimo y el bienestar, relajan y animan, aumentan la productividad en el trabajo, antidepresivo natural, absorben los campos electromagnéticos.

PUBLICIDAD:

Con respecto a la publicidad, se considera que la empresa en creación debe realizar una campaña de publicidad y promoción bajo los siguientes parámetros:

- Participar en las ferias que se dan en nuestro medio.
- Hacer uso de las hojas volantes haciendo conocer la variedad de plantas ornamentales y sus principales características.
- Colocar un rotulo atractivo y señalética en un lugar estratégico.
- Hacer uso de herramientas y piezas comunicacionales entregadas por el sector. Como ejemplo de un anuncio publicitario tenemos:

Diseño de rotulo, afiche del negocio

PROMOCIÓN:

La empresa hará uso de la promoción la que puede ir enfocada a utilizar las siguientes estrategias:

- Exposiciones del producto, variedad de plantas y flores.
- Descuentos especiales dependiendo de la compra.
- En caso de distribuidores se concederá un descuento del 5%.

ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

TAMAÑO

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de producción de la empresa durante el ciclo de vida del proyecto, tomando como base el equipo y maquinaria identificado para el proceso de producción y las unidades a producir por cada año. En el presente proyecto se ha considerado laborar en jornadas normales de trabajo de 8 horas diarias de lunes a sábado en la media jornada por las 52 semanas que tiene el año laboral.

LOCALIZACION

La localización hace referencia a que toda empresa reconocida formalmente tiene su domicilio fácil de reconocer, lo que permite que los clientes potenciales lleguen fácilmente a obtener el producto.

Se ha considerado que la empresa estará ubicada en la parroquia de Conocoto, por ser un sitio seguro, poseer un gran clima y encontrase ubicada en un sitio estratégico de Quito.

CAPACIDAD INSTALADA

Es el volumen de producción de bienes y/o servicios que es posible generar en una empresa productiva, de acuerdo con la infraestructura disponible y la capacidad de cada uno de los factores que comprende el proceso productivo. Para determinar la capacidad instalada del proyecto en la utilización de la maquinaria se ha considerado tanto la demanda como la oferta y sobre todo la demanda insatisfecha que es de528.396 plantas ornamentales, para el año 2013que junto con la maquinaria y equipo, la técnica de invernáculo a utilizaran una capacidad instalada de 8.794por cada tipo de plantas de mayor posicionamiento en el mercado (rosas, claveles y palmas) considerando también cuántas unidades se está adquiriendo y cuánto se está ofertando en los 10 años de vida útil. Por ello la capacidad instalada de cada uno de los elementos que comprende el proceso productivo es la siguiente:

Capacidad de producción 8.794 X 3 = **26.382** plantas ornamentales al año.

CUADRO Nº 27
CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCION ANUAL

AÑO	Demanda insatisfecha de plantas ornamentales	PRODUCCIÓN PROYECTADA	% DE SITUACIÓN DE LA DEMANDA INSSATISFECHA
2013	**528.396**	**26.382**	**0.5%**

Fuente. Cuadro Nº 19 y 20
Elaboración: El Autor

La capacidad instalada se determina conforme al siguiente procedimiento:

Demanda insatisfecha = 528.396

Capacidad Instalada = 26.390

Capacidad máxima de producción

528.396 100% 528.396 X 100

26.382 X 26.382

Se cubrirá el **4,99 %** de la demanda insatisfecha.

CUADRO Nº 28
CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	%	CAPACIDAD INSTALADA
2013	528.396	4,99	26.382
2014	539.392	4,89	26.382
2015	550.505	4,89	26.382
2016	561.727	4,79	26.382
2017	573.053	4,70	26.382
2018	584.474	4,60	26.382
2019	595.982	4,51	26.382
2020	607.567	4,43	26.382
2021	619.220	4.34	26.382
2022	630.929	4,26	26.382
2023	642.683	4,18	26.382

Fuente: Cuadro Nº 24
Elaboración: El Autor

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la cantidad de productos que se van a fabricar tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria.

Para obtener la capacidad utilizada de la empresa, se ha fijado diferentes porcentajes de la capacidad que una máquina puede trabajar.

No se ha considerado el 100% debido a que los factores que intervienen en el proceso de producción no alcanzan su volumen de producción, por la necesidad de hacer frente a ciertos componentes que no permiten absoluta seguridad, tales como: acceso del producto al mercado, elección de intermediarios, ajuste del proceso de fabricación, adiestramiento de la fuerza laboral, elección de canales de comercialización, elevado costo de difusión, propaganda y posicionamiento del mercado.

Conforme a la introducción del producto en el mercado, se debe ampliar poco a poco el volumen de capacidad utilizada hasta llegar a su límite máximo permitido.

En el caso del presente proyecto se utilizará el 85% para los tres primeros años, el 90% los tres siguientes y el 95% para los cuatro últimos. La forma de obtener la cantidad de capacidad utilizada es mediante el siguiente procedimiento:

CUADRO Nº 29
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
2013	26.382	0	0
2014	26.382	85%	22.425
2015	26.382	85%	22.425
2016	26.382	85%	22.425
2017	26.382	90%	23.744
2018	26.382	90%	23.744
2019	26.382	90%	23.744
2020	26.382	95%	25.063
2021	26.382	95%	25.063
2022	26.382	95%	25.063
2023	26.382	95%	25.063

Fuente: Cuadro Nº 26
Elaboración: El Autor

FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

Los factores que influyen de manera predominante en la selección del tamaño de una planta industrial además de la capacidad instalada son los siguientes: características del mercado de consumo, características del mercado de proveedores, economías de escala, disponibilidad y características de mano de obra, disponibilidad de recursos financieros, tecnologías de producción, disponibilidad de infraestructura, disponibilidad de servicios básicos y sobre todo las políticas económicas de un estado. Dichos componentes tienen relación directa con la inversión y precio de elaboración, debido a que, a menor precio de producción, menor inversión y mayor rentabilidad para la empresa.

c) LOCALIZACIÓN DELPROYECTO

Es la ubicación específica de la empresa,con el propósito de cubrir exigencias o requerimientos que contribuyan a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto, tomando en cuenta condiciones como: medios y costos de transporte, disponibilidad y costo de mano de obra, cercanía de las fuentes de abastecimiento, factores ambientales, cercanía del mercado, costo y disponibilidad de terrenos, topografía de suelos, estructura impositiva y legal, disponibilidad de agua, energía, comunicación, y otros suministros.

MACRO LOCALIZACIÓN.

Para que una empresa tenga mayor rentabilidad debe estar ubicada en un lugar estratégico, donde los costos de materia prima y mano de obra sean sensibles y de bajo costo. Por esta razón la empresa “Pedacito de Cielo”, productora de plantas ornamentales y flores, se localizará en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Sector Conocoto.

A continuación se presenta la macro localización mediante mapa

GRAFICO Nº 17
MACROLOCALIZACIÓN

Fuente: Instituto Geográfico Militar
Elaboración: El Auto

MICRO LOCALIZACIÓN

Para que la empresa a implantarse obtenga un buen posicionamiento en el mercado es de vital importancia buscar un lugar exacto, es decir un sitio estratégico en el cual se implementará la empresa dentro un mercado local.

El lugar exacto donde se ubica el vivero es en Conocoto, avenida principal. Este lugar cuenta con todos los servicios básicos, requerimientos necesarios para su implementación.

MÉTODO DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS

Para determinar la localización más adecuada del vivero, se ha decidido utilizar el método cualitativo por puntos, mediante la asignación de valores a factores como son:

- Precios de arriendo de locales
- Afluencia de personas
- Número de empresas existentes en el sector.-En Conocoto existen 21 empresas productoras de plantas ornamentales.
- Lugares de comercialización de plantas ornamentales y flores
- Nivel comercial
- Tamaño de locales

Transporte y comunicaciones.- Tanto la vía principal, como las vías aledañas poseen la circulación de varias cooperativas de transporte, esto facilitará la transportación de los insumos ubicados en Sangolquí, hasta el vivero, y por la cercanía los costos no tienden a ser elevados.

Tanto para la empresa como para el cliente serán factores preponderantes la disponibilidad de transporte.

Cercanía de las fuentes de abastecimiento.- Los mercados ubicados en Sangolquí serán los principales abastecedores de las materias primas (ferias: martes, miércoles, jueves, viernes, sábados y domingos), debido a su cercanía con el negocio.

Factores ambientales.- Debido al giro del negocio se considera que no existirá ningún tipo de contaminación con el ambiente del sector, ya que es un sector comercial en donde la mayoría de locales no han tenido mayor dificultad en realizar sus actividades.

Disponibilidad de servicios básicos.- El sector de Conocoto, sitio en donde se localizará el proyecto cuenta con todos los servicios básicos como son: luz, agua, teléfono, alcantarillado, calles pavimentadas, varias vías de accesibilidad vehicular y además cuenta con departamento de asistencia médica, retén policial y cuerpo de bomberos para cualquier tipo de eventualidad.

Infraestructura.- La decoración tanto interna como externa serán un factor importante, como estrategia se utilizarán colores vivos que quedan grabados

en la mente de los clientes, un ambiente interno decorativo natural, con decoraciones rústicas para llamar la atención de las personas que ingresen y brindar un ambiente armónico.

El rótulo será de madera con el logotipo de la empresa ubicado en la parte superior visible y grande. Además el local contará con un amplio parqueadero para los clientes que lo visiten.

CUADRO Nº 30

LOCALIZACION POR PUNTOS

Factor Relevante	**PESO**	**Puntaje asignado para cada valor**					
		Armenia		Capelo		Conocoto	
Gasto arriendo	20%	8	1,6	9	1,8	8	1,6
Afluencia de Clientes	20%	6	1,2	8	1,6	10	2
Número de personas	10%	5	0,5	6	0,6	10	1
Lugares disponibles	10%	7	0,7	9	0,9	8	0,8
Nivel comercial	20%	8	1,6	8	1,6	10	2
Tamaño locales	20%	8	1,6	8	1,6	9	1,8
TOTAL	**100%**		**7,2**		**8,1**		**9,2**

Elaboración: El Autor

GRÁFICO N° 18
UBICACIÓN DE LA PLANTA

INGENIERIA DEL PROYECTO

Permite resolver todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento del vivero, desde la descripción del proceso, adquisición de los insumos, mobiliario y herramientas, así mismo se determina la distribución óptima de la planta.

PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo es la sucesión de diferentes fases o etapas de una actividad. También se puede definir como el conjunto de acciones sucesivas realizadas con la intención de conseguir un resultado en el transcurso del tiempo. Cualquier proceso tecnológico que se desarrolla en la industria requiere de una manera organizada para ejecutarlo. Por lo tanto, un proceso de producción es el conjunto de operaciones que integran un ciclo de transformación.

PROGRAMACION DE LA PRODUCCION

Las etapas a las que va a someterse el proceso productivo son:

a) Humedecer la Mezcla

b) Llenar el recipiente

c) Sembrar la semilla

d) Marcar la bandeja

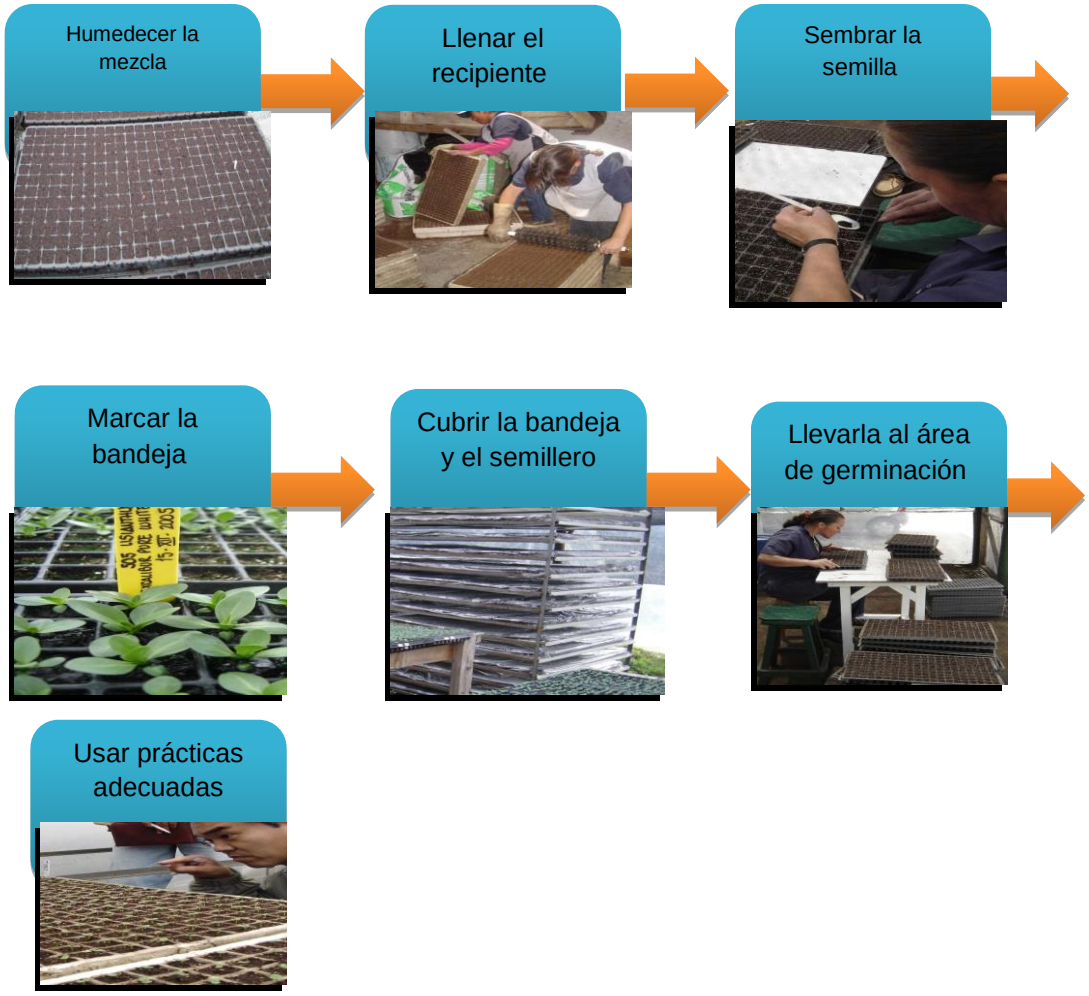
e) Cubrir la bandeja y el semillero

f) Llevarla al cuarto/área de germinación

g) Usar Prácticas Adecuadas

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL VIVERO

“PEDACITO DE CIELO



DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO

a) Humedecer la mezclar: La mezcla de germinación especialmente la turba o peatmoss debe hidratarse previamente en un recipiente plástico limpio antes de utilizarse.

- Evitar sobre-saturar o sub saturar el sustrato.
- Revise el protocolo para humedad “de arranque”.

- Revise sales del sustrato regularmente.

b) Llenar el recipiente: Las bandejas o recipientes que se van a utilizar para la germinación, sino son nuevos deben lavarse muy bien y desinfectar con cloro o algún producto comercial desinfectante, se llenan sin presionar el sustrato para no desplazar el aire del mismo. Para uniformizar el llenado se puede cepillar manualmente con movimientos largos y sin presión para igualar la superficie de la bandeja; no se debe golpear la bandeja.

c) Sembrar la semilla: La semilla se coloca en la celda o se “riega” en el recipiente, se las debe distribuir con mucho cuidado en cada celda o en la caja evitando poner varias en el mismo sitio.

Se debe revisar el nivel de humedad deseable, luz, oscuridad o sombra.

La capa de cubrimiento no debe ser más gruesa que la semilla.

d) Marcar la bandeja: Se marcan todas las bandejas o cajas con los siguientes datos:

- Nombre de la variedad
- Lote
- Fecha de siembra
- Fecha de trasplante.

Se debe conservar esta marca hasta el corte de la flor o su venta

e) Cubrir la bandeja y el semillero: Cubrir los semilleros con un vidrio o plástico para mantenerlos húmedos: En algunos casos, usando vermiculita, cámara de germinación o cajas con tapa se obvia este paso.

Observarlos diariamente.

Evitar que se reseque la mezcla: si se observa que falta agua, regarla con un nebulizador o fumigadora muy fina.

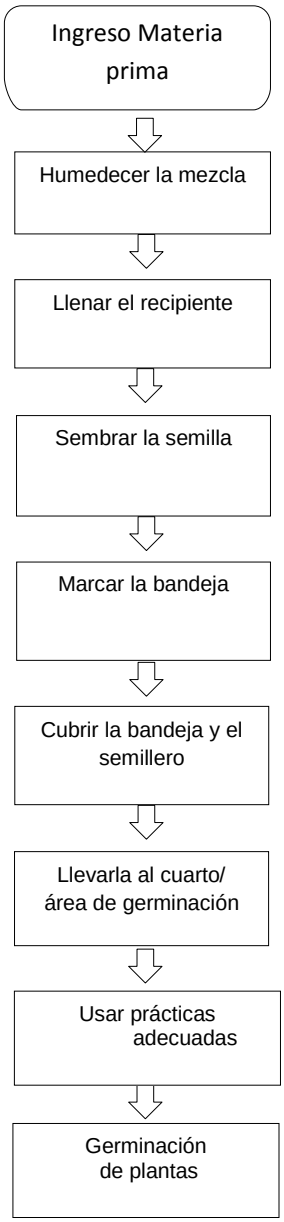
Los semilleros deben destaparse tan pronto germinen las primeras plantas evitando así el alargamiento o deformación.

f) Llevarla al cuarto/área de germinación: Una vez sembrado, tapado y regado, las bandejas se introducen en la cámara de germinación. La cámara de germinación puede ser desde una bolsa plástica de basura donde caben unas 5 a 10 bandejas hasta un cuarto especializado con control de humedad y temperatura. Lo que logramos con las cámaras de germinación es que el medio no pierda humedad ya que limitamos el movimiento del aire y así evitando que pierda la humedad.

g) Usar Prácticas Adecuadas: Una vez que la germinación es visible, deben reducirse levemente la temperatura y humedad para mantener las plántulas creciendo verticalmente y con firmeza.

Luego pasarlas a un lugar más fresco dentro del invernadero para evitarles la elongación (alargamiento) y ubicarlas en una zona menos oscura o con menor sombra.

DIAGRAMA DE RECORRIDO DE PLANTAS ORNAMENTALES EN EL VIVERO “PEDACITO DE CIELO



30 minutos

30 minutos

30 minutos

60 minutos

15 minutos

15 minutos

10 minutos

15 minutos

43290 minutos

TOTAL **4525 minutos = 3 días, 14 minutos**

HOJA DE RUTA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL VIVERO "PEDACITO DE CIELO"

OPERACIÓN	DESCRIPCIÓN	SELECCIONES	MAQUINARIAS O HERRAMIENTAS	TIEMPO
1	Ingreso de Materia prima			30 minutos
2	Humedecer la Mezcla		HERRAMIENTAS	30 minutos
3	Llenar el recipiente		HERRAMIENTAS	30 minutos
4	Sembrar la semilla			60 minutos
5	Marcar la bandeja			15 minutos
6	Cubrir la bandeja y el semillero		HERRAMIENTAS	15 minutos
7	Llevarla al cuarto/área de germinación			10 minutos
8	Usar Prácticas Adecuadas		HERRAMIENTAS	15 minutos
9	Germinación de Plantas			43290 minutos
	TOTAL			**3 días, 14 minutos**

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA

La maquinaria que se utilizará en el proceso de producción del vivero de plantas ornamentales “PEDACITO DE CIELO” se la describe a continuación:

PEACHÍMETRO PARA SUELO

La sigla significa ‘**potencial hidrógeno**’, permite medir el pH del suelo, La determinación del pH es uno de los procedimientos analíticos más importantes y más usados en química de suelos. El pH determina muchas características notables de la estructura y de la actividad de las biomacromoléculas y, por tanto, del comportamiento de células y sus organismos.

PEACHÍMETRO PARA ANÁLISIS DE AGUA

El **ph** es una medida de acidez o alcalinidad de una disolución. El ph del agua potable natural debe estar entre 6,5 y 8,5. Las fuentes de agua con un ph inferior a 5,0 o mayor a 9,5 no soportan vida vegetal ni especies animales.

ASPERSOR DE AGUA PARA RIEGO

Tanque de agua de 1000 litros

Material: Polietileno lineal de alta densidad con protección UV8 color Azul/Natural. Diseño: Tanque vertical con nervaduras circunferenciales, planchada superior y torres con orejas perforables para colocar anclajes. Accesorios: Boca pasa hombre con tapa de polietileno roscada, doble venteo de 3", conexión de carga con válvula de polipropileno de 2" con acople rápido, conexión de descarga con chupador de fondo y válvula de polipropileno de 2" con acople rápido.

ASPERSOR DE AGUA PARA RIEGO

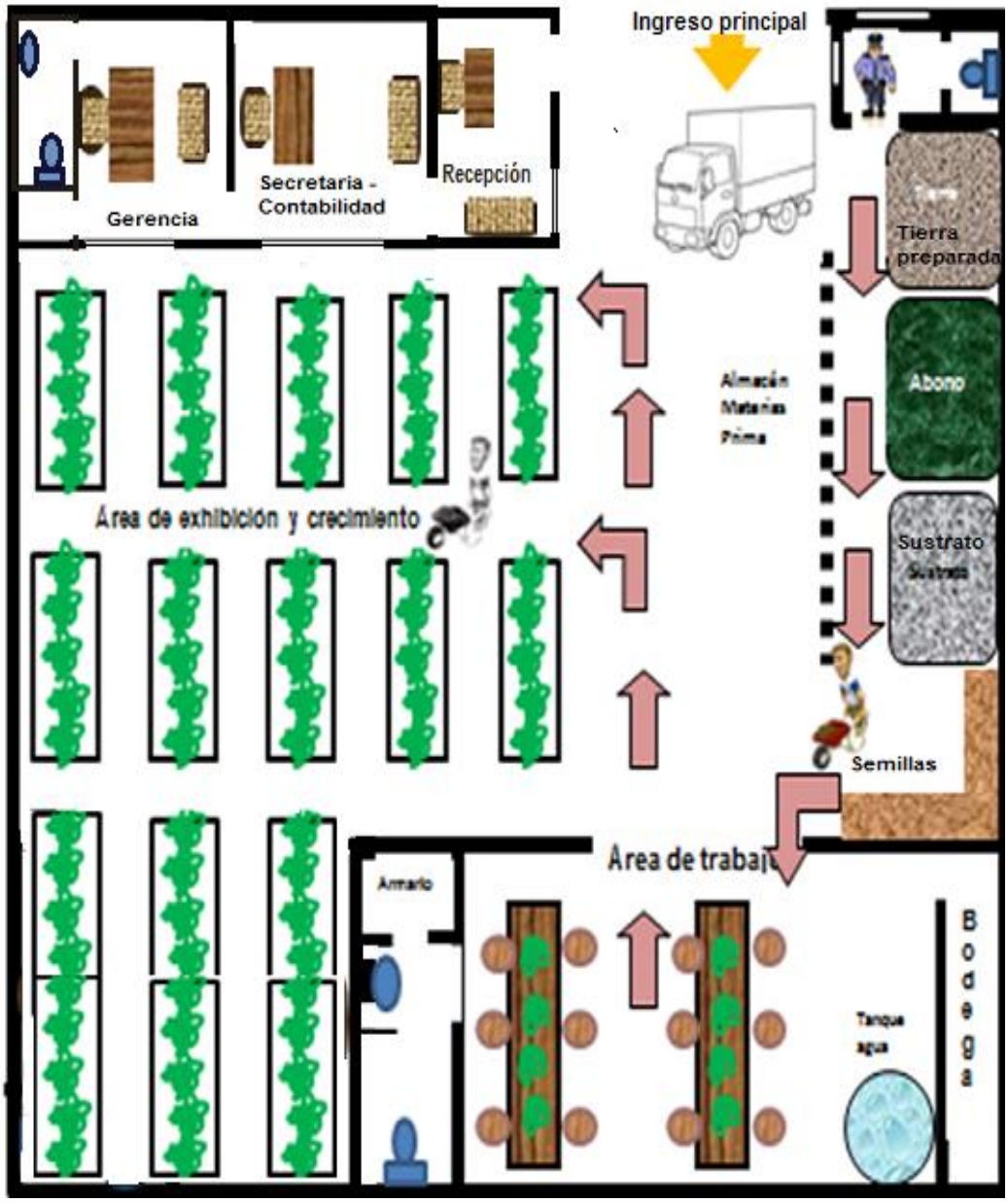
PROGRAMADOR DE RIEGO

Permite el ahorro de agua ya que los sensores LED que posee, detienen el aspergeo si hay condiciones de lluvia, entre otras funciones.

DISTRIBUCION FISICA DEL VIVERO DE PLANTAS ORNAMENTALES

“PEDACITO DE CIELO”

El vivero a instalarse contará con el siguiente diseño y distribución de planta:



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Para la organización jurídica está previsto implementar una microempresa la que estará conformada por 2 socios capitalistas que tendrán la representación de una sociedad anónima para dirigir en calidad de propietarios de una microempresa con fines lucrativos; los mismos están sujetos a aportar con su trabajo, además del capital, la responsabilidad es ilimitada por parte de los socios. Su constitución se hace mediante el contrato de sociedad, que otorgan los futuros partícipes y en el cual se hacen constar los derechos y obligaciones recíprocos de éstos.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑIA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, el señor: HERNAN PELAEZ y la señora JENNY FEIJOÓ; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, casados, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la Microempresa sociedad anónima “PEDACITO DE CIELO” la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE PEDACITO DE CIELO

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Quito, con domicilio en la Parroquia Conocoto, Cantón Quito, Ciudad de Quito, provincia de Pichincha, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la Micro empresa VIVERO PEDACITO DE CIELO.

ARTICULO DOS.- La microempresa tiene por objeto y finalidad, la fabricación, distribución y venta de plantas ornamentales, y cualquier otra actividad afín con la expresada. La microempresa podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la venta y exportación de los productos que elabore, si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTICULO TRES.- La microempresa podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la microempresa es de treinta años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse

por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular.

La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la microempresa es de treinta y cinco mil cuatrocientos veinte y dos dólares de los Estados Unidos de América (US. 35.422,oo) dividido en de treinta y cinco mil cuatrocientos veinte y dos acciones ordinarias y nominativas de US $ 1.oo dólar de valor cada una, numeradas del 001 al 35.422 inclusive, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la microempresa. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La microempresa puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La microempresa entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la microempresa. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de la microempresa podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso

de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE.- Los socios de la microempresa tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder

notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la microempresa:

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la microempresa, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la microempresa, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la microempresa se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la microempresa y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la microempresa para su validez. Podrá la microempresa celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la microempresa, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social

y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la microempresa y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretarlo el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretarlo.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la microempresa, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la microempresa, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de tos bienes Inmuebles de la microempresa;

Aprobar los reglamentos de la microempresa:

Aprobar el presupuesto de la microempresa;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la microempresa:

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la microempresa:

Supervisar la marcha general de la microempresa y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la microempresa y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta

que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la microempresa

Representar legalmente a microempresa en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la microempresa;

Dirigir la gestión económica financiera de microempresa.

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la microempresa;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA MICROEMPRESA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la microempresa se regla por las disposiciones, especialmente por lo

establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la microempresa por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la microempresa VIVERO PEDACITO DE CIELO. Ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: el SR. HERNAN PELAEZ, veintisiete mil veintiséis dólares,23/100; la SRA. JENNY FEIJOO, veintisiete mil veintiséis dólares ,23/100, con un valor total de cincuenta y cuatro mil cincuenta y dos dólares, 46/100. Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA: La Ley no determina un patrón para la estructura administrativa de la microempresa; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

DOCUMENTO HABILITANTE: Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la microempresa, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para

la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

OBJETIVO

Mostrar una nueva alternativa de plantas ornamentales con gran aceptación y calidad para proveer al mercado local de dichos productos.

MISIÓN

Satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, a través de un servicio caracterizado por la excelencia y buena relación con el cliente, garantizando una adecuada y armoniosa comunicación con proveedores y competidores.

VISIÓN

VIVERO PEDACITO DE CIELO C. LTDA, será una empresa que permanecerá en el mercado por muchos años reconocida y posicionada a nivel nacional por su excelente calidad y mejor alternativa en la línea de plantas ornamentales generando en nuestros clientes un grado máximo de satisfacción y atención.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

NIVELES

- **Nivel Legislativo:** Son los socios quienes tienen mayor poder de decisión, los cuales hacen prevalecer los reglamentos, políticas, y estatutos de la empresa.

- **Nivel Ejecutivo**: Aquí se acentúa el Gerente administrador el mismo tiene a su cargo la gestión de la empresa así como llevarla al éxito.

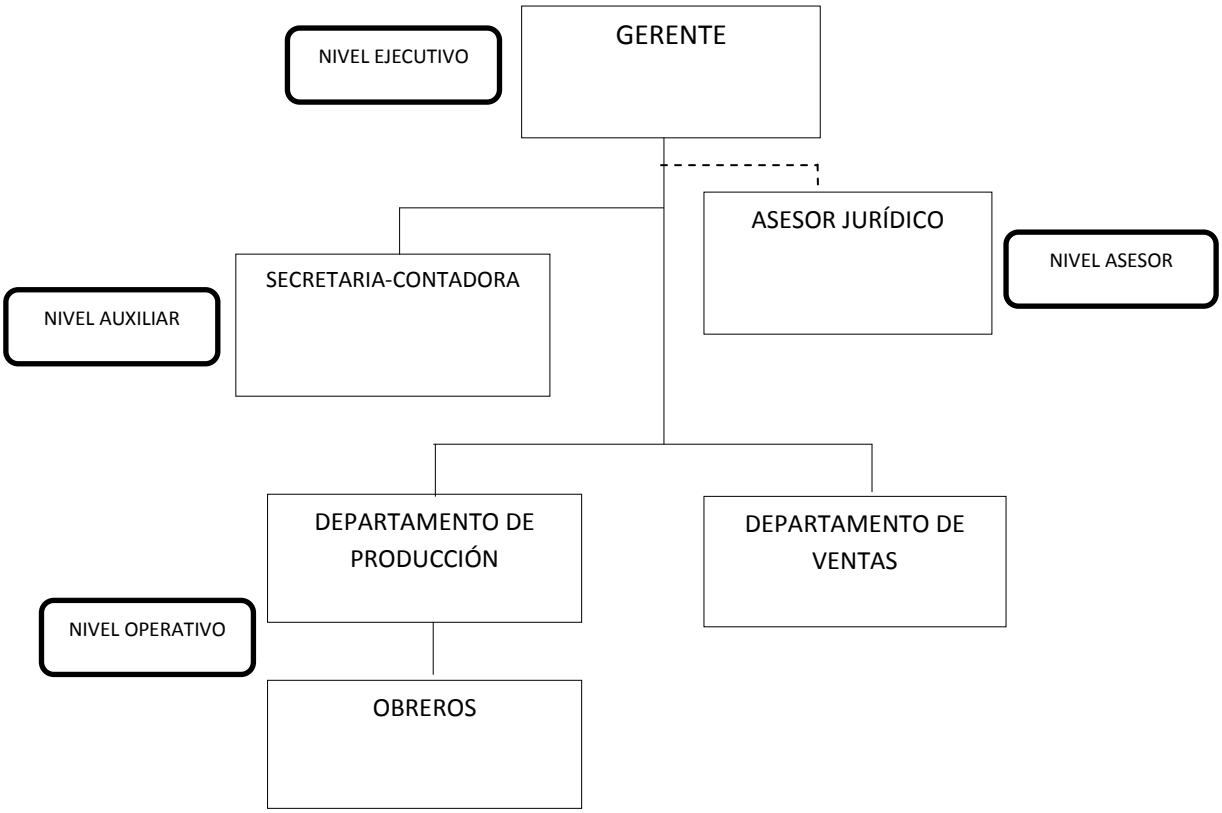
- **Nivel Asesor:** Es la persona que está preparada para asesorar proyectos jurídicos, económicos, financieros, técnico, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad en la cual se desempeña.

- **Nivel Auxiliar:** Es la persona encargada de llevar toda la contabilidad de la empresa.

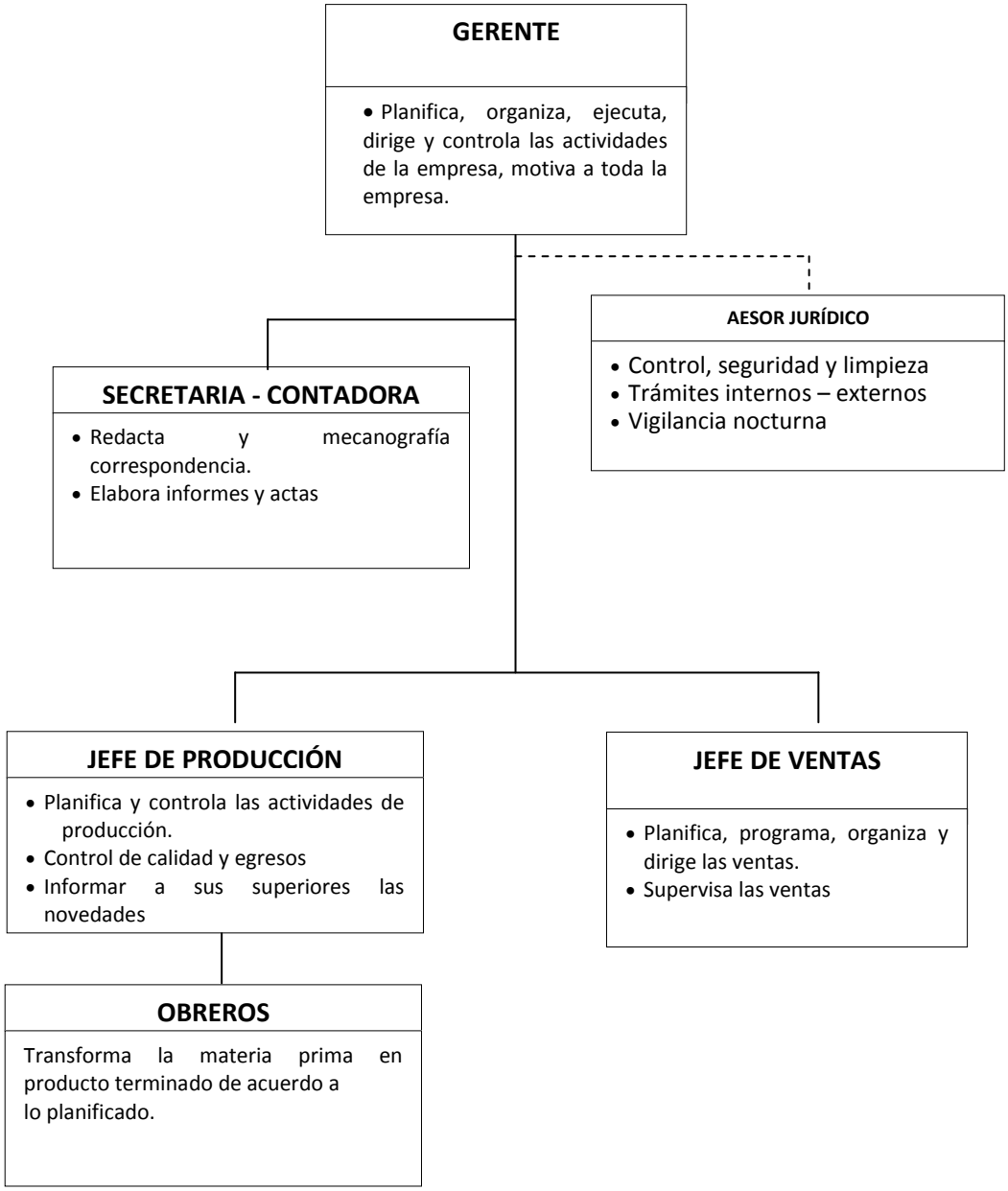
- **Nivel Operativo:** Son 2 quienes están encargadas de la producción o proceso productivo.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

VIVERO “PEDACITO DE CIELO”



ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL PROYECTO



MANUAL DE FUNCIONES

MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN "VIVERO PEDACITO DE CIELO"

CODIGO: 001

TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE

Supervisa A: Secretaria, Jefe de producción

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan dentro de la empresa.

Funciones Típicas (actividades Esenciales.)

- Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compra de materia prima.
- Tramitar órdenes, controles, cheques, y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento.
- Nombrar y contratar trabajadores con el conocimiento del caso
- Organizar cursos de capacitación para sus colaboradores.
- Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.
- Responder por equipos a su cargo hasta por un valor de $2000**.**

REQUISITOS MINIMOS

Educación: Título de Ingeniero comercial Mgs en Administración

Experiencia: tres años en funciones similares.

CÓDIGO: 002

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

NATURALEZ DEL TRABAJO

- Representar legalmente a la empresa actuando con responsabilidad en las tomas de decisiones jurídicas.

FUNCIONES TÍPICAS

- Intervenir en la resolución de conflictos judiciales y extrajudiciales.
- Defender los intereses de la organización en un litigio.

- Asesorar y redactar correctamente contratos y documentos, para evitar conflictos legales.
- Resolver consultas y orientar a la organización y sus departamentos y/o trabajadores/as en aspectos legales.
- Otras que le sean asignadas por el Gerente.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- Asesorar al Gerente sobre aspectos legales.
- Resolver con responsabilidad los problemas de su trabajo.

Requisitos Mínimos

Educación: Título Profesional de Abogado.

Experiencia: Dos años en el desempeño como abogado.

CODIGO: 003

TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO

Diseña e implementa sistemas de contabilidad, realiza declaraciones, se encarga del registro de compras y ventas.

Redacta y digita correspondencia como: oficios memorando circulares de la Empresa.

Atiende al Público que solicite información y concreta entrevistas con el Gerente de la Empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Registra las compras y ventas de la empresa.
- Mantener archivos de la correspondencia enviada y recibida
- Controlar la asistencia del personal con un libro designado para el efecto
- Diseñar e implementar sistemas de contabilidad para la empresa.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables
- Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS.
- Preparar los estados financieros correspondientes
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico, financiero, de las labores que realiza el gerente de la empresa.
- Las demás que le asigne el jefe de unidad o gerente de área dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE

- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevara la empresa
- Responder por equipos a su cargo hasta por un valor de $1500
- Responder por el trabajo de su dirección

REQUISITOS MINIMOS

Educación: Titulo o nivel universitario de contadora pública autorizada.

Experiencia: Tres años en funciones inherentes al cargo.

Código 004

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCION

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

NATUALEZA DEL TRABAJO

Planifica y controla las actividades de producción, control de calidad y egresos.

Informar a sus superiores las novedades

FUNCIONES TIPICAS

- Jefe de producción apoyar a las diferentes usuarios en la
- Implementación de recursos que puedan mejorar las actividades de producción
- Dirección Administrativa, y áreas Operativas
- Planificar, producir y ejecutar la aplicación de nuevas metodologías de
- Aprendizaje y enseñanza con apoyo de la tecnología que benefician a los potenciales usuarios.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE

- Producir, difundir y distribuir el material de apoyo en el proceso de
- Enseñanza, aprendizaje.
- Administrar y diseñar posibles estrategias de marketing.
- Controlar los bienes de capital.
- Organizar, controlar y evaluar al personal de la empresa
- Apoyar a las diferentes Áreas Operativas de la empresa.

REQUISITOS MINIMOS.

Educación: Ingeniero en finanzas o administrador

Experiencia: como mínimo dos años en cargos similares

CÓDIGO 005

TITULO DEL PUESTO: VENDEDOR

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

NATURALEZA DE TRABAJO :

Vigilar, guiar, analizar el proceso de comercialización de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Proponer los sistemas de comercialización y planificar la publicidad del mismo

- Mantener contacto con los consumidores y proveedores a fin de determinar la información necesaria sobre calidad y precios.
- Proponer el sistema de comercialización del producto y planificar la publicidad del mismo.
- Mantener contacto con los consumidores y proveedores, a fin de determinar la información necesaria, sobre calidad y precios.
- Realizar contratos de ventas vía telefónica y bajo pedido de los pasibles consumidores locales o interprovinciales.
- Realizar pronósticos de ventas, manteniendo estrecha relación con el departamento de ventas.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

Responsabilidad técnica y económica en sus tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Tener título en administración en Mercadotecnia o economía.

Experiencia: Experiencia mínima dos años**,** capacitación en mercadeo, cursos de relaciones humanas.

CÓDIGO 006

TITULO DEL PUESTO: OBREROS

SUPERIOR INMEDIATO : Jefe de Producción

NATURALEZA DE TRABAJO

Manipular con diligencia y cuidado las herramientas y maquinaria para el procesamiento de la materia prima. Dar mantenimiento a la misma

FUNCIONES TÍPICAS

- Operar, cuidar y custodiar la maquinaria o equipo a su cargo.
- Procesar la materia prima y obtener un producto final de buena calidad.
- Informar sobre el requerimiento de materiales e insumos.
- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Pesar la cantidad de materia prima a procesar
- Vigilar el proceso productivo.
- Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaría.
- Impulsar el reciclaje y evitar desperdicios de materiales.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

Destreza y conocimiento para el manejo de las materias primas y las herramientas.

REQUISITOS

Educación: Bachiller en Educación media.

Experiencia: conocimiento de manejo de maquinaria**,** buen estado de salud física y mental**,** relaciones interpersonales.

ESTUDIO FINANCIERO

A través del estudio financiero se determinan los beneficios o pérdida en los que se puede incurrir al ejecutar una inversión. Su principal objetivo es obtener resultados que ayuden en la toma de decisiones referentes a la inversión. Se lo obtiene mediante los estudios anteriores

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

a) Activos Fijos

b) Activos Intangibles o Diferidos y,

c) Activo Circulante o Capital de Trabajo

a) **ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES**

Se caracterizan por ser depreciables. La empresa cuenta con los siguientes activos fijos:

Terreno

Se adquirirá un terreno de 1100 m2 en el sector de Conocoto de 1100m2 cuyo costo ascenderá a $13.200

CUADRO NRO. 31
TERRENO

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Terreno	1100m2	$ 12,00	$ 13.200,00
TOTAL			**$ 13.200,00**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

ADECUACION DEL LOCAL

Constituyen las modificaciones que se realizaran para el arreglo del local que se utilizará para la creación del vivero, cuyo monto asciende a $ 9.000,00

CUADRO NRO. 32
ADECUACIONES

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Invernáculo	1	$ 7.000	$ 7.000,00
Construcción 4 m2(depósito)	1	$ 1.000	$ 1.000,00
Construcción 4 m2(habitación)	1	$ 1.000	$ 1.000,00
TOTAL			**$ 9.000,00**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El autor

Maquinaria y equipo

Para la creación del vivero se necesitará la siguiente maquinaria y equipo:

- Ph metro para tierra analógico
- Ph metro PCE PH 22
- Tanque de agua

El costo de la maquinaria asciende a $ 494,00 y la depreciación se la realiza al 20% conforme a lo dispuesto por el Servicio de Rentas Internas

CUADRO NRO. 33
MAQUINARIA Y EQUIPO

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Ph metro para tierra analógico	1	$ 100,00	$ 100,00
Ph metro PCE PH 22	1	$ 250,00	$ 250,00
Tanque de agua	1	$ 144,00	$ 144,00
TOTAL			**$ 494,00**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

MUEBLES Y ENSERES

Esta cuenta comprende los muebles y enseres que permiten la operatividad de la función administrativa de la empresa, su costo asciende a $ 1.555,00 dólares.

CUADRO NRO. 34
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
ESCRITORIO	2	$ 100,00	$ 200,00
SILLAS GIRATORIAS	2	$ 20,00	$ 40,00
MESAS PARA COMPUTADORAS	2	$ 65,00	$ 130,00
ESTANTES	4	$ 75,00	$ 300,00
MESA PARA SESIONES	1	$ 200,00	$ 200,00
SILLAS PLÁSTICAS	9	$ 15,00	$ 135,00
ARCHIVADOR	2	$ 75,00	$ 150,00
SILLAS DE CUERO	5	$ 80,00	$ 400,00
TOTAL			**$ 1.555,00**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

EQUIPO DE OFICINA

Constituye los equipos de oficina que permitirán la actividad del personal administrativo y operacional, su valor suma $156,50

CUADRO NRO. 35
EQUIPO DE OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
SUMADORA	1	$ 10,00	$ 10,00
CÁLCULADORA	1	$ 14,00	$ 14,00
TELEFAX	1	$ 128,00	$ 128,00
GRAPADORA	1	$ 2,00	$ 2,00
PERFORADORA	1	$ 2,50	$ 2,50
TOTAL			**$ 156,50**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

HERRAMIENTAS

Su monto asciende a $801,97. Se utilizarán las siguientes herramientas:

CUADRO NRO. 36
HERRAMIENTAS

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Manguera	4	$ 32,98	$ 131,92
Porta manguera	4	$ 29,99	$ 119,96
Carretilla	2	$ 81,19	$ 162,38
Aspersor	1	$ 19,99	$ 19,99
Pistola metálica de riego	4	$ 8,15	$ 32,60
Regadera plástica	3	$ 15,65	$ 46,95
Escabadora	2	$ 38,23	$ 76,46
Palas	4	$ 20,15	$ 80,60
pala punta mango redonda	4	$ 7,78	$ 31,12
pala punta mango cuadrada	4	$ 4,59	$ 18,36
palita manual jardín	4	$ 1,19	$ 4,76
tijera podar	1	$ 4,89	$ 4,89
labrador manual	4	$ 1,19	$ 4,76
tijerapodar 8"	1	$ 3,99	$ 3,99
cierra podadora	1	$ 6,99	$ 6,99
cierra para cortar ramas	1	$ 20,99	$ 20,99
escoba jardín metálica	1	$ 7,29	$ 7,29
palas de jardín	4	$ 6,99	$ 27,96
TOTAL			**$ 801,97**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

EQUIPO DE CÓMPUTO.

Para el equipo de cómputo se tendrá en cuenta la adquisición de lo siguiente:

CUADRO NRO. 37
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTO

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Computadoras	2	$ 560,00	$ 1.120,00
Impresora	2	$ 100,00	$ 200,00
TOTAL			**$ 1.320,00**

VEHÍCULOS.

Para la transportación del material que se necesita para la creación del vivero se adquirirá un camión de 2,5 toneladas, cuyo costo asciende a $19.490,00

CUADRO NRO. 38
VEHÍCULOS

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Camión CINASCAR	1	$ 19.490,00	$ 19.490,00
TOTAL			**$ 19.490,00**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS.- El total a invertir es de $ 48.318,34

CUADRO NRO. 39
RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

ARTÍCULO	V/T
TERRENO	$ 13.200,00
INVERSION EN CONSTRUCCIONES	$ 9.000,00
EQUIPO DE COMPUTO	$ 1.320,00
VEHÍCULO	$ 19.490,00
EQUIPO DE OFICINA	$ 156,50
MUEBLES Y ENSERES	$ 1.555,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 494,00
HERRAMIENTAS	$ 801,97
IMPREVISTOS 5%	$ 2.300,87
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	**$ 48.318,34**

Fuente: Cuadro 28 al 35
Elaboración: El Autor

ACTIVOS DIFERIDOS

Son los gastos realizados por la empresa que se producen antes del inicio de las operaciones. La legislación permite amortizar en plazos no menores a cinco años, entre los principales rubros tenemos:

Gastos de Constitución:

En estos gastos se incluyen trámites los que fueren necesarios para obtener su legalidad. Su valor asciende a $ 600,00 dólares.

CUADRO NRO.40
ELABORACION DE MINUTA

DESCRIPCION	COSTO
Elaboración de Minuta	$ 600,00
TOTAL	**$ 600,00**

Fuente: Dr. Napoleón Hidalgo
Elaboración: La autora

Estudios de Investigación

Son aquellos gastos de investigación activados por la empresa, de acuerdo con lo establecido en las normas de registro y valoración. Su valor asciende a $ 300 dólares.

CUADRO NRO. 41
ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO
Estudio de investigación	$ 300
Total	**$ 300**

Fuente: Proyecto aprobado
Elaboración: El Autor

Estudios de Ingeniería.- Son los gastos constituidos por la elaboración del plano de distribución, micro localización y adecuaciones de la planta. Su costo asciende a $ 500,00

CUADRO NRO.42
ESTUDIOS DE INGENIERÍA

DESCRIPCIÓN	COSTO
Estudio de ingeniería	$ 500
Total	**$ 500**

Fuente: Arq.
Elaboración: El Autor

Permisos de Funcionamiento y Operación

Dentro de estos gastos se cuentan: el permiso de funcionamiento y patente de operación. Su costo suma $ 100 dólares.

A continuación se presenta el resumen de los activos diferidos incurridos por la empresa.

RESUMEN ACTIVO DIFERIDO

Abarca el total de la inversión en activos diferidos, que asciende a un monto total de $ 1.575,00 dólares.

CUADRO NRO. 43
RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO

DETALLE	V/TOTAL
Estudios de investigación	$ 300,00
Estudios de ingeniería	$ 500.00
Gastos de constitución	$ 600.00
Permisos de funcionamiento y operación	$ 100.00
Imprevistos 5%	$ 75,00
TOTAL	**$ 1.575,00**

Fuente: Cuadros 37-39
Elaboración: El Autor

ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

Los activos circulantes son los bienes y derechos de una empresa que se determinan por su liquidez.

Los activos a corto plazo, son parte del capital de trabajo: el dinero en efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios, sueldos y salarios, disponibilidad para la adquisición de materia prima, arriendos, etc.

Las siguientes cuentas componen parte del capital de trabajo:

REMUNERACIONES:

Son los sueldos y salarios que se pagará a los empleados y trabajadores por los servicios proporcionados de acuerdo a las funciones que cada uno desempeña. Su costo asciende a $ 931,74 mensual y $12.011,87anual

CUADRO NRO. 44
MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Operador de riego	343,06	41,68	32,08	28,59	28,59	26,50	500,49	1	6005,93
operador de cultivo	343,06	41,68	32,08	28,59	28,59	26,50	500,49	1	6005,93
TOTAL								**2**	**12011,87**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

CUADRO NRO. 45
MANO DE OBRA INDIRECTA

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
JEFE DE PRODUCCIÓN	450	54,68	42,08	37,50	37,50	26,50	648,25	1	7.779,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

MATERIA PRIMA DIRECTA: Para cultivar 22.425 plantas se requiere $5.979,00 al año, que corresponden a 224,24 quintales de abono e igual cantidad de tierra negra; 7474 claveles, palmas y rosas respectivamente.

Esta información se la obtuvo del proceso productivo para la obtención del costo.

CUADRO NRO.46

MATERIA PRIMA DIRECTA

ARTÍCULO	CANTIDAD ANUAL	V/U	V/ ANUAL
Abono	224,24	$ 7,00	$ 1.569,68
tierra negra	224,24	$ 3,00	$ 672,72
Claveles	7475	$ 0,05	$ 373,75
Palmas	7475	$ 0,15	$ 1.121,25
Rosas	7475	$ 0,30	$ 2.242,50
TOTAL			**$ 5.979,90**

Fuente: Cuadro Nº 32
Elaboración: El Autor

MATERIA PRIMA INDIRECTA: Los materiales indirectos a utilizar ascienden a un costo de $938,42, los que se detallan a continuación:

CUADRO NRO. 47
MATERIA PRIMA INDIRECTA

ARTÍCULO	CANTIDAD ANUAL	V/U	V/ ANUAL
Macetero 14"	5	$ 9,99	$ 49,95
Macetero12"	10	$ 7,99	$ 79,90
Macetero jazmín	15	$ 6,99	$ 104,85
macetero jazmin 34 cmm	25	$ 3,49	$ 87,25
macetero redondo 46 cm	10	$ 9,99	$ 99,90
Macetero MAXI 29 X 30	25	$ 2,62	$ 65,50
Macetero Mini 12 x14	25	$ 0,69	$ 17,25
Macetero grande 25x28	15	$ 1,86	$ 27,90
Botas	4	$ 7,19	$ 28,76
Impermeable	9	$ 9,79	$ 88,11
Respirador	10	$ 3,49	$ 34,90
Guantes	10	$ 2,99	$ 29,90
bolsas de plástico de siembra	22425	$ 0,01	$ 224,25
TOTAL			**$ 938,42**

Fuente: Cuadro Nº 32
Elaboración: El Autor

MATERIALES DE OFICINA: Este rubro asciende a $171,60 al año

CUADRO NRO. 48
MATERIALES DE OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/MENSUAL	V/ANNUAL
FACTURAS	LIBRETIN	1.00	$ 12.00	$ 12.00	$ 144.00
ESFEROS	UNIDAD	2.00	$ 0.30	$ 0.60	$ 7.20
CLIPS	CAJA	1.00	$ 0.70	$ 0.70	$ 8.40
GRAPAS	CAJA	1.00	$ 1.00	$ 1.00	$ 12.00
TOTAL				**$ 14,30**	**$ 171,60**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

UTILES DE ASEO: se utilizarán para la higiene y aseo de la planta y el personal, su costo es de $ 295 al año

CUADRO NRO. 49
UTILES DE ASEO

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/SEMESTRAL	V/ANUAL
ESCOBA	UNIDAD	2	$ 2,00	$ 4.00	$ 8.00
TRAPEADOR	UNIDAD	2	$ 3.00	$ 6.00	$ 12.00
BASURERO	UNIDAD	3	$ 6.00	$ 18.00	$ 36.00
RECOGEDOR	UNIDAD	2	$ 2.00	$ 4.00	$ 8.00
TOALLAS DESECHABLES	ROLLO	3	$ 10.00	$ 30.00	$ 60.00
DESINFECTANTE	UNIDAD	3	$ 3.50	$ 10.50	$ 21.00
PAPEL HIGIENICO	DOCENA	12	$ 5.00	$ 60.00	$ 120.00
JABON LÍQUIDO	UNIDAD	6	$ 2.50	$ 15.00	$ 30.00
TOTAL				**$ 147.50**	**$ 295**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

PÚBLICIDAD: Constituye el monto que se asignará para la publicidad del producto, su valor asciende a $1.080,00 al año

CUADRO NRO. 50
PÚBLICIDAD

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/MES	VALOR ANUAL
CUÑAS RADIALES	UNIDAD	30,00	$ 3,00	$ 90,00	$ 1.080,00
TOTAL				**$ 90,00**	**$ 1.080,00**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

COMBUSTIBLE: Como combustible se utilizará diésel para la trasportación del camión.

CUADRO NRO. 51
COMBUSTIBLE

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	VALOR ANUAL
Diesel	Galón	2000	$ 1,04	$ 2.074,00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor

CUADRO NRO. 52
RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL 1ER MES

ARTÍCULO	PARCIAL	TOTAL
COSTO PRIMO		**$ 1.499,31**
MATERIA PRIMA DIRECTA	$ 498,33	
MANO DE OBRA DIRECTA	$ 1.000,99	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		**$ 899,28**
MATERIA PRIMA INDIRECTA	$ 78,20	
MANO DE OBRA INDIRECTA	$ 648,25	
COMBUSTIBLE	$ 172,83	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		**$ 1.472,47**
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	$ 1.365,58	
SERVICIOS BÁSICOS	$ 68,00	
MATERIALES DE OFICINA	$ 14,30	
UTILES DE ASEO	$ 24,58	
GASTOS DE VENTAS		**$ 90,00**
PÚBLICIDAD	$ 90,00	
IMPREVISTOS 5%		**$ 198,05**
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		**$ 4.159,12**

Fuente: Cuadro 41 al 48
Elaboración: El Autor

CUADRO Nº 53
INVERSIONES TOTALES

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		**$ 48.318,34**
TERRENO	$ 13.200,00	
INVERSION EN CONSTRUCCIONES	$ 9.000,00	
EQUIPO DE COMPUTO	$ 1.320,00	
VEHÍCULO	$ 19.490,00	
EQUIPO DE OFICINA	$ 156,50	
MUEBLES Y ENSERES	$ 1.555,00	
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 494,00	
HERRAMIENTAS	$ 801,97	
IMPREVISTOS 5%	$ 2.300,87	
ACTIVOS DIFERIDOS		**$ 1.575,00**
Estudios de investigación	$ 300,00	
Estudios de ingeniería	$ 500,00	
Gastos de constitución	$ 600,00	
Permisos de funcionamiento y operación	$ 100,00	
Imprevistos 5%	$ 75,00	
ACTIVO CIRCULANTE		**$ 4.159,12**
COSTO PRIMO	$ 1.499,31	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	$ 899,28	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 1.472,47	11
GASTOS DE VENTAS	$ 90,00	
IMPREVISTOS 5%	$ 198,05	
TOTAL DE INVERSIONES		**$ 54.052,46**

Fuente: Cuadro 36,40 Y49
Elaboración: El Autor

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION: Se aportará para la creación del vivero con el 72%, esto es $ 39.052,46(fuente interna) y como fuente externa un crédito de $15.000,00, al Banco de Fomento a una tasa de interés del 15%.

CUADRO NRO. 54

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	**%**	**MONTO**
Capital Propio	72	$ 39.052,46
Crédito	28	$ 15.000,00
TOTAL	100	**$ 54.052,46**

Fuente: cuadros 31-36, tasa de inflación Diciembre 2013, 2,70%
Elaboración: El Autor

CUADRO NRO. 55
TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	CAPITAL	INTERÉS 15% ANUAL	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				$ 15.000,00
1	$ 625,00	$ 187,50	$ 812,50	$ 14.375,00
2	$ 625,00	$ 179,69	$ 804,69	$ 13.750,00
3	$ 625,00	$ 171,88	$ 796,88	$ 13.125,00
4	$ 625,00	$ 164,06	$ 789,06	$ 12.500,00
5	$ 625,00	$ 156,25	$ 781,25	$ 11.875,00
6	$ 625,00	$ 148,44	$ 773,44	$ 11.250,00
7	$ 625,00	$ 140,63	$ 765,63	$ 10.625,00
8	$ 625,00	$ 132,81	$ 757,81	$ 10.000,00
9	$ 625,00	$ 125,00	$ 750,00	$ 9.375,00
10	$ 625,00	$ 117,19	$ 742,19	$ 8.750,00
11	$ 625,00	$ 109,38	$ 734,38	$ 8.125,00
12	$ 625,00	$ 101,56	$ 726,56	$ 7.500,00
13	$ 625,00	$ 93,75	$ 718,75	$ 6.875,00
14	$ 625,00	$ 85,94	$ 710,94	$ 6.250,00
15	$ 625,00	$ 78,13	$ 703,13	$ 5.625,00
16	$ 625,00	$ 70,31	$ 695,31	$ 5.000,00
17	$ 625,00	$ 62,50	$ 687,50	$ 4.375,00
18	$ 625,00	$ 54,69	$ 679,69	$ 3.750,00
19	$ 625,00	$ 46,88	$ 671,88	$ 3.125,00
20	$ 625,00	$ 39,06	$ 664,06	$ 2.500,00
21	$ 625,00	$ 31,25	$ 656,25	$ 1.875,00
22	$ 625,00	$ 23,44	$ 648,44	$ 1.250,00
23	$ 625,00	$ 15,63	$ 640,63	$ 625,00
24	$ 625,00	$ 7,81	$ 632,81	$ 0,00
TOTAL	**$ 15.000,00**		**$ 17.343,75**	

Fuente: Cuadro 54 y BNF
Elaboración: El Autor

CUADRO NRO. 56

DEPRECIACIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	Reinversión
INVERSION EN CONSTRUCCIONES	$ 9.000,00	$ 900,00	$ 8.100,00	20	$ 405,00	
EQUIPO DE CÓMPUTO	$ 1.320,00	$ 132,00	$ 1.188,00	3	$ 396,00	$ 1.484,74
VEHÍCULO	$ 19.490,00	$ 1.949,00	$ 17.541,00	10	$ 1.754,10	
EQUIPO DE OFICINA	$ 156,50	$ 15,65	$ 140,85	10	$ 14,09	
MUEBLES Y ENSERES	$ 1.555,00	$ 155,50	$ 1.399,50	10	$ 139,95	
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 494,00	$ 49,40	$ 444,60	10	$ 44,46	
HERRAMIENTAS	$ 801,97	$ 80,20	$ 721,77	10	$ 72,18	

Fuente: Cuadro 51 y BNF. CUADROS DEL 27 AL 29, Tasa de inflación acumulada por 3 años, Ref año 2013 (2,70%)
Elaboración: El Autor

CUADRO NRO. 57
DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
EQUIPO DE COMPUTO	$ 1.484,74	$ 148,47	$ 1.336,26	3	$ 445,42

Fuente: Cuadro 50
Elaboración: El Autor

CUADRO NRO. 58
AMORTIZACIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS	$ 1.575,00	5	$ 315,00

Fuente: Cuadro 53
Elaboración: El Autor

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS: Se lo realiza sumando los desembolsos realizados durante un año. se calcula para los diez años de duración del proyecto. Permite determinar la rentabilidad del proyecto y los elementos para el análisis y evaluación. Aquí se toma en cuenta los rubros de costo primo, costo de producción, gastos administrativos, gasto de venta y gastos financieros, que son tomados de los presupuestos elaborados previamente. La tasa de inflación considerada a diciembre del 2013 es del 2,70%.

CUADRO NRO. 59
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO	**$ 28.783,19**	**29.560,33**	**30.358,46**	**31.469,65**	**32.319,33**	**33.191,95**	**34.088,13**	**35.008,51**	**35.953,74**	**36.924,49**
Materia Prima Directa	$ 5.979,90	$ 6.141,36	$ 6.307,17	$ 6.569,55	$ 6.746,93	$ 6.929,10	$ 7.116,18	$ 7.308,32	$ 7.505,64	$ 7.708,30
Materia Prima Indirecta	$ 938,42	$ 963,75	$ 989,78	$ 1.030,95	$ 1.058,79	$ 1.087,37	$ 1.116,73	$ 1.146,88	$ 1.177,85	$ 1.209,65
Mano de Obra Directa	$ 12.011,87	$ 12.336,19	$ 12.669,27	$ 13.196,31	$ 13.552,61	$ 13.918,53	$ 14.294,33	$ 14.680,28	$ 15.076,64	$ 15.483,71
Mano de Obra Indirecta	$ 7.779,00	$ 7.989,03	$ 8.204,74	$ 8.426,26	$ 8.653,77	$ 8.887,43	$ 9.127,39	$ 9.373,83	$ 9.626,92	$ 9.886,85
Combustible	$ 2.074,00	$ 2.130,00	$ 2.187,51	$ 2.246,57	$ 2.307,23	$ 2.369,52	$ 2.433,50	$ 2.499,20	$ 2.566,68	$ 2.635,98
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**$ 17.669,60**	**$ 18.146,68**	**$ 18.636,64**	**$ 19.139,83**	**$ 19.656,60**	**$ 20.187,33**	**$ 20.732,39**	**$ 21.292,17**	**$ 21.867,05**	**$ 22.457,46**
Sueldos Administrativos	$ 16.387,00	$ 16.829,45	$ 17.283,84	$ 17.750,51	$ 18.229,77	$ 18.721,98	$ 19.227,47	$ 19.746,61	$ 20.279,77	$ 20.827,32
Servicios Básicos	$ 816,00	$ 838,03	$ 860,66	$ 883,90	$ 907,76	$ 932,27	$ 957,44	$ 983,29	$ 1.009,84	$ 1.037,11
Materiales de Oficina	$ 171,60	$ 176,23	$ 180,99	$ 185,88	$ 190,90	$ 196,05	$ 201,34	$ 206,78	$ 212,36	$ 218,10
Utiles de Aseo	$ 295,00	$ 302,97	$ 311,15	$ 319,55	$ 328,17	$ 337,03	$ 346,13	$ 355,48	$ 365,08	$ 374,94
GASTOS DE VENTAS	**$ 1.080,00**	**$ 1.109,16**	**$ 1.139,11**	**$ 1.169,86**	**$ 1.201,45**	**$ 1.233,89**	**$ 1.267,20**	**$ 1.301,42**	**$ 1.336,56**	**$ 1.372,64**
Públicidad	$ 1.080,00	$ 1.109,16	$ 1.139,11	$ 1.169,86	$ 1.201,45	$ 1.233,89	$ 1.267,20	$ 1.301,42	$ 1.336,56	$ 1.372,64
DEPRECIACIONES	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**	**$ 2.825,77**
Construcción	$ 405,00	$ 405,00	$ 405,00	$ 405,00	$ 405,00	$ 405,00	$ 405,00	$ 405,00	$ 405,00	$ 405,00
Equipo de Computo	$ 396,00	$ 396,00	$ 396,00	$ 396,00	$ 396,00	$ 396,00	$ 396,00	$ 396,00	$ 396,00	$ 396,00
Vehículo	$ 1.754,10	$ 1.754,10	$ 1.754,10	$ 1.754,10	$ 1.754,10	$ 1.754,10	$ 1.754,10	$ 1.754,10	$ 1.754,10	$ 1.754,10
Equipo de Oficina	$ 14,09	$ 14,09	$ 14,09	$ 14,09	$ 14,09	$ 14,09	$ 14,09	$ 14,09	$ 14,09	$ 14,09
Muebles y Enseres	$ 139,95	$ 139,95	$ 139,95	$ 139,95	$ 139,95	$ 139,95	$ 139,95	$ 139,95	$ 139,95	$ 139,95
Maquinaria y Equipo	$ 44,46	$ 44,46	$ 44,46	$ 44,46	$ 44,46	$ 44,46	$ 44,46	$ 44,46	$ 44,46	$ 44,46
Herramientas	$ 72,18	$ 72,18	$ 72,18	$ 72,18	$ 72,18	$ 72,18	$ 72,18	$ 72,18	$ 72,18	$ 72,18
GASTOS FINANCIEROS	**$ 2.049,38**	**$ 924,38**	**$ 315,00**	**$ 315,00**	**$ 315,00**	**$ 315,00**	**$ 315,00**	**$ 315,00**	**$ 315,00**	**$ 315,00**
Amortización de Activo Diferido	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00
Interese de Préstamo	$ 1.734,38	$ 609,38	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	**$ 52.407,93**	**$ 52.566,32**	**$ 53.274,98**	**$ 54.920,11**	**$ 56.318,15**	**$ 57.753,94**	**$ 59.228,50**	**$ 60.742,87**	**$ 62.298,12**	**$ 63.895,37**

Fuente: Cuadro 49 al 55 tasa de inflación año 2013 2,70%
Elaboración: El Autor

INGRESOS TOTALES: Son aquellos ingresos que corresponden por la venta del producto que genera el proyecto. Los ingresos para la vida útil de la empresa permiten determinar el ingreso total, el precio unitario de venta considerándose un margen de utilidad bruta por unidad del 90%, con un incremento gradual de la utilidad en cada año en función a los costos de producción, procurando que al incrementar el costo unitario sea aceptable dentro del mercado.

C.U= COSTO TOTAL / NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS

C.U= 52.047,93/22425

C.U= 2,34

P.V.P= C.U+% DE UTILIDAD

P.V.P= 2,34 + 1,17

P.V.P= $ 3,51 / planta ornamental.

CUADRO NRO. 60
INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD 50%	PRECIO DE PRODUCTO	INGRESOS TOTALES
1	$ 52.407,93	22425	$ 2,34	$ 1,17	$ 3,51	$ 78.611,90
2	$ 52.566,32	22425	$ 2,34	$ 1,17	$ 3,52	$ 78.849,48
3	$ 53.274,98	22425	$ 2,38	$ 1,19	$ 3,56	$ 79.912,47
4	$ 54.920,11	23744	$ 2,31	$ 1,16	$ 3,47	$ 82.380,17
5	$ 56.318,15	23744	$ 2,37	$ 1,19	$ 3,56	$ 84.477,23
6	$ 57.753,94	23744	$ 2,43	$ 1,22	$ 3,65	$ 86.630,91
7	$ 59.228,50	25063	$ 2,36	$ 1,18	$ 3,54	$ 88.842,75
8	$ 60.742,87	25063	$ 2,42	$ 1,21	$ 3,64	$ 91.114,30
9	$ 62.298,12	25063	$ 2,49	$ 1,24	$ 3,73	$ 93.447,19
10	$ 63.895,37	25063	$ 2,55	$ 1,27	$ 3,82	$ 95.843,06

Fuente: Cuadro 26y 56
Elaboración: El autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS: Resume los resultados obtenidos por una empresa a lo largo de un periodo contable, determinando la ganancia o pérdida en el proyecto. En el primer año se obtiene utilidad neta de $15.034,53, mientras que para el décimo año se proyecta una utilidad neta de $18.329,98

CUADRO NRO. 61
ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESO POR VENTAS	$ 78.611,90	$ 78.849,48	$ 79.912,47	$ 82.380,17	$ 84.477,23	$ 86.630,91	$ 88.842,75	$ 91.114,30	$ 93.447,19	$ 95.843,06
(-) COSTO TOTAL	$ 52.407,93	$ 52.566,32	$ 53.274,98	$ 54.920,11	$ 56.318,15	$ 57.753,94	$ 59.228,50	$ 60.742,87	$ 62.298,12	$ 63.895,37
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	$ 26.203,97	$ 26.283,16	$ 26.637,49	$ 27.460,06	$ 28.159,08	$ 28.876,97	$ 29.614,25	$ 30.371,43	$ 31.149,06	$ 31.947,69
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	$ 3.930,60	$ 3.942,47	$ 3.995,62	$ 4.119,01	$ 4.223,86	$ 4.331,55	$ 4.442,14	$ 4.555,72	$ 4.672,36	$ 4.792,15
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 22.273,37	$ 22.340,69	$ 22.641,87	$ 23.341,05	$ 23.935,22	$ 24.545,43	$ 25.172,11	$ 25.815,72	$ 26.476,70	$ 27.155,53
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA	$ 5.568,34	$ 5.585,17	$ 5.660,47	$ 5.835,26	$ 5.983,80	$ 6.136,36	$ 6.293,03	$ 6.453,93	$ 6.619,18	$ 6.788,88
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO	$ 16.705,03	$ 16.755,51	$ 16.981,40	$ 17.505,79	$ 17.951,41	$ 18.409,07	$ 18.879,08	$ 19.361,79	$ 19.857,53	$ 20.366,65
(-) 10% RESERVA LEGAL	$ 1.670,50	$ 1.675,55	$ 1.698,14	$ 1.750,58	$ 1.795,14	$ 1.840,91	$ 1.887,91	$ 1.936,18	$ 1.985,75	$ 2.036,66
(=) UTILIDAD NETA PARA SOCIOS	**$ 15.034,53**	**$ 15.079,96**	**$ 15.283,26**	**$ 15.755,21**	**$ 16.156,27**	**$ 16.568,16**	**$ 16.991,18**	**$ 17.425,61**	**$ 17.871,77**	**$ 18.329,98**

Fuente: Cuadro 54 y 56
Elaboración: El Autor

CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS: Son aquellos que no dependen del nivel de actividad de la empresa, sino que son una cantidad, determinada, independiente del volumen de negocio.

COSTOS VARIABLES Varían proporcionalmente al nivel de producción.

CUADRO NRO. 62
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES

COSTOS	AÑO 1		AÑO 10	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	**$ 0,00**	**$ 21.004,19**	**$ 0,00**	**$ 27.037,65**
Materia Prima Directa		$ 5.979,90		$ 7.708,30
Materia Prima Indirecta		$ 938,42		$ 1.209,65
Mano de Obra Directa		$ 12.011,87		$ 15.483,71
Combustible		$ 2.074,00		$ 2.635,98
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**$ 17.669,60**	**$ 0,00**	**$ 22.457,46**	**$ 0,00**
Sueldos Administrativos	$ 16.387,00		$ 20.827,32	
Servicios Básicos	$ 816,00		$ 1.037,11	
Materiales de Oficina	$ 171,60		$ 218,10	
Útiles de Aseo	$ 295,00		$ 374,94	
GASTOS DE VENTAS	**$ 1.080,00**	**$ 0,00**	**$ 1.372,64**	**$ 0,00**
Publicidad	$ 1.080,00		$ 1.372,64	
DEPRECIACIONES	**$ 2.825,77**	**$ 0,00**	**$ 2.825,77**	**$ 0,00**
Construcción	$ 405,00		$ 405,00	
Equipo de Computo	$ 396,00		$ 396,00	
Vehículo	$ 1.754,10		$ 1.754,10	
Equipo de Oficina	$ 14,09		$ 14,09	
Muebles y Enseres	$ 139,95		$ 139,95	
Maquinaria y Equipo	$ 44,46		$ 44,46	
Herramientas	$ 72,18		$ 72,18	
GASTOS FINANCIEROS	**$ 2.049,38**	**$ 0,00**	**$ 315,00**	**$ 0,00**
Amortización de Activo Diferido	$ 315,00		$ 315,00	
Interese de Préstamo	$ 1.734,38		$ 0,00	
TOTAL DE COSTO	**$ 23.624,75**	**$ 21.004,19**	**$ 26.970,88**	**$ 27.037,65**

Fuente: Cuadro 56
Elaboración: El Autor

PUNTO DE EQUILIBRIO: Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a costos asociados con la venta de un producto.

El punto de equilibrio se ha calculado para el año 1 y 10 matemática y gráficamente en base al cuadro de clasificación de costos.

AÑO 1

MATEMATICAMENTE

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$\ 23.624{,}75}{\$\ 78.611{,}90 - \$\ 21.004{,}19} \times 100$$

$$PE = \frac{\$\ 23.624{,}75}{\$\ 57.607{,}71} \times 100$$

PE= 41,01 %

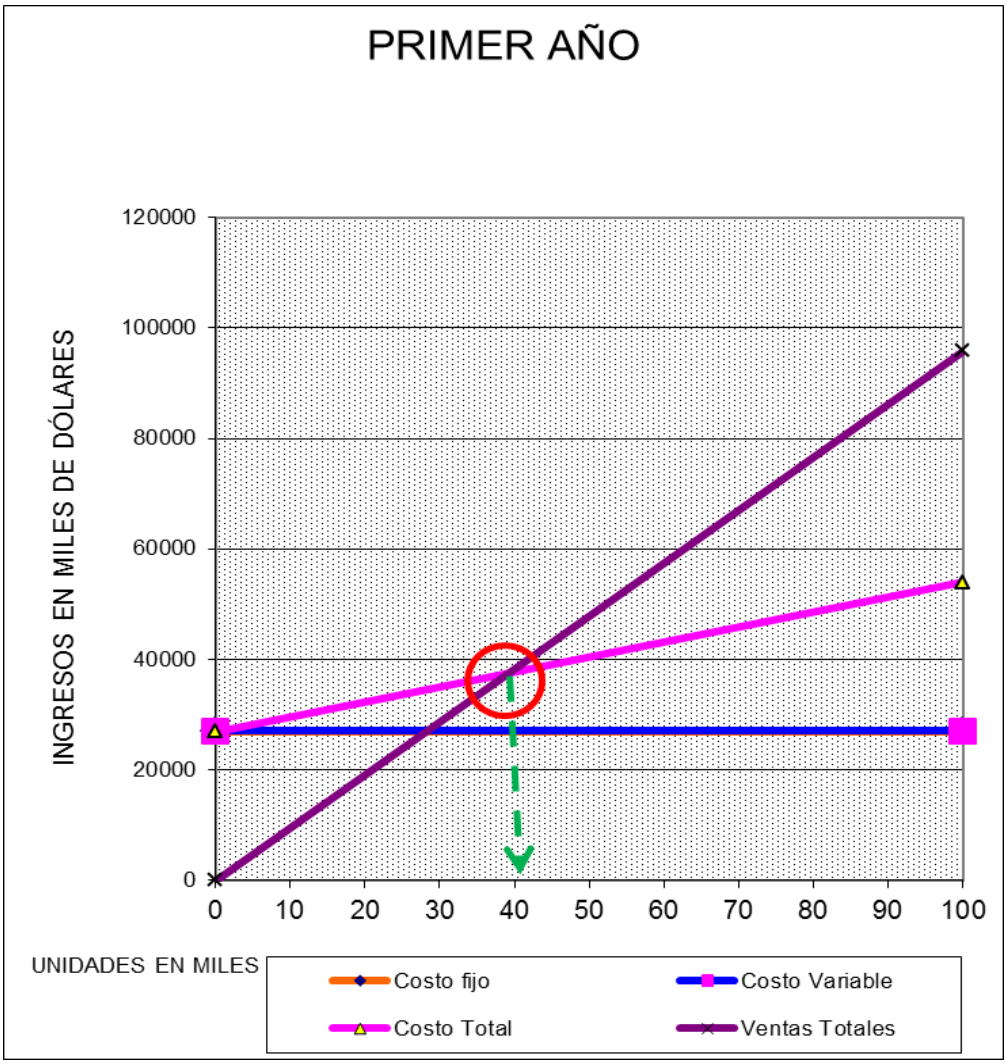
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$\ 23.624{,}75}{1 - \frac{\$\ 21.004{,}19}{\$\ 78.611{,}90}}$$

$$PE = \frac{\$\ 23.624{,}75}{1 - 0{,}2671884}$$

PE= $ 32.238,50



El punto de equilibrio se sitúa cuando la empresa vende $32.258,50 y trabaja con una capacidad instalada de 41,01%, en este punto ni pierde ni gana.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

AÑO 10

MATEMATICAMENTE

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$\ 26.970,88}{\$\ 95.843,06 - \$\ 27.037,65} \times 100$$

$$PE = \frac{\$\ 26.970,88}{\$\ 68.805,41} \times 100$$

PE= 39,20 %

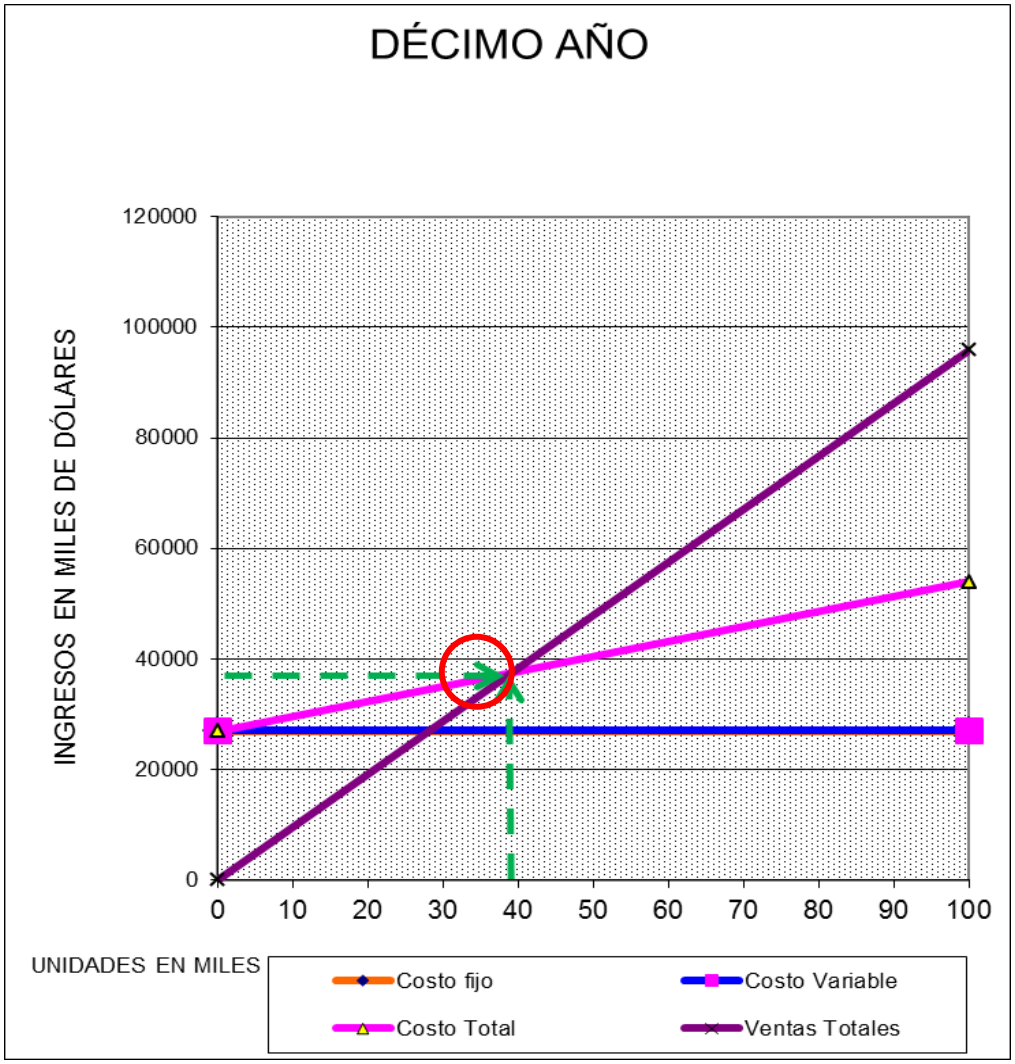
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$\ 26.970,88}{1 - \frac{\$\ 27.037,65}{\$\ 95.843,06}}$$

$$PE = \frac{\$\ 26.970,88}{1 - 0,2821033}$$

PE= $ 37.569,31



El PE en el año 10 se produce cuando la empresa vende $37.569,31 y trabaja con una capacidad instalada del 39,20%.

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA: El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo.

CUADRO NRO. 63
FLUJO DE CAJA

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESO POR VENTAS		$ 78.611,90	$ 78.849,48	$ 79.912,47	$ 82.380,17	$ 84.477,23	$ 86.630,91	$ 88.842,75	$ 91.114,30	$ 93.447,19	$ 95.843,06
CAPITAL	$ 54.052,46										
(+) VALOR RESIDUAL		$ 0,00	$ 0,00	$ 132,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
TOTAL DE INGRESOS	$ 54.052,46	$ 78.611,90	$ 78.849,48	$ 80.044,47	$ 82.380,17	$ 84.477,23	$ 86.630,91	$ 88.842,75	$ 91.114,30	$ 93.447,19	$ 95.843,06
EGRESOS											
ACTIVOS FIJOS	$ 48.318,34										
ACTIVOS DIFERIDOS	$ 1.575,00										
ACTIVOS CIRCULANTES	$ 4.159,12										
REINVERSIÓN					$ 1.484,74						
(-) COSTO TOTAL		$ 52.407,93	$ 52.566,32	$ 53.274,98	$ 54.920,11	$ 56.318,15	$ 57.753,94	$ 59.228,50	$ 60.742,87	$ 62.298,12	$ 63.895,37
TOTAL DE EGRESOS	$ 54.052,46	$ 52.407,93	$ 52.566,32	$ 53.274,98	$ 56.404,85	$ 56.318,15	$ 57.753,94	$ 59.228,50	$ 60.742,87	$ 62.298,12	$ 63.895,37
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	$ 0	$ 26.203,97	$ 26.283,16	$ 26.769,49	$ 27.460,06	$ 28.159,08	$ 28.876,97	$ 29.614,25	$ 30.371,43	$ 31.149,06	$ 31.947,69
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES		$ 3.930,60	$ 3.942,47	$ 4.015,42	$ 4.119,01	$ 4.223,86	$ 4.331,55	$ 4.442,14	$ 4.555,72	$ 4.672,36	$ 4.792,15
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO RTA		$ 22.273,37	$ 22.340,69	$ 22.754,07	$ 23.341,05	$ 23.935,22	$ 24.545,43	$ 25.172,11	$ 25.815,72	$ 26.476,70	$ 27.155,53
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA		$ 5.568,34	$ 5.585,17	$ 5.688,52	$ 5.835,26	$ 5.983,80	$ 6.136,36	$ 6.293,03	$ 6.453,93	$ 6.619,18	$ 6.788,88
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO		$ 16.705,03	$ 16.755,51	$ 17.065,55	$ 17.505,79	$ 17.951,41	$ 18.409,07	$ 18.879,08	$ 19.361,79	$ 19.857,53	$ 20.366,65
(+) DEPRECIACIONES		$ 2.825,77	$ 2.825,77	$ 2.825,77	$ 2.825,77	$ 2.825,77	$ 2.825,77	$ 2.825,77	$ 2.825,77	$ 2.825,77	$ 2.825,77
(+) AMORTIZACIONES		$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00	$ 315,00
FLUJO NETO	**$ 0**	**$ 19.845,80**	**$ 19.896,29**	**$ 20.206,32**	**$ 20.646,56**	**$ 21.092,18**	**$ 21.549,84**	**$ 22.019,86**	**$ 22.502,56**	**$ 22.998,30**	**$ 23.507,42**

Fuente: Cuadro 50 al 59 tasa de inflación año 2013, 2,70%
Elaboración: El Autor

VALOR ACTUAL NETO: Representa en valores actuales el total de los recursos que quedan en la empresa al final de toda su vida útil.

Si el Van es positivo la inversión es conveniente, si es negativo no lo es, si es igual a cero la ejecución es indiferente.

CUADRO NRO. 64
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	54.052,46		
1	19.845,80	0,869565217	17.257,22
2	19.896,29	0,756143667	15.044,45
3	20.206,32	0,657516232	13.285,98
4	20.646,56	0,571753246	11.804,74
5	21.092,18	0,497176735	10.486,54
6	21.549,84	0,432327596	9.316,59
7	22.019,86	0,37593704	8.278,08
8	22.502,56	0,326901774	7.356,13
9	22.998,30	0,284262412	6.537,55
10	23.507,42	0,247184706	5.810,68
		Sumatoria valor actualizado	**105.177,96**
		Inversión	54.052,46
		Reinversión 4to año	1.484,74
		VAN AL 15%	**49.640,76**

Fuente: Cuadro 60
Elaboración: El autor

ANALISIS VAN

a. Si el VAN es positivo. y mayor a 1 es conveniente financieramente.
b. Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

Como podemos observar el valor de sumatoria de los flujos de todo el período suma $105.177,96 dólares, esto menos la inversión inicial de $54.052,46 dólares, nos da un resultado de un VAN positivo de $**49.640,76**dólares, por lo que es conveniente aceptar este proyecto**.** El 15% es la tasa de interés activa referencial vigente del Banco Central de Ecuador.

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna cómo método de evaluación financiera, al igual que el VAN considera el valor en el tiempo, del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Los criterios de decisión son:

Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto
Si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto
Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

CUADRO NRO. 65
TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		35,00%		**36,00%**	
0	54.052,46				
1	19.845,80	0,740740741	14.700,59	0,735294118	14.592,50
2	19.896,29	0,548696845	10.917,03	0,540657439	10.757,08
3	20.206,32	0,406442107	8.212,70	0,397542235	8.032,87
4	20.646,56	0,301068228	6.216,02	0,292310467	6.035,20
5	21.092,18	0,223013502	4.703,84	0,214934167	4.533,43
6	21.549,84	0,165195187	3.559,93	0,158039829	3.405,73
7	22.019,86	0,122366805	2.694,50	0,116205756	2.558,83
8	22.502,56	0,090642078	2.039,68	0,085445409	1.922,74
9	22.998,30	0,06714228	1.544,16	0,062827507	1.444,93
10	23.507,42	0,049735022	1.169,14	0,046196696	1.085,97
		Valor actualizado	**55.757,60**	**Valor actualizado**	**54.369,28**
		Inversión	54.052,46	Inversión	54.052,46
		Reinversión	1.484,74	Reinversión 4to año	1.484,74
		VAN MENOR	**220,40**	**VAN MAYOR**	**-1.167,92**

Fuente: Cuadro 61
Elaboración: El autor

$$\textbf{TIR} = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

$$\textbf{TIR} = 0{,}35 + 1 \left(\frac{220{,}40}{1.388{,}32} \right)$$

$$TIR = 35{,}16\%$$

La Tasa interna de retorno en este caso de **35,16%**

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL: Permite determinar el tiempo en el que se recupera el capital invertid, se utiliza para evaluar las inversiones proyectadas.

El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial

CUADRO NRO. 66
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	Flujo acumulado
0			
1	54.052,46	19.845,80	19.845,80
2		19.896,29	39.742,09
3		20.206,32	59.948,41
4	1.484,74	20.646,56	80.594,97
5		21.092,18	101.687,15
6		21.549,84	123.236,99
7		22.019,86	145.256,85
8		22.502,56	167.759,41
9		22.998,30	190.757,71
10		23.507,42	214.265,13

Fuente: Cuadro 62
Elaboración: El autor

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{D}$$

DONDE:

a =
b =
c =
d =

$$PRI = 1 + \frac{55.537,20}{}$$

PRI = 2,7984
PRI =
PRI = 0,7984 x 12 = 9,5812
PRI = 0,5812 x 30 = 17,437

La inversión se proyecta que se recuperará en 2 años, 9 meses y 17 días**.**

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO: Indica la cantidad obtenida en la calidad del beneficio, es decir, se conoce que porcentaje de utilidad se obtiene por cada dólar invertido. Al tomar la decisión se consideran los siguientes criterios.

B/C>1 = Se ejecuta el proyecto

B/C=1 = Es indiferente la ejecución.

B/C<1 = Se rechaza el proyecto.

CUADRO NRO. 67
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

PERIODO	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACION 15%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACION 15%	INGRESO ACTUALIZADO
0	54.052,46					
1	52.407,93	0,869565217	45.572,12	78.611,90	0,869565217	68.358,17
2	52.566,32	0,756143667	39.747,69	78.849,48	0,756143667	59.621,53
3	53.274,98	0,657516232	35.029,16	80.044,47	0,657516232	52.630,54
4	54.920,11	0,571753246	31.400,75	82.380,17	0,571753246	47.101,13
5	56.318,15	0,497176735	28.000,08	84.477,23	0,497176735	42.000,11
6	56.318,15	0,432327596	24.347,89	86.630,91	0,432327596	37.452,93
7	28.159,08	0,37593704	10.586,04	88.842,75	0,37593704	33.399,28
8	4.223,86	0,326901774	1.380,79	91.114,30	0,326901774	29.785,43
9	23.935,22	0,284262412	6.803,88	93.447,19	0,284262412	26.563,52
10	5.983,80	0,247184706	1.479,10	95.843,06	0,247184706	23.690,94
TOTAL COSTO ACTUALIZADO			**224.347,50**	**INGRESO ACTUALIZADO**		**420.603,59**

Fuente: Cuadro 59 a 62

Elaboración: El autor

$$\textbf{R B/C} = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}}$$

$$\textbf{R B/C} = \frac{420.603,59}{224.347,50} = \mathbf{1,87}$$

La relación beneficio-costo es mayor a uno **(1.87),** esto significa que por cada dólar invertido recibirá $**0, 87** centavos de utilidad.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD: Permite medir si el incremento en los costos o la disminución en los ingresos afectan el proyecto. Se ha considerado el incremento del **24,80%** en los costos y la disminución del **27,35%** en los ingresos.

Los criterios que se deben considerar en el análisis de sensibilidad son los siguientes:

CS>1= Proyecto sensible.

CS=1= No sufre ningún efecto.

CS<1= No es sensible.

En este proyecto el análisis de sensibilidad es menor a uno por lo que no afectan al proyecto los cambios en los costos incrementados y los ingresos disminuidos.

CUADRO NRO. 68
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 24,80% DE LOS COSTOS

PERIODO	COSTO TOTAL RIGINAL	COSTO ORIGINAL 24,80%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	35,00% FACT. IZ.	VAN AYOR	36,00% FACT. IZ.	VAN MENOR
0						-54.052,46		-54.052,46
						-1.484,74		-1.484,74
1	52.407,93	65.405,10	78.611,90	13.206,80	0,740740741	9782,81	0,735294118	9710,88187
2	52.566,32	65.602,77	78.849,48	13.246,71	0,548696845	7268,43	0,540657439	7161,93362
3	53.274,98	66.487,18	80.044,47	13.557,30	0,406442107	5510,26	0,397542235	5389,597415
4	54.920,11	68.540,30	82.380,17	13.839,87	0,301068228	4166,74	0,292310467	4045,53828
5	56.318,15	70.285,06	84.477,23	14.192,17	0,223013502	3165,05	0,214934167	3050,38323
6	56.318,15	70.285,06	86.630,91	16.345,86	0,165195187	2700,26	0,158039829	2583,296685
7	28.159,08	35.142,53	88.842,75	53.700,22	0,122366805	6571,12	0,116205756	6240,274635
8	4.223,86	5.271,38	91.114,30	85.842,92	0,090642078	7780,98	0,085445409	7334,883501
9	23.935,22	29.871,15	93.447,19	63.576,04	0,06714228	4268,64	0,062827507	3994,323856
10	5.983,80	7.467,79	95.843,06	88.375,27	0,049735022	4395,35	0,046196696	4082,645516
						72,44		**-1.943,44**

Fuente: Cuadro 64
Elaboración: El autor

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 26{,}19 + 1 \left(\frac{72{,}44}{2.015{,}88} \right) = \mathbf{0{,}35}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir* =	0,3516	-0,35	=	0,00
Porcentaje de variación	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto* =	0,00	/	0,35	= 0,35
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir* =	0,35	/	0,35	= **0,99704**

CUADRO NRO. 69
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN DEL 27,35% DE LOS INGRESOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 15,58%	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	34,5% FACT. ACTUALIZ.	VAN MAYOR	36,0% FACT. ACTUALIZ.	VAN MENOR
0						-54.052,46		-54.052,46
1	52.407,93	78.611,90	66.364,17	13.956,23	0,743494424	10376,38	0,735294118	10261,93588
2	52.566,32	78.849,48	66.564,73	13.998,41	0,552783958	7738,10	0,540657439	7568,344932
3	53.274,98	80.044,47	67.573,54	14.298,56	0,41099179	5876,59	0,397542235	5684,282206
4	54.920,11	82.380,17	69.545,34	14.625,23	0,305570104	4469,03	0,292310467	4275,106524
5	56.318,15	84.477,23	71.315,68	14.997,52	0,227189669	3407,28	0,214934167	3223,480374
6	56.318,15	86.630,91	73.133,82	16.815,66	0,168914252	2840,41	0,158039829	2657,544687
7	28.159,08	88.842,75	75.001,05	46.841,97	0,125586804	5882,73	0,116205756	5443,306621
8	4.223,86	91.114,30	76.918,69	72.694,83	0,093373089	6787,74	0,085445409	6211,439546
9	23.935,22	93.447,19	78.888,11	54.952,90	0,069422371	3814,96	0,062827507	3452,553592
10	5.983,80	95.843,06	80.910,71	74.926,91	0,051615146	3867,36	0,046196696	3461,375483
						1.008,12		**-1.813,09**

Fuente: Cuadro 64
Elaboración: El autor

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 26{,}19 + 1 \left(\frac{1.008{,}12}{2.821{,}22} \right) = \mathbf{0{,}35}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva TIR* = 0,3516 -0,35 = 0,00

Porcentaje de variación = *Diferencia. TIR/ TIR del proyecto* = 0,00 / 0,3516 = 0,35

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva TIR* = 0,35 / 0,35 = **0,99646**

h. CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación se puede concluir que:

1. La demanda efectiva anual es de 704.276 plantas ornamentales, de los datos obtenidos al aplicar 400 encuestas a los demandantes y 21 a los oferentes de plantas ornamentales o viveros, del cantón Quito, se determina que la demanda insatisfecha es de 528.396 plantas ornamentales.
2. La empresa “Pedacito de Cielo”, productora de plantas ornamentales y flores, se localizará en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, sector Conocoto.
3. La capacidad instalada será de 26.382 plantas ornamentales al año, mientras que la capacidad utilizada será de 22.425.
4. El servicio proporcionado por la empresa “Pedacito de Cielo”, será ofertado con el 100% de calidad, excelente atención y a un costo accesible al público, con el propósito de satisfacer las preferencias de quienes requieran del producto ofertado.
5. Los canales de comercialización a utilizarse serán productor – distribuidor – consumidor final, además de productor – consumidor final, con el propósito de disminuir costos.
6. Los medios de publicidad a utilizar son radio, así como P.O.P. (Publicidad puesta en los puntos de venta), volantes, página web y otros de alcance masivo, conforme a las encuestas aplicadas a los usuarios.

7. Estará constituida por una compañía de Responsabilidad Limitada sujetándose a las normas legales establecidas en la Ley de Compañías del Ecuador.
8. La inversión total será de $54.052,46, conformada por activos fijos, diferidos y circulantes conforme al estudio financiero.
9. El costo unitario de cada planta ornamental será de $2,34 dólares por cada planta ornamental y al sumar el margen de utilidad del 50% nos da un pvp de $3,51 dólares, lo que permite que el servicio ingrese al mercado sin impedimentos.
10. De acuerdo a la evaluación financiera el proyecto es rentable y provechoso ya que el VAN es positivo (49.640,76), la TIR tiene un valor satisfactorio de 35,16%; mayor a la tasa de oportunidad vigente en el mercado, la Relación Beneficio – Costo esto significa que por cada dólar invertido recibirá $0,87 dólares, lo que significa que la rentabilidad es provechosa; la recuperación de capital se dará en un plazo de 2 años, 9 meses y 17 días.
11. El Análisis de Sensibilidad incrementando los costos y disminuyendo los egresos se determinó que el proyecto no será sensible al incremento de los costos en el 24,80%, ni a la disminución de los ingresos en el 27,35%

i. RECOMENDACIONES:

1. Utilizar el máximo de la capacidad instalada, permitiendo satisfacer el 100% de la demanda insatisfecha y el incremento de la productividad.
2. Conservar e incrementar la clientela ofreciendo plantas ornamentales de varias especies, que permiten satisfacer las necesidades y gustos del mercado.
3. Expandir los canales de comercialización con miras al crecimiento de la empresa, abarcando otros cantones de la provincia de Pichincha.
4. Acogerse a las normas establecidas por la Ley de Compañías, en la Minuta de Constitución y en el Reglamento Interno elaborado para tal efecto.
5. Evitar el incremento en el costo unitario y disminución de ventas, manteniendo constante los costos de producción.

j. BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel, “Fundamentos de ingeniería económica”, Editorial Mc Graw Hill, 1994 México
- BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.
- http://www.infoagro.com/flores/flores/begonia.htm
- http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html
- comercialización de plantas ornamentales en Europa
- http://www.horticom.com/revistasonline/qej/bp115/036_041.pdf
- http://www.escueladigital.com.uy/ciencnat/agua.htm
- http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm
- http://www.iedar.es/descubre/quees.htm
- http://www.sexovida.com/publicaciones/articulos/levadura.htm
- KELETY Andrés. Análisis y evaluación de inversiones, 2da Edición, EADA, 1996
- KINNER Taylor, Investigación de Mercados, 5ta edición, McGraw Hill
- KOTLER y Armstrong. Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, , Prentice Hall.
- MIRANDA Juan José, “Gestión de Proyectos”. Primera Edición. MB Editores. Bogotá. 1997.
- NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Diciembre., 1968.

- Osmin Díaz Callejas, Administración de Empresas, McGraw Hill, 3ra Edición
- P. BONTA y M. Farber.199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, , Grupo Editorial Norma.
- PHILIP Kotler, Fundamentos de Mercadotecnia, 1ra Edición, Prentice Hall
- QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. Diseño y Evaluación de Proyectos. Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994.
- QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos.
- RANDALL Geoffrey. Principios de Marketing. Segunda Edición, Pág. 120.
- Revista emprendedores
- SÁNCHEZ Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de Las Villas, Septiembre 1998).
- SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.
- Universidad Nacional de Loja, Guía de Estudio del IX Módulo. Loja-Ecuador. Año 2010.
- Universidad Nacional de Loja, Guía de Estudio del X Módulo de la. Evaluación de proyectos, Loja-Ecuador. Año 2011.

k. ANEXOS

RESUMEN DEL PROYECTO

a. Tema

"***PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACION DE UN VIVERO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PLANTAS ORNAMENTALES***

b. Problemática

Los ecuatorianos debemos aprovechar las bondades que brinda nuestra prodigiosa tierra, tenemos un país maravilloso con un clima privilegiado apto para la horticultura lo cual debe ser encaminado hacia la producción de una variedad de hermosas plantas aprovechando todos los climas que tenemos, capaces de producir toda variedad de plantas ornamentales y medicinales de tal manera que se pueden alcanzar volúmenes significativos de ventas que irán en beneficio de los productores y consumidores.

Se deberían hacer inversiones coherentes mediante estudios serios de recuperación del capital; además, estas empresas deberían contratar personal con formación específica y finalmente se debería incluir nuevas tecnologías.

Lamentablemente hace falta organización en el sector, se debería trabajar en el agrupamiento por medio de cooperativas las mismas que les apoyarían de muchas formas, ya sea económicamente o mediante la promoción de ferias locales, nacionales e internacionales.

La crisis que experimentan, especialmente Europa y Estados Unidos afectan definitivamente a nuestra economía ya que estamos directamente relacionados con ellos con las exportaciones agrícolas y florícolas que hacemos a esos países y las importaciones que también vienen desde allá. Esto afecta directamente a los sectores agrícolas que es el más vulnerable de nuestro país, causando desempleo, cuyo índice todavía se mantiene alto,

en estos momentos, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador, a julio 2011 está en 7.0 puntos porcentuales. Sin embargo, debemos reconocer que hasta el momento no nos ha golpeado con fuerza esta crisis, en parte es por el mantenimiento de un alto precio del petróleo, sobre los $80 por barrilcon una tendencia a la baja,

A nivel local debemos manifestar que la gran mayoría de comercios han experimentado un descenso en sus ventas, causado por la baja del poder adquisitivo de la población, el incremento de la canasta básica, la sobreoferta de productos de exportación a los mercados extranjeros ha obligado a los productores a perder sus cosechas.

Otros problemas encontrados en las pequeñas empresas, y esto no tiene que ver con la crisis que estamos atravesando; es el pobre aspecto de los productos como también del lugar donde se comercializa, lo cual dice mucho sobre la manera anti técnica con que se manejan y la falta de capacitación de sus administradores.

Estos negocios se han desarrollado de una manera empírica, basado en la experiencia o el palpito de su fundador, esta persona ha sido la que han puesto todo su entusiasmo, vitalidad, esfuerzo, experiencia y capital. Generalmente el administrador no se ha preparado como para realizar un estudio serio de mercado para determinar la oferta, la demanda, verificar si existe saturación del producto, nivel de ventas optimo, proyección futura, determinación de la vida útil de la microempresa, rentabilidad de la inversión inicial, etc.

Otro aspecto observado es la manera de comercializar, hace falta una mejor preparación para atender al cliente, generalmente existen menores de edad que ayudan a sus padres en la atención al cliente, este tipo de atención deja mucho que desear pues el cliente difícilmente saldrá complacido.

A pesar de los problemas que agobian en estos momentos a la economía mundial y nacional debemos seguir adelante creando trabajo y aprovechando oportunidades que se pueden presentar. Una magnífica oportunidad que no podemos dejar pasar en el Valle de los Chillos, es el aparecimiento de grandes centros comerciales como el “San Luis Shoping”, uno de los más grandes de la ciudad de Quito, el Mall del Río y otros ya existentes, este fenómeno ha ocasionado que a su alrededor proliferen todo

tipo de negocios especialmente los relacionados con concesionarias de vehículos de todas marcas; además, existe un despunte favorable de la construcción de vivienda, todos estos acontecimientos favorecen el crecimiento de otros negocios accesorios para los señalados, es por eso que creemos es el momento oportuno para crear una microempresa que se dedique a la comercialización y producción de plantas ornamentales que contribuyan al embellecimiento de estos comercios y adornen los nuevos hogares que ocuparán las viviendas que se están construyendo.

De esta manera tenemos ante nosotros una oportunidad brillante para solucionar un problema evidente:

La falta y aprovechamiento de todos los recursos y condiciones apropiadas para la implantación de un vivero para la producción y comercialización de plantas ornamentales, no permite a las empresas obtener un desarrollo adecuado.

La solución a éste problema se verá reflejado en un cambio positivo para la economía de estos pequeños productores y comercializadores de plantas ornamentales y para la imagen del Valle de los Chillos, además de dar mayor valor agregado a los productos y el mejoramiento de su comercialización.

c. JUSTIFICACIÓN

Justificación Académica

Es esencial realizar este trabajo de tesis como requisito fundamental para obtener el título de Ingeniero Comercial, para lo cual debo involucrarme totalmente con los problemas que se suscitan en este nicho de mercado que está relacionado con la factibilidad de producción y comercialización de plantas ornamentales, el propósito es resolver estos problemas mediante la preparación teórico-práctica recibida en las aulas universitarias.

Quiero aplicar de una manera eficiente todos los conocimientos adquiridos durante mi permanencia en la Universidad Nacional de Loja como estudiante, con el objeto de demostrar a la sociedad ecuatoriana que en

dicha universidad se forjan verdaderos profesionales que están aptos para entregar calidad al campo empresarial.

Justificación Económica

El Valle de los Chillos es un sector que ha manifestado un crecimiento formidable en estos último tiempos llegando a constituirse en un importante centro de desarrollo económico en la ciudad de Quito. Este sector se caracteriza desde tiempos inmemoriales por su gastronomía típica cuyos principales platos son el cuy y el ornado muy conocidos y preferidos por los capitalinos y por gentes de todo el país. A esto se suma las aguas termales que bajan desde el volcán Ilaló que se constituyen en un importante atractivo turístico. El crecimiento industrial también es importante pues en los últimos años se han instalado grandes industrias de lácteos, madera, industria bélica, confección, etc.

Ante este importante crecimiento creemos que se justifica determinar la factibilidad para la comercialización y producción de plantas ornamentales que esté acorde con este desarrollo experimentado ya que según el último ceso, el cantón Rumiñahui cuenta con una población de 100.000 habitantes, cifra que ha convencido a importantes empresarios a invertir en el sector, consecuencia de ello es la aparición de dos grandes centros comerciales que se suman a los ya existentes; diez concesionarias de vehículos que representan a las principales marcas de vehículos, a esto se añade el traslado de importantes agencias gubernamentales, así como también la aparición de servicios como la banca, el comercio, servicios de alimentos, etc. Este panorama es alentador porque el sector es económicamente activo y próspero lo cual es un ingrediente importante para el desarrollo de cualquier empresa, por ese motivo creemos que el proyecto de factibilidad que pretendemos implantar en este sector tendrá un éxito asegurado, contribuyendo de esta manera a mejorar la economía y la calidad de vida de los pobladoras al crearse nuevas plazas de trabajo.

Justificación Social

Es un hecho evidente el gusto que tienen los pobladores ecuatorianos, de cualquier región, por las plantas ornamentales, más aun cuando nuestro país brinda un generoso clima para la producción de una variada y hermosa flora de vividos colores que está presente durante todo el año y que contribuye

mucho a mejorar los ambientes y los estados de ánimo, no solo de las personas que conforman los hogares sino también de los comercios, hospitales, clínicas, empresas públicas, privadas y todo lugar que siente gusto por las plantas ornamentales.

Todo esto nos lleva a que aportemos nosotros con este desarrollo, ofreciendo nuestros productos para que ornamenten los hogares y comercios. Conscientes de esta realidad, con este proyecto pretendo contribuir al mejoramiento de la comercialización y administración de las micro empresas que se dedican a realizar esta actividad mejorando la calidad de vida de esta población porque se abrirán nuevas plazas de trabajo evitando de esta manera problemas sociales como la delincuencia y las migraciones.

Justificación Ecológica

Conocido es la sobre explotación que sufren las tierras de cultivo por el uso exagerado de fertilizantes artificiales que dañan los suelos, el abuso en la utilización de pesticidas que matan los organismos y contaminan los ríos y fuentes naturales de aguas superficiales y subterráneas. Es responsabilidad de todos mantener un equilibrio ecológico en la tierra, esta situación motiva a promover el uso de fertilizantes naturales que se pueden obtener y elaborar utilizando elementos muy simples, fáciles y económicos de conseguir; como son los desperdicios de comida, residuos resultantes de la poda de plantas y árboles, majada de animales como ganado y aves que resultan ser un abono de mucha calidad. Estos elementos se pueden utilizar con mucha efectividad si damos el tratamiento adecuado hasta obtener los fertilizantes, para de esta manera producir y mejorar la economía siendo amables con el medio ambiente.

d. OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la factibilidad para la implementación de un vivero para la producción y comercialización de plantas ornamentales en la ciudad de Quito

Objetivo Específico

Realizar un Estudio de Mercado que nos permita determinar la demanda, oferta y demanda insatisfecha.

Realizar un Estudio Técnico que nos permita definir el proceso de producción de un vivero de plantas ornamentales, identificar la localización de la planta, y establecer los recursos necesarios para la producción y comercialización.

Elaborar un estudio sobre la estructura legal y organizacional que debe mantener la empresa.

Desarrollar la posible perspectiva financiera del proyecto, proporcionando la información necesaria sobre indicadores financieros que reflejen la rentabilidad del negocio.

e. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del tema a investigar planteo la siguiente metodología de trabajo e investigación.

Partiremos realizando una revisión de la bibliografía sobre las fases del proceso investigativo como también un acercamiento al objeto de estudio mediante un sondeo que se lo realizará con algunos de los posibles consumidores y también observaremos a la competencia. Cada vez que se presente alguna duda en el tema que estoy investigando deberé acudir al marco teórico a la par de la investigación de campo.

Métodos a utilizar

Método Inductivo, es un proceso analítico sintético mediante el cual se parte de hechos y fenómenos particulares para considerarlo principio o ley general. Esto se conseguirá cuando se realice la investigación de campo, mediante un acercamiento al objeto de estudio y analizando la realidad social en la que se desarrolla el presente trabajo.

Método Deductivo, este método sigue un proceso sintético analítico que presenta conceptos, principios y definiciones leyes o normas de las cuales se establecen conclusiones en las que se aplican o se examinan cosas particulares sobre la base de definiciones generales. En nuestro caso particular, el presente trabajo revelará conclusiones que permitirán ver la factibilidad del presente proyecto en base a la información recopilada.

Método Cuantitativo. La Metodología Cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica o de manera más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la Estadística.

Para que exista Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en cuál dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos. Para eso tenemos fórmulas que nos permitirán obtener resultados cuando estemos analizando las proyecciones y

Método Analítico y Sintético, El análisis y la síntesis se constituirán en los principales instrumentos metodológicos que nos posibilitaran acceder a las relaciones esenciales del problema que se investiga.

Técnicas

Observación

Cuando decide emplearse como instrumento para recopilar datos hay que tomar algunas consideraciones. En primer lugar debe planificarse a fin de reunir los requisitos de validez y confiabilidad. Un segundo aspecto está referido a su condición hábil, sistemática y poseedora de destreza en el registro de datos. Así también se requiere habilidad para establecer las condiciones de manera tal que los hechos observables se realicen en la forma más natural posible y sin influencia del investigador. Consiste en observar a las personas cuando efectúan su trabajo. Como técnica de investigación, la observación tiene amplia aceptación científica.

Los sociólogos, sicólogos e ingenieros industriales utilizan extensamente ésta técnica con el fin de estudiar a las personas en sus actividades de grupo y como miembros de la organización. El propósito de la organización es múltiple: permite al analista determinar que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, cuánto tiempo toma, dónde se hace y porque se hace.

Encuestas

Se trata de recopilar datos por medio de la entrevista de una muestra de un grupo mayor de personas para obtener información, se tienen que seguir los siguientes pasos:

Decidir qué datos deben obtenerse, determinar que técnicas de encuesta utilizar, preparar cuidadosamente las preguntas que se van a formular de manera que nos permitan obtener la mejor información, preparar un borrador, hacer una prueba, hacer los cambios necesarios.

Entrevistas

Encuentro de dos o más personas, que se realiza con el propósito de recabar la mayor cantidad posible de antecedentes e información acerca de un asunto determinado.

Objetivos de la Entrevista.

Aumentar las habilidades sociales de las personas encargadas de las entrevistas. Deben echar mano de estrategias que maneja la psicología y las conviertan en habilidades comunicativas, con esto se obtendrá una buena entrevista.

- Recoger información acerca del sujeto entrevistado.
- Establecer un rapport positivo, para facilitar la obtención de información y la colaboración con posteriores intervenciones.
- Ofrecer devolución o retroalimentación al entrevistado

Determinación del tamaño de la muestra

Para el desarrollo de la presente investigación se requirió el cálculo e identificación de la muestra de la población a investigar, inicialmente pesé en tomar en cuenta solamente a la población del Valle de los Chillos, pero en vista de que actualmente el Valle está totalmente integrado a la capital y cuya población interactúa frecuentemente entre la ciudad de Quito y el Valle y de acuerdo a las ultimas reglamentaciones y leyes del distrito metropolitano de Quito, en consecuencia nuestra población será una muestra tomada de toda la población del distrito metropolitano de Quito

Tamaño de la muestra.- Para determinar el número de encuestas a realizar, se tomó como base los datos otorgados por el INEC censo del 2010 cuyo valor para la provincia de pichincha es de 2.570.201 habitantes y de acuerdo a la tasa de crecimiento 1,868% podemos proyectar resultados para el año 2011 y los años.

AÑO	POBLACION	TASA CRECIMIENTO	TOTAL
2010	2.570.201,00	1,87%	2.618.212,35
2011	2.618.212,35	1,87%	2.667.120,56
2012	2.667.120,56	1,87%	2.716.942,37
2013	2.716.942,37	1,87%	2.767.694,86
2014	2.767.694,86	1,87%	2.819.395,40
2015	2.819.395,40	1,87%	2.872.061,70

La población total de la provincia de Pichincha para el año 2011 es de 2.618.212 personas. De esta cantidad se procedió a dividir para 4 miembros que promediamente conforma una familia, obteniéndose un total de 654.553 habitantes. Esta es la población que servirá para calcular la muestra para este proyecto de tesis, utilizando la siguiente fórmula:

La muestra se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$N = 654.553 / 1 + (654.553 * 0.05^2)$

$n = 654.553 / 1637,38$

n= 399,76 ; tamaño de la población = 400

dónde:

N = Tamaño de la Muestra

n = Tamaño de la Población

1= Constante

e = Margen de error

Etapas del Proyecto

Estudio de Mercado.- Se revisarán fuentes de información secundaria para recolectar datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, El INEC, El Ilustre Municipio de Quito, La Cámara de Comercio de Pichincha, La Superintendencia de Compañías.

Para realizar un análisis de la demanda y oferta se aplicará tanto la encuesta como la entrevista con el objeto de recabar información en cuanto al consumo de plantas ornamentales, nos interesa saber cuántos son los expendedores de este producto. También se realizará el estudio de mercado: balance oferta demanda, análisis del producto, análisis del precio, análisis de los canales de distribución y comercialización, análisis de la comunicación.

Estudio Técnico.- Corresponde analizar todo lo concerniente al Tamaño y Localización del proyecto, se determinará la capacidad instalada y utilizada de maquinarias y equipos. La micro y macro localización de la empresa.

Otro punto a analizar dentro del estudio técnico está la ingeniería del proyecto que enfocará todos los aspectos relacionados a procesos productivos, materia prima requerida, distribución de la planta en el espacio físico, etc.

Estudio Organizacional.- Para esto determinaremos la naturaleza jurídica de la empresa a crearse, conjuntamente con la elaboración de organigramas cuya finalidad es determinar los niveles jerárquicos dentro de una organización. Además se formulará un manual de funciones para cada uno de los puestos a crearse.

Estudio financiero.- El análisis financiero nos llevará a identificar todos los costos en los que incurrirá el proyecto así como también la correspondiente proyección de ingresos. Los costos serán consultados a expertos en la producción de plantas ornamentales que están día a día en contacto con dichos precios, así como también consultaremos a la casa NAYON, un gremio importante que agrupa a los productores de plantas ornamentales.

Otra fuente importante de información es el internet a donde también acudiremos para hacer consultas.

Partiendo de los costos e ingresos proyectados se desarrollará un flujo de caja proyectado a 10 años calculando los índices financieros VAN, TIR, PR y RELACIÓN BENEFICIO/COSTO, para determinar rentabilidad del proyecto.

Se realizará un análisis de sensibilidad bidimensional del VAN para determinar qué tan sensible es el proyecto a cambios en ingresos y costos con respecto a la pérdida de rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel, “Fundamentos de ingeniería económica”, Editorial Mc Graw Hill, 1994 México
- BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.
- http://www.infoagro.com/flores/flores/begonia.htm
- http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html
- comercialización de plantas ornamentales en Europa

- http://www.horticom.com/revistasonline/qej/bp115/036_041.pdf
- http://www.escueladigital.com.uy/ciencnat/agua.htm
- http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm
- http://www.iedar.es/descubre/quees.htm
- http://www.sexovida.com/publicaciones/articulos/levadura.htm
- KELETY Andrés. Análisis y evaluación de inversiones, 2da Edición, EADA, 1996
- KINNER Taylor, Investigación de Mercados, 5ta edición, McGraw Hill
- KOTLER y Armstrong . Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, , Prentice Hall.
- MIRANDA Juan José, “Gestión de Proyectos”. Primera Edición. MB Editores. Bogotá. 1997.
- NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Diciembre., 1968.
- Osmin Díaz Callejas, Administración de Empresas, McGraw Hill, 3ra Edición
- P. BONTA y M. Farber.199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, , Grupo Editorial Norma.
- PHILIP Kotler, Fundamentos de Mercadotecnia, 1ra Edición, Prentice Hall
- QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. Diseño y Evaluación de Proyectos. Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994.
- QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos.
- RANDALL Geoffrey . Principios de Marketing. Segunda Edición, , Pág. 120.
- Revista emprendedores
- SÁNCHEZ Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de Las Villas, Septiembre 1998).
- SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.
- Universidad Nacional de Loja, Guía de Estudio del IX Módulo. Loja-Ecuador. Año 2010.
- Universidad Nacional de Loja, Guía de Estudio del X Módulo de la. Evaluación de proyectos, Loja-Ecuador. Año 2011.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD ESTUDIOS A DISTANCIA (MED)
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A DEMANDANTES DEL PRODUCTO

Estimado Sr.

Con la finalidad de cumplir con los requerimientos académicos para la elaboración de la tesis de grado, denominada "*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN VIVERO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES"* del cantón Quito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial en la Universidad Nacional de Loja, le solicito encarecidamente se digne dar respuesta a las siguientes preguntas, para lo cual preciso de su información veraz y confiable.

1. ¿Le gustan las plantas ornamentales?
   SI ( ) NO ( )

2. ¿En su hogar utiliza plantas ornamentales para la decoración?

   SI ( ) NO ( )

3. Cuantas plantas ornamentales adquiere al año para su decoración?

   1-2 ( )
   3-4 ( )
   5-6 ( )

4. ¿De las plantas que se detalla a continuación escoja las que más le guste?

   Acuáticas ( )
   Bambú ( )
   Bonsái ( )
   Begonia ( )
   Buganvilla ( )
   Cactus ( )
   Claveles ( )
   Crotos ( )

Palmera Cyca ( )
Dalias ( )
Herbáceas ( )
Ficus ( )
Helecho terrestre ( )
Hortensias ( )
Palmeras ( )
Pinos ( )
Narciso, Jacinto, Gladiolo, ( )
Primaveras ( )
Rosas ( )
Trepadoras ( )

5. Al momento de escoger las plantas, ¿por qué lo hace?

Precio ( )
Color ( )
Belleza ( )
Tamaño ( )
No Compra ( )

6. ¿En qué lugar acostumbra comprar las plantas ornamentales?

Mercado ( )
Local Comercial ( )
Supermercado ( )
Vivero ( )
No Compran ( )

7. ¿Cuál es el precio que paga por cada planta ornamental que compra?

$ 1-5 ( )
$ 6-10 ( )
$11-15 ( )
$16-20 ( )
NO COMPRAN ( )
$ 1-5 ( )
$ 6-10 ( )

8. ¿El precio de la planta ornamental cómo lo considera?

$ 1-5 ( )
$ 6-10 ( )
$11-15 ( )
$16-20 ( )
NO COMPRAN ( )
$ 1-5 ( )

$ 6-10 ( )

9. ¿Estaría dispuesto a consumir nuestros productos ornamentales si se implementara un vivero en la Ciudad de Quito, sector Conocoto?

SI ( ) NO ( )

10. ¿Dónde le gustaría que esté ubicado el vivero en Conocoto?

Avenida Principal ( )
Alejado del Centro ( )
Centro de la Ciudad ( )
C. Comercial ( )
No Compra ( )

11. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer la publicidad del nuevo servicio que ofrecemos? Ponga una “x” en la casilla que considere conveniente.

Prensa ( )
Radio ( )
Vallas Publicitarias ( )
Internet ( )
Televisión ( )

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD ESTUDIOS A DISTANCIA (MED)
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES DEL PRODUCTO
Estimado Sr.
Con la finalidad de cumplir con los requerimientos académicos para la elaboración de la tesis de grado, denominada "*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN VIVERO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES"* del cantón Quito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial en la Universidad Nacional de Loja, le solicito encarecidamente se digne dar respuesta a las siguientes preguntas, para lo cual preciso de su información veraz y confiable.

1. ¿Vende en su negocio plantas ornamentales?

   SI ( ) NO ( )

2. ¿Cuantas plantas y de qué tamaño vende mensualmente?

1-24	( )
25-48	( )
49-72	( )

3. ¿Qué clase de plantas ornamentales expende Ud. en su negocio?

Bambú	( )
Bonsái	( )
Begonia	( )
Buganvilla	( )
Cactus	( )
Claveles	( )
Ciprés Palmera	( )
Ciprés Bela	( )
Ciprés Limón	( )
Crotos	( )

Dalias ( )
Ficus ( )
Geraneos ( )
Helecho Terrestre ( )
Hortensias ( )
Palmeras ( )
Palmera Cyca ( )
Petunia ( )
Papiro ( )
Rosas ( )
Yedra

4. ¿En cuánto vende usted una planta ornamental?

$1-5 ( )
$6-10 ( )
$11-15 ( )
$16-20 ( )

5. ¿Por qué medio de publicidad a conocer su producto?

Prensa ( )
Televisión ( )
Vallas Publicitarias ( )

6. ¿Qué canal de distribución utiliza usted para comercializar

PRODUCTOR – CONSUMIDOR FINAL ( )
PRODUCTOR - DISTRIBUIDOR - CONSUMIDOR FINAL ( )

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN ii

AUTORÍA iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN iv

DEDICATORIA v

AGRADECIMIENTO vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

SUMMARY 4

c. INTRODUCCIÓN 6

d. REVISIÓN DE LITERATURA 8

e. MATERIALES Y MÉTODOS 47

f. RESULTADOS 53

g. DISCUSION 74

h. CONCLUSIONES 163

i. RECOMENDACIONES: 165

j. BIBLIOGRAFÍA 166

k. ANEXOS 168

RESUMEN DEL PROYECTO 168

ÍNDICE 185